

ANOTHER GREAT CAMPAIGN FROM PUBLICIS GROUPE



NL (version FR suit ci-dessous): Carrefour herlanceert Scanmania met een nog gekkere campagne!

Carrefour België, in samenwerking met Publicis Groupe en Mutant, kondigt met trots de langverwachte terugkeer van “Scanmania” aan: de promoactie die vorig jaar de harten van vele Belgen veroverde. Vanaf 25 september is het voor klanten opnieuw uitkijken naar een maand vol onklopbare aanbiedingen en buitengewone prijzen.

Dit jaar wordt Scanmania nog straffer en nog beter! Bereid je dus voor op een *promomania* vol ongelofelijke kortingen en te gekke prijzen die zomaar voor het grijpen liggen: 25 miljoen bonuspunten, 5 droomvakanties en 5 goudstaven van elk 250 gram. Met de stijgende goudprijzen zullen deze prijzen voor heel wat opwinding zorgen in ons land, en een echte ‘mania’ ontketenen.

Om de campagne een luchtige twist te geven, creëerden Carrefour en Publicis Groupe een eigen interpretatie van de tijdloze hit *Maniac* van Michael Sembello. Plezier gegarandeerd tijdens het dagelijkse winkelen! De energieke tv-spot vat perfect de feestelijke, enthousiaste sfeer van Scanmania samen, met een deuntje dat sowieso de hele herfst blijft nazinderen in je hoofd.

Maar Scanmania gaat verder. De campagne omvat TV, radio, sociale media, winkels en zelfs de straten en treinstations van Antwerpen, Brussel en Luik. Een opvallend 3D-billboard en interactieve Digitale Out-of-Home displays, waarop live de goudkoers te volgen is,

herinneren voorbijgangers eraan dat ze één van de vijf felbegeerde goudstaven kunnen winnen.

Carrefour nodigt alle Belgen uit om mee te doen aan Scanmania en van hun winkeluitstapjes een leuk avontuur te maken vol verrassingen en ongelooflijke prijzen. Scanmania is de perfecte gelegenheid om te winkelen en tegelijkertijd plezier te beleven.

- EINDE PERSBERICHT -

Carrefour relance Scanmania avec une campagne encore plus folle !

Carrefour Belgique, en collaboration avec Publicis Groupe et Mutant, est fier d'annoncer le retour tant attendu de Scanmania, l'activation promotionnelle qui a conquis les Belges l'année dernière. Dès le 25 septembre, les clients auront l'occasion de vivre un mois de promotions irrésistibles, mais aussi de tenter leur chance pour remporter des prix exceptionnels.

Cette année, Scanmania revient en force ! Une véritable mania des promos avec des réductions incroyables et des prix fous à gagner : 25 millions de points bonus, 50 voyages de rêve, et 5 lingots d'or de 250g. Avec la montée fulgurante du cours de l'or, cette récompense d'exception promet de susciter un engouement inédit et de créer une véritable "mania" dans tout le pays.

Pour marquer le coup, Carrefour et Publicis ont décidé de donner à cette nouvelle campagne une dimension encore plus légère et divertissante en reprenant la célèbre chanson « Maniac » de Michael Sembello, un hit iconique qui apportera légèreté et joie aux courses du quotidien. Ce spot publicitaire, rythmé et énergique, reflète à merveille l'esprit festif et l'enthousiasme de Scanmania, et promet de rester dans les mémoires tout au long de l'automne.

Mais Scanmania ne s'arrête pas là. La campagne, visible partout, est déclinée en TV, radio, réseaux sociaux, points de vente, et dans les rues et gares d'Anvers, Bruxelles et Liège. Un affichage 3D innovant et un Digital Out-of-Home interactif affichant en temps réel le cours de l'or viennent compléter cette campagne exceptionnelle, rappelant aux passants l'opportunité de repartir avec l'un des 5 lingots d'or.

Carrefour invite tous les Belges à rejoindre l'aventure Scanmania et à transformer leurs courses quotidiennes en une expérience ludique, pleine de surprises et de gains incroyables. Scanmania, c'est l'occasion parfaite de faire ses achats tout en s'amusant.

- FIN DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE -

Credits

Client: CARREFOUR - Valerie De Smet, Céline Wildschutz, Charlotte Lombard, Kathlyne Rossa, Natacha Pierard, Hans Appermont, Paul Buggenhout

Client lead : Silvie Erzeel

Account Director: Angela De Greve

Account Manager: Marie Simon

Account Executive: Alexandra Mertens

Digital Project Manager: Romane Gruselle

Social Project Manager: Chiara Pia Maltese

Strategy Director: Aurelie Russanowski
Sr Brand & Campaign Strategist: Lise Tran
Brand & Campaign Strategist: Mathilde Bariseau
Connection Planner: Benoit Dumeunier

Creative Director: Jonas Marysse
Creatives/concept providers: Loup Delpierre
Copywriter NL: Wim Corremans, Nina Welch
Copywriter FR: Louise Cornet

Design & DTP Lead: Romaine Dhainaut
Creative Designer: Natacha De Nauw, Mauro Cordella, Caroline Ray
3D & Motion Designer: Gauthier Fairon

Creative Retoucher: Fred Dupont
Sr Infographist/DTPer: François Baudon
Print Producer: Marleen Hemeleers
Production Lead: Daan Feytongs

Digital Production Lead: Philippe Haine
Digital Producer: Teo Rasmerita
UI Designer: Laurent Broyart
Technical Digital Project Manager : Jean De Loynes
Digital motion designer: Thierry Vandermeulen

External production

Production or radio house: Bleu Nuit
Production house: Hamlet