

DOSSIER
DE PRESSE

Téléthon HYPER

Les
2 & 3 décembre 2011

À l'occasion du Téléthon,
17 grandes marques se
mobilisent pour conjuguer
commerce et générosité !



Le « Téléthon en Hypers » est une création et une organisation exclusives de CIRCULAR France, N° 1 de l'animation commerciale et de la vente-conseil en France.

Circular France, membre de l'EFMP, 1^{er} réseau européen des professionnels du marketing terrain, est une entité du groupe Shopper Marketing & Cies.



CONTACT PRESSE

Marie-Claude Jonquoy-Michalon
Mobile : 06 60 47 76 38
Tél./Fax : 01 42 58 69 22
E-mail : mcjonquoy@mekong.fr

CIRCULAR FRANCE

18 rue Troyon - 92316 Sèvres cedex
Tél. : 01 46 23 66 63
Fax : 01 46 23 66 59
www.circular-france.fr
E-mail : telethon@circular.fr





Leader de l'animation commerciale et de la vente-conseil, Circular France a réuni 7 groupes industriels avec 17 de leurs marques pour participer à la 23^{ème} édition du « Téléthon en Hypers » les 2 & 3 décembre 2011. 2 nouveaux partenaires intègrent l'opération cette année : Cémoi Chocolatier français et Unilever. Cette opération événementielle unique est entièrement conçue, réalisée et orchestrée par Circular France depuis 1989 pour soutenir l'action de l'AFM (Association Française contre les Myopathies).

Basée sur un principe simple : « Faire ses courses pour le Téléthon »

- Autour du partenariat conjoint de marques, d'hypermarchés, de cybermarchés et d'écoles spécialisées en formation commerciale, le "Téléthon en Hypers" permet chaque année, grâce aux achats des consommateurs, de collecter des dons pour la recherche génétique et d'accompagner l'action de l'AFM.
 - Chaque marque s'engage à reverser au Téléthon entre 12 à 18 % du prix de vente des produits achetés par les consommateurs :
 - Dans les **300 hypermarchés partenaires** qui accueilleront pendant 2 jours les équipes d'animation et relaieront l'événement.
- OU**
- En ligne, via les **4 sites Cybers partenaires**, www.chronodrive.com, www.telemarket.fr, www.ooshop.com et www.auchandrive.fr sur lesquels les internautes pourront faire leurs courses pendant 2 à 4 semaines.
 - Dans les hypermarchés partenaires, des équipes d'animation et de vente constituées de plus de **4 000 animateurs** (stagiaires et professionnels de l'animation commerciale), spécialement sélectionnés et formés par Circular France, accueilleront et informeront les consommateurs.
 - Ainsi dans chaque magasin, une équipe de 9 à 11 stagiaires, encadrée par un Chef d'Equipe Circular France, invitera les consommateurs à choisir les grandes marques partenaires pour des achats solidaires.

Les 17 marques partenaires à mettre dans son panier les 2 & 3 décembre 2011

Orangina-Schweppes : **Orangina, Oasis**

Mars PF : **Uncle Ben's®, Ebly®**

Groupe Aoste : **Justin Bridou, Jean Caby, Aoste Sélection**

Cémoi Chocolatier Français : **gamme de chocolats Cémoi**

Danone Frais : **Actimel, Activia, Danette**

Johnson & Johnson Santé Beauté France : **Le Petit Marseillais, Laboratoires Vendome**

Unilever : **Skip, Omo, Persil, Cajoline**





« En 2011, à l'occasion des 25 ans du Téléthon, Circular France poursuit son engagement aux côtés de l'AFM en mettant son savoir-faire, son expertise opérationnelle et ses équipes au service de cette cause à travers le « Téléthon en Hypermarchés ». Avec plus de 12 millions d'euros reversés à l'AFM par les marques partenaires depuis 1989, nous sommes fiers de voir figurer cette opération parmi le top 3 des partenariats les plus importants du Téléthon ».

Eric Popot, directeur marketing, Circular France

Le Téléthon en Hypers et Cybers, une opération « clés-en-main » !

