



Communiqué de presse – Septembre 2013

NOUVELLE CAMPAGNE TV POUR AOSTE : « LA RESISTANCE »

Un ton résolument différenciant et totalement décalé pour interpeller avec une thématique originale, tel est le parti pris de la nouvelle campagne TV de la célèbre marque AOSTE. Un véritable ovni dans le paysage publicitaire pour l'alimentaire en France!

Aoste se pose en « pourfendeur » du mauvais goût et rend en effet hommage à l'esprit d'élégance et de raffinement de la France en résonance avec son propre credo celui de la qualité et du raffinement de ses produits réalisés en France. Elle invite le consommateur à rejoindre la Résistance pour continuer à protéger le « bon goût » à la française.

Avec cette campagne réalisée par McCann, Aoste prend un nouveau virage en termes de communication.

« La Résistance » propose en effet un spot TV au style résolument novateur, voir révolutionnaire avec le message suivant : *« Notre pays a toujours été le symbole de l'élégance... mais les temps sont durs pour le bon goût, heureusement certains résistent. »*

Les personnages principaux de la campagne résistent et luttent pour maintenir un raffinement qui tend à se perdre dans notre vie quotidienne.

Le ton complètement décalé et exagéré en autodérision, offre aux consommateurs avec une forte pointe d'ironie une approche puissante pour interpeller, déclencher des réactions et créer un lien affectif avec eux.

« Notre préoccupation principale est que le jambon Aoste offre au consommateur une expérience sensorielle unique basée sur la qualité même du produit, explique un responsable de Aoste. Nous ne cherchons pas à être élitistes, nous cherchons à rendre hommage au bon goût, et pour cette raison nous utilisons cette campagne de communication pour évoquer la résistance au mauvais goût », notion relative qui reste à la portée de tout le monde.

En ce sens, ajoute l'agence Mc Cann, « La Résistance » est une campagne dédiée à tous les Français qui ne sont pas prêts à sacrifier le bon goût, l'essence même du style français. Dans ce script original, la marque invite donc le consommateur à rejoindre cette résistance si particulière!»

En surfant sur la vague de l'autodérision et de la caricature, la nouvelle campagne TV Aoste n'a pas vocation à être moralisateur ni à juger ce qui est de bon goût ou de mauvais goût, mais tout simplement à entrer en résistance pour promouvoir le raffinement français et la qualité même des jambons Aoste.

Nul ne doute que le thème de cette nouvelle publicité interpellera immédiatement le spectateur, qui appréciera l'ironie du ton ou non.

La campagne « La Résistance », sera diffusée sur les grandes chaînes de la TV française durant le mois de Septembre (3 versions de 60'', 30'', 15'') mais aussi sur internet en version intégrale. Le spot a été réalisé par Sébastien Grousset, et écrit par l'agence McCann, et rend hommage au bon goût français, même dans des périodes difficiles.

Campagne : 3 versions de 60'', 30'', 15''
Début de la campagne : lundi 2 septembre
Durée : 3 semaines et demie
Chaînes : Chaînes hertziennes / TNT
Agence : Mc Cann Madrid en collaboration avec MC Cann Paris
Réalisateur : Sébastien Grousset



A PROPOS DE AOSTE :

Aoste, c'est l'histoire d'une passion et d'un savoir-faire unique qui s'ancre dans la culture gastronomique française.

La marque, née dans un petit village d'Isère nommé Aoste, cultive un art de vivre fondé sur des valeurs de raffinement, d'authenticité, de savoir-faire et se fait l'ambassadrice d'un patrimoine culinaire unique qu'elle invite à la table du plus grand nombre.



www.aoste.fr

Aoste

Contact presse

Agence Esprit des Sens - Maude TOULEMONDE

maudetoulemonde@espritdessens.net - 04 78 37 17 50

18 rue Bourgelat 69 002 LYON - 8 rue de la Michodière 75002 PARIS