

LE LIVRE
C E L E B R A T I O N

Philippe Napolitano

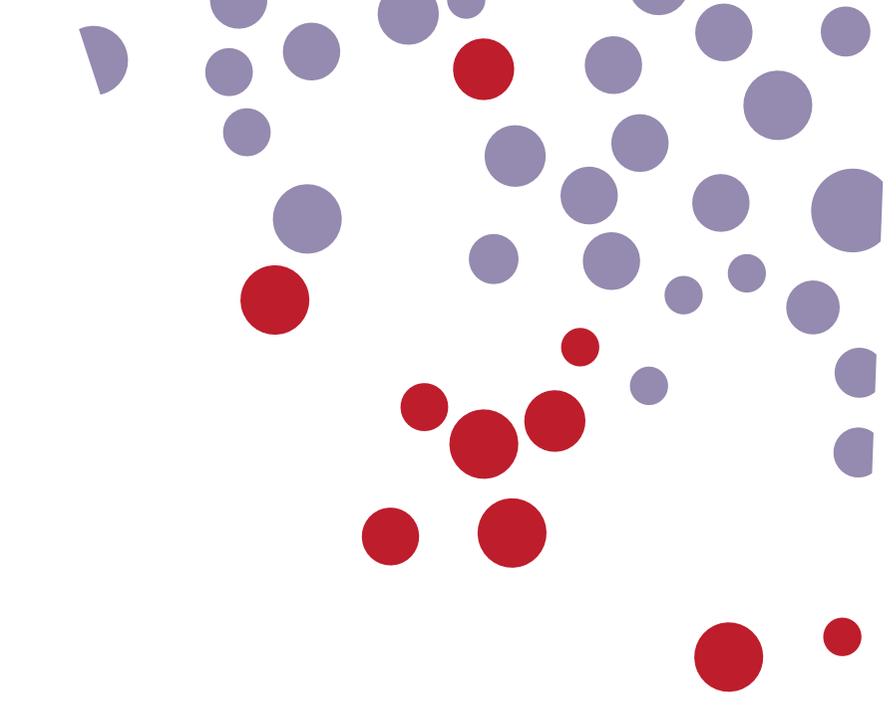
Entrer dans l'histoire...

Parce que chaque entreprise possède sa propre **identité,**

Parce que chaque marque raconte sa propre **histoire,**

Il existe un outil de communication qui **dépasse**
les simples fonctions de la **communication.**





LE LIVRE

CELEBRATION

Support **intemporel** quand le temps devient une valeur rare.

Support **prestigieux** quand les médias sont désormais banalisés.

Support **crédible** quand l'information est souvent dénaturée.

POURQUOI ?

Communication BtoB & BtoC

Pour **lancer** un nouveau produit.

Pour **célébrer** une date importante.

Pour **raconter** une marque.

Pour **créer** une légende.



POURQUOI ?

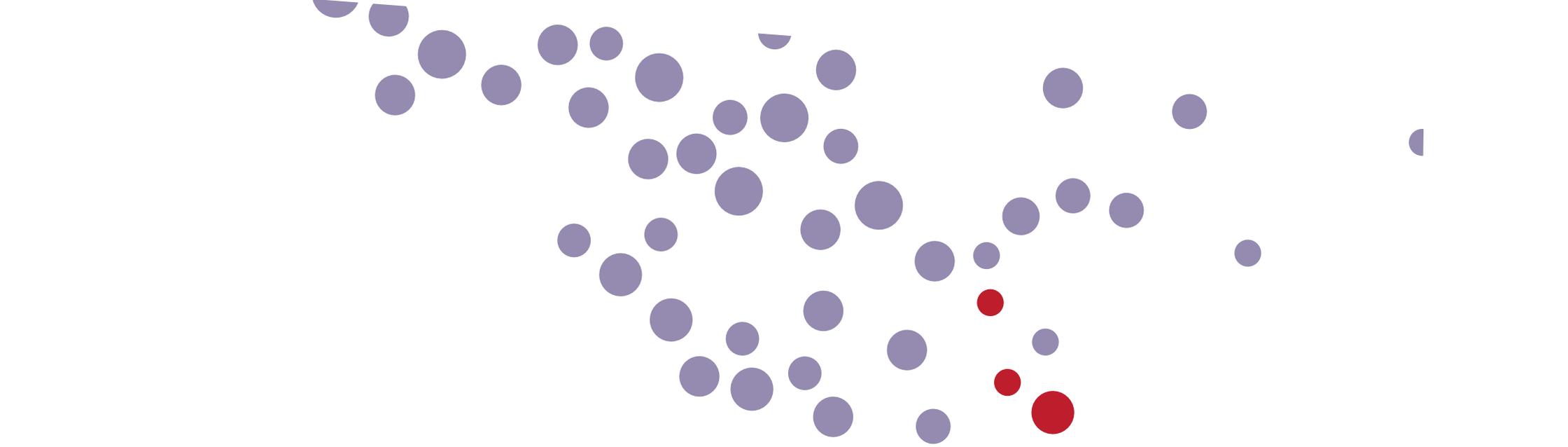
Communication Interne

Pour développer le **sentiment d'appartenance**.