Missions Circular France :

- **Rechercher et mobiliser** les partenaires « marques » pour participer à l'opération.
- **Négocier directement** avec les enseignes et les magasins leur participation et les « mises en avant ».
- **Concevoir et réaliser** tous les supports BtoB / BtoC et gérer toute la logistique.
- **Recruter** les écoles partenaires, former et déployer les équipes d'animation simultanément dans plus de 300 hypermarchés.
- **Gérer** le plan de communication et les retombées de l'opération.
- **Produire** et présenter les résultats de l'opération en partenariat avec l'institut d'études, Symphony IRI.

Les avantages pour :l'AFM

- **Plus de 12 Millions d'euros** reversés à l'AFM par les marques partenaires depuis 1989.

.....les « consommateurs-shoppers »

- **Faire un acte citoyen et se faire plaisir** en achetant des produits de grandes marques qui reversent en contrepartie un pourcentage de leur prix de vente au Téléthon.

- **41,5%⁽¹⁾ des achats « Téléthon en Hypermarchés »** sont des achats non prévus.

- **98,4 %⁽¹⁾ des consommateurs** sont sensibles au fait que leur magasin s'associe au Téléthon.

.....les marques et les magasins

- **S'associer** à une opération citoyenne de grande ampleur, plébiscitée par les consommateurs.
- **Mobiliser** ses équipes autour d'un thème fédérateur, généreux et apprécié des clients.
- **Bénéficier** d'une opération clés en main qui dynamise les ventes des marques et leur offre une forte visibilité.

- **Les marques voient leurs ventes multipliées de 1,3 à 3⁽²⁾.**

- **80%⁽¹⁾ des magasins** considèrent que le Téléthon justifie une implication particulière de leurs équipes.

(1) Étude impact Téléthon 2010 magasins et consommateurs Circular France

(2) Étude impact Téléthon 2010 Symphony IRI

Les chiffres-clés du Téléthon en Hypers 2011



- **+ de 300 hypermarchés* partenaires** : Auchan, Carrefour, Géant, E.Leclerc, Cora, Hyper U
- **4 sites de cybers fidèles** : www.chronodrive.com, www.telemarket.fr, www.ooshop.com et www.auchandrive.fr.
- **Près de 200 écoles en formations commerciales partenaires** : 80% des écoles participent depuis 7 ans à l'opération
- **7 000 personnes mobilisées** :
 - **4 000 animateurs et stagiaires, personnel d'encadrement, formateurs**
 - **2 500 chefs de rayon et chefs de secteur impliqués dans les hypermarchés partenaires**
 - **+ de 300 volontaires des sociétés partenaires sur le terrain**
 - **Les équipes de Circular France** : 80 permanents mobilisés au siège et en régions.
- **2.400 heures de formation**
- **1,5 millions actes d'achat enregistrés**
- **6 millions de consommateurs sensibilisés.**

Les marques Partenaires :

Orangina-Schweppes



➤ 20^{ème} participation

Mars PF



➤ 14^{ème} participation

Groupe Aoste



➤ 8^{ème} participation

Danone Frais



➤ 6^{ème} participation

Johnson & Jonhson
Santé Beauté France



➤ 4^{ème} participation

Unilever



➤ 1^{ère} participation

Cémoi Chocolatier Français



➤ 1^{ère} participation

*disponible sur le site afm-telethon.fr
et www.circular-france.fr à partir du 15 novembre 2011



Pourquoi ils participent.... quelques témoignages :



...de marques partenaires



« Le groupe AOSTE participe parce que cela va de pair avec les valeurs de notre entreprise : l'engagement, l'excellence, l'enthousiasme, l'ouverture et la cohésion. Pour le groupe AOSTE, le Téléthon est un vrai projet d'entreprise. Tous les salariés se sentent concernés grâce à la collecte en interne que nous mettons en place (en 2010, 7 sites de production et le siège se sont mobilisés afin de réunir 16 599 €), aux volontaires qui viennent animer nos marques en magasin les vendredi et samedi du Téléthon (+ de 50 volontaires), et à la force de vente qui théâtralise cet événement dans + de 300 magasins partenaires ».

Timothée Nuttin, Trade Marketer, Réseau GMS, Groupe Aoste.



