

PLUMES DE PUB - Une communication prestigieuse pour le Prix d'Amérique Marionnaud 2007

Soumis par Plumes de Pub
18-01-2007

Une campagne féerique, une réalisation soignée, un plan médiatique d'envergure : le Prix d'Amérique Marionnaud, championnat du monde des courses au trot, s'est hissé pour sa 86^{ème} édition au rang d'un prestigieux événement sportif.

Prix d'Amérique Marionnaud : un prestigieux événement sportif.

« Cette année, nous avons poursuivi notre montée en gamme de l'événement, explique Edgar Smadja, directeur associé de Plumes de Pub, l'agence en charge du budget. Une montée en gamme déjà amorcée avec notre campagne 2006 « La course très haute allure ». Le territoire du prestige que nous avons investi s'avère totalement légitime. Prestige d'un championnat du monde, prestige d'un rendez-vous incontournable pour toute la filière hippique, prestige des célébrités et des stars qui y assistent, prestige d'un sponsor tel que Marionnaud, prestige du généreux engagement envers une association caritative, cette année Mécénat Chirurgie Cardiaque/Enfants du Monde, prestige d'une couverture médiatique internationale...

Prix d'Amérique Marionnaud : une campagne de toute beauté.

A l'intérieur de ce territoire du prestige, nous avons voulu exprimer le suspense de la course, la beauté des trotteurs, l'émotion du public. La féerie a été la piste créative retenue car elle transcrit ces notions essentielles. Beauté sculpturale d'un athlète de haut niveau, splendeur de la muse qui insuffle cette magique différence qui donne la victoire, c'est toute une histoire que livre cette campagne. Car pour remporter une épreuve aussi légendaire que le prix d'Amérique Marionnaud, il ne suffit pas d'avoir d'incomparables qualités sportives. Encore faut-il être touché par la grâce.

Une réalisation très soignée.

« Nous avons délibérément choisi d'utiliser les codes du luxe, de la beauté, du parfum, déclare Frédérique Smadja, directrice associée de Plumes de Pub. C'est une des raisons pour laquelle nous avons confié la réalisation du visuel au photographe Ian Abela. « Le très beau book beauté de Ian, le modelage de sa lumière, sa connaissance des chevaux nous ont séduit d'emblée », raconte Anne Launay, directrice de création de Plumes de Pub. La prise de vue s'est déroulée au centre d'entraînement de Grosbois sur la piste couverte. Celle-ci a été en partie bâchée pour recréer un studio dans lequel le trotteur pouvait entrer et sortir à sa guise pour se dégourdir les jambes. Il s'est comporté en véritable professionnel, à la hauteur de sa partenaire, la mannequin Cintia Dicker.

Un plan media d'envergure.

La campagne est présente dans la capitale du 9 au 28 janvier. Elle occupe le métro, avec les entrées de la totalité des stations, descend sur les quais notamment avec le réseau platine. Dans les rues, elle se promène sur les grands arrières de bus, prend de la hauteur sur les mâts drapeau, s'affiche sur le réseau prestige, se montre sur le périphérique. Enfin, elle drape de 2 immenses panneaux le siège du PMU sur les bords de Seine.

Carte d'identité du Prix d'Amérique Marionnaud

Le 86^{ème} Prix d'Amérique Marionnaud se déroulera sur le célèbre hippodrome Paris-Vincennes, le dimanche 28 janvier 2007. La plus grande course au trot du monde réunit les dix-huit meilleurs cracks, menés par les plus grands drivers, qui se disputeront le titre suprême. Relayée sur 3 continents par 70 télévisions et suivie par plus de 40 000 spectateurs, le championnat du monde de trot attelé est un événement hors du commun : un rendez-vous à ne manquer sous aucun prétexte !

L'agence Plumes de Pub

L'agence Plumes de Pub travaille en collaboration étroite avec le Cheval Français depuis plus de deux ans. Créée en 1990, cette agence généraliste à taille humaine se caractérise par la pertinence de ses concepts, la

cohérence de ses déclinaisons et la connivence qu'elle installe avec ses annonceurs.

Annoncesur : Le Cheval Français
Directrice de la Communication : Isabelle Coltier
Responsable Communication: Océane Andriot

Agence : Plumes de Pub

Commercial
Directrice associée en charge du budget : Frédérique Smadja.

Création
Directeur associé en charge de la création : Edgar Smadja
Directrice de création : Anne Launay
DA : Jean-Jacques Boyer
Concepteur Rédacteur : Edgar Smadja
Photographe : Ian Abela