



Orange innovation TV lance « do you chindogu ? », un concours d'objets décalés, innovants et insolites qui simplifient la vie numérique

Du 26 mars au 7 mai 2009, rendez-vous sur www.Orange-innovation.tv : téléchargez les vidéos « Mouss Mouss, Tomoko garde la ligne » et « Pablo les longs tuyaux » et participez au concours « do you chindogu ? » en postant vos chindogus qui simplifient la vie numérique

Orange-innovation TV lance aujourd'hui une série de chindogus exclusifs, mis en scène dans des capsules vidéo téléchargeables sur www.orange-innovation.tv. Avec la complicité de Bac film Créative et les équipes de Paul Nicolas Loesch, son directeur-fondateur, découvrez dès aujourd'hui les deux premiers épisodes de la série avec les vidéos « Mouss Mouss, Tomoko garde la ligne » et « Pablo les longs tuyaux ».

Le chindogu est l'art japonais d'inventer des objets « utiles mais inutilisables », décalés et innovants, avec lesquels - pour une fois - le ridicule ne tue pas !

Créé dans les années 80 par l'ingénieur japonais Kenji Kawakami, le chindogu connaît depuis un engouement populaire ininterrompu, fédéré par de nombreuses associations et communautés d'internautes à travers le monde.

Ces deux premiers épisodes sont l'occasion de lancer, du 26 mars au 7 mai, le concours des chindogus qui simplifient la vie numérique.

Les internautes sont invités à créer leur chindogu numérique, le filmer ou le photographier, et à poster leur production sur Orange innovation TV ou à l'adresse mail doyouchindogu@mychindogu.com. Pendant toute la durée du concours, ils pourront suivre en direct l'éclosion des nouvelles vidéos candidates sur www.orange-innovation.tv/la-collection.

- Courant mai, un jury présidé par Jean-Philippe Vanot, directeur exécutif de l'innovation et du marketing d'Orange, et composé de représentants du monde des blogueurs, de la mode et de l'audiovisuel se réunira pour désigner les cinq gagnants.

Il sélectionnera les 5 meilleurs chindogus numériques selon :

- les critères de l'art chindogu précisés plus bas,
- l'originalité de la création,
- la qualité de présentation de l'œuvre
- la cohérence avec le monde numérique.

La liste des lauréats sera publiée sur www.orange-innovation.tv du 15 au 31 mai 2009. Ils recevront :

- Premier prix : un PC Samsung NC 10
- Deuxième prix : un téléphone mobile HTC Touch unik 3G/3G+
- Troisième prix : un cadre photo numérique GSM Snap show
- Quatrième prix : une Liveradio vintage
- Cinquième prix : un jeu Warhammer on line (Age of Reckoning)





La traduction littérale de chindogu est « étrange » (chin) « outil » (dogu) : objet étrange, insolite. L'International Chindogu Society a énoncé dix grands principes à respecter et à suivre dans la création des chindogus :

1. Un chindogu ne doit pas être conçu pour un véritable usage. Il doit être d'un point de vue pratique quasiment inutilisable.
2. Un chindogu doit exister. Même si on ne peut pas l'utiliser réellement, le chindogu doit physiquement exister.
3. Chaque chindogu doit véhiculer l'idée d'une certaine anarchie, et avoir été créé dans une certaine anarchie. Les chindogu sont des objets créés par l'homme mais qui se sont affranchis du concept d'utilité. Ils représentent la liberté de penser et d'agir, la liberté de défier l'ancienne et suffocante dominance de l'utile, la liberté d'être (presque) inutile.
4. Les chindogu sont conçus pour la vie quotidienne. Ils doivent être compris par tout le monde, et partout. Le chindogu est une forme de communication non verbale. Les inventions extrêmement spécifiques ou techniques ne sont pas classables comme chindogu.
5. Les chindogu ne sont pas vendus. Les chindogus ne sont pas faits pour être vendus ou achetés.
6. L'humour ne doit pas être la seule motivation de création d'un chindogu. La création d'un chindogu est à la base une activité de « résolution de problème ». L'humour est simplement le co-produit de la découverte d'une solution élaborée et/ou non conventionnelle à un problème qui n'était pas nécessairement contraignant.
7. Le chindogu n'est pas de la propagande. Un chindogu est innocent. Il est fait pour être utilisé, même s'il ne le sera pas. Il ne doit pas être créé comme un commentaire pervers ou ironique de la condition humaine.
8. Un chindogu ne peut être tabou. Il ne doit pas être vulgaire, ni porter atteinte à une créature vivante.
9. Un chindogu ne peut être breveté. Les chindogus sont offerts au monde entier. Ils ne sont donc pas des idées pouvant être protégées, placées sous copyright, brevetées, collectionnées ou possédées. Comme le disent les espagnols : « Mi chindogu, es tu chindogu ».
10. Un chindogu ne doit causer aucun préjudice.

Orange Innovation TV est la WebTV d'Orange qui simplifie la vie numérique. Informer, faire comprendre et faire rêver sur la révolution numérique, pour que personne n'ait peur de s'en servir. Elle est accessible à tous sur www.orange-innovation.tv.

Créée en janvier 2008, la chaîne prépare sa saison 2 en partenariat avec de grands médias. Son audience sera étendue en mai 2009, en anglais et en français, à tous les pays où le Groupe est présent.

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 123 millions de clients, pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. En 2008, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 53,5 milliards d'euros. Il comptait plus de 182 millions de clients dans 30 pays à fin 2008, dont 122 millions de clients du mobile et 13 millions de clients ADSL en Europe. Orange est le troisième opérateur mobile et le premier fournisseur d'accès Internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un éco-système en pleine mutation.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange. Pour plus d'informations : www.orange.com, www.francetelecom.com, www.orange-business.com

Contacts presse : 01 44 44 93 93 - Louis-Michel Aymard

