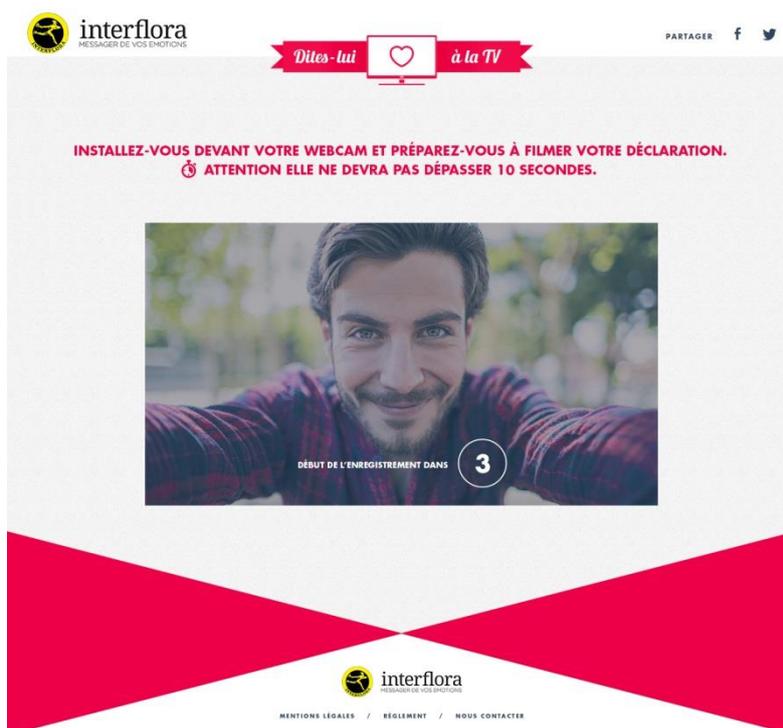




Pour la Saint-Valentin, Interflora invite les internautes dans sa nouvelle publicité !

« Dites-lui à la TV », une campagne TV participative et pleine d'émotion

À l'occasion de la Saint-Valentin, Interflora lance une nouvelle campagne TV qui sera diffusée du 9 au 13 février. Le leader de la livraison de fleurs choisit un dispositif résolument novateur ; au-delà d'une publicité classique pour la Saint-Valentin, Interflora a décidé de donner la parole au grand public, en offrant la possibilité de déclarer sa flamme à l'élu(e) de son cœur directement à la télévision. Le site « diteslualatv.fr » recueille les déclarations, créant une campagne TV participative et évolutive. Ce concept imaginé par l'Agence Havas Paris, qui accompagne la marque dans sa communication commerciale, vient incarner la nouvelle signature de marque « Interflora, messager de vos émotions ».

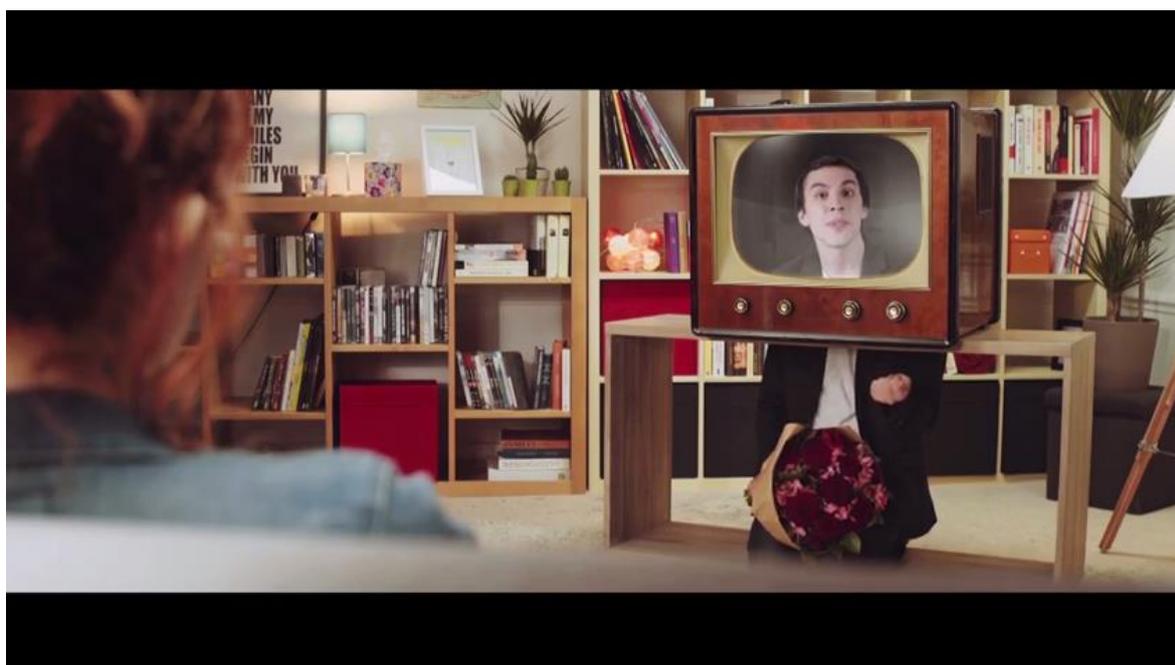


Comment ? Les participants à cette campagne TV collaborative, inédite et créatrice de vrais moments d'émotion seront choisis dans le cadre d'une vaste **campagne de recrutement** digitale qui **démarre ce jeudi 14 janvier et s'achève le 29 janvier**. Ils deviendront ainsi les « acteurs » de leur Saint-Valentin !

