

Pantin, le 20 novembre 2023

QUAND LA MUSIQUE EST TROP CONTAGIEUSE POUR LUI RÉSISTER : DEEZER DÉVOILE SON NOUVEAU FILM PUBLICITAIRE DÉJANTÉ

<https://youtu.be/XpEeSsowQuM>

Le nouveau Deezer se dévoile dans une nouvelle campagne fraîche et décalée conçue par BETC.

Deezer lance sa nouvelle campagne de marque en France, créée par l'agence BETC. Une campagne qui donne vie à la nouvelle signature de la marque : Live the Music* – qui incarne sa vision de la musique tout en représentant un véritable appel au lâcher prise et à vivre la musique à fond.

Dans ce nouveau film du réalisateur brésilien Nogari (Iconoclast), nous suivons un groupe de danseurs et danseuses de ballet amateur·ices lors de leur cours de danse hebdomadaire quand, soudain, un changement de musique inattendu bouleverse l'ambiance... La musique les entraîne dans une frénésie de danse, permettant à chacun·e de sentir plus libre et de s'exprimer à travers la musique de façon libérée, déjantée et euphorique. La musique finit par changer une nouvelle fois, amenant la classe à danser de façon encore plus folle, s'adaptant au changement de genre musical.

L'explication arrive à la fin du film, quand nous réalisons que les changements de musiques ont été provoqués par une élève qui passait devant le studio de danse et qui avait accidentellement connecté son application Deezer à l'enceinte de la salle de ballet à la place de ses écouteurs Bluetooth, causant sans s'en rendre compte un sublime chaos au sein du cours.

« Vous savez qu'une musique est vraiment entraînante quand vous ne pouvez pas vous empêcher de taper du pied dès que vous l'entendez. Ce moment où vous vous laissez aller à vivre la musique à fond. Avec ce nouveau film, nous voulions amener ce sentiment à un nouveau niveau de folie ! » - David Martin Angelus, Directeur de Création chez BETC

Deezer invite les fans de musique à vivre la musique à travers de nouvelles expériences.

Le film capture parfaitement la philosophie de la marque, comme l'indique Maria Garrido, Chief Marketing Officer de Deezer : *« La musique est une expérience humaine qui est faite pour être ressentie, partagée et vécue. »*

La marque a pour mission d'offrir à ses utilisateur·ices une expérience de la musique plus riche, au-delà du simple streaming musical. Pionnier du streaming dans les années 2000, Deezer propose désormais des fonctionnalités et expériences plus immersives et fluides, pour permettre aux fans de vivre la musique dans le monde entier.

Depuis le 13 novembre, les utilisateur·ices de Deezer ont désormais accès à Shaker : la seule fonctionnalité sociale du marché qui permet à n'importe quel groupe d'ami·es de créer facilement une playlist de 70 chansons, correspondant aux goûts de tout le monde – peu importe la plateforme de streaming qu'ils·elles utilisent habituellement.

Cette nouvelle fonctionnalité vient s'ajouter à une liste de fonctionnalités expérientielles déjà disponibles sur l'application, telles que le son HiFi pour tous, des sessions exclusives avec les artistes du moment, Flow – un mix musical généré à l'infini grâce à l'IA, des blind tests, la traduction de paroles ou encore des suggestions de concerts basées sur les goûts et la localisation des utilisateur·ices.

Deezer a également fait peau neuve en novembre 2023 en dévoilant une nouvelle identité de marque, créée par l'agence de design Koto, et déployée sur l'interface de l'application pour une expérience plus immersive.

Deezer soutient les talents de demain.

Le nouveau film est porté par 2 titres à l'énergie contagieuse : *Kitipo* de Dixson Waz x La Tukiti (feat Amenazandel) et *Boom Shaka* de Muzi. Ces choix démontrent l'engagement continu de la marque à soutenir les nouveaux talents du monde entier, pour une scène musicale toujours plus vivante et foisonnante.

Pour donner vie à cette campagne, BETC s'est associée au réalisateur brésilien montant Nogari, qui a notamment réalisé des spots publicitaires pour les marques iconiques Apple et Budweiser ou en tournant des clips musicaux pour les stars Selena Gomez & Rauw Alejandro ou encore Tove Lo.

« Dans ce film, la musique agit comme un libérateur automatique. Quand le bon titre rentre en jeu, votre corps se sent soudainement libre de s'exprimer. C'est excitant et absolument libérateur. C'est pourquoi je voulais qu'on ressente pleinement le lâcher prise pour mettre en lumière l'effet Deezer », explique Nogari.

