

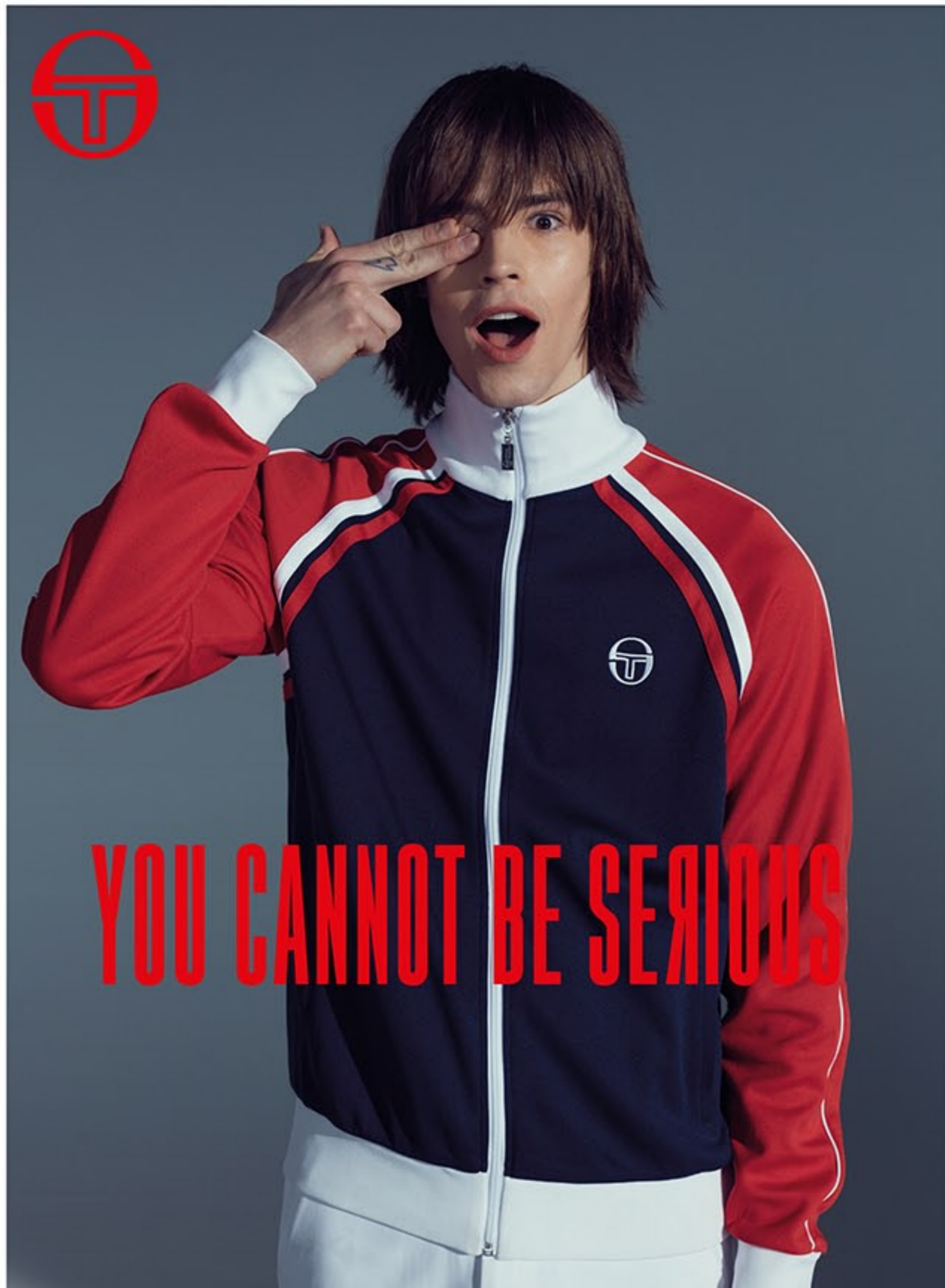
# THE SPORTSWEAR

magazine

NEWS, SPORTSWEAR

## SERGIO TACCHINI: YOU CANNOT BE SERIOUS!

BY TSW, 3 LUGLIO 2019



SERGIO TACCHINI.COM



YOU CANNOT BE SERIOUS!

La nuova campagna ADV di Sergio Tacchini gioca sul claim e sull'essenzialità dell'immagine

L'ironia, la tradizione, l'immagine pulita: i tre elementi della nuova campagna ADV Sergio Tacchini che con uno stile sobrio ed elegante comunica la propria personalità attraverso immagini essenziali e un claim molto forte.



SERGIO TACCHINI.COM

Senza l'ausilio di nessun elemento scenico, e focalizzando l'attenzione sui volti e sugli outfit, i visual della nuova campagna ADV partono da un'impostazione di stampo lookbook reinterpretata in maniera assolutamente creativa.

Immagini chiare e focalizzate sul prodotto, ma soprattutto sul personaggio che interpreta il prodotto, e che riflette i consumatori del brand. Giovani con personalità molto spiccate, i protagonisti del nostro tempo; c'è lo sportivo, dai tratti marcati e che ricorda gli hooligans, l'artista un po' egocentrico e sopra le righe, il modello e la urban ninja, la ragazza metropolitana che pur con un look maschile mantiene la sua spiccata femminilità. Tutti giovani che escono dal coro grazie al loro carisma, esattamente come succedeva 40 anni fa a John McEnroe.



SERGIO TACCHINI.COM

"You cannot be serious" infatti - claim di questa campagna - è la celebre frase pronunciata dal giovane talento americano durante il torneo di Wimbledon del 1981 contro il giudice di sedia, reo di non aver annullato un "out". Il claim rispecchia l'irruenza, e un tantino di arroganza, del genio del tennis che sentiva come un diritto la vittoria a Wimbledon, che poi arrivò insieme a molte altre designandolo campione. Nella campagna Tacchini è un messaggio duplice: il "non farai sul serio?" riferito agli atteggiamenti dei quattro personaggi, ma anche all'idea stessa di non prendersi sul serio, di lasciar spazio all'ironia. Una frase di uso comune, diventata storica grazie allo scalpore che fece allora perché pronunciata nel tempio del tennis e dell'eleganza dei gesti e dei modi. Una frase che oggi è simbolica per le giovani generazioni.

Il lancio della campagna è pianificato per la stagione autunnale 2019.

[SERGIO TACCHINI.COM](http://SERGIO TACCHINI.COM)



Sergio Tacchini, il rinomato marchio di abbigliamento sportivo, è stato fondato nel 1966 da Sergio Tacchini, tennista italiano. Negli anni il brand è divenuto sinonimo di stile italiano ed eleganza, e l'abbigliamento è riconosciuto a livello internazionale grazie ai più grandi tennisti del mondo che hanno fatto da testimonial al brand, come John McEnroe, Jimmy Connors, Vitas Gerulaitis, Mats Wilander, Gabriela Sabatini, Pete Sampras, Pat Cash, Martina Hingis e Novak Djokovic, con i quali il brand ha raggiunto 37 vittorie nel Grande Slam. Oggi il brand rimane leader nell'abbigliamento sportivo di qualità, grazie all'autenticità che gli deriva dal DNA tennistico, per un pubblico che cerca un abbigliamento che unisca eleganza, praticità e sportività. Il brand è sponsor tecnico ufficiale del torneo Rolex Monte-Carlo Masters.