blue spirit. news

Agence de Publicité www.bluespirit.fr AVRIL 2005

En 2005, Blue Spirit renforce sa position dans l'univers de la décoration et du luxe.

L'agence Blue Spirit, qui depuis un an fait partie du groupe "Une Belle Agence", vient de remporter 2 nouveaux budgets (Jardin d'Ulysse et Secret Inside), confirmant ainsi sa volonté de se positionner comme spécialiste dans l'univers de l'art de vivre et du luxe.

D'ULYSSE JARDIN D'ULYSSE JARDIN D'ULYSSE JARDIN D'ULYSSE JARDIN D'ULYSSE JARDIN D'ULYSSE JARDIN D'ULYSSE JARDIN

La liberté d'expression du consommateur comme concept…

La nouvelle campagne presse de Jardin d'Ulysse a été présentée à la distribution lors du salon Maison et Objet, et lancée dans la presse décoration à partir du mois de mars.

François BEAUREGARD & Philippe HESSENBRUCH, co-managers de l'agence, qui ont contribué à développer de nombreuses marques de décoration (Hugues Chevalier, Le Jacquard Français, Cuisines Schmidt, Triconfort...), ont la conviction que le temps des "jolies-annonces-bien-sages-et-sans-histoire" est révolu et que les annonceurs du secteur doivent désormais offrir un véritable discours de marque, une véritable relation…

Aujourd'hui le consommateur s'exprime dans son intérieur avec ses propres codes, ses propres convictions, ses propres envies. Il ne veut plus que telle ou telle marque lui impose des règles…

C'est sur ce constat que la campagne Jardin d'Ulysse a été conçue… Jardin d'Ulysse doit devenir la première marque qui place le consommateur au cœur de son discours, en lui laissant le rôle central qu'il désire occuper : créateur de son propre espace, sa propre vie, sa propre histoire.

ART & CULTURE ART & CULTURE ART & CULTURE ART & CULTURE ART & CULTURE ART & CULTURE ART & CULTURE ART & CULTURE

La consécration américaine du photographe Frédéric Brenner pèse 5 Kg.

Philippe HESSENBRUCH, co-fondateur de Blue Spirit, accompagne depuis plus de 15 ans les pérégrinations du photographe Frédéric Brenner à travers le monde dans sa quête de la diaspora juive. C'est en effet Philippe Hessenbruch qui a assuré le design de tous les ouvrages de l'artiste. En 2004, Blue Spirit a également conçu le packaging du DVD, diffusé par MK2, regroupant les films réalisés par Frédéric Brenner.

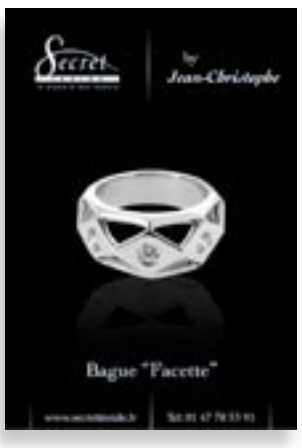
BLUE SPIRIT / 7 impasse Milord / 75018 Paris

