

ÉDITION

Des plages de lecture

À la tête d'un véhicule baptisé « le Camion qui livre », transformé en une véritable librairie ambulante, le Livre de poche a, pendant un mois cet été, sillonné les plages du littoral méditerranéen et atlantique. Au programme, des ventes de livres, des animations et des dédicaces.

Focus

LE CONTEXTE

Après avoir fêté, en 2013, ses 60 ans, le Livre de poche, créé par Henri Filipacchi en tant que collection consacrée « aux grands textes littéraires classiques et modernes mais au format pratique pour tous », se lance dans un nouveau projet. Qualifié de nomade et de populaire, dans l'air du temps du partage et du collaboratif tous azimuts, ce projet a été l'occasion d'inaugurer un nouveau canal de distribution.

LA RÉALISATION

Le Livre de poche et son agence de communication Memory se sont adressés à l'agence de communication événementielle Bureau à côté, et à la société Celize, spécialiste des solutions stratégiques de communication hors média, pour orchestrer l'opération. Bureau à côté s'est chargé de la mise en scène du bibliobus et s'est occupé de la tournée des plages. Celize s'est concentré sur l'aménagement, la décoration intérieure et l'habillage extérieur en *total covering* de la librairie mobile, en accord avec l'univers de la marque.

QUI A FAIT QUOI ?

Éditeur : le Livre de poche a mis en avant les meilleures ventes de l'année afin d'attirer l'attention des grands comme des petits.

Mise en scène, tournée des plages : depuis vingt-cinq ans, l'agence Bureau à côté met son savoir-faire au service de solutions innovantes dans l'organisation d'événements.

Aménagement, décoration intérieure, habillage extérieur : Celize déploie des campagnes de communication en milieu urbain et sur le lieu de vente, pour le compte de marques et de collectivités.



1 Étapes : du 16 juillet au 17 août, le Camion qui livre a fait des étapes d'une durée d'un à trois jours dans douze villes de France, de Toulon (Var), son point de départ, à Bénodet (Finistère).

2 Librairies : huit librairies locales et une maison de la presse ont été associées à cette première édition. L'objectif était que chacune des principales étapes soit prise en charge par un libraire local proposant son choix de livres d'été.

3 Animations : elles ont été nombreuses et variées : photos de la tournée à partager sur Instagram, création d'un compte et connexion à sa *wishlist*, séances de dédicaces, etc., le tout relayé sur le site www.livredepoche.com.