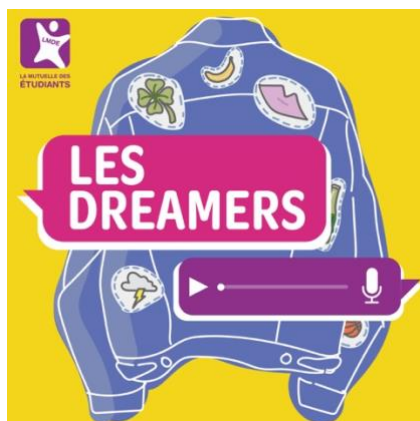


LMDE lance un podcast inédit avec l'agence Calliopé

« LES DREAMERS »

Une fiction sonore originale pour assurer une prévention efficace auprès des étudiants.



LMDE (La Mutuelle des Étudiants) lance aujourd'hui une première mini-série de podcasts sous forme de fiction produite par Calliopé. L'objectif est d'aborder les sujets liés à l'angoisse, au stress et plus globalement à la santé mentale qui touchent de plus en plus de jeunes (le confinement a largement accentué cela). Le mutualiste a été séduit par l'approche originale de ce **nouveau format publicitaire** et par l'**expertise métier de Calliopé** en la matière. L'agence experte en podcasts de marques (collaborations avec Bouygues, Dior, Orange...) a **innové** en proposant le tout **premier podcast de marque** sous la forme d'une **fiction** réaliste jouée par de jeunes acteurs. Le tout **réalisé 100% en confinement**.

La Santé mentale des étudiants, au cœur de la fiction « Les Dreamers »

LMDE et Calliopé innovent avec une fiction sonore qui aborde la santé mentale des étudiants sous le prisme de la prévention. Dans une société à l'avenir incertain, les angoisses des étudiants sont légitimes et loin d'être bénignes.

La 5^{ème} enquête nationale de septembre 2019¹ sur la santé des étudiants révèle elle-aussi des chiffres inquiétants : 30% des répondants affirment avoir déjà eu des pensées suicidaires et 68% ont tendance à se dévaloriser et à avoir peur de ne pas être aussi bien que les autres. Une tendance fortement accentuée par les réseaux sociaux.

¹ 5^{ème} enquête nationale de septembre 2019 sur la santé des étudiants a été réalisée en partenariat avec l'institut CSA et la mutuelle INTÉRIALE via un questionnaire auto-administré diffusé par emailing auprès de jeunes âgés de 18 à 30 ans. Le terrain a duré un mois, du 28 mars au 29 avril 2019 et 5 861 étudiant-e-s se sont exprimé-e-s sur leur état de santé.

Pour répondre à ces enjeux, LMDE lève par exemple le tabou du psy en incluant dans son offre santé le remboursement intégral de la première séance chez le psy (ainsi que des forfaits selon les formules), ou encore offre une meilleure prise en charge de la médecine douce.



Découvrons sans plus tarder la première mini-série « Les Dreamers »
disponible en avant-première aujourd’hui,
sur toutes les plateformes de streaming
(Apple podcast, Spotify, Deezer, Google podcast,...).

<https://smartlink.ausha.co/les-dreamers-lmde>

Le podcast de marque : une approche promotionnelle originale

Parce-qu’un sujet aussi délicat nécessite une approche stratégique, LMDE s’est tournée vers l’agence Calliopé.

“Nous sommes face à une cible très volatile, qui baigne entre Netflix, TikTok et les 500 influenceurs qu’ils suivent. Difficile donc pour LMDE de porter ses messages auprès des 18-25 ans sans innover.

Nous avons donc repris les usages de ces jeunes, en ajoutant toute la puissance de l’audio. Cela donne un podcast de fiction, ancré dans le réel, qui fait passer des messages forts. La marque n’intervenant qu’en intro et outro par des messages préventifs, laisse ainsi les auditeurs profiter pleinement du contenu.

Le podcast sollicite un seul canal sensoriel, le canal auditif, pour une meilleure efficacité publicitaire en terme d’attention et de mémorisation.” **Nawal Hadrami, Présidente co-fondatrice de l’agence Calliopé.**

Une série de podcast produite en confinement

La crise sanitaire a demandé une nouvelle organisation à l’équipe de Calliopé pour produire cette fiction. L’agence a fait appel à son expertise complète pour assurer l’écriture, les enregistrements et la post-production à distance. Un challenge que commente **Rémy Clairet réalisateur de la série** : *“ Pour cette création nous avons choisi un format court, des personnages proches des étudiants et un scénario le plus réaliste possible. Notre principale satisfaction est tout d’abord d’avoir réussi à repousser les limites du podcast de marque en*

créant la première fiction du genre. La seconde concerne le casting, la qualité de la construction narrative, les effets sonores et techniques pour déclencher un effet miroir chez les jeunes.”

Maëva Maugard, co-fondatrice et Directrice des opérations ajoute : *“Notre choix d’être une structure solide mais légère et notre organisation en équipe-projet agile, montre toute sa puissance et toute sa valeur en cette période de crise sans précédent. Le télétravail, la flexibilité sont au coeur de l’ADN de Calliopé, ce qui a nous a permis de réaliser cette production 100% confinée en 3 semaines. »*

Agence de production de podcast de marque : Un nouveau métier

Calliopé s’est lancé en partant d’un constat simple *« Les messages de marque sont devenus inaudibles, il faut repartir du contenu pour recréer un lien avec les consommateurs. L’audio parlé offre une nouvelle approche avec plus de liberté pour l’annonceur mais aussi pour les auditeurs qui vivent une expérience unique avec leurs marques.*

Cet engouement est d’autant plus vrai depuis la crise sanitaire où les podcasts natifs ont connu des records d’audience dans tous les domaines.»

Calliopé accompagne ses clients avec une approche globale de la stratégie, à la promotion, en passant par l’ensemble de la production. Avec son expertise dans la stratégie audio, l’agence a pu séduire de grands noms comme Dior, Engie Solutions, Bouygues ou encore Orange.

[Cas Client : Dior Talks, produit par Calliopé pour l’international, met en vedette des artistes, collaborateurs et proches de la maison pour parler de l’art féminin avec la série “Feminist Art” notamment. L’objectif en l’espèce est de renforcer les liens entre la marque et sa communauté grâce à du brand content premium.]

[A découvrir ici](#)



[Feminist Art] Maria Grazia Chiuri on how feminist art has shaped her c...

Welcome to this first episode of Dior Talks. This podcast series will explore the connections between Creative Director of Women’s collections Maria Grazia Chiuri and contemporary women artists and curators. This opening episode is devoted to Maria Grazia Chiuri herself. S...

28min | Published on March 8, 2020

Contacts Presse

Nawal HADRAMI, CEO & Co-fondatrice, n.hadrami@calliope-agency.fr, 0645207679

Benjamin AUGROS, Attaché de presse indépendant, presse@calliope-agency.fr, 0671265203

[Visuels disponibles ici](#)