

# 1969

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### CAS CLIENT : 1969 ACCOMPAGNE STIHL SUR UNE OPERATION D'INFLUENCE

*Paris, le 17 novembre 2021 - Balançoire dans un coin, barbecue bâché dans un autre ; le jardin est pour beaucoup d'abord symbole de divertissement et de convivialité. Mais les confinements successifs de l'année passée ont renversé la tendance et poussé les français à voir leurs espaces verts sous un nouveau jour au point d'en faire une pièce à part entière. Qu'il rivalise avec les étalages du marché, accompagne les méditations matinales ou devienne une exposition de réalisations personnelles à ciel ouvert, le jardin est devenu le terrain de jeu de tout un chacun et quelle que soit la saison !*

C'est en partant de ce constat que l'Agence 1969 a accompagné STIHL, marque de référence pour les outils du jardin, au travers d'une opération de communication d'influence à destination du grand public et des professionnels afin de renforcer la notoriété de la marque et toucher de nouvelles cibles. En collaboration avec des influenceurs de profils variés, l'accent est mis sur la création de contenus lifestyle divertissants et inspirationnels qui s'intègrent dans le quotidien des consommateurs, à l'image des snack content, devenus emblèmes des plateformes social media.

Le projet Home by Charline à découvrir en vidéo longue sur Youtube [ici](#)



Sur le volet particulier, les internautes ont pu voir naître le projet #STIHLByCharline en collaboration avec l'influenceuse passionnée de décoration [home by charline](#) (122k abonnés sur Instagram) qui souhaitait réaliser une allée de jardin, véritable trait d'union entre sa maison et son extérieur. La créatrice de contenus a invité sa communauté à suivre en story l'évolution de son chantier ; on découvrait alors la collaboration avec la marque grâce à une première série de stories présentant un moodboard et une sélection de produits. Au deuxième rendez-vous, ce sont les étapes du projet que nous suivions ; du premier coup de bêche à la pose du dernier gravier et c'est sur le profil de Charline que nous découvrons enfin le résultat ; le défi est relevé haut la main ! Pour les malchanceux ayant manqué les stories... L'aventure a été documentée et condensée dans [la première IGTV](#) de notre productrice de contenus ; l'occasion de (re)découvrir ce beau projet.

Relayés sur les comptes [Facebook](#) et [Instagram](#) de STIHL France, les contenus cumulent actuellement plus 80k vues de vidéos et 1,3 million de reach. La marque a également vu sa communauté augmenter de 13% et sa part d'audience féminine de 10%.

Plus d'informations sur ce challenge : <https://www.stihl.fr/fr/services/ils-parlent-de-stihl/projet-jardin-home-by-charline>

### Les interviews déchainées





Du côté des professionnels, 7 micro-influenceurs parmi lesquels Arian ([tree.feeling.arborist](#)), Bastien ([bast\\_graff27](#)), Xavier ([delaroch31](#)), [Jessica \(elagage\\_au\\_feminin\)](#) et [Aymeric \(lumberjack\\_fr01\)](#) se sont prêtés à l'exercice du question-réponse face caméra.

Capsules vidéos d'une minute filmées par les professionnels eux-mêmes pour un effet brut et naturel, les "interviews déchaînées" permettent une immersion dans le quotidien des femmes et hommes au métier de passion.

Entre anecdotes professionnelles et private joke, nos professionnels s'en sont donnés à coeur joie. Ce qui n'a pas échappé à leurs collègues, partant eux aussi pour rejoindre la série des ITW déchaînées.

Retrouvez-les sur les profils [Facebook](#), [Instagram](#) et Youtube de STIHL ainsi que sur le site internet [stihl.fr](#) !

Actuellement en cours de diffusion, les vidéos affichent déjà plus de 172k de vues et un reach de 581k.

Plus d'informations sur les interviews déchaînées : <https://www.stihl.fr/fr/services/ils-parlent-de-stihl/interviews-dechainees>

# 1969

## **À propos de 1969 - Digital Na(rra)tive**

*1969 est une Maison de communication digitale spécialisée dans le développement du Capital de Marque Digital de ses clients.*

*Brand design, social media, content, activation et acquisition, 1969 se distingue par son approche craft et sur mesure des clients qu'elle accompagne :*

*Moet Hennessy, Love&Green, STIHL, Maison du Tri, Veja, Cellier des Dauphins, Savoye, MAS Seeds.*

*Agence 100 % intégrée, elle compte aujourd'hui une vingtaine de collaborateurs à Paris.*

**Vidéos et infos supplémentaires :** <https://drive.google.com/drive/folders/1N5vEgDNbDLwnM9zklsnqg9ntoj-SC-aO?usp=sharing>

## **Contact Presse :**

Heloise Guillet - 07 62 58 36 06 - [heloise@be-rp.fr](mailto:heloise@be-rp.fr)