

VOS RELATIONS PUBLIQUES
AUPRES D'UN PUBLIC QUI A
DEJA DES RELATIONS
DES APPARTEMENTS PRIVES
DES CONTENUS AUTOGERES
CE SONT LES RP DE DEMAIN

'ANDSOWWHAT?'
L'EXPERT QUI PRESENTE
VOTRE MARQUE A SES
FUTURS AMIS

andsowwhat

UN ADN ISSU DU MELANGE HEUREUX DES GENRES

Andsowhat est l'émancipation de la Direction du service marketing promotion de nova (radio nova, nova magazine, novaplanet.com, Actuel...), devenu expertise indépendante en 2006

Animée par Patrice Snoeck, ex directeur marketing, avec la volonté de créer des ponts entre les marques et les acteurs de l'époque

L'agence à fédéré un vaste réseau capable de mettre à disposition des marques des contenus ou animations «bien dans leur temps», et des moyens de promouvoir vos objectifs dans de véritables stratégies d'infiltration, de création de contenus, de communication.

UNE MAYONNAISE QUI TIENT DEPUIS PLUS DE 10 ANS

Ce point de vue inédit sur la marche de l'époque contribue à développer quelques événements majeurs dont certains ont créé leur propre modèle économique : Nuits aux Champs/à Pigalle (préfigurant les Nuits Blanches ou Paris Plage), lancement du Fooding, Podium de Marche des Fiertés LGBT, Concerts des Nuits Zébrées... ainsi que du programming dont le club des Novafriends (avec Campari).

ANDSOWHAT, C'EST DE L'ÂME SANS SUPPLEMENTS

une véritable vision communicante de l'évènementiel :
une communauté de leaders d'opinion toujours prête à soutenir un projet de marque pour peu qu'on sache la mobiliser

pas de locations mais des appartements privés, des endroits incarnés par ces mêmes leaders d'opinion qui les possèdent ou les animent chez nous, pas de traiteurs, mais **des propositions culinaires, des chefs étoilés**, des programmations dans l'air du temps sans effet de mode, de la culture, de la curiosité, des bonnes 'vibes'

⊕ **quelques exemples**, des clients, des amis
notre fonctionnement unique, nos services

CREER DE L'OPINION EST AFFAIRE DE BOUCHES ET D'OREILLES

Notre réseau de leaders d'opinion est constitué d'acteurs des 3 sphères d'influences de la création, la production, la diffusion

Il permet la création de contenus légitimes, leur promotion et la plupart du temps, leur diffusion ; ainsi, dans toutes nos productions, nous invitons de nos réseaux ceux qui créeront le meilleur écosystème à vos intentions.

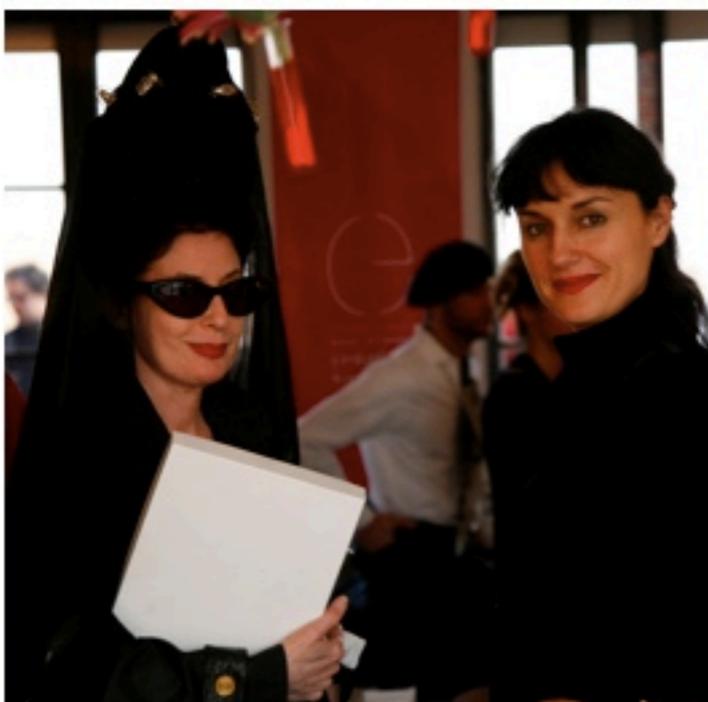
Il y a des millions de raisons pour lesquelles on sort, mais une seule qui laisse l'impression d'avoir passé un bon moment : les gens qu'on y a rencontré !

