

UNE AGENCE D'ÉVÉNEMENTIEL SENSORIEL S'INSTALLE À LILLE

"Il y a toujours une partie des cinq sens dans chaque événement"

► Amandine PINOT

Réaliser un événement hors du commun, marquer le souvenir de ses collaborateurs ou remercier ses clients de façon originale et inattendue... Tel est le défi que l'agence d'événementiel "On a marché sur la Lune" a décidé de relever. Rencontre avec deux jeunes créateurs aux idées prolifiques.

Parce que nous utilisons nos cinq sens quotidiennement, les deux jeunes créateurs d'"On a marché sur la Lune" ont choisi d'en faire de nouveaux outils de communication : design sonore, conception visuelle et olfactive, perception tactile ou inspiration gustative... Autrement dit : faire place à la communication dite sensorielle, jusqu'alors assez peu exploitée dans la région. A l'origine de la création de l'agence "On a marché sur la Lune", Antoine Demoussaud et Fiona Grimonprez, deux entrepreneurs en herbe d'origine lilloise. Le lancement de leur activité dans

la Métropole n'est pas anodin : "Il y a beaucoup d'entreprises et de grandes enseignes donc il était logique de commencer ici et il y a toujours une partie des cinq sens dans chaque événement." Après avoir travaillé six mois sur le projet, fait une étude de marché et des concurrents, Antoine et Fiona se sont rendus compte que l'événementiel sensoriel n'était pas développé dans le Nord-Pas-de-Calais.

Une des applications du marketing sensoriel. "L'événementiel sensoriel est une application du marketing sensoriel qui existe déjà ponctuellement dans les hypermarchés avec les diffuseurs d'odeur entre les rayons par exemple", explique Antoine Demoussaud. En résumé, il s'agit d'associer pour chaque action de communication, un ou plusieurs des cinq sens : buffet atypique, choix de la forme et des couleurs, bruits naturels, ambiance personnalisée... Chaque détail compte pour un événementiel réussi et inattendu. L'événementiel sensoriel semble le chemin rêvé vers un environnement devenu une source de plaisir, d'émotions, d'évasion.



Inauguration de l'agence Vauban Humanis à Dunkerque, en novembre 2006.

D. R.

Mener les actions de communication de A à Z. Que ce soit pour un lancement de produit, un anniversaire d'entreprise ou encore la signature d'une convention, "On a marché sur la Lune" propose des stratégies de communication innovantes et se charge aussi de la création de lieux et d'ambiances ou de la logistique complète de l'événement. Loin de s'arrêter en si bon chemin, les deux jeunes

entrepreneurs ont pour projet de se spécialiser dans le luxe et l'événement haut de gamme. Dans un futur plus proche, embaucher un graphiste chargé de la réalisation des maquettes ainsi qu'un installateur de décors et d'éclairages serait un plus non négligeable. "Le but de l'événementiel, c'est de créer de la sympathie et pour nous, c'est une passion", commente Antoine Demoussaud. ■



Les jeunes créateurs de l'agence, Fiona Grimonprez et Antoine Demoussaud.

D. R.

"On a marché sur la Lune" en bref

Date de création : 21 avril 2006, trois salariés

Leurs clients : La Poste, Benetton, Le Zoo Club, La pub vue d'ici, Espace Epilation, 3H Communication, Bliss Institut, Fédération française de prêt-à-porter, Sortir 59, Stéréochic.
20, rue Jean-Moulin 59 000 Lille

Site Internet : www.onamarchesurlalune.com

Le street marketing, un événementiel à forte valeur ajoutée

C'est une déclinaison du marketing, qui, comme son nom l'indique, se passe dans la rue, afin de générer du contact entre des éléments de la cible et la marque. La palette d'outils est large : distribution de prospectus, opérations de communication événementielle. "On a marché sur la Lune" effectue régulièrement ce type de prestation pour des entreprises locales.