



Comment ça 2023 ?

Les créatifs de l'agence The LINKS ont choisi de rester encore un peu en 2022 !

Ainsi, à la période où tout le monde court en avant, La Classe prend son premier élan en regardant derrière elle et revient sur tout ce qui nous a marqués l'année passée.

Mais juste pour ce premier numéro !

Parce qu'en vrai, on voulait le sortir pour la rentrée (non, pas celle-là, l'autre). Tout était écrit et puis bon vous savez ce que c'est, les clients d'abord, les pénuries, les aléas de la vie, tout ça... Et enfin, La Classe est là ! Un bon coup d'inspiration et de tendances pour se maintenir éveillés, qu'on rassemblait déjà pour nous et qu'on va maintenant partager avec vous.

Prochain numéro avant l'été (croise les doigts).

Guillaume Durand •• g.durand@thelinks.fr

Interviews claquées
Tendance : le brutalisme dans le web design
Portrait clic-claque : Méлина Poiré
High five : Le meilleur de la pub
Rubrique bagarre : Cannes 2012 VS 2022

Interviews claquées

3 portraits, 3 sensibilités !

Ta 1^{ère} claque ?

Pourquoi t'aimes bien te prendre des claques ?

Ta phrase qui claque ?



Maxime Responsable webmarketing

Mes premières claques restent des pubs TV : « Tu pousses le bouchon un peu trop loin Maurice » de Nestlé et « T'as craché dans ton Yop ». 20 ans après, ces répliques sont devenues cultes pour ma génération.

Dans le digital on prend souvent des claques avec la technologie. L'avancée des outils permet de faire évoluer nos métiers. C'est notamment pour ça que je continue à faire ce métier : pour me prendre des claques.

Et la marmotte, elle met le chocolat dans le papier d'aluminium.



Angélique Chef de projet

Il y en a plusieurs. Les Coquelicots de Claude Monet, et des pubs : Orangina d'Alain Chabat et l'Envol d'Air France. C'est assez représentatif de la vie en agence, on peut faire le grand écart en travaillant sur des sujets beaux et poétiques et sur d'autres plus Rock'n Roll.

Parce que j'aime être surprise et bousculée !

On ne sauve pas des vies !



Pierre Graphiste

La pub Malteser réalisée par Andrew Huang dans laquelle il se sert de bruit fait à partir de Maltesers pour composer une musique. C'est hyper simple, et l'expérience produite crée le territoire de marque.

Pour moi, les meilleures claques sont celles qui te font perdre l'équilibre, qui te font reculer de 2-3 mètres. Alors au-delà du côté maso, c'est ça que j'aime dans une bonne claque, prendre du recul.

P'tit Baby? (Fonctionne en toutes circonstances malgré la nécessité d'un minimum d'infrastructure).

Le lion de la couverture a perdu quelques dents. Réalisez-les. Au croisement apparaîtra LE MOT, votre sesame. Appelez l'agence et passez nous le mot. Le premier qui trouve gagne un petit dej avec le crea The LINKS de son choix.

Tendance : Le brutalisme dans le web design : mais que fait la police ?



Kallmann McKinnell & Knowles Boston 1969 - photo: Kjetil Ree

UN PEU D'HISTOIRE : le brutalisme à la base est un mouvement architectural en vogue dans les années 50 à 70. Des lignes anguleuses, des formes massives, et du béton brut comme matériau principal. À la fin de la Seconde Guerre mondiale, ce courant se démocratise rapidement car il donne vie à des constructions résistantes et peu coûteuses. Il finit par être mis de côté pour l'austérité de l'image qu'il renvoie et pour ses lignes pauvres qu'on associe aux régimes totalitaires.

Simple. Brut. Dépouillé. Efficace... c'est à peu près pour les mêmes raisons que le brutalisme a séduit le monde du design graphique !

En web design, le brutalisme tend vers les conceptions graphiques des débuts du web, et donc des années 90. Concrètement, c'est le retour des typos impactantes et des couleurs franches.

Minimaliste oui, petit non ! Le style est assumé, ce qui doit être retenu est écrit en gros, tout simplement. On associe les interfaces «brutalistes» à des anims qui, bien que sans fioritures là encore, casseront l'austérité autrefois reprochée en architecture.

Le brutalisme ne cherche pas à plaire à tout le monde. Il a l'air facile? Il s'en moque. Indocile. Oubliez la perfection et ses calages millimétrés, ici seul le caractère compte.

