



ScreenTonic annonce que Coca-Cola lui a confié le lancement sur mobile de son nouveau film « The Happiness Factory ».

Paris, le 24 novembre 2006. ScreenTonic, le numéro un de la publicité sur mobile en Europe, annonce que Coca-Cola lui a confié le lancement de sa nouvelle campagne « **The Happiness Factory** » sur mobile, pour créer l'événement avant la campagne TV, cinéma et Internet.

Le spot est diffusé en France depuis juillet sur des sites de vidéos tels que Youtube, MySpace ou Dailymotion. « The Happiness Factory » est le premier film publicitaire d'une série qui met en scène la nouvelle plateforme de marque « Prends la vie côté Coca-Cola ».

Le spot, qui montre l'envers du décor d'un distributeur automatique de Coca-Cola, fait preuve d'une originalité et d'une qualité dignes des plus grands réalisateurs. Il a été réalisé par Psyop, l'un des meilleurs studios de 3D/vidéo/post-production de New-York en collaboration avec l'agence Wieden & Kennedy. Son succès viral témoigne de sa qualité.

Depuis le 1^{er} novembre, la campagne est disponible sur le site Internet mobile wap.coca-cola.fr. (envoyez Coke par SMS au 30130). Réalisé par ScreenTonic, le site propose aux mobinautes de découvrir cette nouvelle publicité et des contenus associés comme par exemple des fonds d'écran et un jeu de plateforme exclusif et gratuit où le mobinaute est plongé dans l'univers de la pub. Parallèlement, le site wap.coca-cola.fr permet d'accéder aux Plans Coke, un jeu promotionnel permettant de gagner plus de 800 cadeaux par jour en récupérant des codes sur les bouteilles de Coca-Cola et Cola Light de 50cl.

ScreenTonic soutient la campagne « The Happiness Factory » et monte un plan media mobile visible actuellement sur les portails des opérateurs. Ce soutien s'accompagne de l'envoi de SMS qui permettent de se connecter directement au site Internet mobile de Coca-Cola (wap push) et de l'envoi du film par MMS vidéo. ScreenTonic a bâti la campagne media avec la collaboration de Carat Interactive.

« Happiness Factory » vient illustrer la toute nouvelle plateforme de communication « Prends la vie côté Coca-Cola », co-créée à l'échelle mondiale, déclinée dans tous les pays.

« Prends la vie côté Coca-Cola » traduit une mini-révolution dans la communication de Coca-Cola. Si cette plateforme s'inscrit dans la continuité des messages optimistes et positifs toujours véhiculés par la marque, elle révèle pourtant une volonté de réaffirmer son dynamisme et sa modernité en cassant ses codes de communication traditionnels.

A propos de ScreenTonic

ScreenTonic est le leader européen de la publicité sur mobile. Première régie publicitaire exclusivement dédiée au mobile, ScreenTonic propose une solution complète de commercialisation de gestion et de diffusion publicitaire sur mobile, qui offre aux portails Internet mobile de générer de nouveaux revenus en monétisant leur audience et aux annonceurs de communiquer dès à présent sur un support innovant à fort impact. ScreenTonic s'appuie sur sa plate-forme propriétaire de gestion de la publicité sur mobile, STAMP™. ScreenTonic bénéficie aujourd'hui d'un positionnement et d'une expérience unique de la communication sur mobile basés en particulier sur des relations très fortes avec les principaux opérateurs mobiles ainsi que sur une expertise et un savoir-faire de près de 5 ans. ScreenTonic possède des bureaux à Paris et à Londres.

Pour plus d'informations : www.screentonic.com

Contacts presse ScreenTonic :

Rumeur Publique
Eric Chauvelot
01 55 74 52 14
eric@rumeurpublique.fr

Xavier Leboulanger
01 55 74 52 26
xavier@rumeurpublique.fr