Réponse

1. Quel est le produit proposé par Philips aux consommateurs ? (Présentez ses différentes caractéristiques.)

Le produit proposé est le **rasoir électrique Philishave Cool Skin**.

Ses principales caractéristiques sont :

- Rasage précis grâce au système **Super Lift & Cut**.
- Revitalise et hydrate la peau pendant le rasage.
- Compatible avec le **gel ou l'émulsion NIVEA FOR MEN** grâce à un distributeur intégré.
- Trois têtes de coupe flexibles qui s'adaptent aux contours du visage.
- Utilisable **à sec ou sous la douche** (100 % étanche).
- Nettoyage facile grâce au système **EasyClean**.
- Boucle de suspension pour la douche.
- Affichage **Living Light** indiquant :
    - le niveau de batterie,
    - le remplissage du gel,
    - le nettoyage,
    - le remplacement des têtes de coupe.
- Disponible en plusieurs couleurs (bleu glacier transparent, bleu marine et bleu vif).

2. À quel prix est-il mis en vente ?

Le **Philishave Cool Skin** est commercialisé au prix de :

74,99 € TTC.

3. Où le consommateur peut-il acheter ce produit ?

Le produit est disponible dans :

- les **commerces spécialisés** ;
- les **grandes surfaces** ;
- les **maisons de vente par correspondance**.

4. Par quels moyens Philips a-t-il décidé de faire la publicité de son produit ?

Philips utilise plusieurs moyens de communication :

- une **vidéo virale** diffusée sur Internet ;
- un **mini-site Internet** (Quintippio) présentant un prototype humoristique de rasoir à 15 lames ;
- une **campagne publicitaire humoristique** qui tourne en dérision les rasoirs mécaniques à plusieurs lames ;
- une **publicité comparative indirecte**, mettant en avant les avantages du rasoir électrique Philips par rapport aux rasoirs mécaniques de marques concurrentes (Gillette, Wilkinson, etc.).