« Cette année, CEMOI Chocolatier Français devient partenaire du Téléthon et s'engage aux côtés de l'AFM pour collecter des dons au bénéfice des enfants souffrants de myopathie. Entreprise familiale, CEMOI propose une gamme de chocolats qui ravit les amoureux de plaisirs simples et gourmands. Le coeur en chocolat "J'aime le chocolat" sera d'ailleurs le symbole de notre engagement commun "Un grand coeur pour une grande cause". Être partenaire du Téléthon, c'est partager des valeurs, des moments, des projets et l'espoir de trouver une réponse pour une vie meilleure à tous ces enfants et à leurs familles ».

Eric Dubus, Direction Nationale des Ventes,
Cémoi Chocolatier Français.

....de chefs d'équipe

« Je suis fier de participer à cette opération et de partager mon expérience avec les étudiants afin que la recherche avance ». Patrice Guilmet, Chef d'équipe depuis 1991 au Leclerc Saumur (49).

« Je suis ravie de participer au Téléthon chaque année avec Circular. Nous travaillons tous ensemble pour une bonne cause et c'est l'occasion pour nous, chefs d'équipe, de partager notre expérience en magasin avec nos étudiants. C'est une expérience enrichissante et pleine d'émotion ! »

Emilie Azevedo, avec les équipes du lycée Jules Uhry de Creil (60).

....d'étudiants

« Fier d'avoir participé à cette opération pour le Téléthon 2010 ; cette expérience est preuve de solidarité et d'entraide ». Thibault Himbert, étudiant, lycée Sadi Carnot Saumur (49).

En 22 ans, plus de 50 marques, plus de 20 groupes partenaires ont participé à l'opération, la palme d'or de la fidélité revenant à Orangina-Schweppes avec 20 années de partenariat !

Les hypermarchés, soutiens fidèles de l'opération depuis ses débuts, ont accueilli près de 7 000 fois le Téléthon et plus de 100 000 étudiants en formation commerciale.

Le "Téléthon en Hypermarchés" demeure la plus grande opération promotionnelle caritative en hypermarchés d'Europe (puissance, personnes mobilisées, produits fédérés, longévité).



Tous mobilisés pour un 25^{ème} Téléthon d'exception, les 2 et 3 décembre prochains !



25 ans après le premier Téléthon, bien des victoires ont été remportées...

- Les 1^{ers} traitements voient le jour
- La génétique a permis des avancées majeures pour les malades
- Les maladies rares sont sorties de l'oubli
- La société a changé son regard et ses lois sur les personnes en situation de handicap

Ensemble, c'est désormais prouvé, nous sommes plus forts face à la maladie !

Thérapie génique, pharmaco-génétique, cellules souches ... toutes les thérapies innovantes qui ont été impulsées ou soutenues par l'AFM grâce aux dons du Téléthon ont déjà révolutionné la médecine de demain. Des malades souffrant de déficits immunitaires, de maladies rares du sang ou du cerveau condamnés à un verdict sans appel, profitent aujourd'hui des premiers résultats de la recherche. Ces victoires bénéficient aussi aux maladies plus fréquentes. Avec 36 essais cliniques pour 31 maladies différentes, la décennie qui s'ouvre doit nous permettre d'avancer toujours plus vite vers la guérison !

Le Téléthon, un mouvement populaire sans précédent

Depuis 25 ans, le Téléthon fédère les habitants des villes et villages, réunis chacun autour d'un projet commun : faire avancer la recherche et combattre la maladie. Ainsi, ce ne sont pas moins de 200 000 bénévoles qui œuvrent toute l'année, 5 millions de personnes dans les rues le jour J, 53 000 associations et 10 000 communes engagées. Cette année le Téléthon se veut encore plus fort, encore plus grand en lançant le défi de 25 000 animations organisées les 2 et 3 décembre prochains à travers toute la France !

« Le 25^{ème} Téléthon est un tremplin pour l'avenir : il ouvre une décennie de résultats pour les malades.

Avec vous, partenaire fidèle depuis 22 ans exceptionnels nous sommes en marche pour relever des défis qui sont aujourd'hui à notre portée.

Et gagner l'ultime bataille : celle de la guérison. »

Laurence Tiennot-Herment, Présidente de l'Association Française contre les Myopathies.



Pour 100€ employés par l'AFM en 2010 grâce au Téléthon



les cours, s'pour l