

LUSTUCRU PLUS FRANÇAIS QUE JAMAIS DANS SON NOUVEAU SPOT TV

Nous aurions pu organiser des dégustations dans des épiceries parisiennes pour vous convaincre que nos pâtes sont les meilleures. Nous avons pensé à vous convier à un atelier recyclage pour vous montrer à quel point notre emballage 100% papier est unique. Nous avons même envisagé d'aller titiller les Italiens pour savoir s'ils préféreraient les Linguine ou... les Coquillettes.

Mais non. Nous avons préféré faire renaître le côté irrévérencieux, voire un peu punk - mais toujours dans son époque, de Lustucru, en imaginant une campagne en coréen, en allemand et en espagnol pour préempter notre francité !

Car, l'eussiez-vous cru, dans une époque où il est bien vu de parler de made in France - parfois à raison, parfois moins - nous pouvons clamer haut et fort que les pâtes Lustucru sont 100% françaises et ce, depuis 1911.

Le made in France n'est pas qu'une origine, c'est aussi un état d'esprit : libertaire et rebelle, qui ose tout pour le meilleur.

Ce message sera porté par une campagne remplie d'autodérision et de critique des dérives publicitaires, signée **Artefact 3000**, agence choisie par Lustucru suite à un appel d'offre mené fin 2021.

Le film sera diffusé en TV à partir du **13 janvier** et complété par un dispositif 360 complet (affichage, digital, social) jusque dans les points de vente avec des PLV en langues étrangères.

La réalisation de **DUPER** est complétée par une technologie Deepfake permettant d'adapter les mouvements de la bouche de l'acteur principal à celui des acteurs étrangers qui ont doublé les dialogues dans les autres langues.

À propos de Lustucru :

« Lors de l'appel d'offre que nous avons mené en 2021, nous cherchions un nouveau souffle dans notre communication pour porter, non seulement notre francitude, ancrée dans notre ADN depuis 1911, mais aussi notre modernité, notre attachement à répondre aux attentes des consommateurs Français. Artefact nous a proposé une façon inédite, osée, drôle, de faire bouger les lignes. Nos équipes ont travaillé, main dans la main, pendant plus d'un an, pour réaliser non seulement ce film incroyable, mais aussi cette campagne 360 tout aussi décalée. Nul doute que nos bonnes pâtes Françaises Lustucru, dans leur sachet 100% papier, unique en son genre au rayon épicerie, trouveront ainsi leur place dans le cœur et l'assiette des Français »

Sandrine Denoual, directrice marketing chez Lustucru

« Notre nouvelle gamme « Les Bonnes Pâtes Françaises » répond aux attentes des consommateurs : en plus d'être des pâtes gourmandes et 100% françaises, confectionnées avec les meilleurs ingrédients locaux, depuis notre fabrique des Hauts-de-France, cette nouvelle gamme est écoresponsable avec son emballage unique 100% papier (zéro plastique). Un petit pack pour vous, un grand pas pour la planète ! »

Clémentine Aujay, responsable marketing chez Lustucru

Voir le film :

<https://youtu.be/eRChhiQqShI>

Crédits :

Agence : Artefact 3000

Directeur de création : Romain Pergeaux

Conceptrice rédactrice : Julie Cointy

Directrice artistique : Margaux Ferrand

Planning stratégique : Jean Allary

Responsables agence : François Brogi / Quentin Derviso / Marie Chapuis / Jonas Lévy

Responsables annonceur : Sandrine Denoual / Clémentine Aujay

Réalisateur : DUPER

Production : DeGaulle

Son : Yvonne



Flashez pour accéder
au kit presse