

Communiqué de presse  
Paris, le 6 février 2023

### Tiffany & Co. fait battre le cœur de Paris pour la Saint Valentin avec une expérience lenticulaire inédite, imaginée avec JCDecaux Live.

Depuis le 1<sup>er</sup> février et jusqu'au 15 février, Tiffany & Co. crée la surprise dans les rues de Paris. Accompagnée par son agence Publicis Media Luxe, la Maison déploie sur les réseaux JCDecaux une expérience lenticulaire « Flip 3D » inédite pour le lancement de sa nouvelle collection Lock.



**Il a été prouvé, par des études scientifiques, que lorsque vous montrez à des femmes ou à des hommes cette boîte bleue, et le Pantone Tiffany, leur cœur bat 20% plus vite.** Pour la Saint Valentin, la célèbre Maison new-yorkaise a décidé de faire battre le cœur des Parisiens en habillant les rues de Paris par l'émblématique Pantone Tiffany Blue grâce à une expérience lenticulaire « Flip 3D », imaginée par JCDecaux Live, permettant d'obtenir des effets spéciaux tel que le *morphing* (passage d'une image à une autre) et la mise en relief.

Les 102 Abribus JCDecaux se transforment en une expérience inattendue ; on se surprend à scruter le légendaire Pantone, qui s'estompe, se déforme selon le mouvement des passants, comme une œuvre énigmatique, qui révèle le sculptural bracelet Lock à chaque interaction. Sublimé par le bleu emblématique de Tiffany, le bracelet iconique aime le regard.

Pour la Maison Tiffany & Co. et dans le cadre du lancement de sa nouvelle collection Lock, JCDecaux Live (filiale créative) a déployé la technologie lenticulaire « Flip 3D » sur son réseau Paris Exclusif. Depuis le 1<sup>er</sup> février, et ce pendant deux semaines, les Parisiens peuvent découvrir cette technologie innovante, dans 18 arrondissements de Paris.



### À propos du Pantone Tiffany Blue

La couleur emblématique Tiffany Blue® a été choisie par le fondateur Charles Lewis Tiffany pour habiller la couverture du Blue Book, collection annuelle de Haute Joaillerie Tiffany réalisée entièrement à la main, et dont la première édition date de 1845. Également appelée bleu myosotis ou évoquant le bleu des œufs de rouge-gorge, cette couleur a sans doute été choisie en raison de la popularité de la turquoise qui ornait les bijoux du XIXe siècle. La turquoise était également très appréciée des mariées de l'époque victorienne, qui avaient pour coutume de donner à leurs suivantes une broche en turquoise en forme de colombe comme souvenir du jour de noces.

Pantone a commencé à travailler avec Tiffany en 2001 pour normaliser la teinte emblématique et veiller à ce que la couleur soit instantanément reconnaissable quel que soit le support. La couleur personnalisée créée pour Tiffany s'appelle « 1837 Blue », date de fondation de la Maison.

### À propos de Tiffany Lock

Tiffany & Co. dévoile sa nouvelle collection de joaillerie intitulée Tiffany Lock. Uniques et modernes, les designs proposent une vision audacieuse des liens personnels que nous tissons avec les autres et qui reflètent notre personnalité. Réinventant les designs cadenas des archives Tiffany & Co., quatre bracelets inaugureront cette nouvelle collection, disponibles depuis septembre dernier.

Les designers ont réinterprété ce motif des archives, cher à la Maison Tiffany & Co., transformant le cadenas en un symbole d'unité et d'inclusion. La collection s'attache à « verrouiller qui vous êtes » — être confiants en nous-mêmes grâce aux liens que nous formons avec ceux qui nous entourent. Les bracelets en or jaune et or rose 18 carats, disponibles avec ou sans pavage diamants, sont audacieux et minimalistes. Les fermoirs des bracelets proposent un mécanisme pivotant innovant, évoquant la fonctionnalité d'un cadenas.

### À propos de Tiffany & Co.

En 1837, Charles Lewis Tiffany fonda sa société à New York où son magasin fut vite acclamé pour la qualité exceptionnelle de ses pierres précieuses. Dès lors, Tiffany & Co. est devenu synonyme d'élégance, de design innovant, de savoir-faire raffiné et d'excellence créative. Tout au long du 20ème siècle, la Maison devint mondialement connue, élargit son réseau de magasins et devint une référence culturelle comme l'illustre le roman de Truman Capote *Breakfast at Tiffany's* et le film incarné par Audrey Hepburn.

Aujourd'hui, avec plus de 14 000 employés, Tiffany & Co. et ses filiales conçoivent et commercialisent des bijoux, des montres et des accessoires – notamment grâce à plus de 5 000 artisans experts qui taillent les diamants et réalisent des bijoux d'une qualité parfaite dans les ateliers de la Maison. Tiffany & Co. dispose de plus de 300 points de vente. Pour de plus amples informations sur Tiffany & Co. et ses engagements dans les domaines sociaux et environnementaux, veuillez-vous rendre sur le site [Tiffany.fr](https://www.tiffany.com). Tiffany, Tiffany & Co. and T&CO. sont des marques déposées par Tiffany and Company et ses filiales, aux Etats-Unis et dans les autres pays.

**Contact Presse Tiffany & Co. : Valentine Gillard – Responsable PR France - +33 (0)6 78 40 25 19 / Valentine.gillard@tiffany.com**

**À propos de Publicis Media Luxe**

Publicis Media Luxe est une agence de Publicis Media dédiée au groupe LVMH et à ses Maisons. Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui et décline ses expertises sur tous les leviers et points de contact. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 23.500 collaborateurs.

**Contact presse Publicis Media : Christelle Malochet - Responsable Communication - + 33 (0)6 64 70 24 20 - christelle.malochet@publicismedia.com**

**A propos de JCDecaux Live**

JCDecaux Live, département créativité et événementiel de JCDecaux, crée de grands rendez-vous fédérateurs parrainés par les marques. Activation terrain, connectivité, résonance web ou encore réseaux sociaux... sont autant de champs d'action pour une émergence exceptionnelle au cœur de la ville. JCDecaux Live propose également aux annonceurs et à leurs agences la réalisation d'opérations sur-mesure tant sur des espaces publics que privés.

**Contact Presse JCDecaux : Clémentine Prat – 01 30 79 79 10 – [clementine.prat@jcdecaux.com](mailto:clementine.prat@jcdecaux.com)**

Pour plus d'information : [www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com)

Retrouvez-nous sur [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)