

carre'y

Moula : La nouvelle campagne inspiration années 2000 de la marque genderless Carré Y

L'histoire de la collection

Cette collection est un hommage aux années 2000, à la love parade, à la techno... mais surtout à la fête retrouvée et à l'insouciance. Les bijoux prennent la forme d'ecstasy, de pilules remèdes : un réel clin d'œil à la légèreté.

Plus que jamais les bijoux Carré Y prônent le body et sex positivity, l'amour et la tolérance !

La nouvelle campagne

Le créateur de la marque Yacine Challal a d'abord rencontré [Rawell](#). Dès la première rencontre se fut une évidence : rire et même amour pour la mode et les bijoux.

Suite à une discussion ils ont directement convenu qu'elle et sa sœur jumelle [Rania](#) seraient égéries pour la nouvelle campagne.

Pour [Isaak](#), créateur de contenu, mannequin et proche de Yacine, ce fut naturel qu'il pose pour la nouvelle campagne. Il incarne avant tout les codes et valeurs Carré Y. L'inspiration et l'atmosphère paparazzade et moments d'insouciance volés ont été imaginé et shooté par le très talentueux photographe de mode [Louis Descamps](#).



Yacine et Carsten (creative director de chez Carré Y) ont imaginé une campagne innovante qui mélange un pitch des années 2000 d'une bande de potes, Sex And The City et les Spice Girls.



Caroline Charles caroline@carolinecharles.fr
Tess Vivien tess@carolinecharles.fr