

PARFUMS

ALIEN GODDESS, L'IDOLE DES JEUNES

16/09/2021 - par Elisa Samourcachian

Pour le lancement du dernier parfum Alien Goddess de Mugler, l'agence Publicis Luxe dévoile la nouvelle égérie de la marque : Willow Smith. Dans ce spot de moins d'une minute, la marque prône l'épanouissement personnel.



Agence : Publicis Luxe

S'éloigner du réel pour proposer du rêve. Jeune, ambitieuse et talentueuse, Willow Smith a tout de suite été l'évidence, selon la marque Mugler, pour incarner son nouveau parfum Alien Goddess. « La marque recherchait plus qu'un mannequin, mais une égérie pour incarner les valeurs d'inclusivité, de diversité et d'épanouissement de soi. Willow, c'est une femme entière, extravagante, ce n'est pas qu'une "fille de", elle a de réels engagements », confie Aurélien Nauleau, directeur de création sur cette campagne. Un travail de neuf mois, avec plusieurs phases de tests afin de réaliser le scénario de cette déesse alien aux pouvoirs de fertilisation, cachée dans les fins fonds d'un désert. Cette fameuse terre aride « existe sans exister », « il y a une partie qui a été tournée en studio, puis une autre à l'autre bout du monde. Pour donner de la magie, il fallait construire un décor en studio », avance Titem Mouici, fondatrice de Kind, bureau d'exécution de films publicitaires spécialisé dans le luxe (la marque préfère garder secrets les lieux du tournage).

Souffle nouveau

Cette campagne représente un nouvel élan pour la marque, une manière à s'adresser à une cible plus jeune que les consommateurs actuels Mugler. C'est ce qui a été réfléchi pour le choix du réalisateur : « Pour la réalisation, il y avait trois personnes en compétition dont Emmanuel Adjei, un peu "l'outsider" puisqu'il réalise majoritairement des clips (dont ceux de Beyoncé) mais n'avait jamais fait de pub. Au fil des étapes, il est passé d'outsider à une évidence grâce aux choix et intentions qu'il proposait », explique la fondatrice de Kind. Noé Baruchel Dominati, producteur exécutif chez Phantasm, rejoint ses compères sur l'implication évidente du réalisateur : « C'est quelqu'un d'authentique qui prend le temps de réfléchir. Dans l'une de ses slides, il avait comme inspirations FKA Twigs et la Vénus de Botticelli pour le personnage de Willow. »

L'inclusivité et la diversité sont aussi représentées par la tenue de la chanteuse américaine, faite spécialement pour le shoot par le directeur artistique Casey Cadwallader avec une robe destinée à tout type de corps. Même chose côté musique, c'est une première pour Björk qui a accepté de synchroniser sa musique « All is full of love » avec la publicité. La musicienne elle-même est en phase avec le message voulu par la marque. Une « belle coïncidence » puisque c'est « l'une des artistes préférées de Willow » affirme en riant le directeur de création. Une authentique osmose était présente tout le long du tournage, rapporte le producteur exécutif : « J'aurais toujours un bon souvenir de ce projet, car tout s'est fait dans un bon esprit de collaboration et de confiance. C'est presque rare que tout se passe dans de si bonnes conditions. » Sortie depuis le 30 août en TV, mais aussi sur les réseaux sociaux, la campagne ne promeut pas un « jus » extra-terrestre mais une fragrance bien terrienne aux notes de jasmin, vanille, bergamote et de bois de cashmeran.