

LAPIERRE

LA PERFECTION, NOTRE MISSION





Récapitulatif du projet

TRANSFORMER L'INSPIRATION DU DESIGN

- Domaine d'activité: création de stylos de luxe
- Principaux concurrents sur le marché: Mont Blanc, Carandache, ST Dupond et Graf Von Faber-Castell
- Cibles: cadres, csp+ (45-60 ans)
- Budget: 10 000 euros



Sponsoring

1) Le but de sponsoriser des évènements de calligraphie est de toucher un maximum de personnes 45 / 60 ans et des personnes ayant des métiers comme cadres et de CSP +

Évènement de calligraphie : à Paris

- Le salon page du livre d'artiste (24 au 26 novembre)
- Letter in paris (évènement avec de grands artiste)

2) sponsoriser des auteur de livres connues ou des philosophes pour toucher un maximum de gens :

- **Mario Vargas Llosa**
- Annie Ernaux

Evènement de street marketing



Idée de l'événement : Un atelier d'écriture ou de calligraphie en plein air, animé par des experts en écriture manuscrite et en calligraphie.

- Mettre l'accent sur l'art de l'écriture manuscrite et de la calligraphie, mettant en valeur la qualité des stylos LAPIERRE.
- Offrir aux participants une occasion unique d'apprendre et de pratiquer l'art de l'écriture avec des instruments de luxe.

Potentiel de "viralité" :

1. Capturer des moments de l'atelier, montrant l'expertise des animateurs et la beauté de la calligraphie, à partager sur les réseaux sociaux.
2. Encourager les participants à partager leurs créations calligraphiques et leurs expériences de l'événement sur leurs réseaux sociaux.

L'affiche

L'idée des créateurs de la marque était de figurer dans des google ads mais aussi au sein d'un magazine. C'est pour cela que nous avons créé cette affiche. Elle représente le luxe de la marque tout en gardant cette authenticité du Pays Basque. L'affiche n'est pas clinquante mais attire tout de même l'œil avec son côté élégant.



La publicité

Nous avons décidé de faire une publicité qui montre des générations se passant le stylo de Lapierre. Nous avons mis en scène un grand-père, puis son fils, puis sa fille se passant le stylo. Le stylo est d'excellente qualité et ne s'altère pas, nous retrouvons donc ici l'idée de la qualité. Nous avons mis en scène cette idée du luxe avec la boîte et l'inspection du stylo par le grand-père. Les créateurs de la marque voulaient aussi retrouver le cadeau, puisqu'ils souhaitent diffuser cette publicité durant la période de Noël.

vidéo