



Communiqué de presse

Boulogne-Billancourt, 13 janvier 2016.

Sidièse publie son « Petit Manuel du Grand Récit »

Aujourd'hui quand quelqu'un dit « c'est de la com ! », il faut comprendre « c'est du pipeau ! »
A l'heure où chacun mesure la défiance grandissante des publics, l'agence Sidièse défend une nouvelle approche pour construire le discours des organisations et faire passer les messages qui peinent à convaincre avec les méthodes de travail habituelles.

Cette méthodologie rompt avec plusieurs « réflexes » des communicants. Elle lève le nez du brief d'agence, décentre la réflexion, défocalise du sacro-saint « ADN » (l'ADN de mon offre, ma marque, sa vie, son œuvre), elle implique des non-communicants dans les décisions, elle propose d'autres livrables que le spot, l'affiche, la bannière, gravés dans le marbre...

Le Grand Récit a déjà été choisi et déployé par de multiples clients Sidièse, parmi lesquels l'UCPA, Guerlain, l'ANIA, Aviva ou Herta. Quelques mots, extraits de ce qu'ils en disent a posteriori : « *Une expérience passionnante* », « *une bonne occasion de nous aligner, de partager enfin la vision* », « *j'ai gagné en crédit auprès des équipes marketing* », « *c'est totalement dans l'époque* », « *redoutablement efficace* »...

L'agence Sidièse a choisi de partager cette méthode gratuitement en démarche Open source. C'est pourquoi celles et ceux qui téléchargent le « Petit Manuel du Grand Récit » s'engagent à partager aussi avec l'agence leurs expériences et apprentissages futurs sur le sujet.

Pour Guillaume Muller, associé et animateur de cette dynamique d'innovation, « *l'évolution ne fait que débiter. Elle a déjà commencé à transformer l'agence et nos relations avec nos clients. Mais le plus puissant est peut-être devant nous.* »

ANNEXES

À propos de Sidièse :

Aujourd'hui, quand fuse la réaction "c'est de la com' " (et elle fuse souvent, hélas), cela signifie qu'on n'y croit pas. Et de fait, au fil des années, nous avons vu peu à peu s'éroder la confiance des consommateurs-citoyens dans le discours des entreprises et des institutions. Nous, Sidièse, pensons que ce constat est central. Il doit être traité par les communicants. Car, si certaines campagnes surperforment encore, les indices moyens de confiance, eux, s'érodent nettement.

Indépendants de capitaux et d'esprit, nés en 1999 avec le web, nous avons grandi dans le multicanal, nous savons que tout ne tient pas aux médias utilisés, mais aussi à la considération pour les publics, à leur écoute.

Trouver les nouvelles façons de se parler, grandir en sincérité des messages, écouter davantage ces "présupposés incompetents" que sont les non-communicants, collaborer plus avec eux, travailler autrement les messages qui peinaient et peinent encore à passer... Retrouver l'oreille des gens pour rétablir la communication. En un mot : RECONNECTER.

Contact presse : Gildas Bonnel - 01 41 31 78 70 - gbonnel@sidièse.com - www.sidièse.com