

Vaucresson, le 11 décembre 2024

LEXUS FRANCE INVITE AU BIEN-ETRE AUTOMOBILE DANS SA NOUVELLE CAMPAGNE « LEXUS SWEET LEXUS »

- Lexus France annonce le lancement de « Lexus Sweet Lexus » la nouvelle campagne publicitaire orchestrée par son agence intégrée T&P*m* France.
- La marque a choisi de mettre à l'honneur un élément clé de sa philosophie de l'hospitalité Omotenashi : le bien-être et le confort à bord.
- Le film « Lexus Sweet Lexus » sera diffusé au cinéma du 11 au 31 décembre 2024.



Le bien-être au cœur de l'expérience Lexus

Depuis toujours, les Lexus font référence pour leur confort, leur raffinement ainsi que le soin apporté à la conception et à la finition de leurs habitacles. Lexus développe sur tous ses modèles sa philosophie de l'hospitalité Omotenashi qui consiste à faire en sorte que les utilisateurs du véhicule se sentent aussi bien accueillis que des invités dans sa maison. Dans cet esprit, les artisans Takumi de Lexus veillent à l'excellence de la qualité des matériaux employés et de leur assemblage.

Aujourd'hui, plus que jamais l'approche Lexus est en harmonie avec les désirs des automobilistes. Selon une étude Auto-Plus, 61 % des Français considèrent leur voiture comme « un autre chez soi » *. **La campagne « Lexus Sweet Lexus », conçue avec l'agence T&Pm, traduit cette philosophie en une promesse simple et puissante : on ne conduit pas simplement une Lexus, on y vit.**

L'idée créative met l'accent sur l'intérieur raffiné du véhicule, véritable cocon de sérénité.

Déguster un Latte, visionner la saison 2 de sa série préférée, dévorer un roman... la Lexus devient une extension de son chez-soi, peut-être une de ses pièces préférées, où l'on se sent bien.

Conçu comme un long métrage, le film « Lexus Sweet Lexus » plonge dans une atmosphère cinématographique et met en scène cette sensation de bien-être. Les supports print, quant à eux, jouent sur les lumières et l'éclairage pour créer une connexion naturelle entre l'habitacle et l'univers domestique.

À chaque modèle son univers

La campagne met en avant **trois modèles phares** : le nouveau Lexus LBX, crossover urbain et nouvelle porte d'entrée de la marque, le Lexus NX, SUV polyvalent disponible en versions hybride auto-rechargeable et hybride rechargeable, et le Lexus RX, incarnation du savoir-faire Lexus en matière de confort, de technologie et de prestige. Du LBX au RX, tous les modèles Lexus se distinguent par **une expérience à bord et un bien-être uniques**, obtenus grâce à une qualité, un raffinement et un équipement premium qui font référence sur le marché.

Un dispositif média premium pour une expérience unique

Conçu comme un long métrage, le film « Lexus Sweet Lexus » plonge dans une atmosphère cinématographique. Il bénéficiera d'une visibilité exceptionnelle au cinéma avec une présence forte sur les réseaux Médiavision et UGC du 11 au 31 décembre. La campagne se déclinera en fil rouge dans les grands magazines lifestyle dès janvier 2025 et des capsules vidéo destinées aux réseaux sociaux viendront compléter ce dispositif. « Lexus Sweet Lexus » est le premier film conçu par Lexus France, témoignant ainsi de l'engagement de la marque sur le marché français.

**Etude Toluna Harris Interactive pour Auto Plus 2024.*

Suivez-nous sur  [GroupeToyotaFr](https://twitter.com/GroupeToyotaFr)

Photos et vidéos disponibles sur <http://media.lexus.fr>

Jean-Baptiste Queyroy
Chef du Département Marketing Lexus
01 47 10 84 05
jean-baptiste.queyroy@lexus-europe.com

Arnaud Couturon
Responsable Presse Lexus
01 47 10 82 84
arnaud.couturon@lexus-europe.com