

Début 2015, Elliott & Markus a été missionné par DLA Piper France pour accompagner le cabinet dans la gestion de sa communication interne à l'occasion de son déménagement au nord du boulevard Haussmann. Evènement par nature important et logistique, la dimension humaine ne devait pas être négligée.

## LES OBJECTIFS ?

Valoriser le nouveau quartier et les nouveaux locaux pour rassurer les équipes au moment crucial des quelques semaines précédant l'évènement, les impliquer au mieux en les fédérant et emporter leur adhésion.

## LA RECOMMANDATION ELIOTT & MARKUS ?

Créer une véritable marque dédiée à la communication interne et concevoir une campagne dynamique et visuelle imprimant un nouveau style correspondant à l'esprit pionnier et moderne du cabinet, à l'image de ses nouveaux locaux situés au nord du boulevard Haussmann.

En partenariat étroit avec le comité locaux, en charge du pilotage du projet global, Elliott & Markus a donc créé la marque **NoHa DLA Piper Club**.

NoHa pour la contraction de North Haussmann, tel le SoHo issu de *South of Houston street* à New York ou le SoPi de South Pigalle ; et DLA Piper Club pour l'esprit d'équipe, le sentiment d'appartenance et l'incarnation des origines anglo-saxonnes du cabinet.

Une marque en fil rouge d'une campagne de communication divisée en 5 étapes qui se sont déroulées sur 1 mois 1/2 :

1. Faire patienter suite au retard de livraison des locaux par la diffusion e-mailing et print de deux visuels Keep Calm : **Keep calm and carry on packing** et **Keep calm and count the days**.
2. Susciter la curiosité par une série de 4 teasings adressés par emails et affichés dans les locaux et indiquant « le nord ».
3. Mettre en valeur les nouveaux locaux par grâce à des oppositions designées avant/après
4. Révéler enfin l'identité complète NoHa DLA Piper Club en envoyant une invitation générale à une pendaison de crémaillère « comme à la maison ».
5. Créer l'expérience NoHa grâce à la conception d'un guide sur mesure répertoriant les adresses utiles et bons plans du quartier tout en présentant les nouveaux locaux.

Signe identitaire de ce nouveau territoire, l'identité NoHa DLA Piper Club a par la suite été déclinée sur la signalétique interne grâce à la production de vitrophanie matérialisant les lieux de vie du cabinet : la cafétéria, la conciergerie, la cour, la salle de sport, le local à vélo etc.

Une campagne couronnée de succès interne avec un engouement général autour du projet et de succès externe puisque sanctionnée par le premier prix de communication interne du Prix Opéra remis en juin 2015 par Juristes Associés.

### A PROPOS DE DLA PIPER

**DLA PIPER EST UN CABINET D'AVOCATS D'AFFAIRES PRÉSENT DANS PLUS DE 30 PAYS À TRAVERS L'AMÉRIQUE DU NORD ET LATINE, L'ASIE PACIFIQUE, L'EUROPE ET LE MOYEN-ORIENT. A PARIS, DLA PIPER RÉUNIT 175 AVOCATS DONT 46 ASSOCIÉS ET CONSEILLE LES ENTREPRISES, INVESTISSEURS, BANQUES ET FONDS D'INVESTISSEMENTS FRANÇAIS ET INTERNATIONAUX POUR L'ENSEMBLE DE LEURS BESOINS JURIDIQUES EN MATIÈRE DE DROIT DES AFFAIRES.**