

Le weblog de Philippe Heymann

Mes commentaires de l'actualité de la communication corporate et institutionnelle

08 août 2013

LA RENCONTRE DE LA MUSIQUE ET DU MULTIMEDIA....

Les metteurs en scène de théâtre et d'opéra utilisent déjà régulièrement les projections multimedia pour "illustrer" leurs mises en scène. Mais je n'avais encore jamais vu le multimedia illustrant un concert de musique classique, en l'occurrence un récital Schumann (le carnaval opus 9) par le pianiste italien Maurizio Baglini au musée Granet à Aix en Provence, dans le cadre du Festival de La Roque d'Anthéron.

Le travail réalisé par Maurizio Baglini avec Giuseppe Andrea L'Abbate est très passionnant même s'il est très orienté "illustration style BD". Il soulève certes des réactions contradictoires : pour certains, il apporte un plus en donnant justement une tentative de "visualisation" des intentions du compositeur; pour d'autres, au contraire, cela aboutit à imposer des images qui diffèrent peut-être de celles que chacun aurait porté en lui...

Il reste que cela ouvre des horizons très riches ; d'autant que Baglini l'accompagne d'une vraie pédagogie de ce qu'il interprète en intervenant lui-même entre chaque morceau pour le présenter. Bravo !

Quand je pense que, quelques jours auparavant, aux Chorégies d'Orange, qui accueillent quelque 15 000 spectateurs en deux représentations du Bal Masqué de Verdi, ils ne font même pas l'effort de trouver un moyen de donner les sous-titres tout au long du livret...alors que, à Aix, l'effort était là pour ... 200 spectateurs ! On est bien, là aussi, dans la "communication" !

Merci à La Roque d'Anthéron, à Baglini et au musée Granet (et sa très belle exposition du "Grand Atelier du Midi" !) pour tout cela.

Rédigé à 21:28 dans [Actualité](#), [Événementiel](#), [Media](#), [Outils de com](#) | [Lien permanent](#) | [Commentaires \(0\)](#) | [TrackBack \(0\)](#)

29 juillet 2013

LA FUSION PUBLICIS-OMNICOM : UN BON COUP... POUR QUI...???

Pour être un joli coup, c'est un joli coup que le rapprochement Pubicis Groupe/Omnicom Groupe pour former le premier groupe mondial de publicité devant WPP. Et inattendu !

Le discours "officiel" est magnifique évidemment : une fusion "entre égaux" et qui servira à la fois l'intérêt des clients (grâce notamment à une puissance d'achat media encore plus forte, les annonceurs seront censés payer leurs campagnes moins cher !) et ... l'emploi !

Certes, je n'en connais pas les détails ; et tout le monde sait que, une fusion, c'est avec le temps que l'on voit si elle réussit et... Pour qui ? En ce qui me concerne, j'ai quand-même pas mal de perplexités :

+ créer de l'emploi ? Voire ! D'abord, au-delà du discours, on n'a jamais vu une fusion qui ne commence pas par des compressions d'effectifs, ne serait-ce que dans les fonctions supports. Ensuite, parce que tant Publicis qu' Omnicom se sont historiquement développés plus par rachats successifs que par "croissance interne" créatrice d'emploi ! De plus, de ce que je connais (et pratique) de ces deux groupes, bon nombre des "patrons" passent plus de temps à surveiller le jeu de chaises musicales et à savoir qui prendra le job de qui qu'à créer des emplois ou s'occuper des clients ! Qui plus est, aucun des deux n'a jamais brillé dans le savoir-faire coexister des cultures différentes....

+ l'intérêt des clients ? Ils sont, en simplifiant, de deux sortes :

- les clients "achat d'espace" (OMD pour Omnicom, Zenith et quelques autres pour Publicis) : là, je ne suis pas certain que, au point où l'on en est déjà, encore plus de taille aboutira forcément à des tarifs media encore plus bas ; ou alors ce sont les media qui vont "trinquer"...

- les clients "agences" : alors là, je m'interroge ! Car rien qu'en France, Omnicom a déjà au moins trois