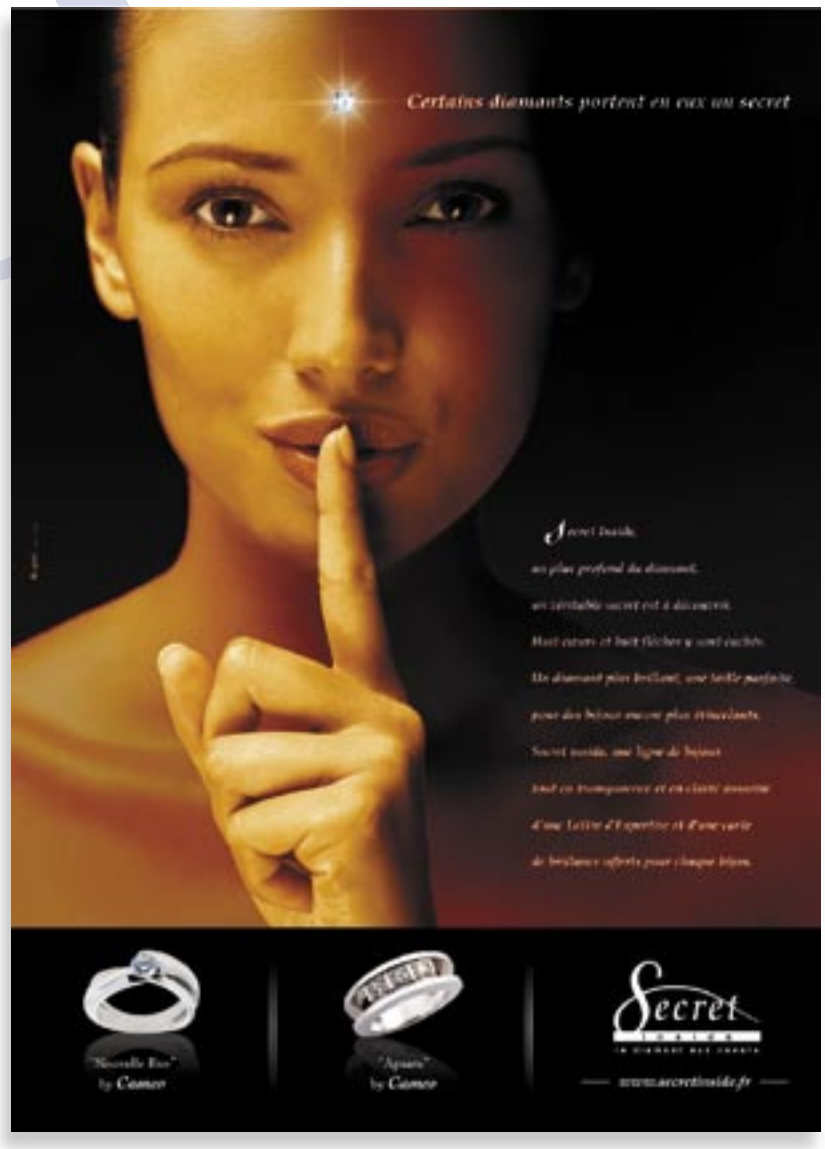
Pour plus d'informations, contactez François Beauregard au **01 42 57 86 84,** ou fbeauregard@bluespirit.fr

Une Belle Agence

Création et lancement de marque

SECRET INSIDE est une nouvelle marque de bijoux exclusivement fabriqués à partir de diamants de qualité parfaite, ayant reçu le label "Ideal Cut". Ainsi SECRET INSIDE sera la première marque en Europe à offrir aux consommateurs de bijoux une garantie de qualité totale. Pour le lancement de cette nouvelle marque, Blue Spirit n'a toutefois pas souhaité orienter sa campagne grand public sur le registre de la garantie, mais sur celui de l'amour que symbolise toujours le diamant. Ainsi, c'est en remontant à l'origine indienne de la première utilisation de diamant par l'homme, que Blue Spirit a développé une légende, dans laquelle un Maharahdja trouve le diamant le plus pur au fond de son cœur pour l'offrir à une belle et jeune princesse.





A chaque saison, ses coups de cœur...

Blue Spirit signe pour la 6ème année consécutive la campagne Home Trotter.

Cette année la campagne Home Trotter mettra en scène des leaders d'opinion du monde de la décoration (architectes, designers, artistes) qui auront à sélectionner, parmi l'intégralité de la collection, les produits qu'ils préfèrent. Si l'objectif de cette campagne est bien évidemment de poursuivre la construction de l'image de la marque, la présence et la signalétique des produits sur l'annonce, visent également à générer du trafic sur les 8 points de ventes français et surtout, renforcer l'accessibilité à la marque.

BLUE SPIRIT / 7 impasse Milord / 75018 Paris

Pour plus d'informations, contactez François Beauregard au **01 42 57 86 84,** ou fbeauregard@bluespirit.fr