

evian speelt voor droomfabriek!

Met de start van het nieuwe jaar engageert evian zich om de meest "Live Young" kinderdromen naar de werkelijkheid te helpen vertalen. Daartoe bedacht het merk opnieuw een originele wedstrijd, 'Maak uw kinderdroom waar', waarbij het zich richt op jong en oud, maar vooral op diegenen die jong van geest zijn. De jury zal hierbij letten op het anti-conformistische, optimistische en vrolijke karakter van de inzendingen, en dus de conformiteit met evians Live Young-imago.

Brussel, 8 januari 2013 – De ene droomt er al sinds jongs af aan van om te trouwen in een sprookjeskasteel, de andere om reuzenschildpadden te gaan verzorgen in Brazilië en nog een andere om te paard de steppen van Patagonië te doorkruisen. In de realiteit blijkt dat niet altijd even gemakkelijk maar nu besluit evian een handje toe te steken en de meest "Live Young" kinderdromen te helpen verwezenlijken in haar wedstrijd 'Maak uw kinderdroom waar'.

Geïnteresseerde dromers kunnen zich inschrijven via de sociale netwerksite Facebook en hun wildste en fantasierijke dromen delen met de buitenwereld. De actie loopt van 3 januari tot 28 februari 2013, waarna uit alle inzendingen vier gelukkigen gekozen worden. Voor de realisatie van de dromen voorziet evian telkens in een budget van 3.000€ per winnaar. Het is bovendien in het belang van de deelnemers om zoveel mogelijk Facebook-vrienden uit te nodigen om eveneens deel te nemen aan de actie. Van de vier winnaars krijgt degene met het meeste aantal deelnemende Facebook-vrienden, immers niet minder dan 6.000€ in totaal ter beschikking om zijn/haar droom waar te maken.

Deze nieuwste promotieactie van evian kadert in haar populaire *Live Young*-campagne – denk hierbij aan de bekende 'Baby Rollers'-commercials. Naar goede gewoonte zit het merk niet om een stunt verlegen en beklemtoont het opnieuw haar imago van een hip, origineel en dynamisch bedrijf.

"Naar aanleiding van het nieuwe jaar 2013 willen we de fans van evian stimuleren om het kind dat in hen schuilt wakker te maken en opnieuw te gaan dromen. Kortom, met een jonge geest wordt alles mogelijk. Dit is tevens weerspiegeld in de lijfspreuk van evian: Live Young!", aldus Sandrine Swolfs, Marketing Director van Evian.

Het concept werd bedacht door het agentschap Good Morning en de online applicatie gerealiseerd door het bedrijf Most Wanted.

Voor meer informatie over de wedstrijd, surf naar de facebookpagina van evian Belgium of naar www.evian.be.

Over NV Danone Waters Benelux SA

De Groep DANONE is wereldwijd een belangrijke speler in de watermarkt, met als belangrijkste mineraalwater evian. De Danone Groep verkoopt flessen in 125 landen.

NV Danone Waters Benelux SA (DWB) stelt een 30-tal mensen tewerk in de Benelux. Zij is een dynamische onderneming die als een KMO functioneert binnen de wereldwijde Groep DANONE.

DWB commercialiseert de mineraalwaters [evian](#), [Volvic](#) en [Badoit](#) en de aquadrinks van [Vitalinea](#).
www.danone.com.

Voor meer informatie, contacteer:

Vincent Morrens
Head of Media Relations
Vademecom
Telefoon: +32 2 269 50 21
vm@vademecom.be