

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 28 janvier 2009

LA POSTE CELEBRE LA CREATIVITE ET L'INNOVATION DANS LE CANAL BOITE AUX LETTRES A L'OCCASION DE LA SEMAINE DE LA PUBLICITE

À l'occasion de la 12^{ème} Semaine de la Publicité, de la Communication et des Media qui se tient les 2 et 3 février au Palais Brongniart, La Poste, partenaire de l'événement, met à l'honneur le potentiel créatif de la boîte aux lettres pour les professionnels de la communication. Pour l'événement, La Poste expose les meilleurs projets des Masters de la Création 2008, concours de recherche et développement qu'elle a créé dans le cadre du Festival de la Publicité de Méribel pour promouvoir l'innovation dans le canal boîte aux lettres.

Raymond Redding, Directeur général délégué du groupe La Poste, Directeur du Courrier, interviendra lors d'une conférence le mardi 3 février à 15h00 sur le thème « La mutation ou le chaos de l'innovation. Muter ou mourir ? » :

La globalisation, la corporatisation, la régularisation, la digitalisation : autant de grandes tendances qui obligent les sociétés à se réinventer. Une des conséquences de la société de communication est l'obligation pour les entreprises de bouger plus vite et donc d'adapter leur communication. La sensibilité au changement s'est en effet grandement accrue.

LA 3^{EME} EDITION DES MASTERS DE LA CREATION PLACEE SOUS LE SIGNE DE L'AUDACE

Pour leur 3^{ème} édition, les Masters de la Création se sont affirmés comme un véritable **révélateur de tendances et d'idées** pour les annonceurs. Ce concours original permet aux agences de laisser libre court à leur créativité pour inventer le mailing de demain en réalisant des **projets de communication inédits**. Présentés sous forme de maquettes et de prototypes, ces projets s'inscrivent dans une démarche de **Recherche & Développement**.

Cette année, les créatifs ont phosphoré sur la thématique " **le tourisme, les vacances et les voyages** ". Chaque agence participante a choisi un ou plusieurs annonceurs pour réaliser un projet de communication fictif. L'objectif était de concevoir une action de communication s'inscrivant au sein d'un dispositif relationnel global. Les créatifs étaient chargés de définir eux-mêmes leur brief et d'y apporter la réponse la plus innovante et la mieux adaptée.

« L'objectif des Masters de la Création est de faire émerger de nouvelles approches de communication créatives et innovantes pour le canal boîte aux lettres. Des innovations qui peuvent à la fois porter sur la forme et sur le fond », explique Maryse Mougin, Directeur de la relation client à la Direction du Courrier du groupe La Poste. Ainsi ces projets peuvent utiliser des **leviers technologiques connus ou émergents**.

La compétition est organisée par le groupe La Poste dans le cadre du **Festival de la Publicité de Meribel**, en partenariat avec l'Association des Agences Conseil en Communication (AACC), l'Union des annonceurs (UDA), le Festival de la Publicité de Méribel, et CB News.

LES LAUREATS

Les membres du jury ont particulièrement apprécié cette année la **liberté des projets présentés et la richesse des procédés utilisés**, tant en termes de matières (gazon, feuille de bananier, jean, cuir, tissus, papier traditionnel, plastique), que de format, de présentation ou d'idée de communication.

MASTER d'OR :

La poupée « Have an art orgy » pour l'Office Néerlandais du tourisme

Agence : RMG Connect

Direction artistique : Mickael Jeanne

Direction artistique web : Ian Gilbert

Concepteur rédacteur : Alexandre Drouillard

Flash : Olivier Ouendeno

Création : ce projet porte sur l'opération « Holland Art Cities », la plus grande concentration d'art au km², tout au long de la saison 2009-2010. Pour promouvoir cette opération auprès des journalistes français spécialisés dans l'art et la culture, pour le compte de l'Office Néerlandais du tourisme, les créatifs de RMG Connect ont imaginé le concept de « Have an art orgy ! ».



« L'exposition Holland Art Cities concentre tellement d'expositions au km² qu'il y a de quoi faire une orgie », explique Claude Chaffiotte PDG de l'agence lauréate.

Pour incarner cette réponse stratégique, l'équipe de créatifs a choisi de réaliser un mailing sous la forme d'une poupée de tissus, distribuée dans une enveloppe en toile cirée de récupération. Le destinataire peut ainsi ouvrir cette poupée et en faire sortir de nombreux fils de tissus colorés qui correspondent à autant d'événements artistiques. L'un d'entre eux est même doté d'une clé USB qui lance automatiquement un site internet privatif et personnalisé au nom du journaliste destinataire. Cerise sur le gâteau : cette poupée sert de pass d'entrée pour la soirée de vernissage !

MASTER d'ARGENT :

Le « mailing minute » de LastMinute.com

Agence : BETC 4D (Réseau Euro RSCG 4D)

Directeur artistique : Thierry Guerchet

Concepteur rédacteur : Eric Lorach

Création : pour installer LastMinute.com en tant qu'acteur référent pour l'achat opportuniste de voyages sur internet, l'agence BETC 4D a délibérément opté pour une approche ludique et expérientielle. Il s'agit d'une enveloppe hermétique à l'aspect aluminium, pourvue d'un message d'alerte, sans branding. À l'intérieur, le destinataire peut lire un message imprimé sur papier photosensible ne lui laissant qu'une minute pour découvrir et noter l'offre exceptionnelle de voyage qu'on lui propose ! Passé cette minute, le papier se noircit pour ne laisser apparaître que le nom de l'expéditeur : LastMinute.com.



MASTER de BRONZE :
« L'enveloppe pantalon jean » imaginée pour la London Gay

Agence : BETC 4D (Réseau Euro RSCG 4D)
 Directeur artistique : Marie Jourden
 Achat d'art: Sandy Semelin

Création : Pour communiquer auprès de la communauté gay, BETC a inventé un mailing sous la forme d'une enveloppe teaser en jean, riche de mille découvertes. En ouvrant la braguette du jean, le destinataire trouve un kiki à l'intérieur, mais aussi plusieurs gadgets ou pin's qui sont agrafés directement sur le jean. Le côté pile du jean porte l'adresse du destinataire et les timbres.



MENTION SPECIALE "eco-responsible":
La poupée « Have an art orgy ! » pour l'Office Néerlandais du tourisme

La poupée inventée pour incarner le concept de " Have an art orgy " (lauréate du Master d'Or) ainsi que son enveloppe en toile cirée de récupération sont entièrement réalisées à base de tissus recyclés. La clé USB réutilisable (car plus de 1 giga) s'inscrit, elle aussi, dans une logique de développement durable. Le jury a aimé l'aspect original et ludique du projet qui démontre que développement durable peut rimer avec créativité débridée.

Contact Presse :

TBWA Corporate
 Daiana Hirte
 01 49 09 27 47
daiana.hirte@tbwa-coporate.com