



Signature GRAFFEUR'S DELIGHT EN TOURNEE

UN ARTISTE CUSTOMISE
DEUX COMBIS VW POUR
LE COMPTE DE NOKIA.
A VOIR SUR LES ROUTES
DE FRANCE, CET ÉTÉ.

Il est 9h30 lorsque l'on arrive enfin au Little Grand Studio, ce vendredi 10 juin. On pensait naïvement que l'horaire matinal rendrait notre petit retard inaperçu : au temps pour nous. Ici, dans ce vaste studio d'Aubervilliers, tout le monde est déjà à pied d'œuvre. Aujourd'hui, nous ne verrons pas de mannequin capricieux, ni de photographe ou de réalisateur stressé. L'artiste, un graffeur du nom de Vincent Colagène, est muni de ses bombes bleues, et son preneur d'images, déjà au travail, le suit pas à pas. En guise de modèles,



Vincent Collagène, graffeur sélectionné pour la campagne Nokia, décore les mini-bus au Little Grand Studio, à Aubervilliers.

deux Combi Volkswagen blancs sont installés, et prêts à être customisés aux couleurs de Nokia. L'opération s'inscrit dans un roadshow d'été qui débutera le 21 juin à La Défense, avant d'aller sillonner les villes de France. Le client, Nokia, souhaitait à la fois soutenir une opération de trade sur ses gammes de téléphones, mais également prendre contact avec le public, et illustrer sa désormais célèbre signature, Connecting people. L'ambiance est détendue : chacun sait ce qu'il a à faire. Charlotte Saint-Paul, head of broadcast de JWT, nous explique que trois artistes étaient en lice pour ce projet, mais que les maquettes du franco-canadien V. Colagène, « qui avaient une vraie densité et correspondaient mieux au brief », l'ont finalement emporté. Le brief, s'il comportait une large dimension d'expression libre, devait « traduire la notion de customisation, mais aussi amener l'idée d'être festif ». De fait, en milieu de matinée, les mini-bus commencent sérieusement à prendre des couleurs et des formes. Les deux premiers sont là, deux autres accompagneront la tournée et seront quant à eux transformés en vitrines-produits. L'opération est de taille, puisqu'elle ambitionne de « re-légitimer le constructeur sur la téléphonie, et plus particulièrement sur les smartphones, mais aussi d'illustrer la gamme de services au travers de la prise en main. Il s'agit de reconquérir la part de cœur des consommateurs et des vendeurs à travers ce roadshow, qui sera accompagné d'un gros travail d'animation », informe Estelle Le Gallic, directrice de clientèle Nokia chez JWT. Au-delà d'un teaser montrant le making off de la journée (à partir du 17 juin sur le site du constructeur et ses pages Youtube et Facebook), un mini-site permettra de suivre la tournée et de montrer un best of des animations, comme des créations de cartes postales. En parallèle, des animations tourneront sur le Net, notamment sur Facebook, avec un jeu Connect-

pas Connect, inspiré du cap'-pas cap' des cours d'école. Cette opération pourrait se poursuivre à la rentrée par une tournée des campus. A 14h, le premier Combi est presque terminé, le deuxième est bien avancé, et le client a finalement appelé pour dire qu'il ne pourrait pas passer. Nous abandonnons Vincent Collagène et les équipes de JWT dans les vapeurs de peinture, mais en se disant qu'on aimerait bien croiser ces mini-bus sur les routes de France. Cap ? ■

ANNE-VALÉRIE HOH

L'artiste...

Pseudo : Vincent Collagène.

Nom : heu, Vincent, ça suffira ?

Age : 32 ans.

Nationalité : franco-canadienne.

Ville de naissance : Paris.

Ville de résidence : Paris.

Formation : Arts appliqués à l'Ecole Boule après l'équivalent canadien d'un BTS de design d'environnement à UQAM (Université du Québec à Montréal).

Profession : agent d'illustrateurs (au travers de Collagène, clinique d'illustration, www.colagene.com) et directeur artistique.

Autre travail avec des marques : une campagne print pour Trojan, marque de préservatifs.

Moyen d'expression favori : crayon, stylo-bille et papier.

Graffitis sauvages ? : Oui, mais on ne va pas s'étendre, hein...

Dans 5 ans, se voit : sur une plage, en train de vendre des jus de fruits.