Et ces gens, pourvu qu'ils soient 'placés' dans les bons univers sont vos médias relais de demain

DES 'ANDOFRIENDS' QUI SONT DEJA UNE COMMUNAUTE QUI S'ANIME DANS LE REEL

ART architectes, designers, réalisateurs (ciné, télé), producteurs (musique, sons), diffuseurs, artistes, acteurs, plasticiens, musiciens, institutions (commissaires, critiques, dir de communication), écrivains... **PRODUCTEURS & DIFFUSEURS** producteurs de musique, réalisateurs, acteurs de cinéma, galeristes, agents d'artiste, producteurs de programme, grands magasins parisiens, éditeurs, directeurs de collection, propriétaires de salle... **PERSONNALITES/ PEOPLE** artistes, créateurs, designers, animateurs/ présentateurs (TV, radio)... **ENTREPRISES** producteurs d'événements, catering, avocats, financiers, gestionnaires de fortune, publicitaires, communicants direction de stratégies, de communication, actionnaires, DRH 'cac40'... **MEDIAS** rédacteurs en chef, journalistes, pigistes spécialisés, actionnaires de groupes de presse, bloggeurs

VOS FUTURS AMIS 'CONNECTES' POUR DE VRAI



VOS AMIS QUI VOUS ACCUEILLEN CHEZ EUX



Imaginez vos événements de 20 à 150 personnes dans un appartement de prestige dans le Marais, au RDC d'un hôtel particulier et sa cour carrée, ou dans un hôtel particulier avec jardin sur la Murette, dans un appartement de prestige devant la Tour Eiffel ou une maison d'Architecte à Montmartre, dans un loft d'un passage privé d'Oberkampf, un somptueux loft en duplex ou un appartement de photographe dans le 11e, dans des galeries d'art entre deux expositions et avec ou sans la présence de vos hôtes et de leurs amis

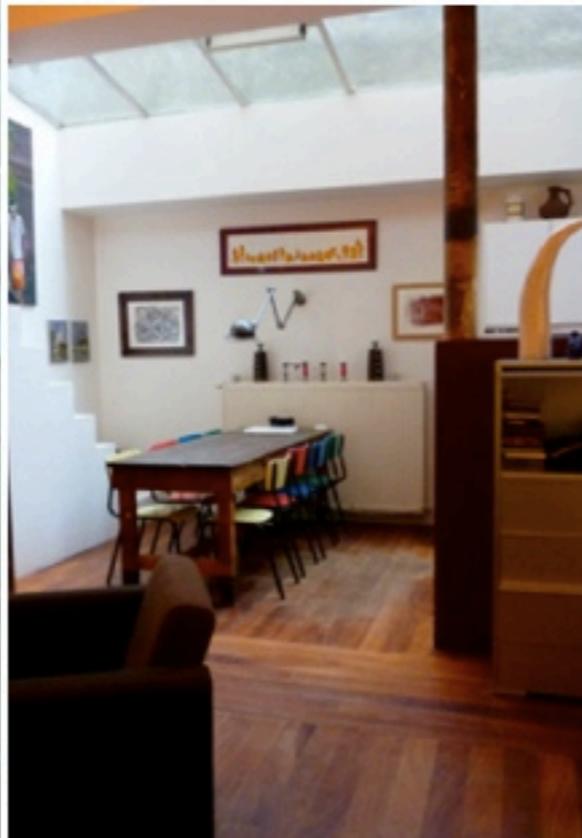
DES ENDROITS INCARNES QUI SE PRETENT A TOUTES LES ENVIES