Longtemps associé à la mouvance underground, le brutalisme sort du bois depuis quelque temps. Pour notre plus grand plaisir ! Pour nous c'est avant tout un style libre, affranchi des dictats et des références communes préétablies dans le web design, et c'est cette liberté qui nous a tapé dans l'œil.

Brutalement !

Lucas Bruand •• l.bruand@thelinks.fr

Ernő Goldfinger / Londres 1967 Photo: Graeme Maclean

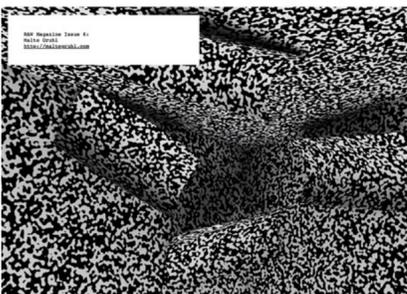


Alison & Hutchison & Partners / Édimbourg 1965 Photo: Tom Parnell



Le brutalisme n'a rien à cacher, il se fiche des codes de la beauté, des standards. Il avoue tout, sans chichi, brutal et lapidaire.

RAW



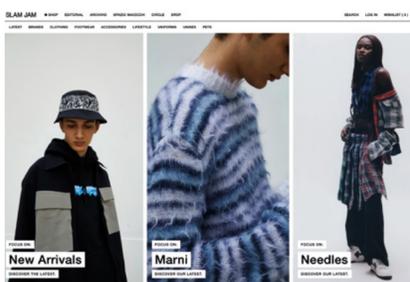
maltegruhl.com

ЖИВОЕ ГОЛОСОВАНИЕ

h1ebozavod9.ru

this is where u can see things i've made.

http://tingover.net/



slamjam.com

MONDOU - une claque avec le coude

Pour la bonne année 2022, Mondou, entreprise montréalaise de produits et accessoires pour animaux de compagnie met en scène Kiki. Le soir du réveillon, l'adorable chienne se lèche les parties intimes dans le salon sous le regard embarrassé de sa maîtresse. Quand la sonnette retentit, Kiki se précipite à la porte pour lécher affectueusement le visage des invités. Ces derniers se redressent pour embrasser la maîtresse de maison qui leur tend alors le coude en allusion aux gestes barrières toujours d'actualité.

UNE TRÈS BELLE MANIÈRE POUR LA MARQUE DE DÉBUTER 2022 SUR LE TON DE L'HUMOUR MALGRÉ LA PANDÉMIE. LA PUB AFFICHE CLAIREMENT LE PLAISIR QUE L'ON A TOUS EU À SE RETROUVER POUR LES FÊTES. COMME QUOI, MALGRÉ LA CRISE ET LES GESTES BARRIÈRES BOULEVER-SANT NOTRE QUOTIDIEN, CERTAINES (SALES) HABITUDES SONT TOUJOURS INTACTES.



Mondou - Iq2

Frais! Frais! Frais!

Après le sublime Match Point, Lacoste frappe très fort avec des spots "good vibes" mettant en scène des rencontres inattendues. Un skateur et une petite fille, un jeune et une mamie, un homme et une femme portant les mêmes claquettes-chaussettes...

LA MARQUE PROUVE UNE NOUVELLE FOIS QU'ELLE TRANSCENDE LE TEMPS, LES STYLES ET LES GENRES. ET C'EST TELLEMENT JUSTE QUE LA CAMPAGNE HAUTE EN COULEURS SE PASSE DE CLAIM!



Lacoste - BETC Paris

Une claque en chocolat!

En 2021 le Chocolat des Français et TBWA nous livraient le meilleur de la France avec ses packagings ultra colorés réalisés par des illustrateurs différents que l'on pouvait découvrir dans la savoureuse campagne NE GARDEZ QUE LE MEILLEUR DE LA FRANCE.

En 2022, ils remettent ça pour la ST VALENTIN avec le chocolat au gingembre. La campagne mêlant toujours habilement print et packaging met en scène des couples tombés dans la routine.

AU MILIEU DU VISUEL, LA TABLETTE LES APPELLE À ÉPICER LEUR SOIRÉE GRÂCE À DES ILLUSIONS D'OPTIQUE CROISANT OBJETS DU QUOTIDIEN ET AMBIGÜITÉ SEXUELLE. CHAUD CACAO! C'EST DRÔLE, TRÈS ESTHÉTIQUE ET ÇA MÉRITE BIEN SON SILVER LION À CANNES DANS LA CATÉGORIE DESIGN.



