

## Le score Ipsos

### Presse: Morgan

Score d'attribution: 35% (standard: 12%)

Score d'agrément: 88% (standard: 68%)\*



L'analyse de Benoît Tranzer, directeur général d'Ipsos ASI: « Avec cette nouvelle campagne, la marque de prêt-à-porter Morgan se rapproche de l'univers publicitaire du luxe. Tout d'abord par le soin apporté à l'exécution des visuels, car la dimension esthétique y est très importante, mais aussi par une forte mise en valeur des produits, ce qui explique l'agrément élevé de ces publicités. De plus, cette campagne multivisuel qui dégage sensualité, charme et séduction se trouve en totale cohérence avec l'image de la marque. »



**Mylène Atlan,**  
responsable de la  
communication  
de Morgan, fait un tour  
d'horizon des égéries  
de la marque.

#### Comment expliquez-vous la forte attribution de cette campagne ?

**Mylène Atlan.** Notre dernière égérie, l'actrice Eva Mendes, correspondait parfaitement à notre collection d'été, marquée latino. Elle était très Morgan dans sa façon d'être. La marque s'adresse à des femmes qui dégagent du charisme et une certaine sensualité, qui savent qu'elles sont belles et sont des séductrices. D'où notre choix de personnalités comme Lou Doillon, qui illustre la tendance bohème chic, ou Theodora Richards, la fille de Keith Richards, qui incarnait notre collection suivante, plus rock.

#### Est-il facile de convaincre des stars internationales d'incarner la marque ?

**M.A.** Depuis ses toutes premières campagnes, en 1989, Morgan, créée en 1968, a mis en scène des célébrités. De plus, nous collaborons avec de grands photographes comme Jean-Baptiste Mondino ou Patrick Demarchelier. Nous cultivons une image haut de gamme et cherchons à faire rêver.

#### Qui sera votre prochaine égérie ?

**M.A.** L'actrice Mischa Barton, qui joue dans la série télévisée *Newport Beach*. Nous allons la mettre en scène dans les trois dominantes de notre collection: l'aspect femme fatale avec des robes du soir, un côté plus mode et enfin nos modèles romantiques.

**Entretien: Delphine Le Goff**

Secteur d'activité: textile - Annonceur: Morgan  
- Agence: Venise - Photographe: Phil Poynter.

\* **Méthodologie:** cette étude a été réalisée dans la rue auprès de 200 femmes âgées de 15 à 34 ans, lectrices du plan média. **Score d'attribution:** pourcentage d'interviewées attribuant la marque correcte au visuel. **Score d'agrément:** pourcentage d'interviewées déclarant aimer le visuel.