



# Jardiland

CULTIVEZ VOTRE BIEN-ÊTRE

## NOUVELLE AGENCE, NOUVELLE PLATEFORME, NOUVEAU CONCEPT MAGASIN. EN 2015, JARDILAND ENTRE DANS UNE NOUVELLE ÈRE.

Aujourd'hui, tout va plus vite, la technologie l'emporte sur l'humain, la nature se fait plus rare, la ville plus envahissante, et la société nous impose un mode de vie, rapide, efficace, productif. Dans un monde avec de telles priorités, le bien-être est loin d'être facile à trouver. En 2015, Jardiland change la donne.

Accompagnée par l'agence la chose, la marque fait du bien-être une philosophie, un objectif pour tous à atteindre. À travers sa nouvelle plateforme, l'enseigne réinvente sa vision du jardin, son rôle, et devient un facilitateur de vie. Cette promesse s'incarne dans sa nouvelle signature qui revisite une idée ancienne selon laquelle le bien-être est un art qui se cultive au quotidien.

Oubliez le jardin laborieux, l'enseigne met à disposition de tous une multitude d'idées et de conseils pour cultiver son bien-être en toute simplicité : transformer un carré d'herbe en bulle d'air, un arbre en moment de détente, un animal en compagnon, un conseil en inspiration.

Cette nouvelle plateforme s'exprime sur tous les supports, des dépliants au CRM, en passant par la radio, la presse et la TV où déferlera dès fin mars 2015 une vague de bien-être : trois spots conçus par la chose et réalisés par Stéphane Barbato (Bandits.)

### Quelques mots sur Jardiland

Créé en 1973, JARDILAND est un acteur incontournable de l'univers de la jardinerie avec aujourd'hui 204 magasins en France et 10 magasins en Espagne. Une expertise qui s'étend, au-delà du végétal, à la décoration et à l'animalerie.

### Quelques mots sur Stéphane Barbato

Stéphane Barbato a déjà eu plusieurs vies. Originaire d'Avignon, il passe par la case Beaux-Arts et la photographie. Dessinateur, puis directeur artistique dans la publicité, il en vient à la réalisation avec un moyen-métrage Play the Game, dont la bande-originale a été composée par Ennio Morricone. En quête perpétuelle d'énergie nouvelle, Stéphane Barbato provoque les expériences de Berlin à Tokyo et explore de nouveaux terrains de jeux aux côtés d'artistes, de comédiens et de personnalités.

## FICHE TECHNIQUE – CAMPAGNE JARDILAND

### ANNONCEUR / **Jardiland**

Président Directeur Général : **Thierry Sonalier**  
Directrice marketing et communication : **Sylvaine Audrain**  
Responsable communication et media : **Camille Lefort**

### AGENCE / **la chose**

Co-Présidents Fondateurs : **Pascal Grégoire / Eric Tong Cuong**  
Directeur de la création : **Pascal Grégoire**  
Directeurs de création : **Nathalie Foratier / Ibrahim Seck**  
Concepteurs Rédacteurs : **Louise Lecarpentier / Simon Thieffry**  
Directeur Artistique : **Mathieu Viollet-Bosson**  
TV producer agence : **Laura Sacarrère**  
Responsables du compte : **Florence Couvidat / Amélie Molter / Maud Terrenoire**  
Planner : **Charles Flamand**  
Directrice de la Communication / Medias Sociaux : **Barka Zérouali**

### PRODUCTION (FILM)

Maison de Production : **BANDITS**  
Réalisateur : **Stéphane BARBATO**  
Producteur : **Patricia LUCAS**  
Post production : **BANDITS**  
Production son : **DAS DING**  
Musique / Titre : **Minnie Riperton / Les Fleurs**  
Synchronisation : **Première Music Group / Campvell Connely France, Universal Music Publishing**