

Make it Simple. Extreme fixe son ambition et renouvèle son positionnement

« Les métiers de la communication et du marketing n'ont jamais été aussi compliqués »

baromètre BVA / Limelight 2018*

Infobésité, multiplication exponentielle des médias, omnipotence de l'influence, les métiers du marketing et de la communication ressemblent à une « jungle impénétrable » !

Et les annonceurs, nos clients, sont parfois désemparés faute de pouvoir facilement s'y frayer un chemin. Leurs marques peuvent s'y perdre et altérer la considération et la confiance des consommateurs.

« Les consommateurs ont plutôt tendance à croire les associations de consommateurs (92%) que les marques (29%) » étude IRI Shopper scan 2018**

Dans une profession qui a parfois tendance à complexifier pour se légitimer, chez Extreme, nous sommes convaincus qu'il faut simplifier. Nous pensons que la **simplicité** amplifie le pouvoir des marques et simplifie la vie de ceux qui les font.

« La simplicité peut être plus difficile à atteindre que la complexité : il faut travailler dur pour bien penser et faire simple » Steve Jobs

Il n'y a rien de plus efficace qu'une grande idée exprimée avec **simplicité**. Mais faire simple, cela requière une grande sophistication : dans la finesse de réflexion, dans l'exigence des moyens, mais aussi et surtout dans la justesse de son exécution.

Si la force des idées réside dans leur simplicité – elles doivent être très facilement comprises, partout et par tous – les stratégies des moyens sont, elles, élaborées et pointues.

Extreme, agence indépendante depuis plus de 20 ans, a toujours su faire évoluer son modèle, « vivre avec son temps » et s'adapter aux problématiques des annonceurs. Cette agilité se traduit aujourd'hui par un nouveau positionnement mais aussi et surtout une méthode de réflexion :

« Make it simple ».

« Paradoxalement, pour délivrer cette belle promesse, il faut que l'agence soit capable d'intégrer la complexité de nos métiers. Et donc bien les connaître, c'est-à-dire les pratiquer. La **simplicité** naît d'une maturation. Chez Extreme, cela nous a pris une vingtaine d'années pour méticuleusement rassembler nos experts, avec comme seul objectif de les faire travailler collectivement vers la recherche d'idées fortes et donc **simples** ». Jean Valentin CEO d'Extreme

Pour passer de la promesse au concret, l'agence a mis en place une méthode de travail unique qui passe par l'analyse d'une marque, d'une campagne, d'un design, d'un événement ou encore d'une activation in-store par les **Simply Makers**, un panel de bêta testeurs composés d'interne et d'externe auprès desquels sont systématiquement testés « l'essentialité de l'idée ».

Plusieurs réalisations de l'agence témoignent déjà de l'ambition « **Make it simple** » :

- La création de la gamme **L'Essentiel d'Intermarché**, la première gamme de produits alimentaires sans conservateur, sans colorant, sans additif. « La première gamme de produits sans E ».
- Le lancement de la marque **Mam Baby France**, « Dans MAM, il y a une part de MAMAN », campagne récompensée d'un Effie d'Argent. Cette marque est devenue leader de son marché aujourd'hui.
- La rénovation de la marque **Materne** et du design de ses gammes de produits qui signe le grand retour de la marque à sa valeur essentielle, l'Amour.
- Le Livret de l'Actionnaire de la marque **Air Liquide**, aujourd'hui récompensé d'un TopCom d'Or, qui popularise un sujet technique auprès du plus grand nombre de personnes.
- Ou encore la rénovation de l'identité et du packaging de la marque **Monoprix Je suis vert**, première gamme de distributeur généraliste à être certifiée Ecocert et à s'engager pour le bien-être animal.



C'est avec cette démarche résolument user-centric, que nos idées et campagnes seront toutes pensées avec l'obsession de l'essentiel, pour co-constituer avec nos clients des expériences de marque à l'impact aussi immédiat que durable, capables de générer de l'engagement.

« Les consommateurs ont besoin qu'on leur simplifie la vie, leur acte d'achat, leur choix, la lisibilité de l'offre, des produits. Quant aux directeurs marketing, il semblerait qu'il en soit de même.... Chez Extreme nous sommes là pour les y aider ! » Julien Puerta, DG d'Extreme

L'agence lance, en soutien, une **campagne d'autopromotion sur ces réseaux sociaux**. Elle utilise des phrases, expressions, citations connues de tous, détournées pour l'occasion, de manière à véhiculer son nouveau positionnement. **#Makeitsimple**

MAKE IT ~~INTERACTIVE.~~
MAKE IT ~~RESPONSIVE.~~
MAKE IT ~~CREATIVE.~~
MAKE IT ~~VIRAL.~~
MAKE IT ~~360.~~
MAKE IT SIMPLE.

extreme[®] Make it simple.



*Étude Limelight réalisée en 2018 auprès de 700 annonceurs

<http://www.limelight-consulting.com/synthese-du-barometre-des-metiers-de-la-communication-2015/>

** Étude IRI Shopper Scan 2018 (1 290 questionnaires en ligne) - <https://www.iriworldwide.com>

À propos d'Extreme :

Fondée en 1995, Extreme est une agence indépendante comptant plus de 200 talents issus du design et de la communication. L'offre de l'agence se structure autour de 3 pôles : la communication de l'entreprise, celle des marques et l'activation du business. Ses expertises intègrent la Communication Globale, l'Activation & le Shopper Marketing, le Digital, le Design Packaging, la Communication Corporate, l'Événementiel et le Luxe. « Depuis sa création, Extreme se transforme, s'adapte et fait évoluer son modèle. L'agilité est dans notre ADN. Notre moteur, c'est l'énergie. Nous ne sommes pas dogmatiques. Nous créons des expériences totales, qu'elles soient digitales, physiques ou sensorielles. Unis par nos expertises, constamment connectés, notre mixité renforce notre création de valeur, pour les marques, pour nos clients » Jean Valentin, CEO. Début 2018, Extreme a été reconnue par Les Echos parmi les entreprises françaises les plus dynamiques (Classement 500 Champions de la Croissance Les Echos) et est élue **Agence intégrée de l'année 2019** par Les Agences de l'année.

Parmi ses clients : L'Oréal, Nestlé, EDF, Samsung, Intermarché, LVMH, Peugeot, Air Liquide, Bouygues, Hermès, Kering... Plus d'informations sur www.extreme.fr

Contacts Agence :

Agnès Petit – Directrice du Développement et de la Communication

01 40 99 82 64 – agnes.petit@extreme.fr

Alexandra Debackère – Responsable Communication
01 40 99 81 66 – alexandra.debackere@extreme.fr