

## The Eye of the Tiger

Sylvie Le roy

Publié le 04/12/2014 Par



Au cœur du zoo de San Diego se trouve un immense espace réservé aux Tigres du Sumatra en voie de disparition. Dans un environnement que le centre espère au plus proche de leur environnement naturel, les visiteurs peuvent ainsi aller à la rencontre du grand félin et l'observer. Ce tiger trail est divisé en plusieurs espaces qui permettent à l'animal de se prélasser, de pêcher et même de se faire les griffes sur des arbres morts. Clou du spectacle : un espace intérieur qui permet au visiteur de vivre un véritable face à face avec le tigre. Un moment que le Zoo de San Diego souhaite magique afin que chaque visiteur, et notamment les jeunes générations, prenne conscience de la fragilité de la vie animale et de la communion qu'il peut exister entre l'Homme et la nature.

Et c'est à travers une série de spots publicitaires aussi mignons que décalés que le zoo, en collaboration avec M&C Saatchi, a décidé de faire passer ce message. Ceux-ci mettent en scène de jeunes enfants qui ont développé d'étonnants pouvoirs grâce au 'Tiger Power' insufflé par le tigre lors de leur rencontre au zoo. Un appel à « voir, sentir et vivre », comme le souligne chaque film.

Le dernier, tout juste diffusé, met en scène un petit garçon au visage couvert d'abeilles. Serein, il donne l'impression d'un super-héros auquel rien ni personne ne résiste. Judicieux comme message en termes de cibles.

La campagne est diffusée en télévision, en presse écrite, sur le web, en affichage, dans la région sud de la Californie. Les films sont signés Matthew Swanson d'Epoch Films.