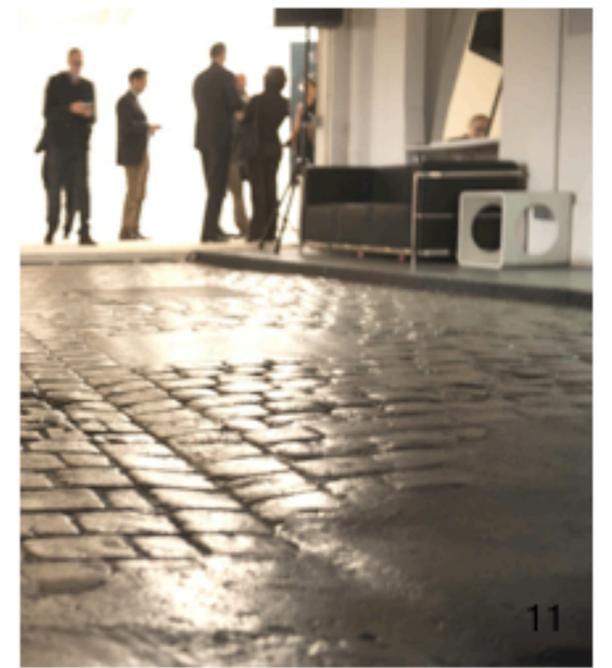
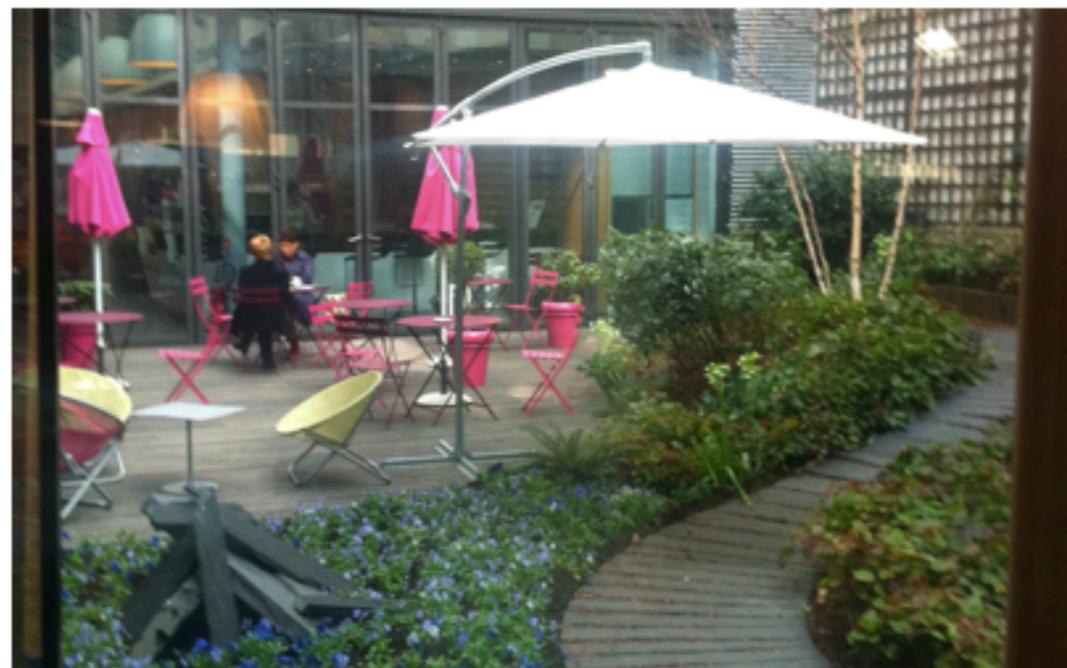
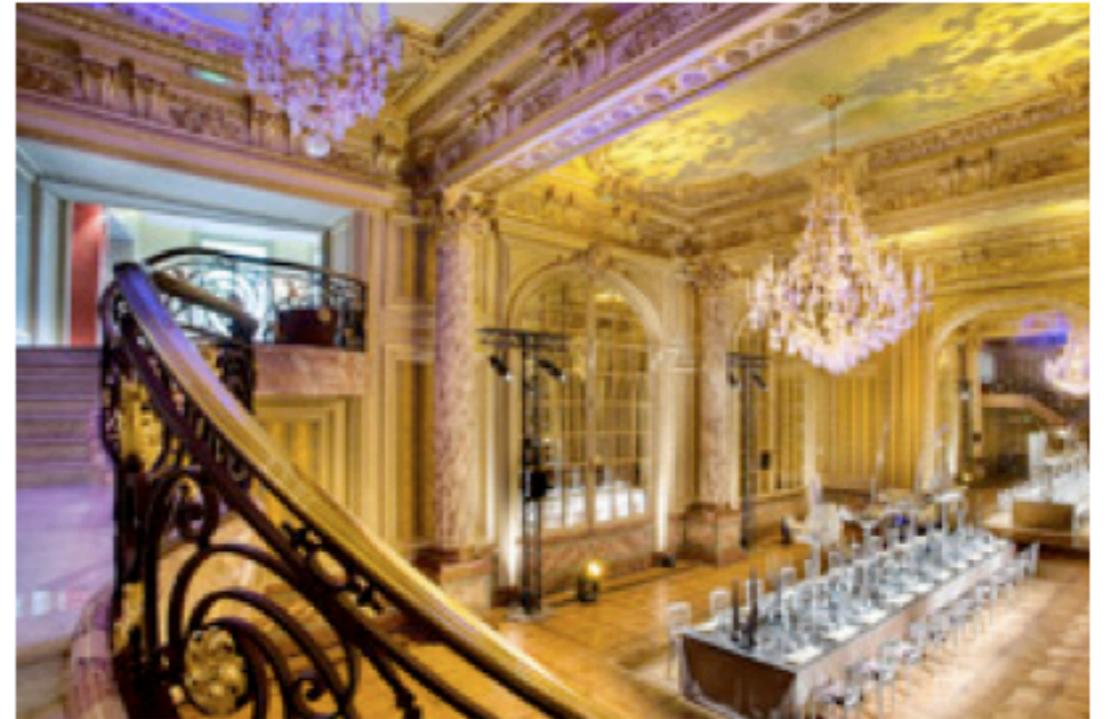
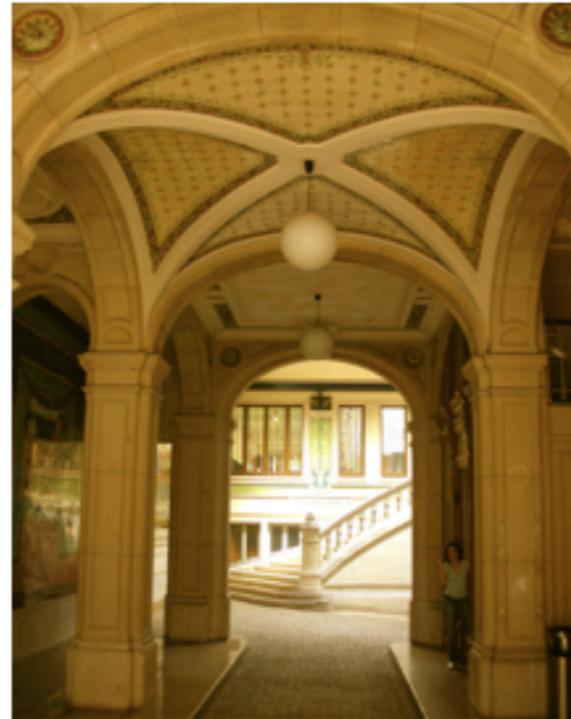
DES ENDROITS INCARNES QUI SE PRETENT A TOUTES LES ENVIES



