

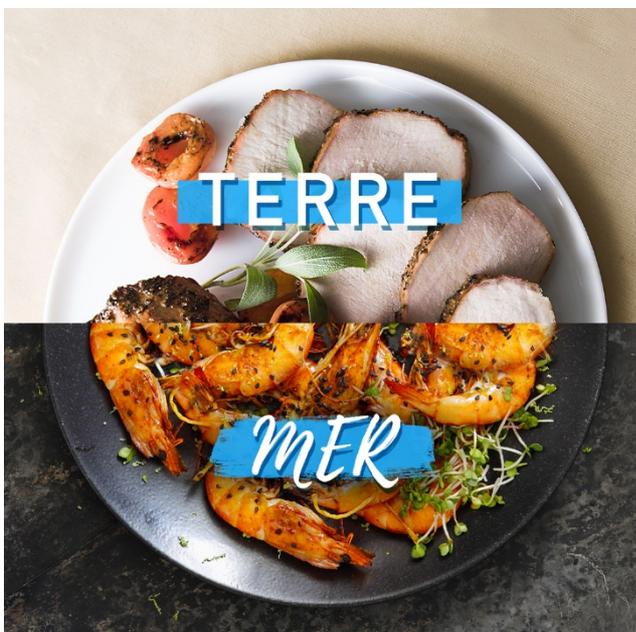
Saint-Ouen 26 septembre

CHEIL FRANCE CRÉE LE #FLEXCOOKING POUR LE LANCEMENT DU DUAL COOK FLEX DE SAMSUNG

Les français sont passionnés de cuisine. Et selon un sondage Quitoque, 84% souhaiteraient disposer de plus de temps pour cuisiner.

Pour répondre à cette attente, **Samsung a conçu le Dual Cook Flex, le 1^{er} four à double ouverture** pour cuire simultanément deux aliments et ainsi multiplier les expériences culinaires sans y passer des heures.

Pour son lancement, Samsung a fait appel à l'agence Cheil pour la conception et la production d'une campagne pensée Social First.



#Flexcooking la nouvelle pratique culinaire

Le Dual Cook Flex permet de cuisiner deux plats différents en même temps, en associant sucré/salé, viande/poisson, entrée/dessert... De cette nouvelle pratique, Cheil a créé le **#FLEXCOOKING** ! Et pour illustrer cette nouvelle tendance cuisine, l'agence a choisi les visuels d'associations improbables, exploités sur l'ensemble des points de contact, et ce dans un dispositif à la fois innovant et créatif, pour capter l'attention d'une communauté surexposée.

Un dispositif digital 360

La campagne a débuté le 10 septembre avec une vidéo teasing de 10 secondes sur Facebook et Instagram et se poursuit avec une vidéo reveal largement diffusée en display vidéo et sur les réseaux sociaux. Dans ce film, les aliments sont starifiés, s'animent, pivotent, se rapprochent. Cheil a exploité l'ensemble des formats digitaux et social media afin de maximiser l'engagement tout en faisant la démonstration du bénéfice consommateur. Les films sont diffusés auprès d'une cible d'intentionnistes, en utilisant des formats ludiques tels que le Teads Flow, Teads Carrousel ou encore les sondages Instagram... pour lesquels l'internaute est invité à scroller, swiper ou répondre à des questions.

La campagne ayant également de vrais objectifs business, l'agence a choisi de retargeter les viewers de la vidéo et de leur révéler les bénéfiques produits au travers du Flex Cooking via un site personnalisé de recettes gourmandes.



Une campagne ajustée en temps réel grâce à une étude media

Cheil a travaillé un partenariat avec Teads afin d'utiliser leurs outils d'analyse pour optimiser la campagne en temps réel. Ainsi, en début de campagne, la vidéo a été poussée en média sur un échantillon de la cible (50 000 vues). Une analyse des pics d'attention et des sentiments est réalisée grâce à l'eyes tracking, ainsi qu'une analyse des zones de clics grâce à l'outil de tracking Teads (étude quanti). Un rapport combinant les 2 études permet d'optimiser le montage pour des performances optimales

Equipe Cheil

Responsable du projet agence : Pauline Dujardin
Directrice de clientèle : Stéphanie Kahn
Direction de création : Nicolas Paillieux
Directeur artistique : Alexandre Bonmkrtaz
Concepteur Rédacteur : Ludovic Le Floch
Motion Designer : Salomé Donnier Valentin
Chef de publicité : Saad Anouar
Social Media Manager : Cyndra Apatout
Chef de projet digital : Celine Chang & Pauline Maury

Equipe Samsung

Directeur Sales & Marketing : Matthieu Lanier
Directeur Marketing : Xavier Caro
Campaign Manager : Nicolas Cerveaux
Chef de produit : Victoire Meyer

A propos de Cheil France : Filiale du groupe Cheil Worldwide, comprenant 49 bureaux et huit filiales dans 42 pays, Cheil France compte plus de 120 experts en technologie créative. Nous sommes une agence de communication data-driven et full services, profondément engagée dans l'innovation digitale. Nous transformons la façon dont nos clients interagissent avec leurs consommateurs en créant de véritables expériences de marque, on et offline, autour d'expériences retail, du mobile, des événements, des lancements de produits et des usages. Notre offre s'organise autour de 7 secteurs clés : data analyse, expériences & architectures commerciales, film & TV, plateformes digitales, création de contenus & réseaux sociaux, innovation produit, nouvelles technologies.