



Buzzman – Light Air

MIROIR, MON BEAU MIROIR...

La campagne qui a remporté le Grand Prix de la communication extérieure 2019 s'est affichée à Bordeaux en XXL. Une invitation onirique au voyage.

La bâche monumentale créée par l'agence Buzzman et installée pour Easyjet par Light Air Place de la Bourse à Bordeaux a séduit le jury. Il a salué un geste créatif élégant plus qu'un exercice de style, une inventivité qui s'est jouée des contraintes du format pour proposer un dispositif poétique.

« C'est un dispositif inoubliable dans un métier de la publicité qui est très éphémère. Maintenant, chaque fois que je vois une bâche, le souvenir de cette campagne me revient », notait Matthieu Elkaim, président du jury et directeur de création Ogilvy Paris. L'immense bâche paraissait en effet illisible au premier regard ; pour la déchiffrer, il suffisait de baisser les yeux sur les 3 000 m² du Miroir d'eau qui s'étale au pied du bâtiment et le message reflété. Une promesse d'évasion, « Bordelais, le ciel

est à vos pieds », jouant avec le paysage urbain de la ville.

L'agence Buzzman collabore avec Easyjet pour ses campagnes depuis septembre 2017, aussi bien en termes d'affichage

Une seule installation XXL a pu être vue par des milliers de personnes !

classique, de bâche plus événementielle que d'activation. « L'agence media avait réservé cette immense bâche durant

les travaux du bâtiment. Tout de suite nous avons eu l'envie de ne pas la traiter comme un affichage lambda, du 4 x 3 agrandi. Nous voulions inventer quelque chose de frappant, créer du lien, une complicité, susciter une réaction chez les passants sans surtout devenir intrusif... ce qui est un risque étant donné la taille de l'affichage », se souvient Julien Doucet. Et son complice Lilian Moine de compléter : « On s'est demandé ce qui nous donnerait envie, nous, de faire une photo de cette bâche ? On s'est interrogé sur le partage. La proximité du miroir d'eau nous a inspiré assez vite cette idée. Une approche poétique, pas prétentieuse, sans shoot complexe, avec une seule phrase ».

Easyjet a immédiatement été séduit par l'idée et les deux directeurs de création insistent sur l'audace de la société qui a accepté que son logo soit aussi uniquement lisible dans le reflet. Bien des annonceurs auraient sans doute exigé de placer sur la bâche le logo à l'endroit !



Les deux créatifs ont bien sûr immédiatement vu le potentiel viral, et associé un dispositif complémentaire engageant les passants à photographier et partager sur les réseaux sociaux. « Il est amusant que les tous premiers commentaires soient passés complètement à côté, sans comprendre l'astuce. Dès le lendemain des retweets ont rectifié et le truc a explosé », note Julien Doucet. Résultat : 4,9 millions d'impressions sur twitter !

Une créa magique distinguée par le Grand Prix

C'est le groupe lyonnais Light Air qui, suite à un appel d'offres, gère l'emplacement hors normes de la Place de la Bourse en travaux pour trois ans. Le financement d'une partie des travaux par de la publicité était une première pour la ville. « Sur ce beau monument, très emblématique, nous voulions convaincre que cela avait du sens. Nous avons donc croisé les doigts,

espérant que la campagne d'ouverture sur le premier mois serait forte et belle à la fois. Bien sûr, Easyjet qui communique habituellement sur une base prix-produit avec une couleur orange vif nous inquiétait un peu... Mais Buzzman a conçu une créa magique ! Et gagner le GPCE prouve que le XXL est plein de ressources et également... que tout ne se passe pas à Paris », précise Julien Aguetant, directeur du développement de Light Air. Une bâche de 1 200 m² au total dont 400 m² réservé à Easyjet a donc été posée. La partie publicitaire y est très bien intégrée grâce

au talentueux illustrateur Yann Lotton, qui a réalisé le dessin en trompe l'œil de la façade. « L'impression s'est faite sur un traceur HP Scitex XL1500 de 5 m de laize sur toile micro-perforée. La pose, par nos équipes très rodées au monumental, n'a pas posé de souci non plus. » Light Air a décidé, en accord avec la marque et son agence média, de faire appel à Bilum pour donner une seconde vie à la bâche déposée qui se transformera en housses d'ordinateur, cabas et bien entendu sacs de voyage...



© Eric Boudoumié

Nouveauté
2019 !

Spandex ColorBox

L'application de nuanciers n°1 pour les professionnels du marché de la communication visuelle et graphique !

Tous les nuanciers de vos marques préférées réunis en une seule et même application GRATUITE : la Spandex ColorBox. Téléchargez-la gratuitement dès aujourd'hui !

Rendez-vous sur l'Apple Store ou l'Android Store pour télécharger gratuitement l'application Spandex ColorBox ou visitez notre site www.spandex.com/colorbox pour plus d'informations.



Les Meilleures Marques
pour Solutions Graphiques

3M

AVERY
DENNISON

ORAFOL

mactac

imagePerfect