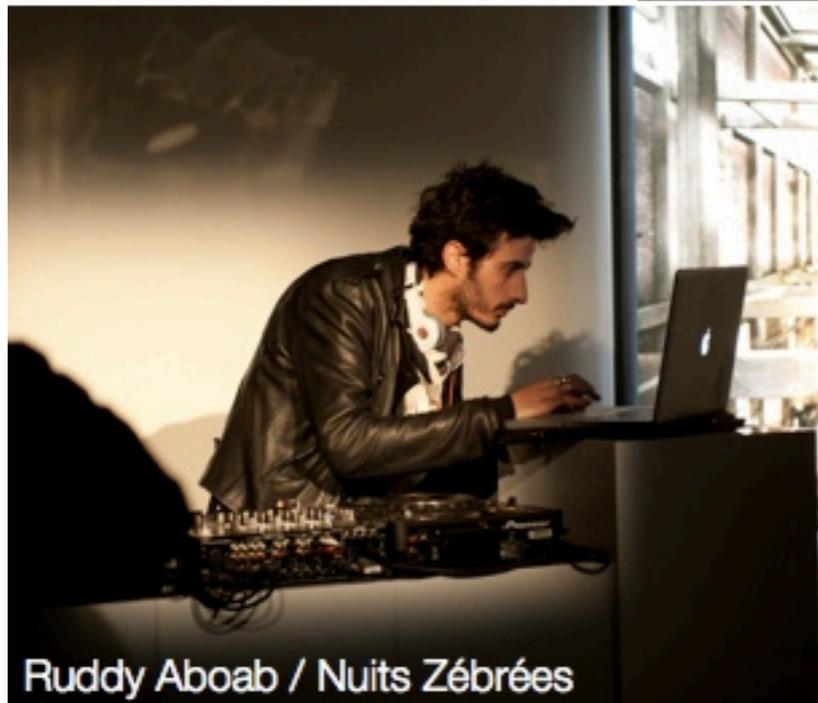
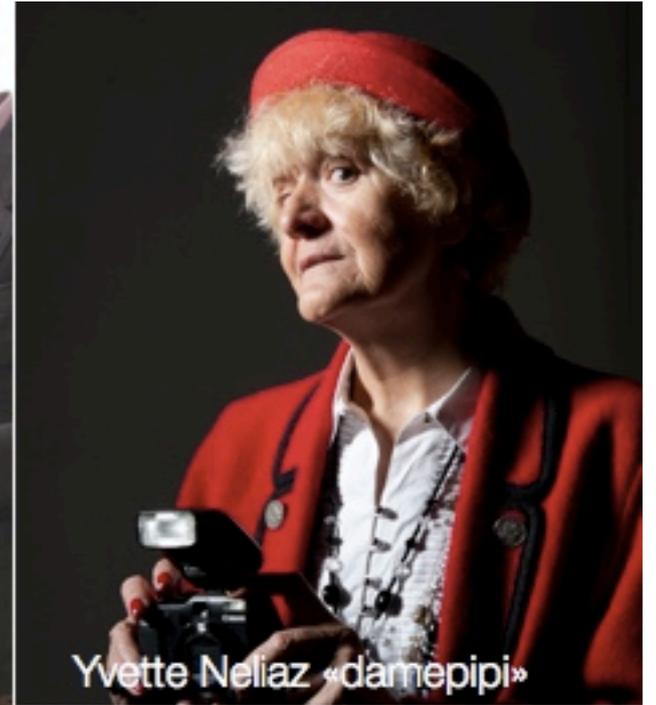
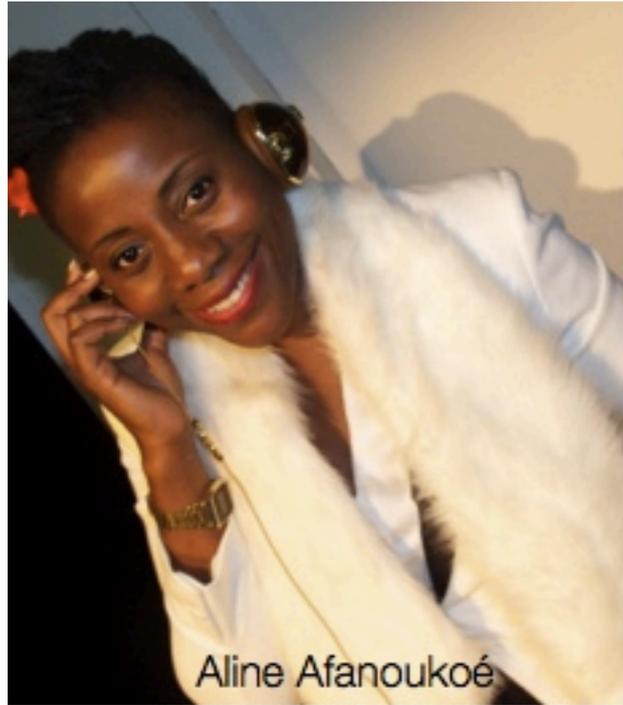
DES ENDROITS INCARNES QUI SE PRETENT A TOUTES LES ENVIES



