

## «Eppelpress» au firmament

Premier «Grand Prix paperJam – Communication, Marketing, Design 2010»

Le «Tout Luxembourg» du monde de la communication et du design a applaudi à la victoire d'Eppelpress pour sa Corporate Identity, réalisée par l'agence Vidale Glesener, lors de la première édition du «Grand Prix paperJam – Communication, Marketing, Design 2010». Près de 500 personnes, parmi lesquelles Jeannot Krecké, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, et Paul Helming, bourgmestre de la ville de Luxembourg, avaient pris place avant-hier soir dans la grande salle de la faïencerie de Villeroy & Boch, pour assister aux récompenses et à la promotion des meilleures pratiques des métiers de la communication, du marketing et du design au Luxembourg.

Ces prix récompensent un projet dans son entièreté, c'est-à-dire la mise en application réussie d'une stratégie globale transformant le besoin du client par une solution du fournisseur, apportant une réelle valeur ajoutée pour le client. Dans son discours inaugural le ministre Jeannot Krecké a soutenu cette démarche rémunératrice pour l'économie nationale et rappelant «l'importance de l'image de marque d'une entreprise dans sa différenciation par rapport à ses concurrents».

Le jury composé de huit hommes et de deux dames a décidé de récompenser le projet d'Eppelpress pour le développement complet d'une image corporate pour des jus de fruits naturels luxembourgeois, avec un budget très limité. Un packaging cartonné a



Eppelpress et Vidale Glesener remportent le «Grand Prix paperJam – Communication, Marketing, Design».

(PHOTO: GÉRARD KARAS)

été privilégié pour son côté économique et écologique.

Eppelpress a d'emblée pris sa place dans le marché, dépassant les prévisions de vente de 300 % pour la première année, aussi bien au Luxembourg qu'en Grande Région, avec des contrats en cours de concrétisation auprès des grands distributeurs.

Le deuxième prix a été attribué à Handicap International pour sa campagne «Stop», réalisée par l'agence Advantage. Cette campagne de sensibilisation s'articule autour de pictogrammes personnalisés évitant de tomber dans le voyeurisme et le morbide. La forte hausse (+ 56 %) du taux de réponse aux brochures toutes-boîtes et la participa-

tion massive aux différentes pétitions ont témoigné du fort impact de la campagne. Le podium de ce premier Grand Prix paperJam est complété par PricewaterhouseCoopers avec sa campagne «The very Best of», réalisée en interne par le service MarkCom, qui a d'abord demandé aux collaborateurs d'indiquer leur chanson préférée et le souvenir qui lui est lié. Un CD de compilation a ensuite été offert à tous les employés de la firme permettant de véhiculer une image dynamique.

107 dossiers avaient été déposés, 50 avaient été retenus dans une première sélection, dix ont été nommés et les trois premiers ont été célébrés lors de cette soirée de prestige.

(GK)

## Un concept novateur

La maison de parfum «In Fine» à Dudelange

Chaque parfum est le reflet de la personnalité intime de celui ou celle qui le porte. Le choix de la fragrance, lié au sens olfactif, laisse une très grande part à l'inconscient. La nouvelle maison de parfum «In Fine», propose une expérience originale qui, grâce à un voyage olfactif à travers 55 fragrances différentes, fait découvrir le parfum le plus adapté à la personnalité de chacun.

Ainsi les senteurs boisées seront les révélateurs des cérébraux, les senteurs ambrées refléteront les viscéraux, les arômes verts révéleront l'intériorisation, à l'inverse des senteurs fruitées qui affirmeront la détermination et l'extériorisation, tandis que les senteurs de poudre affirmeront l'image de la féminité alors que les senteurs fleuris révéleront la protection et la distance.

Après avoir testé les différentes fragrances, la sélection se porte sur trois ou quatre flacons, qui vont définir le choix ultime selon son propre prisme.

«Le choix des fragrances révèle pratiquement de façon infaillible la personnalité de chaque femme et de chaque homme qui tente ce parcours dans le monde du parfum», note Nathalie Husson, propriétaire de la maison de parfum «In Fine». «Ce concept unique créé par le maître parfumeur Jean Patou permet de découvrir la fragrance, de la plus classique à la plus extravagante, la plus en phase avec son être profond», précise Nathalie Husson. «Jean Patou, créateur de génie, a élaboré un savant mélange entre les fragrances et le caractère humain», ajoute-t-elle. Ce parcours initiatique peut se pratiquer jusqu'à dix personnes. Il est possible de faire une visite groupée sur rendez-vous à partir de trois personnes.

(GK)

Maison de parfum In Fine

56, rue du Commerce

L-3450 Dudelange

Tél.: 26 53 03 31

Horaires d'ouverture: du mardi

au vendredi de 9 à 18 heures,

le samedi de 9 à 13 heures.



Nathalie Husson, propriétaire d'«In Fine», propose un parcours initiatique dans le monde de l'odorat.

