



## COMMUNIQUE DE PRESSE

---

Paris, le 9 mars 2017

### ***Ma Vie en couleurs* passe à la vitesse supérieure**

#### **La plateforme communautaire « Grande conso » leader sur le marché se dote de tous les atouts pour s'imposer comme une marque forte.**

La plateforme relationnelle *Ma Vie en couleurs*, conçue et animée par l'agence **Chemistry**, qui compte plus de 5 millions de membres, et regroupe près de 80 marques iconiques des groupes Mondelēz International, Unilever, JDE, Danone et Bel, réalise une considérable transformation en 2017.

Tout d'abord via **une nouvelle signature** « Nous avons tellement à partager », qui illustre tout ce que la plateforme offre : échange d'avis, d'idées, d'astuces, de bons plans, d'inspirations, ... Un partage à plusieurs dimensions : entre les femmes elles mêmes, avec la plateforme *Ma Vie en couleurs*, et avec les marques bien sûr. A date, plus de 280.000 avis produits ont été générés par les membres, ce qui devrait encore s'accélérer avec la nouvelle stratégie de partage.

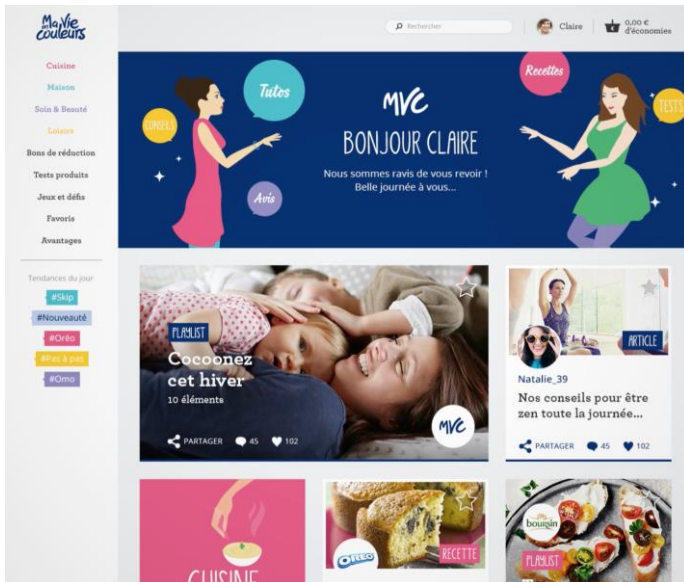
A cela s'ajoute une **refonte complète du site**, déjà classé N°1 des sites de marques sur le marché (1,2M de VU mensuelles en 2016, source Médiamétrie Netratings). C'est une toute nouvelle expérience qui est proposée : actualisation quotidienne des contenus, personnalisation plus poussée, principe innovant de « playlists » pour mixer des contenus multi-formats sur une thématique, un système de notifications pour être informé de son activité, celles de ses pairs et de ses marques préférées. Côté promotionnel, une nouvelle fonctionnalité qui permet de charger ses webcoupons *Ma vie en couleurs* directement sur la carte de fidélité d'un distributeur. Le dispositif a été pensé « mobile first », pour accompagner les membres partout et tout le temps.

Événement majeur et grande première pour une plateforme relationnelle de marques, *Ma vie en couleurs* lance une **campagne de communication**, conçue par l'agence Saatchi & Saatchi. Un film publicitaire online sera visible dès le 8 mars prochain, clin d'œil à la journée de la Femme. L'agence a également imaginé une campagne print à paraître dans le prochain magazine. La marque y exprime des valeurs fortement émotionnelles, pour créer une préférence durable : elle rend hommage à ces femmes formidables, dans une copy intitulée « Donner ».

Une campagne complétée par une **activation digitale et sociale** : les membres pourront s'approprier des séquences du film publicitaire en y intégrant leurs propres photos. L'objectif étant de viraliser la campagne grâce au contenu créé par les utilisateurs (UGC) partageable sur les réseaux sociaux. Un dispositif voué à développer encore davantage la notoriété et l'engagement.

#### **A propos de *Ma Vie en couleurs* :**

*Ma Vie en couleurs* est un programme unique, N°1 des sites de Marques, une alliance inédite entre 5 industriels, qui fonctionne en architecture ouverte et est donc amené à accueillir de nouvelles marques, pour toujours plus faciliter la vie des femmes. Les marques du programme couvrent aujourd'hui 100% de pénétration, réparties sur 30 catégories majeures, puisqu'elles représentent 35% du caddy moyen des Français. Ce programme, conçu et animé par l'agence Chemistry, est la propriété de Mondelēz International et Publicis Groupe.



Lien vers le site : [www.mavieencouleurs.fr](http://www.mavieencouleurs.fr)

Lien vers le film : <https://youtu.be/96ENREC9ZHs>

Lien vers l'activation : <http://donner.mavieencouleurs.fr>