MAIS AUSSI DES 'HOT PLACES' PEU CONNUES !



BLOGGEURS, ARTISTES, PERSONNALITES CREENT, S'EMPARENT, LEGITIMENT, SOUTIENNENT VOS CONTENUS



RECEVOIR N'EST PAS UN ART, C'EST UN SAVOIR FAIRE QUI MIXE JUSTESSE ET GENEROSITE



Etre bien reçu contribue à la qualité du ressenti de vos hôtes, et pourtant la culinarité ne s'exprime pas que par le nombre de petits fours ni le nom de votre traiteur...

Nourrir vos invités autant que votre marque peut s'incarner dans un chef, une idée réceptive insolite, un décor, une animation culinaire.

Nous matérialisons cette générosité que vous cherchez à partager, que votre évènement soit cocktail, dîner assis ou fête...

LE STANDING, C'EST AFFAIRE DE JUSTESSE : MULTIPLIER LES ATTENTIONS MAIS PAS LES CHICHIS.



C'EST PARFOIS AUSSI METTRE LE COUVERT AU CENTRE DU MESSAGE DE LA MARQUE



RECEVOIR N'EST PAS UN ART, C'EST UN SAVOIR FAIRE QUI MIXE JUSTESSE ET GENEROSITE

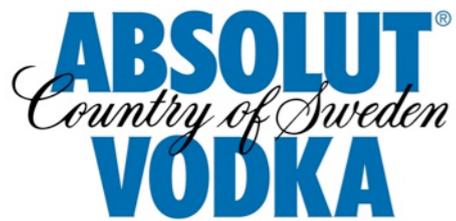


Nous sommes en mesure de monter pour vous des brigades sur mesure avec le niveau de prestation d'un restaurant étoilé

Nous disposons de chefs récompensés qui savent mettre des étoiles plein les yeux de vos hôtes

Nous pouvons créer des organisations éphémères qui créent une animation hors norme au coeur de vos évènements

NOS CLIENTS ONT NON SEULEMENT DU GOÛT... ILS ONT AUSSI DE LA SAVEUR !



