



insign.fr

Communiqué de presse, 26 avril 2018

Insign innove et annonce la création de *life* pour accompagner les marques Grande Consommation, Lifestyle et Luxe dans leurs stratégies créatives personnelles et non invasives.

Des startups aux groupes internationaux, les marques font aujourd'hui face à un environnement et des consommateurs de plus en plus complexes qui bousculent leur stratégie de développement. Pour les accompagner, Insign innove et annonce la création de *life*, la première offre de service internationale à destination des marques Grande Consommation, Lifestyle et Luxe, portée par Nathalie Noulhiane en qualité de Directrice Générale Adjointe d'Insign. L'objectif est de permettre aux marques de créer un cercle vertueux autour d'une relation pérenne consommateurs – marques.

Au départ de *life*, 5 constats qui jouent sur la croissance durable des entreprises :

- Les enjeux liés au multiculturalisme et les nouvelles résolutions éthiques ;
- La révolution des usages et des pratiques de consommation on et offline ;
- Les nouvelles implications autour de la localité et de la temporalité, dues en partie aux innovations technologiques ;
- Les premiers impacts négatifs de la digitalisation, le monde de la surconsommation et de l'infobésité, le besoin d'un cadre réglementaire ;
- La nouvelle interconnectivité globale au sein d'un environnement VUCA (volatilité, insécurité complexité et ambiguïté), nécessitant un leadership agile.



Aujourd'hui, nous attendons d'une marque qu'elle ait un impact positif sur nos vies. Il s'agit de donner au consommateur le pouvoir de choisir en toute conscience et en toute confiance, de lui permettre de vivre une expérience enrichissante. Les consommateurs ne veulent plus seulement que les marques leur racontent des histoires mais les vivent. Avec *life*, Insign place l'expérience au cœur des projets de ses clients pour leur donner une perception positive d'eux-mêmes sur le moment et dans le temps, grâce aux marques. Avec des publics constamment « on » et « off », nous devons comprendre, 365 jours par an, leur temporalité afin de leur donner des solutions correspondant à leurs attentes. Nous devons analyser et anticiper leurs besoins, leurs centres d'intérêts, leurs parcours quotidiens, leurs usages et leurs cercles sociaux. Cette nouvelle approche, « Human Empowerment », vise à travailler des stratégies créatives non plus personnalisées, mais personnelles et non-invasives.

« Nous voulons aller plus loin que l'engagement et l'entertainment. Émotionnellement connectés, une relation durable consommateurs-marques s'établit, donnant plus d'impact et de croissance durable pour l'entreprise » précise Nathalie Noulhiane.

Notre valeur ajoutée pour les entreprises :

- Quoi : du « storymaking » au « storyliving », partir de l'humain et de ce que lui apportera la marque pour une évolution positive dans le temps ;
- Comment : des solutions créatives et alternatives, remplaçant le quotient émotionnel comme vecteur de succès, on et offline ;
- Pourquoi : une croissance des entreprises associée à l'impact positif qu'elle génère auprès de ses publics.

***life* proposera de croiser les expertises suivantes pour un parcours émotionnel unique :**

- Ux (User Experience) & Ue (User Empowerment)
- Projets spéciaux etancements
- Neuro-immersion
- Expériences Retail « Smart Phygital » & Design de parcours émotionnels
- Design d'expériences « Global to local to you » et appréhension des enjeux multiculturels
- « New Media Art Communications » et organisation d'expositions, d'installations et performances artistiques
- Entertainment et autres expériences immersives (Arts, musique, sports & gaming)
- Sponsorships, partnerships & mécénat

Pilote de cette nouvelle offre, Nathalie Noulhiane :

D'une double formation en Sciences économiques et sociales, en Histoire de l'Art et médiation culturelle, Nathalie profite d'un parcours professionnel international (Londres, Hong Kong, Santiago du Chili) l'ayant conduite à gérer de grands comptes (marques des groupes Mars, Bayer, L'Oréal Luxe...), mais également à lier arts et technologies au sein de projets spéciaux pour des institutions, musées et marques lifestyle à luxe et ainsi répondre à des enjeux culturels et relationnels de manière innovante.



Contacts presse

Samantha Druon

samantha.druon@insign.fr

T. 04 72 00 46 56

Laurène Wale

laurene.wale@insign.fr

T. 06 65 41 24 83

Site : Insign.fr

Twitter : [@Agence_Insign](https://twitter.com/Agence_Insign)

Facebook : [Insign](https://www.facebook.com/Insign)

Linkedin : [Insign Agence](https://www.linkedin.com/company/Insign-Agence)

A propos d'Insign

Avec le Business Hacking®, Insign réinvente les stratégies de communication, d'activation et de digitalisation. Nouvel état d'esprit, nouvelles méthodes créatives et organisation moléculaire, l'agence se concentre sur la création de valeur, l'efficacité et la performance au service de la croissance et de l'impact des marques et des entreprises.