

LACOSTE DEVOILE SA NOUVELLE CAMPAGNE DE MARQUE

Depuis 1933, le crocodile Lacoste transcende le temps, les styles, les genres, son terrain de jeu n'a pas de limite. Sa particularité est ainsi d'être porté par des personnes venues de tous horizons, chacun s'appropriant le crocodile à sa façon.



CÉLÉBRER DES RENCONTRES INATTENDUES

Inspirée par la réalité de la communauté Lacoste, la nouvelle campagne dévoile cet instant où deux personnes très différentes se croisent par hasard et découvrent qu'elles ont un point commun : une pièce arborant le crocodile Lacoste.

Voilà l'élément déclencheur de rencontres tendres et drôles provoquant sourires, jeux de regards et complicité.

Cette nouvelle campagne signée BETC célèbre le crocodile comme initiateur de rencontres inattendues. Il fait le lien entre des personnes que tout semblait opposer.

Pour renforcer l'authenticité de ces rencontres, les protagonistes sont en grande partie incarnés par un casting sauvage, des personnes qui n'avaient jamais joué les mannequins et qui, le temps d'une journée, ont endossé ce rôle avec spontanéité et fraîcheur.

Sur une plage, Marga croise Anis qui pourrait avoir l'âge de son petit-fils et s'étonne de porter le même polo rose que lui. Un skateur porte le même bob qu'une petite fille, se porte-t-il sur les yeux ou relevé ?

Et que peuvent se dire deux « claquettes chaussettes » lorsqu'ils se croisent ?



UNE NOUVELLE TONALITÉ

Avec cette campagne, Lacoste, à partir de ses iconiques, installe une nouvelle tonalité de marque, fraîche et pleine d'esprit.

Le photographe irlandais Ronan Gallagher a su capturer ces instants volés. Il a mixé son style issu du documentaire à une vibration mode pour des clichés authentiques et spontanés.

En vidéo, des scènes de vie, racontées avec humour et légèreté par la réalisatrice française Laure Atanasyan, enrichissent la campagne dans la même humeur. Elles sont déployées en social media avec les reels des Original Kids.

La musique de The Sugarhill Gang – Apache vient renforcer cette idée d'hybridation des cultures. Elle est elle-même à la croisée des genres entre rock instrumental, western et hip-hop. Elle se déclenche joyeusement à chacune des connexions pour accompagner nos protagonistes dans la rencontre.

Cette nouvelle campagne de marque Lacoste met en scène le pouvoir du crocodile. Il fédère autant qu'il permet à chacune et chacun d'exprimer sa différence.

Le crocodile est à lui seul ce territoire qui unit et s'érige en point de ralliement à la croisée des cultures, des générations et des styles.

