



**BDDP unlimited**

## **Communiqué de presse**

Paris, 25 août 2010

### **Germaine et les martiens sont de retour**

Lustucru, la marque de pâtes rendue célèbre par sa recette aux œufs et son damier bleu, prépare un grand retour en communication pour la rentrée en vue de son centenaire en 2011.

A cette occasion, elle remet en avant la supériorité gustative de sa recette aux œufs qui fait partie du patrimoine culinaire français et présente une nouvelle gamme inscrite dans la modernité : les Pâtes aux Œufs Plein Air.

Pour marquer cet événement, Lustucru a fait appel à l'agence BDDP Unlimited. La nouvelle communication conçue par l'agence relance l'une des plus célèbres sagas publicitaires françaises : Germaine et les martiens. Une saga qui a aujourd'hui plus de vingt ans mais qui reste encore étonnamment présente dans les esprits et les cœurs.

Tout le monde se souvient encore de la célèbre grand-mère enlevée par un groupe de martiens sympathiques et un peu « fêlés » pour qu'elle leur fasse goûter des pâtes aux œufs Lustucru. Beaucoup se souviennent même de répliques devenues cultes : « il n'y a pas d'œufs fêlés chez Lustucru », « Ramener ? noon... ».

Les personnages de la saga sont de retour au XXI<sup>ème</sup> siècle, dans un monde qui a changé. Ils débarquent à l'ère d'Internet, des superproductions hollywoodiennes, de Facebook, de l'iPhone et des premiers pas de la réalité augmentée.

Le dispositif de communication de la marque sera le reflet de cette nouvelle époque : les spots télé (30'', 12'' et 5'') seront accompagnés d'un film en version longue exclusivement disponible sur Internet, d'un site dédié

« germaineetlesmartiens.com », d'un dispositif Facebook, d'expériences de réalité augmentée sur ordinateur et sur iPhone.

L'expérience de réalité augmentée démarrera dans les magasins par des stop-rays donnant vie aux martiens à travers l'iPhone. Le paquet deviendra quant à lui un sésame pour prolonger l'expérience de réalité augmentée chez soi via une webcam et une application iPhone. Une théâtralisation magasin a également été conçue pour événementialiser le dispositif. Tous les consommateurs auront grâce à leur achat l'accès à un jeu « instant gagnant » sur Internet avec de nombreux cadeaux à gagner. Ce dispositif trade marketing a été réalisé avec l'agence \XL.

Le tout premier acte de leur retour en communication se jouera à la rentrée au moment des opérations de mise en avant événementielles dans les magasins et liées à la campagne.

La première vague télé aura lieu du 27 août au 26 septembre 2010. Les spots seront diffusés principalement sur TF1 mais aussi sur les chaînes du câble et du satellite (Téva, Comédie, TMC, Gulli, MCM, MCM Top, Série Club, Cuisine TV, TVBreizh, Planète No Limit, NT1, NRJ 12, NRJ Hits, Virgin 17, MCM Pop et AB1) ; soit au total plus de 1000 spots délivrés pour environ 35 millions de contacts.

### **Qui fait quoi ?**

Stratégie & publicité on et off-line, site web : BDDP Unlimited

Production des films : La Pac

Trade/promotion/internet : \XL

Développement réalité augmentée : C4M

**Contact Presse** : Perrine Collin ([perrine.collin@bddpetfils.fr](mailto:perrine.collin@bddpetfils.fr)) - 01.53.21.28.02

### **Contact Lustucru :**

Bernard Skalli ([skalliberhard@aol.com](mailto:skalliberhard@aol.com)),

Antony Cohen-Skalli ([antony.cohen-skalli@pastacorp.com](mailto:antony.cohen-skalli@pastacorp.com)) - 01.81.89.00.20

### **Contact BDDP Unlimited :**

Marco de la Fuente ([marco.delafuente@bddpetfils.fr](mailto:marco.delafuente@bddpetfils.fr)) - 01.53.21.28.10

Laurence Pétolet-Vivares ([laurence.petolat-vivares@bddpetfils.fr](mailto:laurence.petolat-vivares@bddpetfils.fr)) -  
01.53.21.28.59