

TOP/COM/09/ CONSUMER



Octobre 2009

Contact : Jean-Pierre Lefebvre 01 55 90 52 60
jp.lefebvre@akdv.fr

AKDV remporte un Top Com* pour Netto, un concept point de vente qui réinvente les codes du discount autour de trois dimensions principales : efficacité, discours prix argumenté et plaisir d'achat.

Le jury a particulièrement aimé :

- > Le style de communication moderne et graphique qui met en évidence la promesse de Netto : « plus j'achète, moins c'est cher ». AKDV a conçu un véritable « code de la route » à base de chiffres et de symboles qui explique l'offre discount Netto et les mécanismes de réductions quantitatives.
- > La création d'une zone consacrée au frais qui permet la mise en valeur des produits ainsi que leur massification.

AKDV est une agence de design spécialisée en architecture commerciale et identité visuelle, elle compte parmi ses clients : Afnor, Au Nom de la Rose, Banque de Luxembourg, Banque Populaire, Botanic, Caisse d'Epargne, Club Med, Cofinoga, Comtesse du Barry, Decitre, Heytens, Groupe Intermarché, Kea & Partners, KFC, Nestlé, Philaposte (Groupe La Poste), Public (Grèce), RMA Watanya (Maroc), Sévéal, Système U, Technal, Groupe UFG, Unibail-Rodamco, Vibel, Visalis.

AKDV.B, filiale de maîtrise d'oeuvre (B comme buiding) réalise et déploie les concepts.

* Compétition organisée par le magazine L'Expression en partenariat avec TNS Sofres, Négocia, Les Echos, HEC, Association des Directeurs Marketing, CCI de Paris, Groupe Interval et Neyrac Interactive.