



Initiative

CULTURE JAMMING

Février 2024
#11

CULTURE JAMMING

« La culture c'est comme la confiture, moins on en a plus on l'étale. »

Dans cette newsletter du planning stratégique d'Initiative, vous retrouverez chaque mois : les pépites, cheats codes culturels et contenus géniaux choisis et confectionnés à la main par nos soins.

Universal mute TikTok



Depuis le 1^{er} février, le contrat permettant au réseau social d'utiliser le catalogue d'Universal Music a pris fin, après de rudes négociations. Au cœur du désaccord entre les deux parties, la question de la rémunération des artistes « TikTok a tenté de nous intimider pour que nous acceptions un accord d'une valeur inférieure à l'accord précédent, bien en deçà de la juste valeur du marché et ne reflétant pas leur croissance exponentielle. » a déclaré Universal.

.....

Résultat, un des piliers de l'application est fragilisé, avec des milliers de vidéos silencieuses, devenues gênantes voire incompréhensibles : la fin de la grammaire TikTok. Un drame pour beaucoup de créateurs de contenus mais un nouveau tournant pour l'industrie de la musique qui avait dû se plier aux codes du réseau social pour faire connaître ses artistes. Autre conséquence possible : une obligation à la créativité dans l'utilisation des sons et de l'audio sur la plateforme.

.....

