

# Emakina lanceert de campagne 'Schweppesonality'

**Brussel, 10/12/2010 – Emakina/Agency lanceert 'Schweppesonality': een ongeziene activation campagne ondersteund door een viral filmpje en tal van social media.**

Eind 2009 kreeg Emakina de opdracht om het merk Schweppes een nieuw elan te geven. In het kader van een globale re-branding campagne, koos het 'digital native agency' voor viral marketing die de activeringscampagne zou ondersteunen.

Deze lanceringscampagne zet de fans van het merk in the picture: onverwachte persoonlijkheden, sprankelend en vol zelfvertrouwen. In een woord: de *Schweppesonalities*.

Een interactieve video, gelinkt aan hun Facebook-account, nodigt hen uit om deel te worden van een unieke ervaring: beleef als een echte ster een exclusieve fotoshoot en haal de cover van een bekend magazine.

De ervaring start in de hoofdzetel van het 'Schweppesonality magazine', waar de bezoeker door de hoofdredactrice wordt rondgeleid. Via de meest innovatieve integratietechnieken belandt de bezoeker middenin het avontuur en wordt hij door de verschillende stappen in het creatieproces van het volgende magazine geleid. Op het einde van de rit, krijgt hij de nieuwste editie in handen. Vers van de pers... met op de cover zijn foto en een immense affichecampagne in de straten van New York!

Daarna kunnen de bezoekers meespelen met een grote Europese wedstrijd waarbij ze hun gepersonaliseerde covers op Facebook of Twitter kunnen zetten. De *Schweppesonalities* met de meeste 'likes' winnen een iPad of een cocktail mixing kits.

**De campagne werd gelanceerd in 12 Europese landen en is te bekijken op**  
<http://schweppeseuro.com/schweppesonality>

**Schweppes Fan Page :**  
<http://www.facebook.com/SchweppesFanPage>

**Ontdek het roadbook en de making-of van de campagne op**  
<http://blog.emakina.com/schweppesonality>

## **Meer informatie**

Laurent Jadot  
PR Manager Emakina  
Tel. : 02/400.40.21  
Gsm: 0475/98.43.87  
E-mail: [lja@emakina.com](mailto:lja@emakina.com)  
[www.emakina.com](http://www.emakina.com)

## **Over Emakina Groep NV**

Emakina is een Europese groep van interactieve bureaus die hun klanten helpen met het succesvol overstappen naar het nieuwe digitale tijdperk. Emakina is samengesteld uit de agentschappen Emakina.BE (Brussel), Emakina.EU (Brussel), Design is Dead (Antwerpen), The Reference (Gent), Emakina.NL (Rotterdam), groupeReflect (Parijs en Limoges) en Emakina/Media. De groep Emakina heeft een waaier van diensten uitgebouwd rond de volgende kernactiviteiten: strategisch merkbeheer, brand activation, realisatie van websites en het ontwikkelen van applicaties. De klantenportefeuille van de Emakina Groep bevat grote merken uit België, Frankrijk en Nederland: Audi, Belgacom, BNP Paribas Fortis, Brussels Airlines, Cora, Colruyt, Landbouwkrediet, Delhaize, Deutsche Bank, Dexia, Electrabel, ING, Keytrade, KPN, Legrand, Microsoft, Nestlé, Orange, Panasonic, Samsung, Schweppes, Seat, Toyota, Thomas Cook, Unilever en de Europese instellingen. In 2009 heeft de Emakina Group en zijn team van meer dan 300 medewerkers een zakencijfer gerealiseerd van 31,8 miljoen euro. Het bedrijf wordt geleid door Brice Le Blévennec, CVO, Denis Steisel, CEO, en John Deprez, CTO. Emakina Group staat sinds 7 juli 2006 genoteerd op Alternext van Euronext Brussel (ISIN: BE0003843605).