



PLUS QU'UNE NOUVELLE CAMPAGNE,  
UN VRAI (RE)LANCEMENT DE MARQUE POUR GANT

<https://youtu.be/xHOKeLaRkg>

La rentrée 2015 marque un tournant dans l'histoire de GANT. La marque américaine de mode Lifestyle, accompagnée par son agence BETC, se repositionne et le fait savoir avec une campagne mondiale. À 65 ans passés, il était temps pour GANT de renouer avec ses origines, son mythe fondateur et son produit iconique, la chemise « button-down ».

– "Cette marque a une histoire, une authenticité, qui dépasse largement l'imagerie « Boston, ses plages et ses langoustes » qu'elle a véhiculée pendant des années. Elle a été fondée en 1949 par un authentique tailleur de chemises, puis popularisée sur les campus des universités de la Ivy League, et notamment celui de Yale. Nous puisons aujourd'hui dans ce formidable terreau pour reconstruire la marque et en proposer une vision aspirationnelle." souligne Bertille Toledano, Présidente de BETC.

La campagne qui sera révélée le 3 septembre comprend un film et une galerie de cinq portraits print.

Le film raconte la vie un peu incroyable des prestigieux campus universitaires de la Ivy League depuis les années 50. Une vie d'étudiants faite de grands projets politiques, artistiques, de manifestations pour les droits civiques, mais aussi de fêtes, de compétitions sportives et d'histoires d'amour. Une vie universitaire qui est le point de départ de destins uniques qui, chacun à leur façon, s'emploient à changer le monde. Des personnalités singulières qui ont en commun un élan incroyable et une même chemise: la chemise GANT.

–" L'univers universitaire est extrêmement riche, au delà des diplômes il évoque la jeunesse, les idées, les passions, l'ouverture aux autres, l'envie de changer le monde. Autant de valeurs qui sont ancrées dans l'ADN de notre marque." confirme Caroline Roth, Directrice du marketing mondial chez GANT.

Quant à la campagne print, elle met à l'honneur cinq anciens étudiants de la Ivy League aux parcours remarquables, qui par leur engagement, leurs compétences et leur talent œuvrent chacun à leur manière à changer le monde. Cinq personnalités très différentes, mais qui ont en commun leur attachement à la chemise iconique de GANT.

- Tracy K. Smith, Lauréate du prix Pulitzer de poésie. Poétesse et enseignante. (Harvard 1990–1997)
- Jennifer Staple-Clark. Fondatrice de Unite for Sight. Organisme de lutte contre la cécité dans les pays en développement. (Yale 1998–2003)
- Natvar Bhavsar, Artiste peintre. Pionnier du colorfield painting. (Université de Pennsylvanie 1961–1965)
- Mark Plotkin, Ethnobotaniste et président de l'Amazon Conservation Team. Organisme qui œuvre à la préservation de l'Amazonie et des ses tribus. (Yale 1979–1981)
- George Weiner. Fondateur et PDG de Whole Whale. Agence numérique qui tire parti des nouvelles technologies pour accroître l'impact des organismes à but non lucratif.



(Université de Pennsylvanie 2001–2005)

À partir du 3 septembre 2015, la campagne publicitaire sera déployée dans le monde entier avec plusieurs millions de dollars d'investissement. Elle sera présente en presse, affichage, dans les cinémas, les magasins ainsi que sur les médias sociaux pendant tout l'automne et jusqu'en 2016.

Elle accompagnera le repositionnement de la marque qui divise la société en trois sous-marques différentes : GANT Originals, GANT Rugger et la nouvelle ligne - GANT Diamond G, et qui s'accompagne d'une nouvelle identité visuelle et d'un nouveau concept merchandising.

### CONTACTS PRESSE

BETC  
Charlotte Lévy-Frébault  
Tél. : +33 (0)1 5641 3842  
E-mail : [charlotte.levy-frebault@betc.com](mailto:charlotte.levy-frebault@betc.com)

GANT  
Fredrik Skärheden  
+46 (0)70 181 34 28  
[fredrik.skarheden@gant.com](mailto:fredrik.skarheden@gant.com)

### NOTES

GANT se démarque du sportswear américain par sa sophistication européenne et décline une mode contemporaine lifestyle de haute qualité pour les hommes, les femmes et les enfants. En outre, d'autres produits, tels que montres, chaussures, lunettes, sous-vêtements et linge de maison, sont commercialisés sous la marque GANT. Les valeurs profondes de l'entreprise prennent racine dans son héritage d'authenticité et d'innovation, lié à la Ivy League de la côte Est américaine, et datent de la création de la marque en 1949, à New Haven, dans le Connecticut. La marque jouit aujourd'hui d'une présence mondiale dans plus de 70 pays, avec plus de 750 magasins et 4000 distributeurs sélectionnés. Pour en savoir plus, veuillez consulter [www.gant.com](http://www.gant.com).