

Gleeden & eYeka - Gleeden prend d'assaut la télévision française !

13 AVRIL 2017, PARIS, FRANCE

RÉSUMÉ

Le site de rencontres extra-conjugales Gleeden a décidé d'étendre sa communication pour la première fois à la télévision française. A l'occasion du lancement de sa nouvelle campagne, les téléspectateurs pourront découvrir un spot de 20 secondes diffusé dès le 16 avril sur les chaînes M6 et C8.

Des publicités controversées

Difficile de passer à côté des campagnes d'affichage Gleeden, le leader européen de la rencontre extra-conjugale qui compte plus de 3, 4 millions de membres. De grands panneaux sur fond violet, des messages audacieux placardés sur les bus, dans le métro parisien et des affiches dans de nombreuses villes de France. De nombreuses réactions, parfois amusées, souvent agacées.

Début février, la justice française a tranché en faveur de Gleeden dans le procès qui l'opposait à la CNAFC, lui laissant le droit de communiquer via l'espace public. Une décision qui pousse la marque à renouveler et étendre sa communication. La télévision pourrait désormais devenir le nouveau média de prédilection des campagnes du site de rencontres extra-conjugales.

La nouvelle campagne Gleeden s'affiche à la télévision

Dès le 16 avril, les téléspectateurs des chaînes M6 et C8 pourront découvrir la première campagne télévisée de Gleeden. Cette fois-ci, la marque laisse les messages culottés de côté et prend un nouveau départ à la télévision avec une toute nouvelle campagne représentant la femme Gleeden d'aujourd'hui : L'Amanturière.

Amanturière n.f. :

Femme mariée s'accordant le droit de vivre sa vie avec passion.

« L'Amanturière, c'est la femme Gleeden d'aujourd'hui » - **déclare Solène Paillet, directrice de la communication de Gleeden** - « ce n'est pas une femme insatisfaite, qui voit en l'infidélité une échappatoire, un moyen de combler un manque ou de se prouver quelque chose. C'est une femme épanouie, qui trouve en l'infidélité un jardin secret, un petit plaisir personnel. La plupart des gens ont une vision erronée de l'infidélité et voit cela comme un moyen d'évacuer une frustration. Pourtant, ce n'est pas le cas de la plupart des membres féminins de Gleeden. Et c'est le message que nous

souhaitons faire passer avec cette nouvelle campagne. »

Une campagne imaginée par l'agence eYeka

L'*Amanturière*, est une idée que Gleeden doit à eYeka, plateforme référente de crowdsourcing. Le site de rencontres extra-conjugales a lancé un concours inédit, appelant la communauté eYeka qui rassemble près de 400 000 créatifs à travers le monde à montrer toute l'étendue de sa créativité sur le sujet de l'infidélité.

Près de 300 créatifs ont répondu à cet appel à projets remporté par Julie Quynh, une jeune étudiante aux Beaux-Arts, devenue depuis directrice artistique à Paris. Julie a séduit Gleeden par la fraîcheur de son concept l'*Amanturière*, contraction d'amante et d'aventurière qui a permis à la marque de trouver une idée de campagne à décliner sur plusieurs supports.

« Le travail réalisé pour Gleeden est très emblématique de ce que peut apporter eYeka aux marques, explique de son côté Julie Rozek, Directrice Europe d'eYeka. Les marques font de plus en plus appel à eYeka pour dénicher de nouvelles idées créatives et les aider à identifier de nouvelles opportunités. »

Alors qu'elle a déjà fait parler d'elle au mois de décembre dernier en s'affichant sur le périphérique parisien, les téléspectateurs pourront découvrir l'*Amanturière* **dès le 16 avril** prochain dans une campagne télévisée orchestrée par **Sponso TV**.

Contact presse Gleeden

Solène Paillet

E-mail : rp@gleeden.com

Site : www.gleeden.com

Contact presse eYeka

Julie Rozek

E-mail : julie.rozek@eyeka.net

Site : www.eyeka.com



LIENS ASSOCIÉS

 **Gleeden Lance Un Grand Concours Pour Imaginer Ses Prochai...**

<http://eyeka.pr.co/98655-gleeden-lance-un-grand-concours-pour-imaginer-ses-prochaines-campagnes-de-communication>

CITATIONS

"« Le travail réalisé pour Gleeden est très emblématique de ce que peut apporter eYeka aux marques. Les marques font de plus en plus appel à eYeka pour dénicher de nouvelles idées créatives et les aider à identifier de nouvelles opportunités. » "

— Julie Rozek, Directrice Europe d'eYeka.

IMAGES



À PROPOS DE EYEKA

At eYeka, we believe in the collective intelligence and exponential creative power of crowds. We nurture a global community of more than 330,000 creative individuals around the world who deliver fresh ideas and original content by participating in crowdsourcing competitions. By combining the creativity of our community with the expertise of an agency, we fuel the world's best brands' innovation roadmaps with relevant product and experience concepts, offer fresh perspectives on packaging and point-of-sale designs, ideate original campaign ideas and create shareable video content. Discover how we boost the marketing ROI of leading brands such as Unilever, P&G, Mondelez, Coca-Cola, Nestlé, Airbnb or Toyota on [eYeka.com](https://www.eYeka.com).



eYekasalle de presse