

l'événement**Bertrand Beaudichon discute avec Dufresne Corrigan Scarlett**

AGENCES MEDIAS. Bertrand Beaudichon, qui a quitté la vice-présidence d'OMG France en mars dernier, et dans la foulée la présidence de l'Udecam, est en négociation avec l'agence Dufresne Corrigan Scarlett pour assurer la direction de son activité de conseil médias. Cette dernière prendrait le nom de Mediaplus, enseigne médias de l'agence allemande Service Plan, actionnaire de Dufresne Corrigan Scarlett à hauteur de 35% depuis novembre dernier. Les 65% restants sont détenus par Jean-François Dufresne, Patrick Corrigan et Alain Roussel, cofondateur de La Chose, qui a rejoint l'agence en juillet 2013 pour en prendre la présidence. [Les derniers articles sur Dufresne Corrigan Scarlett](#)

Reproduction et diffusion interdites © Stratégies 2015

indiscret**Mediatransports va tester le téléchargement de films dans le métro parisien**

AFFICHAGE. Selon nos informations, Mediatransports commencera à tester cet été Fast Content Download, un service de téléchargement haut débit de films dans le métro parisien. Ce service, monté avec la RATP et Orange Valley, et proposé à la station gare de Lyon, permettra au grand public de télécharger gratuitement un film en haute définition en 30 secondes, grâce à un boîtier wifi ultra HD mis à disposition par l'opérateur télécoms. Un annonceur sera associé au temps de téléchargement. Autre service de connectivité que Mediatransports teste, une vingtaine de bus circulant entre Paris et les aéroports de Roissy et Orly seront équipés de connexion wifi, également sponsorisée.

Reproduction et diffusion interdites © Stratégies 2015

indiscret**Mediatransports va tester le téléchargement de films dans le métro parisien**

AFFICHAGE. Selon nos informations, Mediatransports commencera à tester cet été Fast Content Download, un service de téléchargement haut débit de films dans le métro parisien. Ce service, monté avec la RATP et Orange Valley, et proposé à la station gare de Lyon, permettra au grand public de télécharger gratuitement un film en haute définition en 30 secondes, grâce à un boîtier wifi ultra HD mis à disposition par l'opérateur télécoms. Un annonceur sera associé au temps de téléchargement. Autre service de connectivité que Mediatransports teste, une vingtaine de bus circulant entre Paris et les aéroports de Roissy et Orly seront équipés de connexion wifi, également sponsorisée.

Reproduction et diffusion interdites © Stratégies 2015

DANS LE MAGAZINE**DOSSIER****DOSSIER****DOSSIER**

Tweets

Suivre

L'oeil sur le net

Et si on réécrivait l'histoire ?

INTERNET. Uchroniques est un projet transmédia produit par Brainworks et France Télévisions Nouvelles Ecritures, en partenariat avec Libération, Vanity Fair, Tux Board et Nova. Le concept? Mêler étroitement jeu, documentaire et fiction. Les internautes sont invités à rejouer dix événements historiques, pour en changer le cours. Le premier épisode a été publié jeudi 21 mai: «Et si Lee Harvey Oswald avait tiré sur Jackie Kennedy?». Parallèlement, Libération a fait un appel à contribution auprès de ses lecteurs pour broder autour du thème «Et si Steve Jobs avait racheté Microsoft?».

Reproduction et diffusion interdites © Stratégies 2015



marques en vue

Chanel et Dior, marques de luxe préférées des Françaises

ETUDE. BNP Exane, filiale du groupe bancaire BNP Paribas, s'est accompagné de la société d'études marketing Promise afin d'établir son premier baromètre «Luxe et désirabilité». Celui-ci révèle que l'Hexagone est toujours aussi performant en matière de grand luxe: sur les quinze marques de luxe considérées comme les plus exclusives, les cinq premières sont les françaises Chanel, Christian Dior, Louis Vuitton, Yves Saint Laurent et Hermès. Chanel réussit par ailleurs la prouesse d'être à la fois la marque la plus exclusive et la plus désirable du classement. Le baromètre, qui questionne les femmes les plus fortunées de France, se penche à la fois sur des critères d'exclusivité (qualité, savoir-faire, relation client) et de désirabilité (gain social).

Le gouvernement met en avant son action économique

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE. Le gouvernement a lancé mercredi 20 mai, via le Service d'information du gouvernement (SIG), une campagne de communication sur son action, centrée sur les effets concrets des politiques en faveur des entreprises et des ménages. Conçue par Publicis Consultants, la campagne, qui utilise notamment des témoignages de patrons de PME, présente l'ensemble des réformes menées par le gouvernement de Manuel Valls, mais se concentre sur les cinq principales réformes économiques: le pacte de responsabilité, le crédit d'impôt compétitivité emploi, le dispositif zéro charge, le crédit d'impôt-recherche et le dispositif de suramortissement pour les investissements industriels. L'opération, qui passe par internet et des espaces publicitaires dans la presse quotidienne régionale sous le titre «Du concret pour vous», est dotée d'un budget de 1,1 million d'euros.

Saint Maclou se tourne vers 5ème Gauche pour sa communication digitale

MARKETING OPERATIONNEL. Le spécialiste de la décoration Saint Maclou (moquette, parquet, carrelage, papier peint, peinture, rideau, store, tapis...) confirme l'information publiée dans La Correspondance de la Publicité du 21 mai selon laquelle la marque a confié sa stratégie digitale (refonte du site...) et la gestion de ses problématiques web to store à l'agence 5ème Gauche. Celle-ci était opposée en finale à Big Youth, Extrême Sensio et Proximity BBDO, qui gère depuis l'an dernier le conseil stratégique de l'enseigne (marque et communication commerciale).

Saint Maclou se tourne vers 5ème Gauche pour sa communication digitale

MARKETING OPERATIONNEL. Le spécialiste de la décoration Saint Maclou (moquette, parquet, carrelage, papier peint, peinture, rideau, store, tapis...) confirme l'information publiée dans La Correspondance de la Publicité du 21 mai selon laquelle la marque a confié sa stratégie digitale (refonte du site...) et la gestion de ses problématiques web to store à l'agence 5ème Gauche. Celle-ci était opposée en finale à Big Youth, Extrême Sensio et Proximity BBDO, qui gère depuis l'an dernier le conseil stratégique de l'enseigne (marque et communication commerciale).

La Haute-Normandie en quête d'agences pour sa carte jeunes

PUBLICITE. Le conseil régional de Haute-Normandie mène un appel d'offres pour la conception et réalisation d'une campagne de publicité pour La Carte région, offrant des avantages aux lycéens, apprentis, stagiaires en formation professionnelle et enseignement supérieur et étudiants. La mission consiste aussi à diffuser des supports de communication à l'attention des établissements d'enseignement ainsi qu'aux partenaires. Date limite de réception des offres: le 1er juin.

Les Musées Orsay et de l'Orangerie veulent promouvoir le spectacle vivant

RELATIONS PRESSE. L'Etablissement public Musées Orsay et Orangerie (EPMO) a lancé un appel d'offres pour des prestations de relations presse de ses activités de spectacle vivant. Le marché est doté d'un budget maximum de 80 000 euros hors taxes. Date limite de réception des offres: le 8 juin 2015.

Le Barreau de Seine-Saint-Denis travaille avec FHCom

RELATIONS PRESSE. Le Barreau de Seine-Saint-Denis a sélectionné l'agence FHCom pour gérer ses relations médias et digitales. L'agence doit notamment contribuer à valoriser davantage l'image de la profession d'avocat dans son ensemble.

Reproduction et diffusion interdites © Stratégies 2015