2006
Absolut Vodka fête l'apparition d'Absolut Bling-Bling par une Fête de 2000 personnes TTC -toutes tendances confondues- à la Bellevilloise



2008
Campari infiltre l'univers de l'art contemporain, couronné par le lancement d'un Prix dédié à la jeune création française

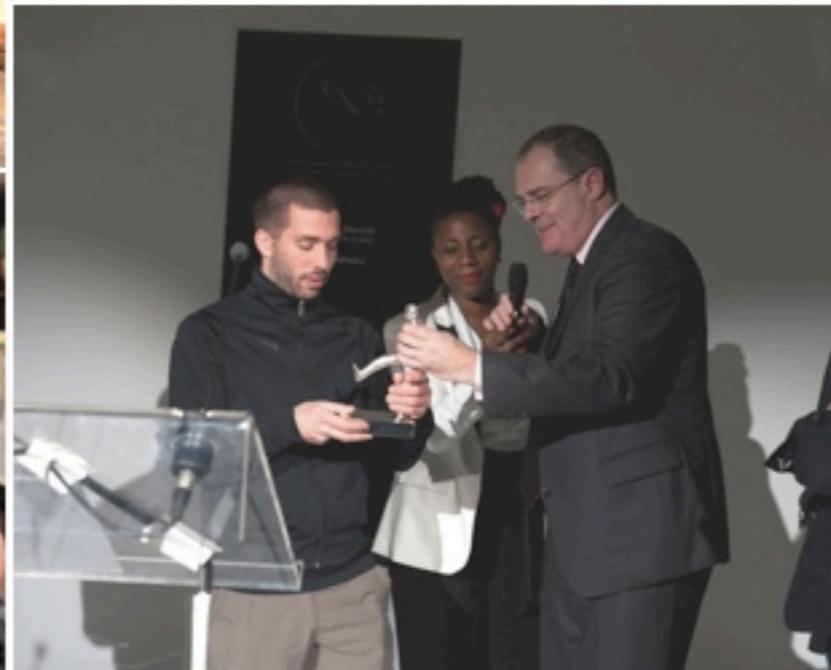
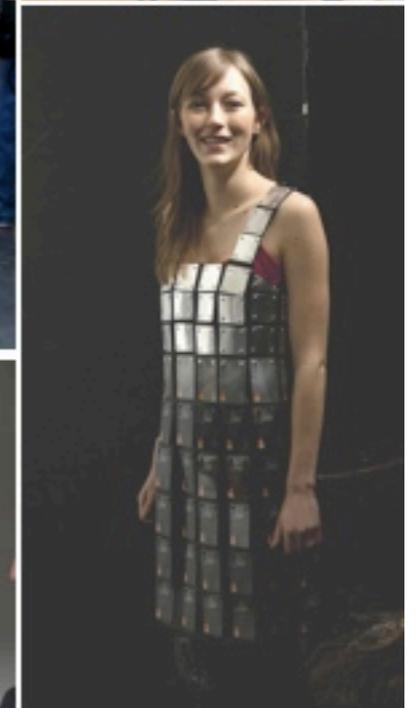


2011
La Cornue. A l'occasion du salon Haute Cuisine Paris, création d'un salon La Cornue, une cuisine «où l'on cause», puisque c'est précisément une cuisine



2012
Mastercard : événement de récompense du Lauréat du Prix Platinum Mastercard, colonne vertébrale d'un projet de tissage de liens durables avec les acteurs de la culture

CE QU'ON A FAIT POUR EUX, ON PEUT LE FAIRE POUR VOUS



‘INTEL INSIDE’ UNE COLLABORATION EN TOUTE INTELLIGENCE EST SIGNE D’EFFICACITE

1 et 100 à la fois, la géométrie est variable

Nous sommes un pool d’experts indépendants regroupés derrière la bannière Andsowhat : souples, adaptables et impliqués. Des gérants de leur activité, des structures ultra réactives, nous travaillons aux honoraires, à la journée ou à la tâche, au suivi mensuel... Toutes les configurations sont possibles dans l’optique du meilleur service au meilleur prix.

Nous ne cherchons pas à produire à tout prix, nous intervenons en architecte, et nous fondons avec les organisations en place en parfaite intelligence et complémentarité : agence de publicité, de RP, studio...

En travaillant avec un membre du pool, vous bénéficiez d’un service de veille, d’un reporting informel de la perception de votre marque, des idées qui émergent de notre réseau... nous agissons en prolongement de votre action, en véritable bras armé

100% CONNEXIONS DES EXPERTS DE LEUR DOMAINE REUNIS AUTOUR D'UNE MEME IDEE



PATRICE SNOECK

Annonceur, Grande distribution, agences, indépendant,... tous les terrains sont bons pourvu qu'on puisse inventer les modèles de demain. Une seule obsession : qui sont les gens, quelles sont les idées qui sont utiles à l'époque et comment permettre aux marques de survivre au modèle post marketing et mass média

2000, l'électrochoc : rencontre avec J.F. Bizot, fondateur de Nova. S'en suit une direction hybride «marketing d'idées & marketing d'échange dans les deux sens sinon rien». Etudie dès lors et depuis 10 ans les circuits à forte valeur image : branchés, early adopters, créatifs culturels, communautés... dans leurs dimensions sociales, sociétales et surtout commerciales.

