



ENGAGÉ DEPUIS LE DÉBUT AVEC MEETIC

Depuis le lancement de sa plateforme de marque **Start Something Real**, Meetic n'a eu de cesse de célébrer l'engagement des célibataires, valeur essentielle du leader de la rencontre en ligne. L'engagement de tous les moments, des premiers messages jusqu'au « je t'aime », des premiers selfies à deux aux vacances ensemble. Des moments que **63%*** des célibataires Meetic, à la recherche d'une vraie histoire sont prêts à vivre et encore davantage en cette année 2020 si particulière.

Pour sa nouvelle campagne, c'est au tout début du parcours que s'intéresse Meetic, car oui c'est dès le début que s'engagent les célibataires. Des premiers échanges sur l'appli au tout premier rendez-vous. Cette rencontre de deux histoires qui grâce à Meetic ne font plus qu'une.

Pour ce faire, Meetic et l'agence Marcel ont opté pour le parti-pris créatif du « split screen » : il permet de visualiser un duo de célibataires, chacun dans son univers et dans son quotidien, supporté par des palettes de couleurs propres à chaque personnage. Grâce au « Meetic Effect » caractérisé par la présence de l'application au sein des films, les célibataires sont ensuite réunis en un seul lieu et peuvent ainsi profiter de leurs premiers instants à deux. On assiste ainsi aux premiers signes d'engagement de ces célibataires plein de sincérité : celle qui s'adapte et invite son coup de cœur à vivre un petit déjeuner "à défaut d'un dîner", l'ébéniste qui s'applique à confectionner une surprise qui plaira "à coup sûr" et celle qui choisit avec attention le lieu de leur première rencontre.

Qui de mieux qu'un duo de réalisateurs nommé **Réalité**, couple à la ville comme derrière la caméra, pour encourager les célibataires à eux aussi, commencer une vraie histoire ? Cette année, Meetic et Marcel ont fait confiance aux réalisateurs espagnols **Jason Causse et Alba Solé** (Big Productions) pour filmer ces premiers moments d'engagements réciproques, et continuer à porter la promesse de Meetic pour cette nouvelle année.



* Source : Selon une étude interne Meetic réalisée du 24 Avril 2020 au 27 Avril 2020, sur un échantillon de 7301 utilisateurs Meetic âgés de plus de 18 ans en France.



« Ce principe de split screen est en vérité une formidable métaphore du processus par lequel des célibataires décident de s'inscrire sur Meetic car il y a en eux une véritable volonté de sortir de leur cadre, de faire un pas, littéralement, vers l'autre et ainsi commencer une vraie histoire. Des histoires que l'on a voulu modernes et authentiques, simples et émouvantes à la fois. L'époque nous y invitait et le besoin d'assister au commencement de quelque chose de beau également. »

Jérémie Bottiau, Directeur de Création Marcel

Ce sont 8 formats qui seront diffusés dans 8 pays : 1 film de 60 secondes véritable ode aux célibataires engagés rappelant que toute vraie histoire commence par eux, 3 films de 20 secondes dévoilant les débuts de trois rencontres, 4 films de 10 secondes centrés sur les fonctionnalités Meetic (le tête-à-tête vidéo, la mise en avant des points communs ... et bien entendu les événements !)

À partir du 26 décembre, cette campagne bénéficiera d'un dispositif événementiel : TV, radio et digital, avec des formats story immersifs, filtres et autres contenus engageants.

« Cette nouvelle campagne, qui célèbre l'engagement des célibataires sur Meetic, raisonne tout particulièrement après cette année durant laquelle le besoin de lien et de sentiment amoureux s'est avéré essentiel dans nos vies. Plus de 8 millions de couples se sont formés sur Meetic et nous avons à cœur de rappeler que chaque vraie histoire commence avant tout grâce à l'investissement et la sincérité des célibataires. »

Jérôme Rivière, VP Brand & Consumer Meetic Group





CRÉDITS

MEETIC

CEO Match Group EMEA & APAC: **Alexandre LUBOT**

CEO Meetic Group: **Matthieu JACQUIER**

CMO: **Céline BOUDIERE**

Brand & Consumers VP: **Jérôme RIVIERE**

Business Lines VPs: **Héloïse DES MONSTIERS, Joanna PONS**

Global Brand & Marketing Manager: **Anthony SOLAIRE**

Senior Marketing Managers: **Roelijne PETERS, Emelie FAUQUE**

Global Content & Design Manager: **Clara LESAULNIER**

Global Communication Manager: **Stephane-Laure BERNELIN**

MARCEL

Co-Présidents : **Pascal Nessim & Charles Georges-Picot**

Executive Creative Director : **Youri Guerassimov & Gaëtan Du Peloux**

Partner : **Benjamin Taïeb**

Directeur de création : **Jérémie Bottiau**

Directeur artistique : **Jules Perron**

Concepteur rédacteur : **Gregory James**

Directrice de Clientèle : **Barbara Cruchet**

Chargée de Clientèle : **Claire Sioufi**

Chef de Projet : **Lola Vezant**

Social Media Manager : **Calliste Garrabos**

Planning Stratégique : **Leoda Esteve et Mathilde Legrand**

TV Prod : **Corentin Harran**

Production : **BIG**

Réalisateurs : **Réalité**

Productrice : **Kasia Staniaszek**

Post-Productrice : **Céline Genty (Prodigious)**

Production son : **Joel Tessonneau**

RELATIONS PRESSE

Andréa Marques De Sousa

andrea.marquesdesousa@marcelww.com

+33 6 44 34 28 80

