



Lancôme crée l'évènement sur le web pour Hypnôse Precious Cells

A l'occasion du lancement de son mascara régénérant volume cil-à-cil, Hypnôse Precious Cells, Lancôme crée une campagne teasing unique sur le web et un site dédié « The Most Precious Eyes on the Web » :

www.mostpreciouseyes.com.

Les internautes ont dès aujourd'hui la possibilité d'y mettre en ligne une photo de leur regard (avec en plus un lien vers leur page Facebook), d'en raconter l'histoire et de voter pour le plus précieux regard parmi tous ceux postés.

En parallèle, les internautes sont invités à découvrir en exclusivité le « making of » du film Hypnôse Precious Cells sur le site France de Lancôme et en première mondiale le 8 mars, ils pourront visionner le film lui-même à la même adresse : www.lancome.fr.