PAR AMOUR DE LA CULTURE

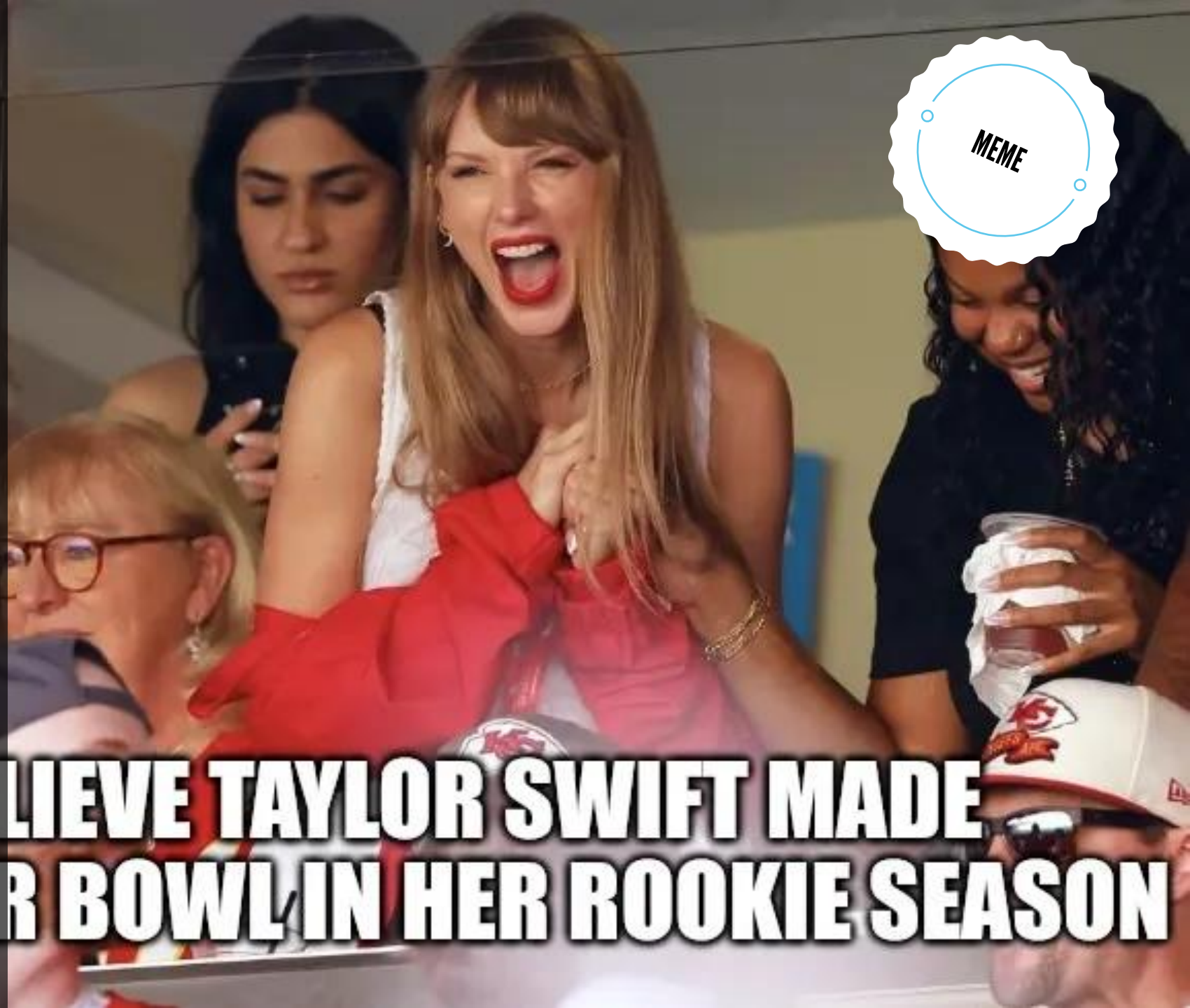


Le Super Bowl de Taylor Swift

Le 11 février se jouait la finale du Super Bowl à Las Vegas entre les Kansas City Chiefs et les San Francisco 49ers. Certains étaient au rendez-vous pour le sport, d'autres pour les pubs ou l'occasion de faire la fête ensemble. Mais pour la première fois, beaucoup étaient là pour apercevoir [Taylor Swift](#) qui assistait au match de son compagnon Travis Kelce.

Dès le coup de sifflet final, c'est le déluge de memes où la victoire des Chiefs est accordée à la [popstar](#) qui assistait à son premier Super Bowl. Alors que la plupart des fans peuvent attendre toute une vie pour espérer voir leur équipe l'emporter.

Les comptes memes NFL se sont pris au jeu avec succès plus de 114K de likes sur ce [post](#) reprenant Breaking Bad. Les fans de la chanteuse n'étaient que trop ravis de célébrer non pas une victoire anecdotique mais la [joie du couple](#). Alors que la conclusion finale de l'évènement pourrait se résumer à « ne pariez pas contre [Taylor Swift](#). »



CAN'T BELIEVE TAYLOR SWIFT MADE IT TO THE SUPER BOWL IN HER ROOKIE SEASON

PAR AMOUR DU BON MEME

MOT

Amour

Comment choisir autre chose que « amour » pour le mot du mois de février ? On pourrait évoquer l'amour vache, l'amour fraternel, l'amour familial ou l'amour passionnel.

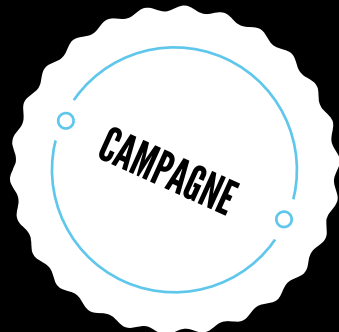
Mais nous mettrons notre curseur sur l'amour inscrit dans le paysage culturel ; celui qui est nécessaire en ces temps troublés, celui dont on a besoin pour s'échapper, celui qui tisse des liens, celui qui nous noie dans le chagrin, celui qui nous motive ou celui qui nous fait vivre.

On le retrouvera fréquemment, cet amour culturel, lors de ce mois de février ; d'abord dans nos salles obscures préférées avec la ressortie de [La La Land](#) à l'occasion de la St-Valentin, sur nos plus petits écrans avec la [série inspirée du film à succès Mr & Mrs Smith](#), avec cette fois-ci Donald Glover et Maya Erskine, et enfin dans nos écouteurs avec l'annonce du nouvel album basé sur [l'amour et la poésie](#) de la super-superstar Taylor Swift.

« *Happy endings are just stories that haven't finished yet* »
Jane Smith, *Mr and Mrs Smith*, 2005

PAR AMOUR DU BON MOT





Super Bowl

Comme chaque année, le Super Bowl réserve son lot de surprises sur le terrain, dans les tribunes et au moment des publicités. Nous avons choisi de vous présenter la campagne CeraVe, marque de soins pour la peau, la plus recommandée par les dermatologues aux États-Unis

Plusieurs semaines avant l'évènement, la marque a teasé sa campagne en faisant faussement leaker des vidéos de l'acteur Michael Cera sur TikTok. Savamment relayée par différents influenceurs dont Bobbi Althoff, cette actualité a été reprise de nombreuses fois jusqu'à ce que les gens se posent vraiment des questions sur le lien entre CeraVe et Michael Cera.

