



My Love Affair lie marques et musique

La toute nouvelle agence de marketing musical de Raphaël Aflalo et Cathy Guetta noue des partenariats sensés pour les marques et les artistes et porteurs d'un lien émotionnel avec le public.

Quand un spécialiste du digital, Raphaël Aflalo (ex-Performics/Digitas et consorts), rencontre une reine de la nuit, Cathy Guetta, cela donne une agence de marketing musical, My Love Affair, des relais évidents – les réseaux sociaux – et un concept limpide : la constitution de partenariats cohérents entre une marque et un artiste... dont le premier n'est autre que David Guetta *himself* « avec

23 millions sur Facebook et 100 millions de vues par clip en moyenne sur YouTube... », résume Raphaël Aflalo. Résultat, quelques semaines seulement après la mise en orbite de cette agence à 360° « web-télé-événementiel-réseaux sociaux », HP et Renault sont entrés dans la danse. Le premier pour sa tablette HP Touch Pad, dont les trois valeurs associées, « la musique, le social, les jeunes, sont incarnées par David » pour une campagne internationale qui dès la rentrée met en scène, dans un film de 30", en presse et en affichage, le célèbre Dj/producteur. En contrepartie, celui-ci intègre la tablette dans son nouveau clip, crée une application de mixage pour elle, et accueille, lors du concert de lancement de son nouvel album, des spectateurs invités par l'entreprise d'informatique/électronique. Avec le constructeur automobile, l'histoire

diffère, la pertinence reste : pour toucher une cible jeune et internationale et appuyer sur les valeurs d'innovation et de mobilité urbaine de Twizy, son véhicule électrique accessible, celui-ci apparaît en version 3D interactive dans un autre clip de David Guetta. Alors qu'il y mixe sur le toit d'un building de Los Angeles, un mur d'enceintes diffuse des bulles de mousse géantes au contact desquelles ladite Twizy se met à tourner sur elle-même, comme envoûtée par le son électro. Le tout a été bien relayé, à raison de 12 millions de vues par semaine. De quoi asseoir encore cette régie d'artistes, qui s'ouvrira très vite à d'autres personnalités que David Guetta, et sortira des études pour déterminer l'impact des placements de produits... Elle annonce d'ailleurs un premier partenariat en ce sens avec Dailymotion.

S.D.



1,3 million de fans Twitter,