



SARENZO. x la chose

Dossier de presse - Septembre 2019

la chose se chausse et s'habille **en SARENZA.**

Après s'être imposé comme l'un des leaders de la vente en ligne de chaussures, Sarenza franchit une étape clé dans son histoire en devenant la e-destination mode pour s'habiller des pieds à la tête. De Serious about shoes, le site devient

Serious about shoes & clothing.

Fruit d'une réflexion sur son positionnement stratégique et d'une envie d'aller plus loin que la "mono-catégorie", Sarenza souhaite devenir une véritable destination shopping, avec au centre, son cœur d'expertise : la chaussure.





La marque multiplie les occasions de visiter son site, qui comptabilise en 2018 **plus de 100 millions de visites** et renforce ainsi les liens avec sa clientèle. En parallèle des 600 marques de chaussures, Sarenza propose désormais une soixantaine de noms de la mode et quelque 10 000 références sur l'Automne Hiver pour femme, homme et enfant, à travers 29 pays en Europe. Des noms déjà présents comme Nike, Bensimon, Le Coq Sportif mais également de nouveaux partenaires comme Tommy Hilfiger, Cyrillus, K-Way et des marques plus créateurs comme Garance, Free people et FRNCH.

Pour les chaussures comme pour le textile, le leitmotiv de Sarenza reste le même depuis plus de dix ans : **une vision décomplexée de la mode, loin des diktats de la perfection, que chacun peut ajuster selon son envie et sa personnalité.** Une offre à l'image de son nouveau positionnement, adaptée à tous les modes de vies et avec style.

“ Sarenza est la seule marque à avoir ce fond d’expertise qui vous aide à trouver ce qui vous va le mieux et ce zeste d’audace pour révéler qui vous êtes. Une expérience qui depuis plus de 15 ans conjugue sérieux et fun. Aujourd’hui, nous complétons notre offre avec le prêt à porter, donnant de fait de nouvelles occasions à nos clientes de revenir visiter notre site. Nous voulons créer une expérience shopping unique en son genre qui place la chaussure au centre de la silhouette et accélérer la croissance de la marque. Pour mettre en images ce tournant décisif et nous accompagner, nous avons choisi l’agence la chose.” Nathalie Mesny, Directrice Générale Exécutive de Monoprix Online, la filiale E-Commerce de Monoprix, en charge de la marque Sarenza.



Une campagne qui marque l'arrivée du textile chez SARENZA.



La célèbre marque prend la parole dès le 12 septembre avec une nouvelle campagne digitale :

Live your life with style.

“Je suis très heureux d’accompagner cette marque emblématique dans cette étape majeure de son histoire pour asseoir sa position de leader du commerce online Français.” Fabien Teichner, Directeur de la création de la chose.

Le film réalisé par Karim Ansel (La Pac) vient marquer ce tournant décisif. Forte de son expertise chaussures depuis des années, Sarenza souhaite affirmer sa légitimité dans le textile en répondant à tous les modes de vies de la femme d'aujourd'hui. Une femme plurielle qui doit faire face à un parcours semé d'embûches et de bonnes surprises. Une femme qui doit à la fois être forte, douce, compréhensive, aimante, compétitive,... qui doit gérer sa vie, sa famille, ses enfants, sa carrière et le regard des autres.

Ce film est une ode à la femme actuelle pour laquelle Sarenza œuvre chaque jour.

Ce film suit une jeune femme dans les différentes étapes de sa journée, rythmée par une musique affirmée qui donne naissance à une nouvelle signature de campagne :

Live your life with style.





C'est à travers ce message que la marque présente sa **1^{ère} collection textile**. Une collection qui permet d'être la même, tout en étant multiple et différente en fonction de ce que l'on veut dire ou veut faire.

En complément de ce film, le studio Sarenza a réalisé trois visuels valorisant la nouvelle collection Automne Hiver 19 qui sera présentée à la presse féminine.



SARENZA. x la chose

Caroline Lengline Global PR & Communications manager
clengline@sarenza.com / 06 75 98 56 82

Virginie Boudet Head of Brand and Communications
Flora Batisse Brand & Production Manager
Clara Kazazian Image Product Manager

Barka Zerouali Directrice associée
bz@lachose.fr / 06 15 95 69 41

Fabien Teichner Directeur de la création
Camille Piget Directrice de clientèle
Karim Ansel Réalisateur
La Pac Production

Téléchargez le kit presse sur <http://www.lachosepresse.fr/dossier/liveyourlifewithstyle>