



Communiqué de presse

Boulogne-Billancourt, 7 juin 2017.

Nouveaux événements et nouvelles campagnes sur le développement durable et la RSE pour Sidièse, l'agence de communication (plus) responsable.

L'association Belle & Bien (du programme international look good feel better) organise, dans de nombreux établissements hospitaliers, des ateliers de soin et maquillage pour des femmes en cours de traitement contre un cancer. L'association a choisi Sidièse pour concevoir et animer la célébration des 15 ans de ses ateliers au Shangri-La Hôtel Paris, partenaire de l'événement, avec plus de deux cents bénévoles, professionnels de santé et représentants des grandes marques de cosmétiques engagées à ses côtés.

La Maison Guerlain a, également, confié à l'agence Sidièse l'organisation de son Université des abeilles qui s'est tenue le 11 mai dans sa boutique historique du 68, Champs Elysées. Elle réunissait, pour sa première édition, un large public expert : scientifiques, représentants associatifs, pouvoirs publics et institutions.

ALLIECO Environnement et la FFB ont choisi l'agence pour l'organisation et la communication d'un événement professionnel sur la valorisation des déchets BTP.

Primagaz et Banque Populaire Rives de Paris ont aussi fait confiance à l'agence experte pour leur communication interne durant la semaine du développement durable.

Sidièse a réalisé pour la FFT et le tournoi de Roland Garros son film de sensibilisation au développement durable « Game, Planet and Match » diffusé lors des retransmissions des matches sur France TV.

La Chaire Economie du Climat, après compétition, a choisi Sidièse pour la refonte de sa stratégie et de ses supports de communication digitaux.

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 incompétents" 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@sidiese.com - www.sidiese.com