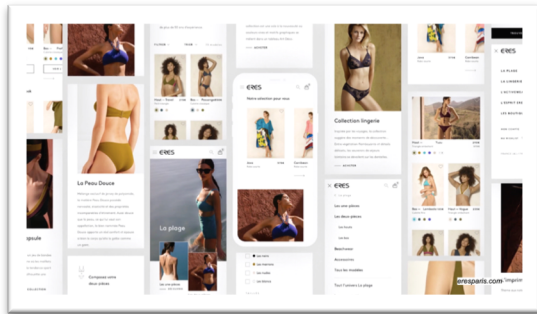


05/11.2020
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Makheia multi-primé aux Grands Prix Top Com 2020 Avec Eres, Biocoop, Ubisoft, Kippit et M2i

Malgré une édition 2020 bousculée par le confinement, les jurys des Grands Prix **Top/Com Consumer** ont dévoilé hier le palmarès de cette nouvelle édition. **Makheia remporte 8 prix dont une nomination au Prix Spécial du Développement Durable.**



Un premier Top Com d'Or pour le site e-commerce d'Eres et un Top Com d'Argent pour son web design

Eres, marque iconique de vêtements de plage, lingerie et activewear a souhaité revisiter son site e-commerce en mettant l'efficacité au cœur de la refonte. L'idée était de concevoir une expérience digitale unique qui reflète l'image et les valeurs de la maison, en offrant une expérience utilisateur à l'image de celle proposée en boutique, axée sur l'accompagnement et le conseil. Les parcours de transformation ont été optimisés dans l'optique de convertir et fidéliser les visiteurs avec une approche mobile first et accessible. Le catalogue a été réorganisé, la navigation simplifiée et les parcours clarifiés.



Côté design [eresparis](https://eresparis.com) joue la carte du minimalisme spectaculaire : graphique et intemporel, exigeant et audacieux.

Deux Top Com d'Argent pour la stratégie de marque et le design global de la nouvelle marque d'électroménager Kippit

Kippit est une nouvelle marque d'électroménager durable, réparable et locale. Kippit nous a confié la recherche de nom, l'identité (logo, territoire graphique), la plateforme de marque et la première campagne produit pour le lancement de sa bouilloire.

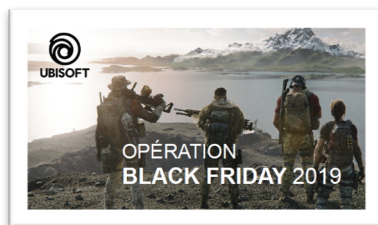
Lancée officiellement lors du salon du Made In France, Kippit y a remporté le prix de l'Innovation décerné par le salon. Après le succès de la campagne de financement sur Ulule (2 456 %), la commercialisation du premier produit, la bouilloire Jaren, multifonction, durable, réparable et Made in France est en cours. Study case à découvrir ici :

<https://youtu.be/93-VT9wTUmy>

Un Top Com d'Argent pour le consumer magazine de Biocoop

Cultures Bio est le consumer magazine des magasins Biocoop. Ce bimestriel de 60 pages, tiré à plus de 450 000 exemplaires est distribué gratuitement dans tous les points de vente du réseau. Pour cette nouvelle formule, une part prépondérante est donnée aux reportages et illustrations photo, tout en gardant une ligne éditoriale exigeante qui a fait le succès de la publication auprès de ses lecteurs. *Culturesbio* met l'accent sur les enjeux sociétaux de la bio en

lien avec la nouvelle baseline de la marque « La bio nous rassemble ».



Un Top Com d'Argent pour la campagne d'activation Black Friday réalisée pour Ubisoft

Le Black Friday est l'un des rendez-vous mondiaux en termes de vente. Ubisoft souhaitait évenementialiser son site durant cette période et proposer une expérience immersive. Le concept a été de "Hacker" son store pendant 15 jours et passer

tout le catalogue en promotion pour proposer chaque jour une nouvelle expérience.



Un Top Com de Bronze pour le site M2i

M2i est le leader de la formation IT, Digital et Management, pilier essentiel de la reconversion professionnelle. Le challenge fut de bousculer le secteur au travers d'une plateforme servicielle [m2iinformation](https://m2iinformation.com) orientée « résultats » et offrir des cursus de formation qui garantissent un emploi à la sortie. 1 formation = 1 job.

Enfin, le jury a décerné à Kippit la deuxième place du Prix Spécial du Développement Durable parrainé par l'école de communication ISCOM.