

METALLICA



HARDWIRED...TO SELF-DESTRUCT



DES GANTS SPÉCIALEMENT TRICOTÉS POUR TOUS LES FANS DE METALLICA

**Avec le nouvel album de Metallica et ses gants assortis,
cet hiver sera placé sous le signe du Metal !**

Le 18 novembre 2016 marque la sortie du nouvel album de Metallica : « Hardwired... to Self-Destruct ». À cette occasion, Mercury lance une grande campagne de communication virale axée sur la transmission entre les générations. La campagne se compose d'un film et d'un produit dérivé innovant : Les Gants Metallica.



SORTIE LE 18 NOVEMBRE 2016

YOU DON'T SAY NO TO METALLICA

Sur les devants de la scène depuis 1981, avec plus de 110 millions d'albums vendus et 9 Grammy Awards, Metallica est un groupe totalement culte. Connu de tous et écouté par tous, il a su traverser les époques en touchant chaque génération. Pour la sortie de leur nouvel album, nous avons souhaité célébrer cette « universalité » avec une campagne développant l'idée que personne ne peut résister à Metallica.

UN FILM SUR L'HÉRITAGE TRANS-GÉNÉRATIONNEL

Le film, créé par l'agence Brand Station et réalisé par ucorp, sera diffusé sur les réseaux sociaux. Il montre une mamie offrant à son petit fils un cadeau surprenant : des gants à trois doigts tricotés par ses soins. Après un instant d'étonnement, on comprend que les gants sont en réalité pour elle un moyen de transmettre sa passion à son petit-fils.

LES GANTS METALLICA

En enfilant ces gants pas comme les autres, vos doigts se positionnent naturellement pour former le signe « rock », un geste hautement symbolique chez tous les fans de Metallica. Initialement tricotés par mamie pour son petit-fils, les gants ont été produits à grande échelle afin de permettre à plus de fans de passer l'hiver sous le signe du Metal.