Le chocolat des Français - TBWA Paris

Depuis 1954, le Festival Cannes Lions est le rendez-vous annuel incontournable pour les publicitaires du monde entier. Films, Presse, Mobile, Brand Content... Les catégories ne cessent de se multiplier pour suivre leurs époques.

Du coup, nous, on s'est amusés à comparer 2012 et 2022!

Les Lions font rugir la création mondiale

Tout le monde veut sauver la planète

Même les chats veulent sauver les océans!

C'était mieux avant ...

BAGARRÉ

CANNES

2012 VS 2022

...ou pas...

Souvenez-vous!

JUIN 2012

10 ans déjà. La France a un nouveau Président, les States reprennent le même et on parle de fin du monde avec une vieille prophétie Inca... Mais pendant ce temps-là, à Cannes, c'est la 59^e cérémonie Cannes Lions avec 87 pays participants. On y découvre 15 catégories dont 2 inédites : Brand Content & Entertainment et Mobile.

Deux tendances apparaissent très nettement.

1/ Les prix qui mettent l'accent sur les créations ayant dépassé leur support tels les Grands Prix Titanium et Cyber décernés à Nike+ et son bracelet connecté fuelband, agence R/GA NY. Hé oui! En 2012, on cherche déjà à nous hyper-connecter, ça sent la prime au gadget. Est-ce vraiment ce qu'on attend de Cannes?

2/ Aux antipodes, de l'émotion forte, celle qui fait aimer la pub. Les Grands Prix Film et Brand Content & Entertainment propulsent Chipotle et Créative Artists Agency qui font chialer tout le monde avec «Back to the start». Un message fort : l'élevage intensif est une voie sans issue. Revenons à une production respectueuse des êtres vivants, un environnement économique plus sain et une relation marque / consos plus transparente. Bref, une campagne RSE avant l'heure qui arrive en plus à financer une association en vendant sa BO sur iTunes.

Puis, BETC nous régale avec son film The Bear pour CANAL+. Une idée créative qui tabasse et une réalisation digne du cinéma que la chaîne nous vend. Grand Prix Film Craft! Vous ne vous rappelez pas? Un ours tapis de salon qui a force de passer son temps devant CANAL+ est devenu un grand réal. Et vlan!

On a aussi vraiment adoré le stunt «Push to add drama» de l'agence DUVAL GUILLAUME MODEM Antwerp pour le lancement de la chaîne TV belge TNT, offrant une expérience intense. En pleine rue, les passants découvrent un gros buzzer rouge. Si quelqu'un appuie, un véritable film d'action se déclenche. Ambulances, fusillades, motos, cascades se succèdent jusqu'à la tombée d'une bâche gigantesque sur un immeuble telle une tombée de rideau : TNT, VOTRE DOSE D'ACTION QUOTIDIENNE. Grosse, grosse claque! Lion d'or OUTDOOR 2012. À voir ou à revoir sur Youtube.

JUIN 2022

On n'a plus besoin de parler des Incas pour redouter la fin du monde entre dérèglement climatique, COVID-19 et guerre en Ukraine. Et pendant ce temps-là à Cannes, les Lions font rugir la création mondiale avec 29 catégories incluant 4 récompenses chacune. Une tendance apparaît clairement: TOUT LE MONDE VEUT SAUVER LA PLANÈTE À GRAND RENFORT DE TECHNOLOGIE TOUJOURS PLUS SURPRENANTE.

Rien que le Grand Prix Digital Craft "Back up Ukraine" pour UNESCO et Blue Shield Denmark par Virtue Worldwide, est une première en temps de guerre! Pour sauver les monuments ukrainiens des bombes russes, 22M d'Ukrainiens scannent en 3D les sites, les monuments, les œuvres artistiques avant qu'ils ne soient détruits afin de les préserver dans une bibliothèque numérique.

Même les chats veulent sauver les océans! Avec Sheba Hope Reef : le plus grand programme de restauration de récif corallien au monde et ses structures visibles sur Google Maps. Une opération signée BBDO London et saluée par les Grands Prix Media et Industry Kraft. Miaouh!

Côté Grand Prix Film Craft, les supermarchés allemands PENNY et ICONOCLAST frappent au cœur avec un très joli film mettant en scène une mère et son ado à qui elle souhaite de rentrer ivre, vivre le grand amour, organiser des fêtes en secret etc. Tout ça pour nous rappeler que 2 ans de crise sanitaire ça nous claque une jeunesse! Hein?!