Pour créer ou renforcer la **culture de l'entreprise**, de la marque.

Pour apporter aux entrants "**l'esprit de l'entreprise**".

Pour raviver "**l'esprit d'équipe**" chez les anciens.



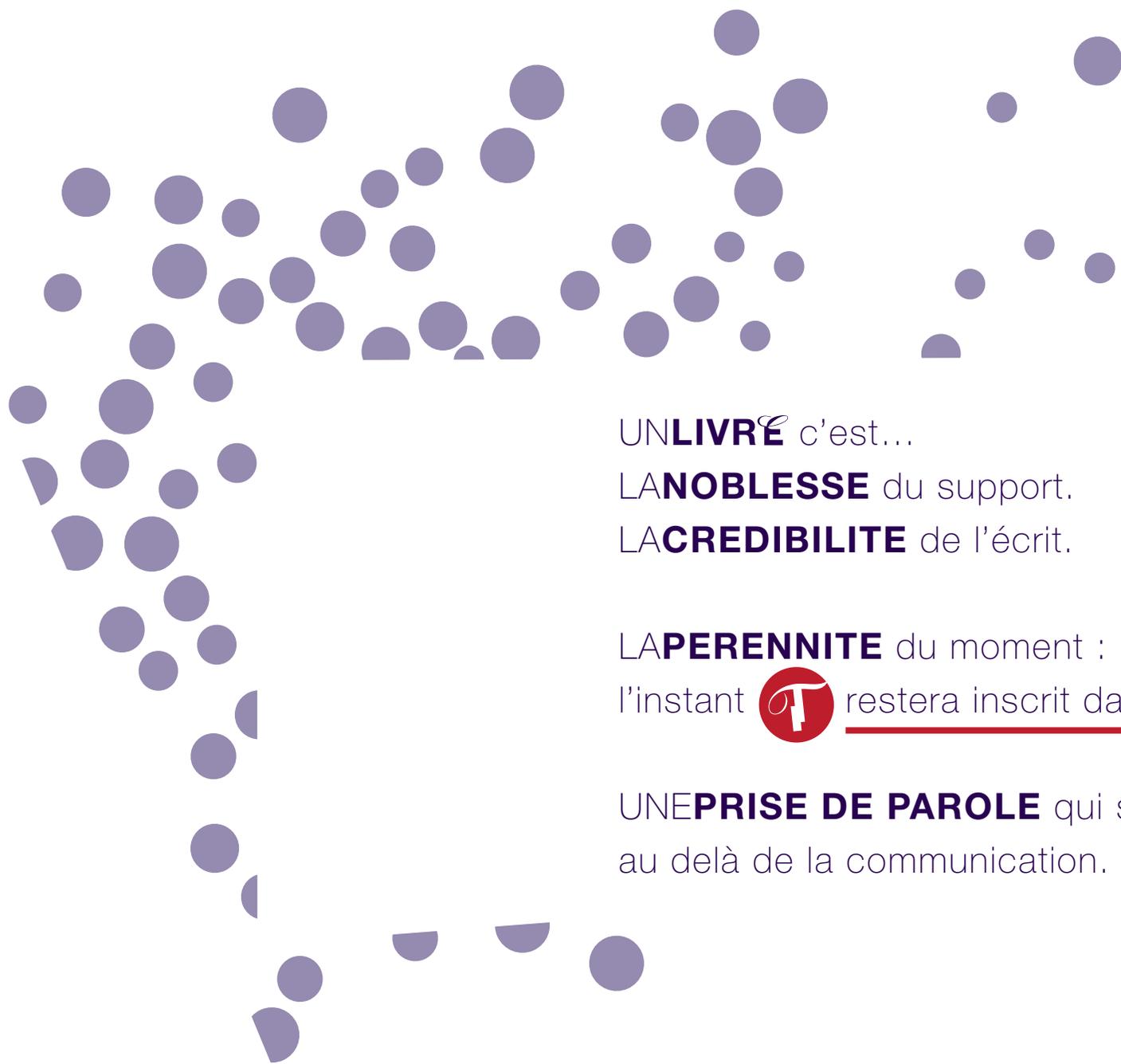
POURQUOI ?



En communication interne ou externe, le livre apporte de la profondeur à l'image de l'entreprise, crée de la sympathie pour son action, du respect pour ce qu'elle représente.

L'entreprise, la marque, le produit, s'inscrivent dans une histoire collective dont le salarié, le client ou le consommateur fait partie.

