



# LE VIDE DRESSING DE RENÉ

LACOSTE TRANSFORME LA NOSTALGIE DES ANNEES 80-90  
EN UN RENDEZ-VOUS MODE INCONTOURNABLE.

## CONSTAT

La génération Z se réapproprie la mode des années 80-90.  
Elle est composée des digital natives qui sont sensibles à la gamification de la consommation.

## IDEE

Lacoste événementialise la réédition limitée de ses modèles phares des années 80-90.

## MECANIQUE

Etape 1/ « Pong by Lacoste » :

Lacoste lance un remake du jeu vidéo « pong » sur Snapchat inspiré des tout premiers jeux d'arcade.

Les 100 premières personnes à débloquer le dernier niveau, un match contre René Lacoste, reçoivent une invitation à l'événement « Le vide-dressing de René » via leur e-mail.

Une vidéo sponsorisée sur Instagram et Snapchat lance l'opération et invite les gens à jouer.

Etape 2/ « Le vide-dressing de René » :

Les 100 gagnants sont accueillis dans le pop-up store « Le vide-dressing de René » à Paris où ils peuvent acheter des pièces de l'édition limitée sur une seule journée.

Le design de la boutique reprend les codes du dressing et du vintage pour une expérience immersive.

Trois influenceurs proches de la culture urbaine seront invités à l'événement:

un rappeur (ex: Roméo Elvis), un YouTuber (ex: Mister V)

et une instagrammeuse (ex: Marion Seclin).