« Tout en utilisant le vecteur de la télévision, cette campagne relève des nouvelles écritures publicitaires », explique Christophe Coffre, Président en charge de la création de l'agence Havas Paris. « Interflora se positionne comme une marque généreuse, qui place le consommateur au cœur de son propos ».

Le dispositif de la campagne de recrutement repose sur plusieurs mécaniques :

- Un **mini-site dédié** permet aux participants d'enregistrer et soumettre à Interflora leur vidéo déclaration.
- Pour inciter le plus grand nombre à participer, la marque a confié le soin à **Golden Moustache** de réaliser une vidéo de brand content au ton décalé, pour aider les amoureux en manque d'inspiration, qui met en scène une déclaration « franchement ratée », mais drôle et moderne ! De quoi créer de l'émulation...
- Diffusion sur les réseaux sociaux Interflora et Golden Moustache, la newsletter et le site web d'Interflora.



Derrière chaque bouquet il y a une histoire d'émotion

Avec cette campagne, Interflora investit un nouveau territoire de communication, centré sur l'émotion, pour devenir une marque plus relationnelle. Ce dispositif original positionne la marque comme un véritable créateur d'émotion, dont la mission, au-delà de la livraison de fleurs, est de rapprocher les gens qui s'aiment.

Comme le déclare Cyrille Kittel, directeur Marketing & E-Commerce d'Interflora : « *Cette campagne moderne et inédite, qui engage les consommateurs dans une relation nouvelle avec la marque, vient nourrir de sens la promesse de marque « Messenger de vos émotions » ».*

Zoom campagne Interflora : Dites-lui à la TV

Agence : Havas Paris

Diffusion de spots TV du 9 au 13 février cible média large : 25/59 ans, population mixte

- 1 montage de 40 secondes diffusé mardi 9 février sur TF1 après le 20h
- 3 montages différents de 20 secondes diffusés sur Canal+, TF1, France TV et M6

Réseaux sociaux : diffusion sur les réseaux sociaux d'Interflora

A propos d'Interflora

Interflora France est, depuis près de 70 ans, le leader de la livraison de fleurs en France et le messager de toutes les émotions. 5 200 artisans fleuristes en France et 45 000 dans le monde livrent des fleurs partout en France (en 4 h) et à l'étranger. La marque propose une collection de plus d'une centaine de bouquets ou de compositions pour toutes les occasions. Ces réalisations sont le fruit d'un long travail de réflexion et de concertation de fleuristes créateurs avec comme lignes directrices l'amour du travail bien fait, le travail du produit floral, l'harmonie des couleurs, la qualité de la réalisation... Mais Interflora c'est aussi un choix de cadeaux pour accompagner ses fleurs : chocolats, oursons, bouteilles de champagne, bougies... Grâce à Interflora, les clients transmettent leurs émotions partout dans le monde : tendresse, remerciements, pensées chaleureuses, félicitations...

A propos d'Havas Paris

Agence de communication globale du groupe Havas, Havas Paris fait partie des toutes premières agences en France. Emmenée par le tandem Agathe Bousquet, Président-Directrice Générale et Christophe Coffre, Président en charge de la création, l'agence de conseil et de création couvre l'ensemble des disciplines de la communication depuis la communication corporate jusqu'à la communication commerciale en magasins pour le compte d'environ 300 marques et entreprises. Elle rassemble 500 collaborateurs à Paris et dans 5 régions.

A propos de Golden Moustache

Golden Moustache est le site 2.0 du groupe M6, réunissant un laboratoire de jeunes talents du web et un pool d'auteurs (PV Nova, Yacine, Dedo, Davy, Poulpe, et Julfou ...).

Avec la production de fictions (comme la mini-série à succès « Suricate ») et l'acquisition des contenus en phase avec sa ligne éditoriale (comme le « Golden Show » produit par Alexandre Astier, auteur de « Kaamelott »), son ambition est de développer et fidéliser une communauté autour d'une marque cross-médias, déclinée sur le web (site propre, plateformes vidéos et réseaux sociaux) et en télévision, avec l'émission « Le meilleur de Golden Moustache » diffusée sur W9. En 6 mois d'existence, Golden Moustache représente déjà plus de 25 millions de vidéos vues sur Internet.

Golden Moustache propose aux annonceurs, avec la régie M6 Publicité Digital, des espaces publicitaires sur ses supports digitaux (sponsoring, vidéo in-stream ...) et la production de contenus de marque surfant sur le succès de ses fictions et de ses talents.

Contacts presse

INTERFLORA - Chloé Duteil – Agence Esprit des Sens - c.duteil@eds-groupe.com – 04 78 37 29 74
HAVAS PARIS – Yael Dorfner – yael.dorfner@havasww.com – 01 58 47 95 26