



PATEK PHILIPPE
GENEVE

Communiqué de presse

Patek Philippe, Genève
Octobre 2018

Nouvelle Twenty~4 Automatique

Une campagne de communication forte et novatrice

Destinée à séduire une nouvelle clientèle exigeante, la campagne de lancement international dédiée exclusivement à la Patek Philippe Twenty~4 Automatique dresse le portrait d'une femme moderne, indépendante et active. Basée sur un film et des annonces à l'esprit très contemporain, elle accorde une large place aux supports digitaux.

Dans le monde de la communication horlogère, et de la communication tout court, Patek Philippe se distingue depuis 1996 par sa fameuse campagne « Générations », avec ses visuels évoquant des instants de complicité entre pères et fils ou mères et filles. Grâce à la force et à l'universalité de son message, cette campagne – placée sous le mot d'ordre « Fondez votre propre tradition » et subtilement réinterprétée au fil des ans – s'est imposée comme un exemple unique de longévité et de succès. En 1999, Patek Philippe a renforcé sa présence dans le domaine des montres dames en lançant la Twenty~4[®], un tout nouveau modèle conçu pour partager les 24 heures de la vie des femmes – d'où son nom. Signe de l'importance accordée à ce tournant, la manufacture a créé alors une campagne de communication entièrement dédiée à la Twenty~4[®], avec le titre « Quelle femme choisirez-vous d'être dans les prochaines 24 heures ? ».

Une nouvelle campagne 100 % féminine

Pour lancer la nouvelle Twenty~4 Automatique, Patek Philippe a voulu, une fois encore, marquer l'événement en développant une campagne de communication axée spécifiquement sur ce produit et reflétant l'évolution des femmes au cours des deux dernières décennies. Dédiée à une cible située principalement dans la tranche d'âge des 30-40 ans, cette campagne internationale conçue (comme la campagne « Générations ») par l'agence londonienne Leagas Delaney vise à projeter l'image d'une montre accompagnant avec style la vie des femmes modernes et actives. Des femmes d'aujourd'hui, parfaitement à l'aise dans un monde high-tech et connecté, mais appréciant les beaux objets de valeur qui reflètent un savoir-faire et une tradition. Des connaisseuruses, toujours plus nombreuses à rechercher des garde-temps de grand caractère équipés de mouvements mécaniques.

Le cœur de la campagne est constitué par un film dont la réalisation a été confiée au photographe et cinéaste néerlandais Anton Corbijn, célèbre notamment pour ses clichés, pochettes de disques, clips et films consacrés aux plus grandes stars de la musique moderne, et également auteur de plusieurs longs métrages de fiction. Tourné à Rome, le film met en scène la femme Twenty~4, se distinguant par son aura de force sereine et par son alliance de classe et de décontraction. En accord avec la vocation d'une montre accompagnant toutes les heures du jour et de la nuit et s'adaptant à toutes les tenues, le découpage très rythmé présente cette femme en mouvement, marchant vers l'avenir d'un pas assuré, dans diverses situations de la vie quotidienne. Les images sont accompagnées par une voix off à la première personne donnant la parole à une femme sûre d'elle et de ses goûts, qui sait où elle va et trace

PATEK PHILIPPE SA GENEVE

Chemin du Pont-du-Centenaire 141 – 1228 Plan-les-Ouates
P.O. Box 2654 – CH – 1211 Geneva 2 – Switzerland
Tel. + 41 22 884 20 20 – Fax + 41 22 884 25 47 – www.patek.com



sa propre voie, une femme indépendante menant une existence riche et variée. Un portrait dans lequel les femmes actives d'aujourd'hui pourront se reconnaître. En parfaite cohérence avec la campagne « Générations », le film (décliné en versions 45, 30 et 15 secondes) se conclut sur « Fondez votre propre tradition. » Une invitation pour les futures clientes à entrer dans le monde de Patek Philippe, à partager les valeurs de la marque, mais aussi à donner leur propre interprétation du style et de l'élégance. La campagne se décline par ailleurs sous forme d'annonces destinées à la presse internationale, avec des visuels inspirés du film réalisés également par Anton Corbijn. Conçues dans un graphisme alliant luxe et fraîcheur, modernité et raffinement, ces annonces déclinées en divers formats comportent toutes deux images, l'une de la femme, l'autre de sa montre au poignet, remplaçant le traditionnel « pack shot » du produit. Une manière de plus de souligner le concept de base qui sous-tend toute la campagne « *it lives my life, elle vit ma vie* ».

La part belle aux supports digitaux

La nouvelle Twenty~4 Automatique a été lancée à l'échelle internationale lors d'un grand événement organisé à Milan les 10 et 11 octobre 2018. En phase avec le mode de vie multimédias des femmes d'aujourd'hui, la campagne de communication laisse une large place aux supports digitaux – qu'il s'agisse d'une page spécifique sur le site patek.com, de la diffusion du film sur diverses plateformes numériques (dont la chaîne YouTube Patek Philippe), de bannières vidéo ou de « posts », avec un épisode dédié sur le compte Instagram @patekphilippe (avec hashtag #twenty4automatic). Les annonces de lancement seront diffusées dans un grand nombre de supports correspondant aux goûts et activités des femmes de la cible (mode, culture, musique, art). L'effort sera complété par des vitrines particulières dans les Salons Patek Philippe de Genève, Paris et Londres ainsi que par des animations dans les points de vente constituant le réseau Patek Philippe sélectif à travers le monde.





Contributions

Agence de création : Leagas Delaney – Londres
Créateur : Tim Delaney
Directeur artistique : Pete Bell
Agence médias : Initiative Media
Photographe portraits : Anton Corbijn
Styliste Patek Philippe : Ondine Azoulay
Photographe montres : Anton Corbijn / Stefan Heinrichs
Mannequin: Jelena Kovacic

CHAQUE JOUR QUI PASSE
ME FAIT PRENDRE CONSCIENCE
DE MA FORCE
MA DÉTERMINATION
DE LA PORTÉE DE MES CONVICTIONS
HEUREUSE DE MENER MA VIE AVEC INTÉGRITÉ
J'AI POUR AMBITION DE SAISIR LES OPPORTUNITÉS QUI S'OFFRENT
À MOI
J'AI DE LA CHANCE, MAIS JE N'EN SUIS PAS MOINS
RECONNAISSANTE
JE SUIS FIÈRE DE CE QUE J'AI RÉALISÉ
ET CONVAINCUE D'AVOIR ENCORE TANT À ACCOMPLIR
TWENTY~4 AUTOMATIQUE
FONDEZ VOTRE PROPRE TRADITION

PRESS

