



Communiqué de Presse – 27 avril 2015

LA SHARPNESS DE MIYABI EST DE RETOUR AVEC HEREZIE

Après le succès de la campagne "The Beauty of Sharpness" qui mettait en scène d'une façon élégante une démonstration produit sans montrer les couteaux, c'est définitivement avec finesse et simplicité qu'Herezie entend vanter les mérites des couteaux japonais Miyabi (marque du groupe allemand Zwilling J.A. Henckels) dans sa nouvelle campagne: « Long Lasting Sharpness ».

Herezie adopte un style très différent mais tout autant empreint des principes graphiques propres à la culture japonaise.

Inspirée par le style épuré de célèbres designers tels que Ikko Tanaka et Shigeo Fukuda, cette nouvelle série de visuels met en avant des tranches de saumon, de pastèque et de jambon aussi fines que des feuilles de papier. La campagne se décline sur trois couteaux de la gamme Miyabi 5000MCD, véritable référence en terme de qualité et de découpe: le **Gyutoh** pour la viande, le **Sujihiki** pour le poisson et le **Shotoh** pour les fruits et légumes.

Informations

HEREZIE – Agence indépendante et pluridisciplinaire fondée en juin 2010 par Andrea Stillacci, Luc Wise et Pierre Callegari, HEREZIE compte à ce jour une trentaine de clients. Elle a été élue « Agence Indépendante de l'Année » en 2012.

Contact

HEREZIE

Amélie Juillet: +33 (0)6 99 20 66 24 - juillet@herezie.com

Crédits

Titre: Long Lasting Sharpness

Client: Miyabi (Zwilling J.A Henckel Group)

Responsable Marketing & Communication : Nathalie Chabert

Agence: Herezie, France

Directeur de la Création: Andrea Stillacci

Directeurs de création: Mathieu Nevians, Olivier Henry

Directeur Général en charge des Stratégies: Luc Wise

Conception-rédaction / Direction artistique / illustration: Jacques Denain, Nicolas Duménil

Responsable Print: Capucine Lhermitte