

La vie est partage (du temps de cerveau disponible)

Nombreux sont les mouvements collectifs dont le message et les valeurs ont été récupérés, détournés, pour ne pas dire dévoyés par la publicité et le marketing.

Prochaine victime potentielle : « la culture libre ».

S'inspirant directement du phénomène des [flash mobs](#), une vidéo de l'opérateur téléphonique [T-Mobile](#) (groupe [Deutsche Telekom](#)), tournée le 15 janvier dernier à la station [Liverpool Street](#) de Londres. Réalisée par l'agence [Saatchi & Saatchi](#), elle a demandé 350 danseurs filmés par de nombreuses caméras « cachées ». Cette chorégraphie fut transformée en spot TV pour être diffusée deux jours après en prime time sur la chaîne de télévision britannique [Channel 4](#).

L'annonce ne comporte aucun texte si ce n'est le slogan final de l'opérateur : « Life's for sharing »

PS : C'est l'un des [buzz](#) du net actuel, mais, à de rares exceptions près, ne comptez pas surtout pas sur la [blogosphère](#) pour prendre du recul et se montrer critique. C'est à qui la référencera en premier, accompagnée d'une présentation toujours élogieuse et admirative. Il n'y aurait plus qu'à remercier T-Mobile de nous offrir ce petit moment divertissement en somme.