

Dior a-t-il réinventé le clip vidéo ?

27/11/2014



Quel message a voulu faire passer la maison Dior, partenaire de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM) avec son clip « Snapshot in LA » ? Avec le talentueux Elliott Bliss aux manettes, Joseph Mount en chef d'orchestre et Marion Cotillard en égérie envoûtante, la marque de luxe serait-elle en passe de révolutionner le format court ?

« Marion Cotillard est-elle l'égérie du sac Dior, une actrice renommée ou une chanteuse en devenir ? » s'interrogeait, le 12 novembre dernier, [Ophélie Meunier](#) pour [Elle.fr](#). L'artiste française tient en effet le rôle titre dans « Enter The Game », un clip réalisé par **Elliott Bliss** et illustré musicalement par un morceau qu'elle a enregistré avec **Joseph Mount** du groupe **Metronomy** : « Snapshot in LA ». Or, son tournage a été financé par **Dior**, maison de couture pour laquelle **Marion Cotillard** travaille depuis 2007.

Un coup de maître ?

Ni travail publicitaire, ni mécénat de marque, « Enter the Game » est un objet médiatique difficile à identifier. Pendant plus de quatre minutes, **Marion Cotillard** déambule dans une villa californienne habillée d'un body "années 1980". Soudain, elle s'élanche vers la piscine. Surprise, l'interprète de la Môme Piaf rebondit sur... l'eau. Elle peut aussi danser, chorégraphie à l'appui. La marque, elle, se fond dans le décor : un logo (ajouté seulement le 12 novembre au soir), un sac Lady Dior sur la terrasse, quelques rares vêtements pour l'égérie.

Quel intérêt pour **Dior** d'investir dans un contenu au branding si léger ? Tout simplement pour obtenir une visibilité exceptionnelle auprès de son cœur de cible. A l'heure du web social, il est plus facile en RP de diffuser un clip musical qu'un communiqué de presse. Le 10 novembre, la vidéo est disponible en exclusivité sur la plate-forme de talent scouting d'[i-D Magazine](#), rattachée à **Vice.com**. Le signal est donné : « Snapshot in LA » est une oeuvre d'art à part entière. Dès le 11 novembre, le cap des 6 000 tweets/jour est franchi. En 3 jours, plus de 1 600 articles et posts de blogs sont mis en ligne. Parmi les 5 plus influents d'entre eux, un seul appartient à la sphère beauté : **Stylist**. Les 4 autres viennent d'univers pop culture : **Konbini**, **Vanity Fair**, **Les Inrocks** et **GQ Magazine**.

Source : <http://www.influencia.net/>