

**Le 29 janvier, Lapeyre fait son grand retour en TV avec Les Présidents. Une campagne qui accompagne aussi le retour de la signature historique « Lapeyre, il n’y en a pas deux », portée par un film qui redonne à voir les forces singulières de cette enseigne qui accompagne les Français dans leurs projets de rénovation depuis plus de 90 ans.**



**Voir le film :** <https://youtu.be/Ab2PnEMHJZs>

Tout le monde se souvient de la fameuse ritournelle « Lapeyre, y’en a pas deux » qui a fait la notoriété et l’attachement à Lapeyre depuis de nombreuses années. Mais a-t-on jamais vraiment su pourquoi ?

C’est ce travail de révélation qu’a mené l’agence Les Présidents, qui a plaidé pour un retour de cette signature historique mais dotée d’un nouveau sens et d’un nouveau statut. L’expression de celle-ci évolue : elle passe de simple ritournelle mnémotechnique prononcée de façon familière (« y’en a pas deux ») à une expression sobre, crédible et étayée du caractère singulier de Lapeyre, rappelant à tous qu’il n’y en a pas deux qui font les choses comme Lapeyre les fait.

La nouvelle communication est donc surtout l'expression d'une nouvelle plateforme de marque ; une plateforme qui replace en son cœur la singularité du modèle Lapeyre : un modèle fabricant-distributeur, multi-expert dans la rénovation fonctionnelle et énergétique de la maison depuis plus de 90 ans.

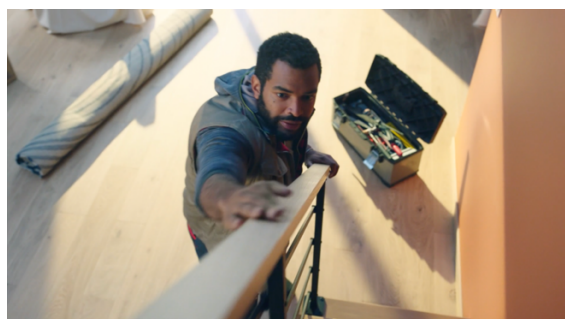
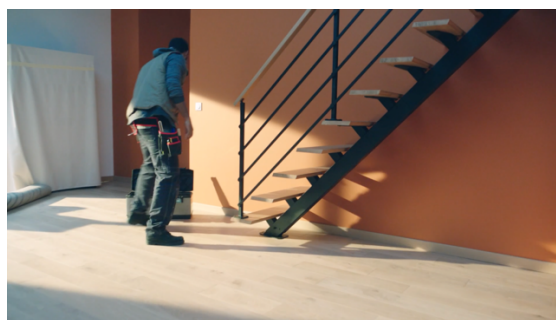
Une proposition de valeur unique sur le marché qui permet à Lapeyre de se qualifier comme un moteur de confiance de bout en bout dans tous les projets de ses clients.

### **Redonner à voir les forces historiques qui font la singularité de Lapeyre**

Qui d'autre que Lapeyre aujourd'hui peut en effet revendiquer la fabrication de fenêtres, de meubles de cuisines, de salles de bains, d'escaliers, de rangements ou de portes dans ses propres usines en France ?

Le nouveau mix-communication dans son ensemble (TV, digital, radio, print, catalogues, magasins...) sera ainsi mis au service de la révélation du caractère unique de la proposition Lapeyre à tous les niveaux et dans tous ses aspects :

Des choix de fond (le plan d'action commercial a été repensé pour tirer le meilleur parti des forces spécifiques d'un fabricant-distributeur) jusqu'aux choix de forme (chaque élément de communication remettra l'accent sur la qualité et le style des produits Lapeyre ainsi que sur son savoir-faire menuisier).



## **Le tout premier acte d'un redéploiement complet**

Cette campagne TV n'est donc que le tout premier acte du grand plan de relancement de la marque, opéré depuis 18 mois par Marc Ténart et ses équipes sur l'ensemble des leviers marketing et communication : nouvelle plateforme de marque, nouvelle communication on et off line, nouveau plan d'action commercial, nouveau site e-commerce, nouvelle communication interne et événementielle ; un redéploiement complet qui passera aussi par l'évolution à venir des concepts magasin confiée à l'agence de branding Zakka.

### **FICHE TECHNIQUE TV**

Annonceur : Lapeyre

Responsables Annonceur : Sandrine Burgat, Sandrine Caspar

Agence : Les Présidents

Directeur de la Création : Olivier Moine

Directeurs Artistiques : Guillaume Meriaux et Simon Delmas

Responsables Agence : Marco De La Fuente, Nabila Rakibi, Camille Passot

Réalisateur : Sébastien Cirade Production : Else

Producteurs : Jennifer Bauche, Benoit Duchemin

Directeur de production : Matthieu Vachon

### **FICHE TECHNIQUE RADIO**

Annonceur : Lapeyre

Responsables Annonceur : Sandrine Burgat, Sandrine Caspar, Laurent Delmarle

Agence : Les Présidents

Directeur de la Création : Olivier Moine

Directeurs Artistiques : Guillaume Meriaux et Simon Delmas

Responsables Agence : Marco De La Fuente, Nabila Rakibi, Camille Passot

Production : Else

Réalisateur son : Fanny Mithois

Directeur Son : Olivier Lefevbre