

Turbulences

Mars 2008

N°4

Humeur aqueuse ↙



Ultra-Fluide, l'anti-morosité

Blogs d'entreprise, *LipDub*... Nous affirmons encore une fois ce mois-ci notre attrait pour la communication globale et le multicanal en nous penchant sur des outils de communication « en devenir » qui stimulent nos petits neurones et notre créativité, rendent nos recommandations séduisantes et garantissent à vos campagnes une réelle efficacité. Notre objectif est bien sûr de vous faire profiter de notre vitalité et de notre curiosité en vous proposant encore et toujours de l'inédit. Notre démarche est simple et se résume à trois questions : quoi de neuf dans les supports de communication ? Quelle valeur ajoutée pour Ultra-Fluide ? Quel bénéfice pour nos clients ? Les réponses nous amènent naturellement à vous proposer une offre et des supports sans cesse renouvelés, qui complètent de manière logique un savoir-faire qui a déjà fait ses preuves... Alors, êtes-vous prêts vous aussi à suivre le mouvement et oser de nouveaux médias ?

➔ Flux continu

Une communication *Trendy* pour le marché immobilier du *Retail*...

Le MAPIC est LE marché international de l'immobilier commercial. Il attire les acteurs-clés du secteur, investisseurs, commerçants, centres commerciaux et collectivités locales. Ce salon, organisé par Reed MIDEM, offre aux entreprises une formidable vitrine pour présenter leurs concepts, démultiplier leurs contacts, prospecter et développer leurs activités dans le monde entier. C'est aussi le lieu où se révèlent les nouvelles tendances et les meilleures opportunités. Reed MIDEM nous a confié la campagne de communication 2008 du MAPIC : des magazines aux invitations, en passant par les posters, les flyers ou les annonces presse, c'est l'ensemble des supports de ce salon cannois que nous réaliserons cette année. Le concept : le regard ébloui d'une consommatrice branchée vers les enseignes les plus prestigieuses et les plus prospères. Le visuel mise sur le contexte Premium de ce salon opérationnel où d'importantes transactions sont signées chaque année. www.mapic.com.



→ Onde de choc

Blogs : « les salariés sont les meilleurs locuteurs de l'entreprise »

Le mois dernier, nous avons pu faire le point sur les blogs d'entreprise lors d'un petit-déjeuner débat organisé par *Conseils & annonceurs associés*. Éric Camel, président d'*Angie*, agence spécialiste du blog, nous a présenté un panorama des usages de cet outil désormais incontournable. Bilan positif pour une rencontre réunissant les responsables de la communication de groupes prestigieux (*SNCF, Veolia, CEA, Bureau Veritas...*). En résumé, les blogs s'inscrivent dans la mouvance du Web participatif et deviennent nécessaires pour crédibiliser la communication d'entreprise, tant en interne qu'en externe. Ultra-Fluide se retrouve évidemment dans cette analyse et confirme une offre qui présente un intérêt à la fois pour les dirigeants et les salariés. Devenu paradigme, le blog fait partie des instruments que nous incitons nos clients à intégrer dans leur communication institutionnelle, parce que la langue de bois ne peut plus faire partie du vocabulaire de la communication corporate.



→ Mur du son

LipDub : vive la communication corporate « à deux balles » !

Drôle, efficace et pas chère, la communication institutionnelle nouvelle génération allie autodérision, *Buzz* et *Incentive*. On appelle ça le *LipDub*. En français, « play-back au bureau »... en bien plus rigolo. Imaginez des salariés se filmant en train de doubler façon vidéo-clip le dernier tube à la mode. À l'origine, un canular de *Connected Ventures*, Web agency américaine : l'équipe se filme dans ses locaux New Yorkais en « chantant » à tue-tête le titre d'un groupe à succès. L'agence offre ainsi à ses prospects une image cool et créative pour trois fois rien. 1,5 million de visionnages plus tard, la vidéo déboule chez *Heaven*, agence parisienne qui reprend à son tour le concept. Le mouvement est lancé : les deux pionniers incitent alors d'autres agences à faire leur *LipDub*. Bonne humeur, interprétation déjantée, un plan-séquence... Le résultat est jubilatoire. Nous réfléchissons déjà au titre de la chanson que nous pourrions interpréter ! Trente-cinq LipDubs sont visibles en ligne sur www.officelipdub.com.



➔ Zapping

Notre coup de cœur :

Exposition *Christian Lacroix, histoires de Mode*, jusqu'au 20 avril. Pour les 20 ans de la maison Christian Lacroix, le créateur présente sa première exposition monographique : une interprétation passionnante et personnelle de l'histoire de la mode racontée librement par le couturier lui-même. Lacroix a choisi 400 vêtements selon des thèmes ou des techniques en regard avec ses créations, créant échos et croisements entre le présent et le passé. **Les Arts Décoratifs** – 107 rue de Rivoli – 75001 Paris.

Notre agenda :

Exposition *Esthétique Médiatique*, jusqu'au 20 avril. L'exposition met en scène les objets Design des médias au 20^e siècle. Le musée des Années 30 de Boulogne-Billancourt explore les arts de vivre, pour néophytes et amateurs avertis. Machines à écrire, téléviseurs, appareils photo, radios... Près de 300 objets du monde entier nous invitent à un voyage dans l'univers de la communication. **Musée des Années 30** - Espace Landowski - 28, avenue André Morizet – Boulogne Billancourt (92). www.boulognebillancourt.fr, rubrique Culture.