“Le quotidien, c'est l'histoire du futur.”



UN**LIVRE** c'est...

LA**NOBLESSE** du support.

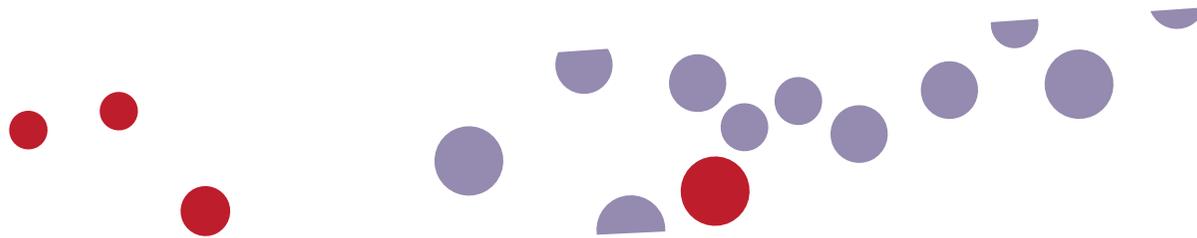
LA**CREDIBILITE** de l'écrit.

LA**PERENNITE** du moment :

l'instant  restera inscrit dans l'avenir.

UNE**PRISE DE PAROLE** qui s'étend
au delà de la communication.

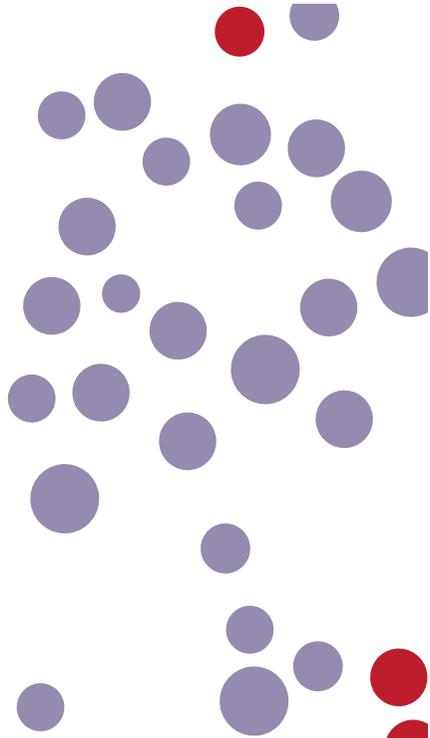
DONNER DE LA **VALEUR** A LA PAROLE



“Les mots s’envolent, les écrits restent.”

Plus que tout autre support, le livre donne de la valeur au propos. L’image qui y est présentée, la phrase qui y est écrite, sont de facto chargées de sens.

La symbolique du message véhiculé par le livre touche avec force celui qui s’en empare, car le livre est un objet intégré dans l’histoire de chacun. Le livre prend le meilleur des vecteurs traditionnels ; et pourtant, il s’inscrit dans les techniques de communication les plus en pointe (voir storytelling).



ENPRATIQUE

Ensemble, nous définissons le besoin, l'objectif, le propos.
Ensemble nous choisissons entre les différentes directions possibles.

- **Raconter l'histoire ?**
- **Définir un concept ?**
- **Créer une légende ?**

Nous récoltons chez-vous la matière première interne (documentation, photographie, etc.).

Nous recherchons ailleurs la matière première externe (documentation, photographie, etc.).

Vous validez chaque étape de la création à la livraison.
Nous maîtrisons la totalité du projet.

ENPRATIQUE

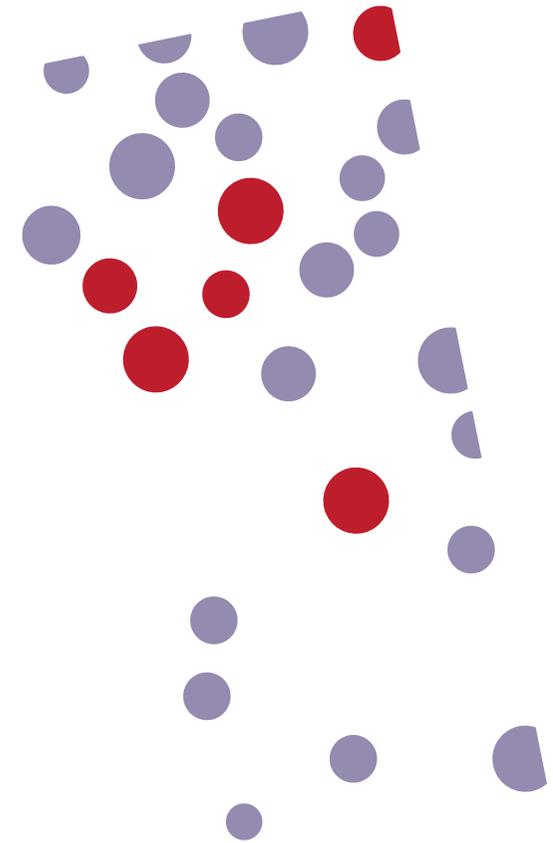
Une **création** sans entrave,
un choix entre de nombreuses possibilités.

