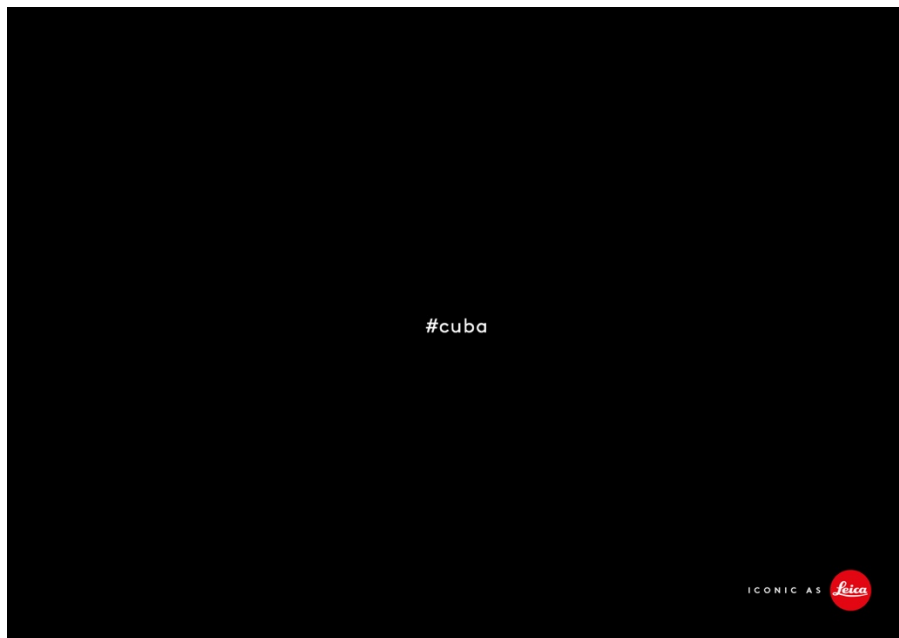


11 mars 2020

#IconicAsLeica

Dans le monde des # qu'est-ce qui distingue encore une grande photo ? La nouvelle campagne Leica signée Havas Paris se prête au jeu en interpellant la communauté photo.



À l'occasion des 60 ans de la photo iconique du Che Guevara prise le 5 mars 1960 par Alberto Korda, Havas Paris signe une campagne print qui ne laissera pas insensibles les amateurs de photo en faisant appel à leur mémoire visuelle.

Les réseaux sociaux sont aujourd'hui la vitrine d'une société imagivore dont l'élément le plus utilisé pour la diffusion de photos est le # d'Instagram. #clouds, c'est ainsi 107 millions d'occurrences et d'images. Dans ce contexte de surproduction d'images, comment une photo peut-elle encore faire la différence ?

Certaines images appartiennent au patrimoine mondial, et nombre d'entre elles ont été captées via un Leica. Un mot associé à un # suffit à redonner vie dans l'imaginaire de chacun à ces clichés mythiques. C'est la mécanique de la nouvelle campagne Leica signée Havas Paris : une exposition sans photos relayée en print et en social.

Stéphane Gaubert, Directeur de création chez Havas Paris explique : « À l'ère des # et des filtres Instagram chacun pense qu'il est un génie de la photographie. Alors qu'est-ce qui distingue encore un grand photographe d'un photographe Instagram ? Le cliché tout simplement. Ce cliché qui marque. Celui qui reste. Celui qui est ancré dans la mémoire collective. La campagne No photo est une ode aux grands photographes qui ont shooté au Leica. À ceux qui ont marqué leur histoire et leur époque. À travers, cette campagne interactive nous avons donné la possibilité aux gens d'aller puiser dans leur mémoire afin de trouver une photographie sans même la voir. La preuve que la photographie est un art. Un art qu'il faut continuer de nourrir. »

Gaëlle Gouinguéné, Responsable de la communication chez Leica, ajoute : « La ligne créative de Havas Paris illustre à merveille une citation d'Henri Cartier-Bresson qui nous tient particulièrement à cœur et saisit sur le vif toutes les images iconiques qui constituent notre patrimoine photographique "Le Leica pouvait être comme un baiser passionné, un coup de revolver ou le divan d'un psychanalyste" ».

Lancée le 5 mars, cette campagne est déployée en presse et sur les réseaux sociaux. Elle est également exposée à la galerie Leica.

A propos de Leica Camera

Leica Camera AG est un fabricant d'appareils photo et d'instruments d'observation de haut de gamme d'envergure internationale. La réputation légendaire de la marque Leica est fondée sur une longue tradition d'excellente qualité. En association avec des technologies innovantes, tous les produits Leica satisfont à un objectif commun : de meilleures images, partout où la perception et la visualisation sont primordiales. Le siège social de Leica Camera AG est situé à Wetzlar, dans le Länders de Hessen en Allemagne, un second site de production étant installé à Vila Nova de Famalicão au Portugal. Leica Camera dispose d'un réseau propre de filiales dans différents pays, de magasins Leica Stores, de Galeries Leica et d'Écoles Leica Akademies.

A propos d'Havas Paris

Havas Paris est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France. ` Pour de plus amples informations : www.havasparis.com

Crédits

Annonceur : Leica

Responsable de la communication, RP et projets culturels : Gaëlle Gouinguéné

Agence : Havas Paris

Directeur de la création : Christophe Coffre

Directeur de création : Stéphane Gaubert

Concepteur-rédacteur : Ludovic Miège

Concepteur-rédacteur social : Guillaume Rouan

Directeur artistique : Jordan Molina

Planning stratégique : Benoit Lozé, Samia Gauvard

Responsables du compte : Valérie Planchez, Bérly de Fayet, Claire Bouvet

Production : Corinne Costa

Contact presse Havas Paris

Elisabeth Roy

elisabeth.roy@havas.com / +33158478940

The logo for Havas Paris, featuring the word "HAVAS" in a bold, sans-serif font above the word "PARIS" in a similar but slightly larger font.