2006 : création d'andsowhat



JULIETTE PORTALIER

Passionnée de cuisine, pur produit de la transmission culinaire familiale : arrière petite-fille, petite-fille et fille de cuisinières émérites, femme de chef étoilé et mère d'une fine gueule en herbe

Une ex publicitaire, 12 ans d'expérience chez McCann-Erickson, groupe de communication international : Directrice de Pulse®, méthodologies qualitatives pour une meilleure connaissance du consommateur

Planneur stratégique pour de nombreuses marques prestigieuses de « food and beverages »

Une expérience concluante dans la définition et l'élaboration d'un concept de restaurant : Bigarrade, Paris 17ème, ouverture en Décembre 2007, 2 étoiles Michelin en 2009.



ADELINE ATTIA

Fondatrice de UrbanTrends®, Club de réflexion et d'action autour des enjeux de la ville. Ancienne planneur stratégique en agence de publicité et design, puis Directrice du Cabinet d'études Allegoria, elle réalise depuis 1991 des études prospectives internationales, avec une expertise sur les cibles, les usages et sur l'anticipation des courants sociétaux majeurs.

A développé un outil de formation à l'innovation par l'expérience urbaine, Trend Safari, déclinable en Europe, en Amérique du Nord, au Brésil, au Japon et en Chine.

200% INSPIRATION

CLUB URBAN TRENDS

En complément de nos «antennes», Andsowhat est membre actif du réseau Urban Trends, un Club de réflexion international qui analyse les enjeux de la Ville de demain dans toutes ses dimensions



The screenshot shows the UrbanTrends website. At the top is the logo 'UrbanTrends®'. Below it is a navigation menu with links: Accueil, Pourquoi UrbanTrends?, Qui sommes nous?, Nos missions (highlighted), Fonctionnement, Contact, Le Blog. The main content area features a photo of a group of people in a meeting. Below the photo is the heading 'Nos missions' followed by a paragraph: 'Le principe d'UrbanTrends repose sur l'animation d'un réseau d'experts. Les savoir faire et les témoignages, les contributions sont ceux d'hommes et de femmes issus de multiples secteurs d'activité mais tous reconnus et très légitimes dans leur domaine: des universitaires, artistes, hommes et femmes politiques, marketeurs, distributeurs, afficheurs, architectes, designers, paysagistes, journalistes, écrivains, cinéastes... jeunes et moins jeunes mais qui partagent un état d'esprit d'ouverture et de mutualisation d'expériences, tous engagés dans des démarches impliquées et personnelles.' Below this is a sub-heading 'UrbanTrends organise ses travaux autour de deux axes majeurs :'. There are two columns of text. The first column is titled '1) ETUDES' and discusses 'La veille, le décryptage de foyers d'influence multiculturels, les études : Comportements, usages, typologies d'habitants, tendances urbaines, veille internationale, études thématiques ad hoc. Exemples: • le logement des étudiants en France, approche ethnographique • Qu'est-ce que la proximité en ville? • Les enjeux de la mobilité des seniors • Les femmes au travail, scenarios urbains • Qu'est-ce qu'un street artist? • Les enfants dans la ville • Les villes de second rang en Europe centrale et en Asie'. The second column is titled '2) EVENEMENTS' and discusses 'La conception et l'organisation d'événements, le conseil et l'accompagnement, la formation : • UrbanTrends organise deux grandes conférences-débats par an sur un thème d'actualité fort. L'objectif de ces conférences est de faire intervenir des personnalités reconnues mais également dont le talent d'orateur permet d'assurer une forte captation de l'auditoire, afin de favoriser au mieux les échanges, sans langue de bois. • Ces conférences capitalisent sur le décloisonnement des expertises mais aussi sur une ambiance conviviale et non conformiste. • Selon ce principe, nous proposons de concevoir et d'animer des rencontres sur mesure pour nos adhérents et partenaires, destinés à leurs publics internes ou externes. Des groupes de travail peuvent également être constitués et nous prenons en charge la production de contenus dédiés (articles, rapports, films) à l'attention des publics de journalistes ou de prescripteurs. • Notre démarche consiste à inspirer et nourrir nos clients et partenaires harassés par la tyrannie du court terme...mais nous voulons aussi les faire respirer en leur permettant d'élargir leur champ de vision et de rencontrer des experts et des auditeurs forcément différents d'eux, parfois très éloignés de leur secteur d'activité mais intéressés par les mêmes thèmes.'