Et d'ailleurs si on ne s'en sort pas, y a-t-il une vie après la mort? Le Grand Prix Titanium a peut-être un début de réponse avec l'incroyable campagne pour la fondation Kiyani Prince signée Engine London. Jeune prodige du football, Kiyani a été poignardé en pleine rue à l'âge de 15 ans. En 2021, un logiciel de vieillissement permet de le ramener à la vie virtuelle dans le jeu EA SPORTS FIFA 21, profiter des parrainages de marques comme ADIDAS et bien sûr récolter des fonds pour sa fondation.

Sinon c'est quoi le film pub de l'année 2022? Et bien, avec le Grand Prix Film, on ne parle plus du tout de pub, mais bien de court métrage pour le superbe "ESCAPE FROM THE OFFICE" de 9 minutes d'APPLE. 4 personnages quittent leur emploi en même temps pour monter une société à l'aide des produits Apple et de toutes leurs fonctionnalités. Le tout servi avec humour et une qualité de réalisation cinématographique.

C'est très clair! Signe d'une nouvelle époque, après avoir été l'événement publicitaire planétaire qui cherchait à vendre des trucs, Cannes Lions est devenu tout simplement le festival de la créativité qui cherche à sauver tout ce qui passe : la planète, les Hommes, les chats, le business... Suréquipés de technologies, les annonceurs se sont lancés

dans la course aux engagements. Reste à savoir qui les tiendra vraiment... Car pour sauver le monde on ne court pas de sprint, mais bien un marathon. Et pour que ce monde soit vivable, il faudrait aussi ne pas oublier de nous faire rire un peu.

- Anne Charrier •• a.charrier@thelinks.fr

De l'émotion forte, celle qui fait aimer la pub

DATE

Découvertes, analyses, délires... Chaque mois les interviews UV mettent mieux les pratiques de la com en question pour mieux connecter les marques à notre époque. À voir et revoir sur thelinks.fr!

Envie de partager de nouvelles idées? > g.durand@thelinks.fr <

CLIQUE

ON SAIT JAMAIS QUAND ELLE VA TOMBER!

Portrait clic-claque Portrait clic-claque Portrait clic-claque



Mélina Poiré, jeune motion designer résidant à Montréal, nous a accordé un peu de son temps pour se prêter à notre interview clic-claque malgré le décalage horaire. Aussi sympa que son accent québécois, Mélina nous a ouvert les portes de son univers et on est ressortis de là hyper inspirés!

Dernièrement tu as mis une claque à tout le monde avec l'identité du festival Motion Motion. Quels ont été tes inspirations, ton processus créatif?

Je ne trouve jamais mes idées devant l'ordi, mais plutôt quand je sors ou quand je fais du sport. Et puis quand j'ai l'idée ou du moins l'univers que j'ai envie d'explorer je me lance sur l'ordi. Pour le festival Motion Motion, je voulais de la grosse typo, très bold. C'était vraiment l'occasion idéale car un festival c'est surtout beaucoup d'infos à communiquer: dates, artistes, conférences, horaires etc.

Dans le métier tu claquerai bien la bise à qui? Et pourquoi?

J'aime beaucoup Khyati Trehan, Kris Andrew Small, Jordan Scott, Manon Louart qui se démarquent par leur art je trouve. Je les suis sur Insta et on échange aussi de temps en temps. Pendant le festival Motion Motion, j'ai d'ailleurs

eu la chance de rencontrer Manon Louart à Nantes! C'était vraiment chouette.

T'es plutôt clic sur ton ordi ou claque sur le papier?

Une petite claque et un gros clic!

Tu claquerai la porte à quoi pour faire bouger les lignes du motion?

Je pense que tant que le résultat est cool, il faut se sentir libre d'utiliser les logiciels qu'on veut! Parfois je fais mon design dans After Effects sans passer par Photoshop. Il ne faut pas s'enfermer dans un logiciel ou se forcer à utiliser un logiciel parce que c'est comme ça que les autres font. Pour moi, la technique ne doit jamais prendre le pas sur la créativité.

C'est quand que tu nous remets une claque?

J'ai un super projet qui devrait sortir un peu partout à l'automne avec le studio américain, Oddfellows où je suis salariée. Après on verra... Y a pas mal de projets cet hiver, mais c'est encore trop tôt pour en parler.

Son Insta : @mel.poire

Ses refs à suivre aussi sur Insta : @khyatitrehan @krisandrewsmall @jdashscott @manonlouart