



#LoveYourImperfections

MEETIC TORNA IN TV E ONLINE CON LA CAMPAGNA 2016

A partire dal 1 luglio una creatività multi-soggetto firmata da Buzzman e adattata per il mercato italiano da Tag Worldwide

29 giugno, Milano – [Meetic](#), leader nei servizi di dating, lancia “**#LoveYourImperfections**” per raccontare come imperfezioni e piccole manie degli Italiani siano fonte di fascino e unicità. Online e on-air dal 1 luglio per l’intera durata dell’anno, la nuova campagna 2016 si sviluppa intorno a una serie di soggetti creativi che rappresentano quei comuni tabù che le persone tendono a nascondere, soprattutto quando entrano in contatto con altre persone.

Riprendendo il concept di successo dello scorso anno “*Se non ti piacciono le tue imperfezioni, qualcuno le amerà*”, [Meetic](#) conferma la sua scommessa ambiziosa: capovolgere i codici di seduzione e rompere quegli ideali di perfezione che tutti cercano di mostrare. La creatività della campagna, curata dall’agenzia francese Buzzman e adattata successivamente per il mercato italiano da Tag Worldwide, ribadisce l’importanza di apprezzare i propri piccoli difetti perché sono questi a renderci affascinanti e unici.

Con il sottofondo di *Teenage Dirtbag*, lo spot - diretto dal regista francese Vincent Lobelle - narra in 4 differenti soggetti le più comuni imperfezioni dei single: dall’essere disordinati al cantare sotto la doccia, passando per l’indossare i calzini a letto e l’averne qualche chilo di troppo. Una voce narrante ricorda in modo emozionale e unconventional che è proprio il non essere perfetti che affascina chi sceglie di starci accanto.

“Con #LoveYourImperfections vogliamo far riflettere sul concetto d’imperfezione ripensandolo in una chiave positiva e veicolando l’importanza di sentirsi speciali nella propria individualità. Quando siamo noi stessi, emaniamo maggiore fascino e viviamo in maniera più spontanea le relazioni. La nuova campagna è la risposta all’esigenza di accettarsi per come si è, perché è proprio questo che piacerà di noi” commenta **Heloise des Monstiers, Marketing Director Southern HUB Meetic**. *“Come leader europeo nel mercato del dating, vogliamo veicolare su tutti i canali di comunicazione in maniera coerente che un’esperienza di dating affidabile e unica è possibile, grazie alle sinergie tra tutti i servizi e gli strumenti che offriamo ai nostri utenti”*.

La nuova campagna di Meetic sarà veicolata online e in TV in 3 differenti formati video, da 10, 20 e 60 secondi secondo la pianificazione del centro media Havas.

MEETIC ITALIA

Presente in Italia dal 2005, Meetic è il leader nei servizi di dating. Con oltre 300 storie che iniziano ogni settimana, Meetic è anche il modo più efficace per incontrare nuove persone (TNS 2014). Il continuo miglioramento dei suoi servizi, disponibili per tutti i device tecnologici (web, smartphone, wearable & tablet) e le numerose opportunità che Meetic offre ai single per fare nuovi incontri, lo hanno reso il sito ‘Numero 1’ per i single italiani che si affidano al

dating online e il più raccomandato. Il 2014 segna il lancio ufficiale degli Eventi, con cui il brand conferma la volontà di offrire ai single molteplici opportunità d'incontro. Con più di 300 Eventi all'attivo e con oltre 13.000 partecipanti in 15 differenti città questa innovativa estensione del business regala ai single Italiani momenti d'incontro creati ad hoc che valorizzano la dimensione individuale.

Presente in 15 paesi europei e disponibile in 13 lingue, l'azienda fa parte di IAC, una delle società americane leader nelle attività internet.

Per maggiori informazioni, visitare il [sito ufficiale del brand](#), [la Press Room](#), e [la pagina Facebook](#).

Per ulteriori informazioni:

Burson-Marsteller

Tel. 02 721431

Sabrina Varaldo sabrina.varaldo.ce@bm.com

Cinzia Trezzi cinzia.trezzi@bm.com