Le film TV a fait office de reveal dans lequel on peut voir l'acteur proposer une idée de campagne à un board de dermatologues. Maline, cette campagne permet d'asseoir la crédibilité scientifique et historique de la marque tout en adoptant un ton humoristique. Au passage, la marque montre qu'elle maîtrise parfaitement les codes de la culture internet.

PAR AMOUR DE LA PUBLICITÉ

CeraVe®
DEVELOPED WITH DERMATOLOGISTS

CERA STANDS FOR CERAMIDES NOT MICHAEL CERA.





« PLATA O PLOMO »
SERIE



Si on ne compte plus les séries sur la drogue qui cartonnent sur les plateformes de streaming, Griselda complète la collection, un brin plus féministe. La mini-série est basée sur Griselda Blanco, célèbre baronne de la drogue colombienne qui géra un empire aux USA dans les années 70 et 80.

MONUMENT DE LA MODE
SERIE



L'hommage tant attendu à Cristobal Balenciaga est disponible sur Disney+. Un biopic en 6 épisodes sur la vie du célèbre couturier espagnol qui arrive à Paris dans les années 1930 et conquiert la haute couture. Un contenu exclusif pour les passionnés de mode.

« LA COUR DES MIRACLES » SOIT-ELLE
MUSIQUE



Pour ce nouvel album, S.Pri Noir offre une musique singulière et authentique sur la scène du RAP français. On reconnaît les productions des artistes français Twinsmatic pour la 'Cour des miracles', bien entourés avec Tayc pour produire l'intégralité de l'album. Une musique éclectique à consommer sans modération.

MENTIONS HONORABLES QUI MÉRITENT LE DÉTOUR

ODE AUX RITUELS QUOTIDIENS PENDANT LA FASHION WEEK PARISIENNE

*Lors des derniers défilés automne-hiver 2024/2025, la marque japonaise Undercover a rendu hommage à nos rituels du quotidien, à leur préciosité dans nos vies. Le défilé met en scène de nombreuses reprises de vêtements "quotidiens" auxquels le créateur Jun Takahashi a collé des pans de tissu excédentaire (mousseline de soie vaporeuse, clinquant métallique, mohair hirsute), les rendant tout sauf ordinaires ou prosaïques. En arrière-plan et en écho aux silhouettes du défilé, l'écrivain et cinéaste allemand Wim Wenders prête sa voix et son écriture. L'artiste lit son poème *Watching a Working Woman* qui décrit la journée typique d'une jeune femme. De la poésie à l'état pur.*

[LE DÉFILÉ ET LE POÈME.](#)

LES SUBCULTURES, TOUJOURS D'ACTUALITÉ POUR NOS ADOS ?

Les Subcultures ont cette capacité de nous lier à des personnes ou à des lieux. Elles permettent de partager des traits culturels spécifiques avec d'autres individus et ainsi faire partie d'une communauté de vie. Faire partie d'une Subcultures impacte la façon dont vous parlez, la manière dont vous vous habillez, les gens que vous fréquentez, les questions qui vous préoccupent ou les endroits où vous allez. Bref un endroit à soi, réconfortant. Sauf qu'aujourd'hui, les algorithmes proposent, tout particulièrement à nos ados, de participer à des atmosphères culturelles, qui se manifestent principalement en ligne, avec des noms, des looks et des hashtags mais qui s'estompent aussi rapidement qu'elles sont apparues. A l'heure où la solitude et l'anxiété sont des symptômes très présents chez les jeunes, ils mériteraient plus que des atmosphères culturelles.

[TEEN SUBCULTURES ARE FADING.](#)

LE NOUVEAU JOUET DES PRÉ-ADOS : LES SOINS DU VISAGE

Surnommées les Sephora Kids, des filles de 8 à 12 ans investissent les réseaux sociaux pour raconter leur skin routine et leurs descentes chez Sephora. Jusqu'à présenter cette nouvelle lubie comme LE jouet de leur génération.

Le problème ? Elles achètent de célèbres produits de skincare pour adultes, pas du tout adaptés à leur âge.

Ce phénomène très américain à la base arrive en France. A surveiller de près.

[LES « SEPHORA KIDS », QUAND LA « ROUTINE BEAUTÉ »
DES PETITES FILLES DEVIENT VIRALE.](#)

FAST-FOOD

PAUSE

L'ULTIME SOURCE DE SOURIRE

OSCAR!

BIG DREAMS

A la prochaine !

Initiative

Françoise Fassin pour l'équipe planning stratégique