(PHOTO: GÉRARD KARAS)

## Un don généreux

Guardian remet 5.000 euros à «L'Allée du Rêve»

Alors que l'on pourrait penser à juste titre que la crise que nous traversons a un impact sur la générosité des gens, il n'en est rien.

C'est un geste de bonté qui a guidé le personnel de Guardian, qui vient de remettre un chèque de 5.000 euros à l'association «L'Allée du Rêve» qui lutte pour améliorer le quotidien d'enfants malades et hospitalisés.

L'initiative de cette action est venue du personnel qui a décidé de mettre en commun un certain nombre de chèques cadeau offerts annuelle-

ment par leur employeur. En présence de plusieurs membres de l'association «Allée du Rêve» Zohra Escriba, Claude Gandolfi, Youcef Bettahar, François Escriba, José Escriba et Raymond Mellinger, le directeur du site de Grevenmacher Albert Franck, séduit par l'action entreprise par ses employés, a quant à lui décidé de doubler la somme recueillie par ceux-ci. Ce «petit» don recevra sans aucun doute un accueil heureux de la part de ces enfants au quotidien trop souvent tristounet.

(sl)



Geste de bonté: 5.000 euro en faveur de l'association pour enfants malades et hospitalisés «L'Allée du Rêve».

(PHOTO: LUSSCHILTZ)

**SI** Sun Horizon Luxembourg

### Lumière Light Thérapie

une exclusivité au Luxembourg

Lumière Light Thérapie est la dernière évolution en matière de traitement anti-âge. Le système a été développé par le leader mondial des équipements médicaux, utilisant la technologie LED et bénéficiant de plusieurs brevets mondiaux. Pas de douleur, de gêne, de chirurgie ou d'injection.

**Centre de bronzage avec ou sans UV** (cabine auto-bronzante) pour bronzer en toute sécurité et pour votre bien-être, cabine aux normes CE

Centre Brasseur • 36-38, Grand-Rue • L-1660 Luxembourg  
Tél. 27 47 86 00 • www.sunhorizon.lu

**Restaurant Les Plats Canailles**

**Soirées Vignerons**  
03, 04 et 05 Mars  
Menu à 62€ tout inclus

A l'apéritif: Composition autour d'un mesclun de salades et avocat aux crevettes grises, pousses de soja, lait de poule et tuile au curcuma  
Minervois rosé 2009 Biscan Pujol

Mousse de marassin aux baies de genièvre, coulis de cassis et baies éclatées, toast de pain de campagne, dés de betterave et sommité de chou fleur  
VDP d'Oc Pleiade Biscan Pujol 2006

Filet de canette de Challans en croûte d'épices, réduction de vin de Syrah et jus de mûre infusé à la réglisse, pommes grenailles façon 'garrigue'  
Minervois Saint Fructueux 2007

**Surprise du Vigneron**

Fromage du Languedoc suivant affinage, réduction de vinaigre balsamique et toast de tomates confites aux olives  
Minervois Edouard 2006

Tarte aux poires "Doyenné de Comice", glace vanille au miel  
Cuvée des Brumes

Présenté par Jean-Claude Pujol, Propriétaire à Saint-Frichoux (Minervois)

Hôtel "Ardillères" La famille Thiry  
6-7 rue du pont d'Oye - B-6720 Habay  
+32(63)42.42.70 / (63)42.22.43  
www.lesforges.be info@lesforges.be

Nous recouvrons et réparons vos fauteuils et canapés modernes ou de style.

**GUY REINARD RULLEM**

Décoration d'intérieurs  
6, rue de la Reine  
Luxembourg  
Tél. 22 49 42 – Fax 47 26 55

Dans la continuité de notre 25<sup>e</sup> anniversaire nous vous proposons notre nouveau menu **«ALL INCLUSIVE» à 115 euros**

Trilogie d'amuse-bouche  
\*Champagne Collard-Picard «Cuvée Prestige»

Une déclinaison autour du saumon d'Ecosse  
Label Rouge espouma de vodka et caviar  
\*Pinot blanc 2005 Dom. et Tradition «Clos des Rochers»

Le risotto crémeux de homard Breton aux champignons sauvages et sot l'y laisse de volaille fermière, ail doux et persil, une émulsion de riz et réduction de carapaces  
\*Pouilly Fuissé 2004 «Le Clos» Château Fuissé

Le filet de veau cuit à basse température sur une purée de céleri et céleri confit, un jus de veau à la truffe Mélanosporum  
\*L'esprit de Font Caude 2005 Alain Chabanon

Un très léger sablé et sa pomme reconstituée, un caramel au calvados  
\*Côteaux du Layon «Chaume» Domaine Cady 2007

Café et mignardises

**Clairefontaine restaurant**

Restaurant Clairefontaine  
9 pl. de Clairefontaine L-1341 Luxembourg  
Tél. +352 46 22 11 - Fax +352 47 08 21  
www.restaurantclairefontaine.lu - clairefo@pt.lu

**efj Info Crèches**  
LUXEMBOURG-VILLE  
Téléphone 4608 08330  
Entente des Foyers de Jour a.s.b.l.