Cette vision a été poussée encore plus loin à travers sa collaboration avec la chorégraphe britannique Sherrie Silver, qui a travaillé de près avec tout le casting afin de donner vie à des mouvements audacieux et déjantés qui révèlent la personnalité de chacun-e et permettent à tout le groupe de s'inspirer mutuellement, de se rapprocher et de s'amuser. Sherrie Silver a précédemment chorégraphié le clip « This is America » de Childish Gambino, pour lequel elle a reçu le MTV Music Video Awards de la Meilleure Chorégraphie en 2018.

« Nous avons créé sur-mesure les chorégraphies de chacun de nos danseurs pour s'adapter à leurs capacités et pour mettre en avant leur personnalité unique. Certains des danseurs vont se libérer grâce à des mouvements qui semblent incontrôlables, tandis que d'autres révéleront leur passion pour le reggaeton ou le voguing, nous faisant découvrir une nouvelle facette de leur personnalité. À travers leurs mouvements, nos danseurs s'inspirent mutuellement, vont se lier les uns aux autres, s'amuser ensemble et se sentir plus vivants que jamais. », détaille Sherrie Silver.

Produite par Iconoclast, la campagne "Live the Music" est diffusée en TV et sur internet en France et au Brésil depuis le 19 novembre 2023.

* *Vis la musique*

Découvrez le kit presse complet :

<https://betc.box.com/v/Deezer-LiveTheMusic>

Contacts presse :

BETC – Camille Chang – camille.chang@betc.com

Deezer - Karina Klusen - kklusen@deezer.com

À PROPOS DE DEEZER

Deezer est l'une des principales plateformes indépendantes au monde dédiées aux expériences musicales, réunissant les artistes et les fans, en offrant aux utilisateurs la possibilité de vivre la musique (Live the music). La société permet, grâce à sa plateforme évolutive disponible dans plus de 180 pays, d'accéder à un catalogue musical complet et de qualité, une expérience audio HiFi sans perte, ainsi que des fonctionnalités innovantes. Fondée à Paris en 2007, Deezer est désormais une entreprise globale comptant plus de 600 employés répartis en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, au Brésil et aux États-Unis, partageant tous une passion commune pour

la musique, la technologie et l'innovation. Grâce à des partenariats stratégiques établis dans des marchés clés en Europe, en Amérique du Sud et en Amérique du Nord, Deezer continue de créer de la valeur pour ses partenaires issus de nombreux secteurs, notamment les télécommunications, les médias, l'équipement audio et l'e-commerce, à travers sa marque et l'engagement des utilisateurs. En tant qu'acteur de pointe de l'industrie musicale, Deezer a été la première plateforme à mettre en place un nouveau modèle de rémunération des artistes depuis le lancement du streaming, permettant de rétribuer plus équitablement les artistes et la musique que les fans chérissent. Cotée sur Euronext Paris (Code : DEEZR. ISIN : FR001400AYG6), Deezer fait partie du segment Euronext Tech Leaders, dédié aux entreprises technologiques à forte croissance en Europe, et de son indice associé.

À PROPOS DE BETC

BETC, agence de communication créée en 1994, renouvelle le rapport entre les marques et la création. Par envie, curiosité et engagement, BETC crée des synergies nouvelles et produit ses propres contenus dans les domaines de la musique, du film, de l'édition, du design...

Nommée en 2019 « International Agency of the Year » par Adweek, BETC est désignée en 2020 « Agence de l'année » aux Eurobest ainsi qu'au Club des DA et, pour la troisième année consécutive, aux Prix Effie. En 2021, BETC est l'agence française la plus primée aux Clio Awards et se voit récompenser d'un Grand Prix Film aux Cannes Lions pour le film « *Crocodile Inside* », une première en 30 ans pour une agence française. En 2022, l'agence remporte 9 Lions aux Cannes Lions dont 1 Gold avec la campagne "*Gender Swap*" de Women in Games. BETC est également la seule agence française dans le classement de The Drum des meilleures campagnes du monde avec "*Roller Babies*" d'evian et "*The Bear*" de CANAL+. En 2023, elle est la seule agence française à figurer dans le classement WARC Top Agencies for Creativity, le classement qui distingue les agences les plus créatives au monde, se plaçant ainsi à la 3^{ème} place.

BETC est à l'initiative du projet des Magasins Généraux à Pantin dans lesquels l'agence a emménagé le juillet 2016, un lieu de création, d'innovation, de production et de partage situé au cœur du Grand Paris.

<https://betc.com/fr/>