

Campagne Galeries Lafayette : « Drôlerie et légèreté »

Années : 2001-2010

Annonceur : Galeries Lafayette

Agence : Asap

« Antoine de Caunes a eu la gentillesse d'accepter d'incarner L'Homme des Galeries Lafayette pour une affiche qu'on verra bientôt dans le métro et un peu partout. C'est une image qui se veut drôle, légère et qui tente de symboliser la nature de l'homme ; d'un côté l'amour, de l'autre l'aventure. Si Antoine est habillé en petit garçon, ce n'est pas seulement pour suggérer l'enfant qui dort en lui, mais aussi pour illustrer le fait que la garde-robe de l'homme moderne ressemble de plus en plus à celle d'un petit garçon. Je pense aux hordes de quinquagénaires ventripotents qui gambadent en baskets et pantacourts dans nos villes et nos campagnes dès l'arrivée des beaux jours. L'aventure des Galeries a démarré avec un projet de film conçu pour Publicis avec Laetitia Casta. A priori, l'idée ne m'excitait guère. Il aura pourtant suffi d'un seul déjeuner avec Laetitia pour que je change d'avis. Contrairement à l'image de pin-up un peu hautaine à laquelle je m'attendais, elle dégageait une forme d'exubérance adolescente presque enfantine qui m'a tout de suite séduit. Ce sur quoi j'ai joué, privilégiant son sourire et ses dents mal plantées au détriment de ses formes légendaires. J'ai eu envie de montrer la petite fille déconneuse qui se cache sous la femme fatale. On commencerait cette fois par une série d'affiches dont chacune raconterait les aventures de notre héroïne nationale. Cela dit rien n'était gagné d'avance, il allait falloir que notre joyeuse Fifi Brindacier devenue top-modèle s'impose face aux bureaux de style qui ne juraient que par la tendance porno-sado-maso, qui faisait fureur à l'époque. Si, au fil des années, les égéries se sont succédé après le départ de Laetitia, personne n'a protesté. Le ton était donné. »

