



## Qu'est ce qu'un flogo ?

lundi 9 novembre 2015, par [lpe](#)

3 questions pour mieux comprendre une problématique, une expertise des étudiants en Master II de l'Université de Poitiers :

### **Dans les animations publicitaires et événementielles est apparu un nouveau support, nommé « flogo ». De quoi s'agit-il ?**

Ce néologisme provient de la contraction de « flying logo », autrement dit « logo volant ». Il s'agit d'un support écologique, formé d'une mousse d'eau, de savon ou d'hélium, et ressemblant à un petit nuage. Par son aspect temporaire et respectueux de l'environnement il se voit parfois qualifier de « green marketing » ou « marketing vert ». Ces petits nuages peuvent être colorés en pastel et être employés en intérieur si l'espace est suffisamment grand.

### **Dans quelles situations trouve-t-on ces publicités volantes ?**

Les flogos sont utilisés pour animer des spectacles, des défilés, des festivals, des inaugurations, des événements sportifs, ou plus directement dans le cadre du « street marketing », qui recourt à des supports temporaires, pour communiquer directement dans la rue. Ces petits objets en mousse ont une durée de vie de 30 à 40 minutes avant de s'évanouir dans l'atmosphère. Ils volent doucement au gré du vent sur plusieurs kilomètres, et jusqu'à 1500 mètres d'altitude. Un ventilateur sert quelquefois à les diriger dans une direction voulue.

### **Quelle taille et quelle complexité peuvent-ils présenter ?**

Leur taille va de 60 à 120 cm, et leur épaisseur ou leur vitesse d'élévation peut varier suivant la taille et le paramétrage du générateur. Notons aussi que l'installation d'un générateur, de la taille d'un grand coffre, prend moins d'une heure. S'il est difficile d'écrire une phrase ou même un mot lettre par lettre, les logos de marque au graphisme assez simple s'y prêtent bien, comme par exemple le symbole de Mercedes, le S de la chaîne hôtelière Sheraton, ou le M arrondi de McDonald's. Lors d'une animation pour les chocolats Lindt, des petits lapins de Pâques, rappelant la forme du Lapin Or de cette marque, ont été créés en mousse. Un aspect ludique peut alors y être associé : la distribution de friandises dans la rue pendant que des enfants essaient d'attraper les lapins en mousse.

*Sous l'impulsion de Sophie Nivoix, Maître de conférences HDR en Sciences de gestion, le Master 2 Droit et marketing de l'Université de Poitiers publie dans le Petit économiste des articles liés aux recherches des étudiants. Cette collaboration s'effectue en parallèle du partenariat noué entre les DCF (Dirigeants Commerciaux de France) de Poitou-Charentes, le Petit économiste et le Master 2 Droit et Marketing de l'Université.*