

Addictlab

Le « crowdsourcing » en publicité, c'est possible

CONSTRUIRE À CHAQUE BRIEF UNE « DREAM TEAM » DE CRÉATIFS ET DE SPÉCIALISTES INDÉPENDANTS ET INTERNATIONAUX, N'EST-CE PAS LE RÊVE DE TOUT PUBLICITAIRE ? JAN VAN MOL, UN PROFESSIONNEL FLAMAND QUI VIENT DE S'INSTALLER DANS L'ARC LÉMANIQUE, NOUS EXPLIQUE COMMENT FONCTIONNE SON LABORATOIRE D'IDÉES.



Comment augmenter la valeur d'un produit grâce à son packaging ?

Fraîchement débarqué d'Afrique du Sud où il avait séjourné auparavant, Jan Van Mol n'a pas eu trop de mal à s'adapter à la Suisse romande. En tant que Belge néerlandophone, il était au fait des subtilités culturelles d'un petit pays multilingue. Par conséquent, au lieu de chercher à étudier les différences entre les régions linguistiques, il s'est d'emblée intéressé à comprendre les habitudes et les comportements des annonceurs helvétiques. Sont-ils frieux, consensuels ou innovants ? En



Une recherche de sponsors B2B

somme, comment travaillent-ils ? Des questions essentielles pour Addictlab qui n'a rien d'une agence de publicité ou de communication traditionnelle. En effet, cette plate-

soit à participer à des échanges d'idées pouvant donner lieu à des publications, soit à être formellement mandatés pour des briefs bien précis.

L'autre particularité de cet outil est sa proactivité. Nul besoin pour Jan Van Mol d'avoir un client pour que son réseau s'active. « Au contraire, le fait d'avoir engrangé des idées sur diverses thématiques nous a permis d'intéresser des marques à la recherche de nouveaux concepts, comme les agences de publicité qui n'ont souvent pas le temps ou le personnel pour plancher sur le planning stratégique des mandats qui leur sont confiés. » D'où l'intérêt de fonctionner comme un système ouvert permettant le partage d'idées.

Une réflexion holistique

Des exemples ? Le gouvernement

« Dans ce cas-ci, le producteur avait besoin d'une solution rapidement applicable. C'est l'emballage présentant un pot par jour de la semaine qui a finalement été retenu. » Une solution packaging qui a ensuite été déclinée publicitairement. Actuellement, un groupe pharmaceutique international planche avec l'aide



Une voiture décorée avec du papier peint B2B

d'Addictlab sur l'implantation d'un médicament au Japon. « L'internationalité et la diversité des profils de ce réseau permettent de constituer des équipes très hétérogènes. Ainsi, j'ai pu inclure une personne mariée à une Japonaise qui se trouve être gravement malade. La perception de la souffrance est culturelle. Je suis persuadé que sans une approche holistique des problèmes, on ne trouve pas la bonne solution. A mon sens, Addictlab a trois fonctions : être un accélérateur de talents, offrir un espace de réflexion inédit pour les marques et proposer un laboratoire qui permette de mener à bien la réalisation de ces idées. »

VICTORIA MARCHAND

» www.addictlab.com

Comment utiliser cette plateforme de crowdsourcing ?

Tout le monde peut s'enregistrer sur Addictlab.com et participer aux appels à idées qui font la plupart du temps l'objet de publications. Même démarche pour les mandats. Les briefs sont également publiés sur le site ; ces mandats sont rémunérés à l'heure ou au mois. Puisque la plateforme est virtuelle, il n'est pas forcément nécessaire de se réunir.

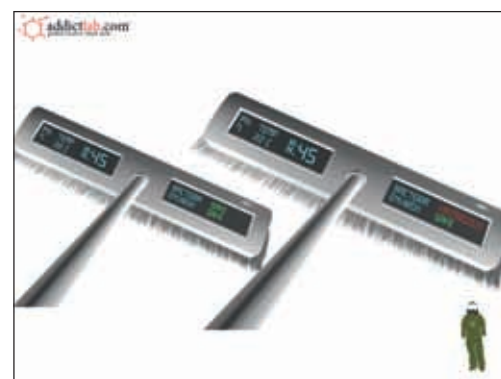
Les profils recherchés sont très larges. Car Addictlab peut être amené à imaginer un concept et à le réaliser. Seule certitude de Jan Van Mol : « J'ai appris avec le temps qu'une image est souvent plus forte qu'un mot et que, pour trouver une bonne idée, il fallait en présenter quinze ou vingt. » Vous m'avez comprise : au boulot !

forme, qui est en réalité un « Think Tank », réunit 4100 professionnels de toutes nationalités (créatifs, designers, marketeurs, experts, etc.) qui sont prêts, en fonction de leurs connaissances et de leurs intérêts,

flamand qui souhaitait développer ses espaces verts. « Nous avons pu réunir dans un livre blanc une centaine d'idées (allant de la construction de parcs préservant la biodiversité à la mise à flot de bateaux maraîchers) pour répondre à cette requête, relève Jan Van Mol. Certes, toutes ne verront pas le jour mais cette base permettra de dégager les axes d'une politique verte. » Le groupe Danone a également fait appel à ce fournisseur d'idées pour repositionner la marque Petit Gervais sur les linéaires sud-africains.



Clé en mains : du produit à POS



Des idées pour la nouvelle génération d'outils de nettoyage domestique