

Alter ego virtuel

Dans le cadre de la dynamisation de sa marque, Singer vise le rajeunissement de son public classique, favorisé par l'intérêt général des trentenaires pour les loisirs créatifs. Mais ce, sans oublier que les femmes de tous les âges sont concernées. Le nouveau site singer-france.fr s'adresse donc à un public large, mais fédéré par la dynamique des loisirs des jeunes femmes actives. Clarté et simplicité sont les lignes directrices d'un site qui entend être l'alter ego virtuel des boutiques qui, elles-mêmes, font l'objet depuis 2004 d'un relooking important. Tout en conservant la notion de professionnalisme qui caractérise la marque, le style général est avenant et enjoué, les accroches n'hésitent pas à jouer sur le registre de l'humour et du jeu de mots. Et ce, afin de créer de la proximité.

ACTEURS

- **Annonceur** : Singer France.
- **Opération** : Passage au e-commerce.
- **Responsables annonceur** : Maxime Mouth, Pascaline Perdikas.
- **Agence** : Business Lab.
- **Responsable agence** : Patrick Buttard.
- **Création** : Pierre-Emmanuel Michel (DA), Magali Baurly (CR).

