

## Distree XXL 2009: un mannequin pour convaincre

Un petit clin d'œil à l'édition des « 60 secondes pour convaincre » de Distree XXL. Le gagnant est un français : le fabricant de produits GPS, alarme radars et produits Bluetooth Danew, qui l'a emporté avec 26% des voix devant Discgear, 24%. Il faut dire que Danew avait un sacré atout dans sa manche.



Connaissez-vous les « 60 secondes pour convaincre » ? Ce format d'animation plébiscité par les participants désigne chaque année deux sociétés, l'une pour l'innovation technologique, l'autre pour le design. Deux sociétés victorieuses choisies par les distributeurs participants qui se déclarent impressionnés. par l'innovation ou pour le design d'un produit. Enfin, en théorie ! Dans le domaine du design, c'est le fabricant français d'électronique grand public Danew qui a remporté le trophée de l'édition 2009 des « 60 secondes pour convaincre ». Ce, au nez et à la barbe d'un autre produit très séduisant du texan Discgear. Il faut dire que la société avait mis le paquet. Ses produits étaient en effet présentés sur scène par une splendide jeune femme, prénommée Célia (photo). De quoi largement attirer les votes des centaines de distributeurs présents, dont une très large proportion d'hommes... N'écoutant que notre sens de l'investigation, nous avons creusé les liens entre Célia et Danew. Il s'avère que la sublime Célia, est une mannequin professionnelle, comme elle l'indique elle-même sur sa page Facebook, ainsi que sur son site personnel. Outre la lingerie, des publicités et des séances de shooting, et des défilés de mode, elle avait déjà participé à des publicités pour la société française, ainsi qu'au salon de l'auto. L'idée de choisir une splendide jeune femme pour présenter le produit Danew est une excellente idée, d'ailleurs reprise de la prestation du polonais Wilk, également vainqueur l'an dernier. On aurait préféré qu'elle soit salariée de Danew, et non simplement missionnée par le fabricant pour attirer l'attention des visiteurs du salon. En tout état de cause, la mission est réussie, comme en atteste aussi le statut de la jeune femme sur sa page Facebook (« Trophée in the pocket. mon poulet » ), à l'heure où nous écrivons ces lignes. Cependant, on pourrait juste lui conseiller d'être la prochaine fois aussi discrète qu'elle est jolie. Et pour les prochaines éditions, on préférerait que les participants de « 60 secondes pour convaincre » fassent davantage confiance à la seule qualité de leurs produits pour gagner !