



> [Lire cet article sur le site web](#)

Desperados s'inspire du social beer

Pour sa nouvelle campagne, Desperados (Groupe Heineken) et Dufresne Corrigan Scarlett ont imaginé une campagne print où les visuels ne sont ni retouchés, ni sublimés, comme s'ils avaient été pris par de simples internautes.

Il y avait le social food où les internautes partageaient à foison le contenu de leur assiette, il y a désormais le social beer. La marque de bière Desperados a décidé pour sa nouvelle prise de parole d'aller au-delà des codes de la publicité classique en proposant une campagne print, sans retouches. L'agence Dufresne Corrigan Scarlett, en collaboration avec le photographe Ben Stockley, a en effet mis en scène des bouteilles Desperados sans artifices, ni trucages. Des photos aux erreurs de cadrage, de lumière, de construction, de positionnements, à l'image de celles partagées sur les réseaux sociaux par les internautes avec leur téléphone. Parmi les 4097 photos, l'agence et la marque ont sélectionné une soixantaine de moments qui entreront en résonance avec la cible à différentes étapes de leur journée. La campagne sera immanquable puisque diffusée en presse avec plus de 180 parutions sur 48 supports et en affichage, d'avril à septembre, sur 50 000 faces et dans 30 agglomérations (4x3, Abribus, Flancs de bus...).

