

La Poste
présente

UNE JOURNÉE

EXTRA

ORDINAIRE

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE
LE 16 DÉCEMBRE 2019**



Avec la comédie musicale *Une Journée Extraordinaire*, La Poste met en scène le sens de sa transformation

A l'aube de la dernière année de son plan stratégique « La Poste 2020 - Conquérir l'Avenir », La Poste poursuit sa transformation pour répondre toujours mieux aux évolutions et nouveaux usages des Français. Pour donner à voir le sens de cette transformation et incarner sa mission - simplifier chaque jour et partout le quotidien de tous les Français – elle prendra la parole le **18 décembre avec *Une Journée Extraordinaire*, sa nouvelle campagne de marque signée BETC/Havas Paris.**

Le parti-pris créatif de 2019-2020 renouvelle le territoire de communication initié il y a 2 ans avec la campagne *Simplifier La Vie* sous le **prisme de la comédie musicale** : les bénéfices offerts par les services et produits de La Poste sont aujourd'hui dansés et chantés par les Français. Un joggeur veille sur sa maman grâce à son facteur, un homme en pyjama envoie un colis depuis sa boîte aux lettres, une vendeuse de parapluies déménage sans se soucier de son courrier...

La comédie musicale est un genre fondamentalement inscrit dans notre culture populaire qui parle au plus grand nombre ; les spectateurs ne manqueront pas de repérer les références aux grandes comédies musicales françaises.

C'est **Juliette Armanet**, figure de proue de la nouvelle scène française qui avait rendu un hommage vibrant à Michel Legrand lors du Festival de Cannes en 2018, qui a composé la musique originale du film avec Victor le Masne et a prêté sa voix au personnage de la libraire. La réalisation a été confiée à **Dave Meyers**, réalisateur accompli de clips notamment – dont le dernier succès de Taylor Swift 'ME !'. Enfin, c'est le duo de chorégraphes **I Could Never Be a Dancer** qui s'est chargé de diriger les danseurs professionnels et figurants.

Véritable objet cinématographique, le déploiement de cette comédie musicale a été pensé comme tel : il semblait tout naturel **de la dévoiler à un niveau national au cinéma en formats 90 et 60 secondes à partir du 18 décembre**. En parallèle, un partenariat brand content Allociné rassemblera sur le site référent du cinéma en France la bande-annonce du film, sa fiche technique, un making-of, et son affiche - spécialement imaginée pour l'occasion. Cette affiche de film sera publiée en pleine page dans le Journal Du Dimanche et Le Parisien quelques jours avant la sortie cinéma pour donner rendez-vous au grand public dans les salles.

Un plan media global suivra cette rampe de lancement cinéma à partir de fin décembre 2019 :

- En TV, le format 90 sec sera diffusé une fois en événementiel sur TF1 le 29 décembre, puis un format 60 sec, deux 30 sec, et six formats produits pédagogiques 20 sec prendront le relais jusqu'au 2 février.
- On retrouvera également les films en DOOH, en VOL et en social media.
- En presse, des opérations spéciales seront visibles dans Le Figaro, Le Journal Du Dimanche, Le Figaroscope, Le Parisien, Le Point, Paris Match, et Le Monde le 6 janvier, et des formats plus classiques en PQR.

Découvrez le format 90 sec, le making of et les formats produits [ici](#).

Le Groupe La Poste

Société anonyme à capitaux 100 % publics, Le Groupe La Poste est organisé en cinq branches : Services-Courrier-Colis, La Banque Postale, Réseau La Poste, GeoPost, Numérique. Le Groupe est présent dans plus de 44 pays sur 4 continents. Chaque jour, les 17 000 points de contact de La Poste, 1^{er} réseau commercial de proximité de France, accueillent 1,3 million de clients. La Poste distribue 23,3 milliards d'objets par an dans le monde (lettres, imprimés publicitaires et colis), 6 jours par semaine. En 2018, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 24,7 milliards d'euros, dont 27 % à l'international, et emploie plus de 251 000 collaborateurs. Dans son plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », La Poste s'est donné pour objectif d'accélérer sa transformation en partant à la conquête de nouveaux territoires. Avec pour ambition de devenir la première entreprise de services de proximité humaine, pour tous, partout et tous les jours, La Poste s'engage à simplifier la vie.



BETC

BETC, créée en 1994, a été nommée en 2019 « International Agency of the Year » par Adweek ainsi qu'Agence de l'année 2019 au Prix Effie pour la 2^{ème} année consécutive. Elle renouvelle le rapport entre les marques et la création. Par envie, curiosité et engagement, BETC crée des synergies nouvelles et produit ses propres contenus dans les domaines de la musique, du film, de l'édition, du design... BETC est à l'initiative du projet des Magasins généraux à Pantin dans lesquels l'agence a emménagé le juillet 2016 ; un nouveau lieu de création, d'innovation, de production et de partage situé au cœur du Grand Paris et qui accueille d'autres acteurs du monde de l'art et des médias dont le CNEAI et Medialab93.

<https://betc.com/fr/>

Havas Paris

Havas Paris est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France. Pour de plus amples informations : www.havasparis.com



Contacts presse :

Service presse Groupe La Poste

01 55 44 22 37 – service.presse@laposte.fr

BETC/Havas Paris

Charlotte Levy-Frebault

06 07 39 18 55 – charlotte.levy-frebault@betc.com

Elisabeth Roy

01 58 47 89 40 – elisabeth.roy@havas.com



simplifier la vie