

DELSEY PARIS

1946

2023年10月30日 パリ

SNSパフォーマンス『エターナル・サンライズ』のご紹介

デルセーとフレッド&ファリド・ニューヨークが提携

24人のインフルエンサーが、24の個性豊かな旅の目的地、そして24のタイムゾーンで、「日の出」の瞬間を捉えたりレーパフォーマンスを展開

ヨーロッパを代表するプレミアムラゲージブランドであり、世界市場第二位を占めるDELSEY PARIS (デルセー)は、インスタグラム上で世界中の日の出を追う24時間のストーリーリレーを作るという、かつてないブランドアクティベーションを発表いたします。

デルセーが主催するソーシャルメディアキャンペーン『エターナル・サンライズ(永遠の日の出)』は、ユニークなソーシャルメディアコンセプトで、世界のインフルエンサーとオーディエンスをつなぎます。2023年11月6日、異なるタイムゾーンにいる24人のインフルエンサーたちは、デルセーのアイコン的なラゲージとともに、日の出の順番にシェアしました。

デルセーのビジュアル・アイデンティティに不可欠な『ライジングサン』という力強い象徴は、希望と復活を表現すると同時に、鮮やかなイエローカラーが前向きでポジティブな思考を表現しています。このデジタルパフォーマンスを通して、デルセーはかつてなく長い日の出を作り上げ、デルセーコミュニティや、このプロジェクトに参加したインフルエンサーたちのコミュニティを24時間の世界一周旅行へ連れ出します。

この取り組みは、同ブランドのコアバリューのひとつである「自由」を際立たせます。今回投稿された24のストーリーは、「ここではないどこかへのエスケープ」を表現し、自由に旅をしながら世界を探検する可能性を表しています。

デルセーは、2023年にフレッド&ファリド・パリ(FRED & FARID Paris)とともに行ったブランドキャンペーンに続き、ソーシャルメディアのつながりを駆使したパフォーマンスを展開するというブランドアクティベーションを企画しました。

世界中のインフルエンサー24人の視点や写真を活用して、24時間にわたる日の出を作り上げることで、デルセーは、自由と真正性、冒険を求める次世代の旅行者の注目を集めることを目標としています。また、デルセーが掲げる革新的な精神や、旅の素晴らしさを再び発信します。

デルセーのマーケティング&デジタル部門ディレクター、ミリアム・ヘンデルは次のように話します。「『永遠の日の出』というコンセプトが生まれたきっかけは、デルセーのブランドアイデンティティに深く根差した『ライジングサン』のシンボル(エスケープと永遠の再生を象徴する)を通して、さまざまなコミュニティをつなぐ新たな体験を生み出したいという願いです。フレッド&ファリド・ニューヨークは、私たちのビジョンや昇る太陽のシンボルによって生まれた24時間の世界旅行を実現したいという強い想いを本当の意味で理解してくれました。彼らのデジタルコミュニティへのアジリティや造詣の深さにより、またとない24時間の日の出を公開することができました」。

フレッド&ファリド・ニューヨーク(FRED & FARID New York)のコメント

「24人のインフルエンサーが、24の個性豊かな旅の目的地、そして24のタイムゾーンで、「日の出」という同じものはふたつとない瞬間を捉えるために集結しました。デルセーが体現する旅の普遍性を、多様な文化圏とともに称えるという挑戦に情熱をもって取り組みました。これはソーシャルメディア上でライブで行われたブランディングキャンペーンです。このキャンペーンの独創性がもたらすのは、私たちは毎日浴びつつけているネット情報からのつかの間、太陽の下でひと息つくことです。『エターナル・サンライズ』は、美と世界のつながりを賞賛するための招待状なのです」。

デルセーのInstagramアカウント(@Delseyofficial)からこのブランドアクティベーションをご覧ください。