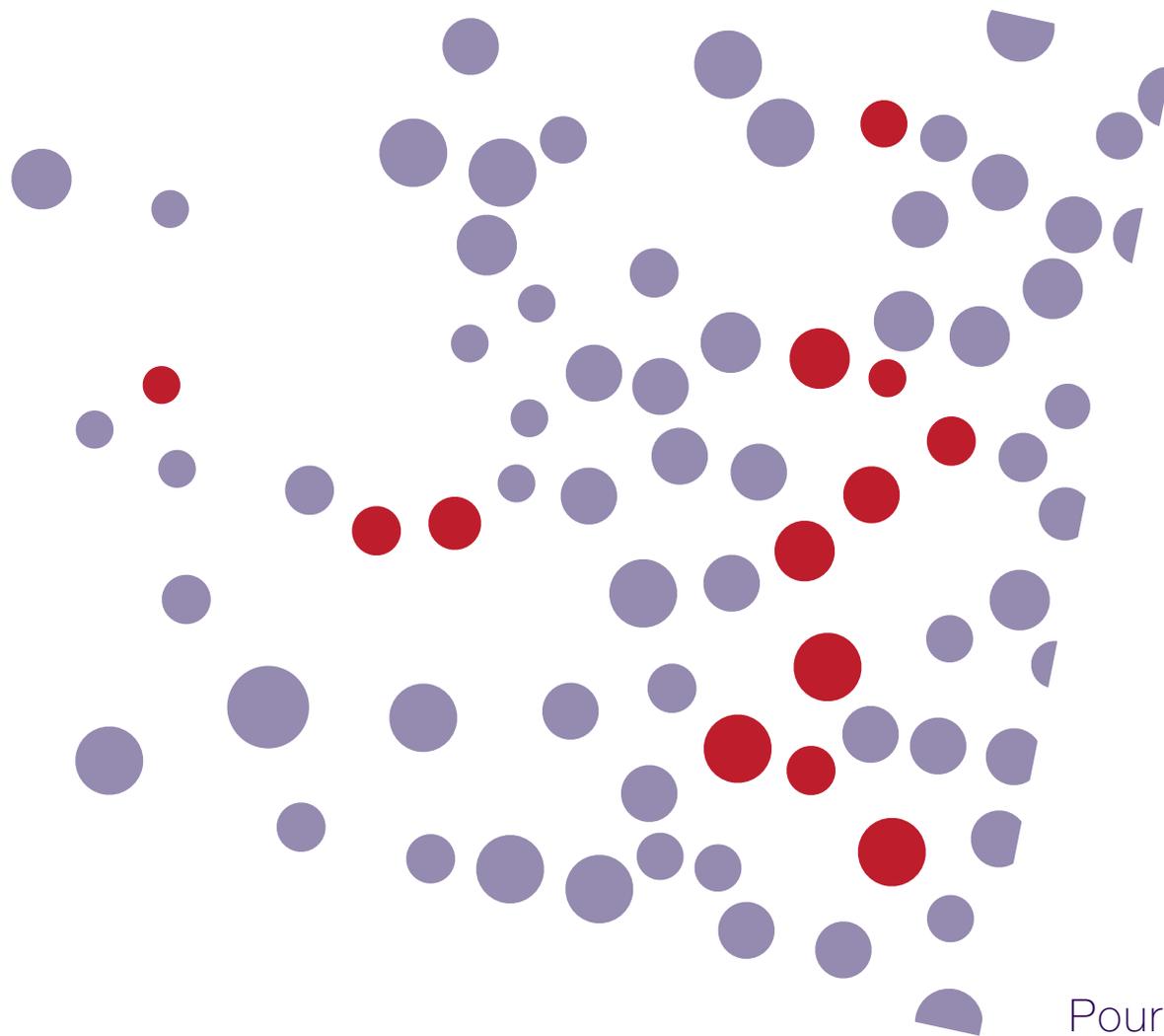
Un **discours** totalement en phase avec celui
de l'entreprise, de la marque, du produit.

Une véritable **démarche** qualité
par la validation de chaque étape du projet.

Des **compétences** adaptées
(rédaction, prise de vue, illustration, fabrication, etc.)
par la mise en place d'une équipe ad hoc
pour chaque projet.

Un **budget** défini dès le départ.





Pour plus de renseignements :

Philippe Napoletano

Conseil en communication ●●●

p.napo@free.fr
06 70 81 53 41