

BRAND SOUL:



Live Communication

Zurich, le 17 novembre 2011

Communiqué de presse

Nouveau nom, meilleure lisibilité : x-act devient BRANDSOUL

Zurich, le 17 novembre 2011 – **Le regroupement de différentes disciplines en matière de communication exige également une réorientation de la part des agences événementielles. Après 15 années d'activité fructueuse dans le domaine de la communication live, l'agence x-act a donc décidé de changer de nom : à partir du 1^{er} janvier 2012, elle apparaîtra sous le nom de BRANDSOUL.**

La **culture d'entreprise** est la **clé de la réussite**. Elle est influencée par divers facteurs tels que les **comportements**, les **perceptions**, les **opinions** et les **croyances**. « C'est à niveau là que nous souhaitons intervenir et que nous pouvons faire bouger et obtenir plus de choses », affirme Andrej Isler, directeur, fondateur et génie créatif de l'agence. Le changement d'image est, selon lui, une conséquence logique des développements intervenus ces dernières années. Durant cette période, l'agence a démontré sa force dans le domaine de la **culture d'entreprise et de la culture de marque** en termes de **stratégie** et de **création**. **BRANDSOUL** se distingue des agences événementielles traditionnelles par le fait qu'elle ne se concentre pas seulement sur les effets de sensation, mais surtout sur des **campagnes intégrées**, l'objectif étant toujours la **compréhension émotionnelle** du message. « Cela permet non seulement d'atteindre le destinataire, mais de provoquer en lui des émotions positives. »

À l'heure de la communication numérique, les rencontres personnelles sont justement de plus en plus importantes. **BRANDSOUL** réussit avec habileté à **relier le monde réel** et le **monde numérique**. Communication expérientielle, cela signifie communiquer avec les cinq sens et dialoguer et interagir avec les autres.

BRANDSOUL se sert avec adresse des différents domaines de la communication live, depuis le marketing événementiel créatif, l'expérience client et l'expérience de marque jusqu'à la communication culturelle et la communication d'entreprise expérientielle. Pour ce faire, des médias numériques et virtuels, le multimédia et les RP sont intégrés.

L'être humain au cœur de l'événement

BRANDSOUL travaille à partir des **éléments intrinsèques d'une marque** et d'une entreprise. **BRANDSOUL** n'a pas la prétention d'être la plus grande agence, mais la plus innovante. Cela veut dire qu'il faut voir plus loin que le bout de son nez et adopter de nouvelles approches. L'idée est de rendre vivant et intelligible ce qui fait le **caractère exceptionnel d'une entreprise**, de ses **prestations** ou de son **produit**.



Chez **BRANDSOUL**, le chemin du succès passe par le **ludique** et la **créativité**, incluant la **communication affective**, c'est-à-dire le fait d'influencer la perception consciente et inconsciente. Le **storytelling** permet de jouer sur des registres de communication définis sur le plan stratégique. L'émogramme créé à cet effet fait partie intégrante de la **gestion des émotions**.

L'**analyse de la satisfaction clientèle** est un autre aspect important chez **BRANDSOUL**. Carole Ramuz est responsable de ce « **bonheur du client** », elle possède un Master en Business Excellence et est chargée, depuis janvier, de la direction opérationnelle au sein de l'agence.

BRANDSOUL

L'agence de communication expérientielle a été créée en 1996 par Andrej Isler. BRANDSOUL est synonyme de concepts audacieux, qui sont basés sur le caractère exceptionnel des marques et des personnes et qui sont, de ce fait, rentables et durables. Communication culturelle et management émotionnel sont les compétences clés de l'agence. BRANDSOUL emploie actuellement 11 personnes.

www.x-act.ch (à partir du 1.1.2012 www.brandsoul.ch)

Andrej Isler (43 ans), CEO et Directeur de création

Il a trouvé sa voie vers le marketing événementiel par le biais de la culture et de la publicité. Avec du cœur, la raison et beaucoup de créativité dans le sang, il trace de nouvelles voies en matière de communication expérientielle. Il est aidé en cela par son ouverture d'esprit, sa liberté d'action et son non-conformisme. Son inspiration, il la trouve dans les questions d'avenir, le taoïsme, le design ainsi que dans les thèmes socioculturels.

Carole Ramuz Isler (39 ans), COO et gestion de la qualité

Elle a fait des études en gestion de qualité et possède un MAS en Business Excellence obtenu à la Faculté d'économie de Lucerne. En 2000, elle a créé son entreprise, Lobby GmbH, conçu des configurations systèmes dans le cadre de grands projets et contrôlé la qualité dans la perspective client. Aujourd'hui, Carole Ramuz met en œuvre ses connaissances dans les domaines de la qualité, du marketing, de la perception et du management chez BRANDSOUL. Elle étudie de manière approfondie le pouvoir des espaces et leur influence sur les personnes.

Bureau de presse

contcept communication GmbH
Katja Richard
Hardturmstrasse 76
8005 Zurich
Tél. : 043 501 33 00
Mobile : 078 622 29 83
E-mail : katja.richard@contcept.ch

BRANDSOUL SA

Live Communication
Carole Ramuz, Andrej Isler
Oberdorfstrasse 8
8024 Zurich
Tél. : 043 888 33 89
Mobile : 076 366 88 88
E-mail: andrej.isler@x-act.ch