The cover of the 'TendancesNuits 2010' report features a black silhouette of a woman's profile on the left, looking towards a cluster of colorful stars (pink, yellow, blue, red, green) on the right. The text reads: 'TendancesNuits 2010 une étude de réseaux des consommateurs et animateurs de la Nuit'. At the bottom right, the logos for 'andsowhat' and 'nova' are visible. The date 'mercredi 15 février 2012' is printed at the bottom left.

TENDANCES NUITS

De part notre filiation avec Nova, nous remettons à jour une veille des tendances de la Nuit (déjà 4 éditions)

Forte des 25 implantations de Nova, nous offrons une lecture unique des publics qui sortent : où, pourquoi, comment, avec qui. Que bois t'on, qu'écoute t'on... l'étude est un témoignage unique des habitudes des publics précurseurs

300% RESPIRATION

à suivre aussi sur notre
blog :
www.andsoblog.com



Me contacter

**ANDSOWHAT ?
MI-HOMME,
MI-AGENCE.
HUB, AVANT
TOUT**

EDITO, VISION, MOJO

PATRICE SNOECK, un créateur de langages innovants entre la Marque et son audience, l'époque et ses animateurs

ANDSOWHAT, un réseau vivant qui s'agite dans les 3 sphères d'influence : la Création, la Production, les Médias

Mes coordonnées complètes

**FAIRE D'UN
RELAJ D'OPINION
UN RELAI DE
CROISSANCE**

KNOWLEDGE : obtenir l'information avant tout le monde et la transformer en valeur

BRAND CONTENT : Créer des contenus légitimes par les spécialistes, promouvoir ces contenus dans les sphères d'influence

NOVEMBRE 2011

APRÈS L'INVASION DU BICLOUNE, L'INVASION DE LA BINOCLE

Vous auriez pu ne pas remarquer, mais impossible que vous ne l'ayez pas vu. Ils fleurissent dans tous les beaux espaces parisiens, les meilleurs vitrines : les opticiens !

On lit la ville à travers ses magasins. Il y a eu les boutiquiers du portables, disparus quand on en a tous eu un dans la poche ou lorsqu'il n'était plus nécessaire de craquer les appareils entre deux opérateurs ; puis vinrent les supermarchés, qui ont réussi à trouver un nombre incalculable de grandes surfaces qu'on croyait jusqu'alors seuls capables de s'offrir les bons galeristes. Voilà donc, la déferlante opthalmo, car après avoir équipé les vingtenaires bavards en smartphones, les trentenaires solitaires en citymarket, il faut bien équiper les quarantenaires qui tendent les bras pour lire comme pour appeler leur première paire de lunettes.

Forcément, avec un centre ville à 7000 euros le mètre carré, on trouve désormais autant d'eyeswear de créateurs que les sempiternelles franchises des mastodontes du secteur qui assurent encore une belle fin de carrière aux stars peroxydées du rock hexagonal. Signe que les centres vieillissent et s'enrichissent... D'ailleurs, même la star en question a dû faire une petite place à sa jeune épouse, s'agit de ratisser large pour pas abandonner la lunette chère aux bobos et devoir se rabattre sur la France du dessous, avec monture sécu qui trahit l'indigence du minimum retraite.

Déjà qu'on ne pouvait pas échapper à Afflelou, voilà qu'on échappe plus à son

**AFFINITÉS,
EXPERTS
TOUTES
TENDANCES
CONFONDUES**

Juliette Portalier / Thoughts For Food, stratège culinaire (fonctions R&D + marketing pour enfin voir clair dans le brouhaha culinaire)

Stephen Malard / Camino, volumise l'expérience de marque

Eric Roussin / Shuga, expert en communication BtoB

Adeline Attia / Allegoria, experte en études quali

**MES AUTRES
COMPTES**



RECHERCHER

Rechercher

CATÉGORIES

A suivre...

Actualité

400% IMAGINATION
POUR IMAGINER LE MARKETING
DE DEMAIN
DONNER DU SENS A VOS
EVENEMENTS
RENCONTREZ VOTRE FUTUR
RESEAU DE MARQUE

CONTACTEZ 'ANDSOWWHAT'
L'EXPERT QUI PRESENTE
VOTRE MARQUE A SES
FUTURS AMIS

0662563511

andsowhat-82 av Secrétan-75019 Paris

www.andsoblog.com