

SARENZA.

EN 2022, SARENZA PART EN CAMPAGNE

AVEC HOUSE OF COMMUNICATION FRANCE

ET L'AGENCE JIN



Sponsoring de l'émission chasseurs d'appart sur M6

<https://youtu.be/4rUR-IooMoQ>

Courbevoie, 1^{er} mars 2022. Les agences Mediaplus, Serviceplan et Trinity Films de la House Of Communication, associées à l'agence Jin, accompagnent Sarenza dans sa communication omnicanal 2022.

La pure player française au jingle relifté mais toujours aussi entêtant reprend la parole dans les médias.

Et décide de le faire savoir, en adoptant une communication percutante TV et digital tout en apportant un propos pertinent et décalé, hautement fidèle à son identité.

Son enjeu principal, redonner à voir la puissance de la marque et sa singularité.

Une stratégie valorisant son offre de plus 500 marques, intégrant chaussures, vêtements et accessoires ainsi que sa qualité de service inégalée, sa livraison en 24h.

Les équipes ont travaillé de façon totalement intégrée pour développer ensemble et avec une grande agilité les nouvelles campagnes.

A découvrir, dès le 5 mars avec le sponsoring de l'émission Chasseurs d'appart sur M6, suivie de nombreuses activations TV, digitales & social media, tout au long de l'année.

La création et la production ont fait appel au réalisateur de mode Vincent Vesco, pour mettre en scène une saga de films courts, originaux sous un format carré, mixant habilement le ton *Not serious but ...serious* sur l'expertise, emblématique de la marque.

Fiche Technique :

Client : Sarenza

Nathalie Mesny : Directrice Générale Monoprix Online

Gwennola Queinnec : Fashion e-commerce Director Monoprix & Sarenza

Caroline Lengline : Head of Brand, Communications & Engagement

Julie Monget : Chef de projet Branding

Agence : House Of Communication France

Jean-Philippe Dubois : Directeur de Création Serviceplan Paris

Ania Mouvet : Account Director Serviceplan Paris

Michel Marret : Business Director Mediaplus Paris

Renaud Chabert : Producer Trinity Films

Vincent Vesco : Réalisateur

Antoine Carpentier : Directeur de la Photographie

Post Production IMAGE & SON : Trinity Films

Studio Son & mixage : Le Comptoir du Son

A propos de Sarenza

Présent dans près de 30 pays en Europe avec une sélection de plus de 500 marques et 40 000 références, Sarenza devient en 2019, la nouvelle e-destination mode pour s'habiller des pieds à la tête. De Serious about shoes, le site devient Serious about shoes & clothing. Avec près de 8 millions de clients en Europe, le site s'appuie sur ses piliers historiques : livraison en France sous 24 heures, retour possible jusqu'à 100 jours après l'achat, remboursement en moins de cinq jours... Et sur sa force, un service client internalisé, de nombreuses fois primé.

En 2018, Sarenza intègre Monoprix Online, la filiale regroupant les activités e-commerce du groupe Monoprix et s'offre de nouvelles perspectives sans perdre son esprit start-up qui fait son succès. La marque continue d'être dirigée dans un esprit entrepreneurial, engagé et humain, en veillant à faire respecter une parfaite équité entre ses collaborateurs, de 10 nationalités différentes.

A propos de House of Communication

House of Communication est l'offre intégrée de Serviceplan Group, premier groupe indépendant européen de communication.

Les agences Serviceplan (conseil et création publicitaire), Serviceplan Health (communication santé), Mediaplus (media), Plan.Net (digital) et Trinity films (production audiovisuelle) regroupent 150 collaborateurs qui interagissent dans toutes les disciplines de la communication.

*Né en Allemagne en 1970, Serviceplan Group est détenu par 200 entrepreneurs partenaires, tous engagés dans la réussite commune. Il est présent ou représenté dans 36 pays et emploie près de 4400 personnes à travers le monde qui partagent tous la même philosophie : « **Building Best Brands** ».*

En France, House of Communication est présidée par Carole Giroud.