

PRÊMIO JATOBÁ 2023 | FICHA TÉCNICA ORGANIZAÇÃO: LEMA

1. Tipo de Organização:

Agência Boutique

2. Título do Case:

Lacoste 90 anos | Casa Lalá

3. Sinopse do Case:

Desde 1933, a Lacoste constrói um legado que transcende gerações, gêneros, estilos e fronteiras. Para marcar os 90 anos de história, celebramos as diferenças que nos unem, conectando pontos de vista através de experiências criativas com arte, música e a moda Lacosteira. A Casa Lalá foi co-criada com a comunidade e resultou em uma agenda de apresentações artísticas protagonizadas pela periferia.

CENÁRIO

Em 2023, a Lacoste comemorou 90 anos desde sua fundação. Tradicionalmente, o mercado mainstream enxerga que as tendências de moda, cultura e consumo seguem a tradicional pirâmide "Trickle-down", onde inovadores (designers, celebridades e a classe alta) influenciam adotantes iniciais (influenciadores, classe média) que por sua vez influenciam o restante das pessoas (classe baixa e periferia). Acontece que grande parte das tendências culturais vem da periferia brasileira. Desde os anos 90, ela vem ditando muito daquilo que se tornou almejado no Brasil - criatividade, multiculturalidade, coletividade e autenticidade - pontos que a Lacoste quer explorar junto com esta comunidade que a abraçou e ressignificou nos últimos anos. No passado, a marca não olhou para estas comunidades, decidindo focar seus esforços no público tradicional que sempre consumiu seus produtos.

TENSÃO

Conectar-se de forma genuína com a cultura periférica que ressignificou a Lacoste no país, dando protagonismo a essa comunidade.

Como explorar os pontos de criatividade, multiculturalidade, coletividade e autenticidade periférica sem nos apropriarmos indevidamente deles, e sim por meio de verdade e conexões genuínas com nomes chave da comunidade que desenvolveu novos códigos em torno da marca?

INSIGHT

Lacoste é uma marca multicultural que abraça as diferenças e reconhece diferentes códigos que seus consumidores criam a partir dela.

Co-criamos o grande momento da comemoração de 90 anos da marca junto com a comunidade que abraçou e ressignificou a marca no país - os Lacosteiros, deixando um legado.

BIG IDEIA

Casa Lala - um ode aos Lacosteiros. Um espaço de conexão e convivência com experiências musicais e educativas co-criadas com artistas periféricos. Feito por Lacosteiros, para Lacosteiros, e que trouxe e celebrou a rica cultura desta comunidade junto com a marca, e a compartilhou com todos seus públicos.

MECÂNICA

Foram 09 dias de evento que contemplaram atrações como talks sobre a produção audiovisual na quebrada, workshops que vão de Beatmaker Mobile: como criar e produzir seu Beat no celular à Direção Criativa: a criação com a linguagem do funk, DJs, artistas, exposição de peças relíquia e um estúdio de música com os melhores recursos tecnológicos com produção orientada pelo DJ Perera da GR6 e conteúdo gravado pelo KondZilla promovendo protagonismo aos lacosteiros, construindo um legado e conectando novos talentos periféricos à marca.

PRINCIPAIS RESULTADOS - INFLUÊNCIA

- 3.140 publicações
Tempo de exposição: 12:33:59
- Interações: 2.279.412
- 43.4MM de alcance
- Ad Value R\$ 10.205.600,00 (€ 1.9 MM)

PRINCIPAIS RESULTADOS - IMPRENSA

118 resultados de press
Reach: 5.955.263
Ad Value: R\$ 764.639,37

CONCLUSÃO

Durante este período, foram mais de 3.700 pessoas presentes que resultaram em conteúdos altamente relevantes, impacto na imprensa, tanto com veículos tradicionais, como especializados, relacionamento com influenciadores e conexões verdadeiras com a comunidade em todos os pontos de contato.

Os Lacosteiros foram protagonistas e a marca entregou um legado, conectando novos talentos periféricos a estúdio de música, workshops e talks relevantes.

4. Cronograma do Case:

ANO DE 2023

- **MARÇO:** Briefing do Projeto
- **MARÇO E ABRIL:** Planejamento e desenvolvimento
- **MAIO:** Celebração dos 90 anos de Lacoste
- **18 A 27 DE MAIO:** Eventos na Casa Lala

5. Orçamento do Case:

R\$ 1.900.000,00

6. Número de pessoas que atuaram no Case:

Mais de 800 pessoas envolvidas entre agência de PR, BTL e curadoria artística.

7. Detalhamento de equipe:

CUSTOMER SERVICE & OPERATIONS LEMA

Leandro Matulja | CO-Founder & CEO

Leticia Zioni | CO-Founder & COO

Ana Paula Amadio | Account Manager

Nina Liesenberg | Account

PRESS LEMA

Bruno Bataglioto | PR Coordinator

Angela Caritá | Press Officer

Isabella Gomes | Press Officer

DIGITAL PR LEMA

Leandro Dário | Digital PR Manager | Influencer Mkt

Tchelo Gomez | Digital PR Coordinator | Influencer Mkt

Julia Martins | Digital PR | Influencer Mkt

Gabriel Batystuta | Digital PR | Influencer Mkt

Lucas Costa | Community Management

PRODUCTION LEMA

Magda Castagna | Production Manager

Fernanda Lopes | Executive Production

FASHION PRODUCTION LEMA

Renata Bastos | Fashion Coordinator

Gabriela Yachimciuc | Fashion Producer

CREATIVE STRATEGIST

Gui Maia | Partner & CCO

Felipe Vaistman | Creative Strategy Manager

Tamires Crispim | Creative Strategy Coordinator

Andres Piza | Creative Strategy Leader

Vanessa Aquino | Creative Strategy

Gabriel Pasin | Creative Art Direction Leader

Rodrigo Guarizo | Creative Copywriting Leader

Matheus Bibiano | Creative Copywriter

Jandir Teixeira de Paula | Creative Art Director

Luis Sorroche | Creative Data Strategy Leader

Cauê Anacleto | Creative Data Strategy

LACOSTE

Edu Rodrigues | Marketing Director

Henrique Dias | Marketing Manager

Ednei Moisés | Visual Merchandising & Trade Marketing Manager
Pedro Tavares | Comms & PR Coordinator
Bruna Simões | Digital Marketing

EMPRESAS PARCEIRAS

MUTALA | LIVE MARKETING

Cauê Passero | Head of Project
Marília Puliti | Account Manager
Helena Botelho | Project Manager
Guilherme Chiodini | Art Direction
Guilherme Suckeveris | 3D Project
Camila Rosa | Strategist Planner
Bruno Trevelin | Executive Producer
Priscila Paulino | Executive Producer
Pedro Lima | Motion Design

CURADORES

Fernanda Correrua | Creative Curator
MC Hariel | Creative Curator