



Lancement d'une nouvelle stratégie de communication Elettra Rossellini-Wiedemann devient l'égérie de Lamarthe

Paris, le 19 septembre 2006 – La société Lamarthe présente sa nouvelle stratégie de communication destinée à amplifier son capital marque, sa notoriété et sa visibilité.

Elettra Rossellini-Wiedemann : une égérie pour incarner la marque

Fille de l'actrice Isabella Rossellini, le jeune mannequin international, symbole de l'élégance moderne devient **l'égérie de la marque dès l'automne 2006**. Frondeuse et légère, Rive gauche en diable, jolie à tomber, de l'esprit à revendre, elle incarne l'image de renouveau de la marque.

Son visage, sa silhouette et son prénom seront ainsi déclinés en publicité pour la presse écrite, PLV dans toutes les boutiques et shop in shop, sacs shoppings...sous la forme d'une saga, «*ELETTRA dans la ville*», à retrouver chaque saison, associée à l'un des modèles phare de la marque.

« ELLETRA dans la ville », un film hommage à la nouvelle vague

Sous la direction de Zoé Cassavetes, le court-métrage en noir et blanc met en scène le jeune mannequin. Au centre de l'histoire : un sac.

A la vision de ce petit film à la voix off omniprésente, on pense à Truffaut, à Rivette, à Eustache mais aussi à Sacha Guitry. LAMARTHE a voulu cet hommage à la nouvelle vague française des années soixante pour retrouver ses racines parisiennes. **Une identité plus rive gauche que rive droite, plus rebelle que conformiste.**

Le choix du media internet

Pour la première fois, une marque de maroquinerie choisit le media internet comme dispositif central de sa communication. Ce choix **audacieux et différenciant** illustre la vitalité marketing et stratégique d'une marque en plein renouveau.

Le film, d'une durée de 2 minutes 30 sera ainsi très largement **diffusé sur le web** via le nouveau site LAMARTHE (www.lamarthe.com) et une sélection de sites de la presse féminine haut de gamme pour une visibilité maximale à partir du 21 septembre (www.elle.fr, www.vogue.fr, www.glamour.fr; www.aufeminin.com; www.psychologies.com).

Zoé Cassavetes

Née en 1970 à Los Angeles. Fille de Gena Rowland et John Cassavetes, elle est devenue actrice, réalisatrice et productrice. Après la réalisation d'un premier long métrage « Men make money crazy theory » en 2000, elle termine actuellement son deuxième film « Broken English » avec Jeanne Moreau, Melvil Poupaud et Gena Rowland.



Lamarthe présentera ses résultats semestriels le jeudi 19 octobre 2006, à 17h30, à l'Hôtel de Sers à Paris.

A propos de Lamarthe :

Créée en 1930, Lamarthe conçoit, fabrique et assure la distribution d'articles et accessoires de maroquinerie haut de gamme. Lamarthe propose des lignes de produits créatifs et modernes (sacs à main et accessoires) à destination d'une clientèle essentiellement féminine.

Dotée d'une vocation résolument internationale, la société est présente dans plus de 25 pays dans le monde, ses deux premiers marchés étant la France et l'Espagne. Le Groupe possède un bureau de style en Italie, une filiale en Espagne, ainsi que son propre outil de production en Roumanie.

Lamarthe distribue ses produits aux travers de boutiques exclusives en France et en Espagne, et s'appuie à l'international sur des points de vente sélectifs dans les Grands Magasins et les détaillants multimarques.

Plus d'informations sur le site www.lamarthe-finance.com

Contacts :

LAMARTHE

Mario Gardini

Président Directeur Général

Diane Lepel Cointet

Directrice marketing et communication

ACTUS

Agnès Villeret

Relations Analystes / Investisseurs

01 53 67 36 39 / avilleret@actus.fr

Agnès Gilbert

Relations Presse

01 53 67 36 33 / 06 84 61 30 71 / agilbert@actus.fr