

# CB NEWS

COMMUNICATION & BUSINESS NEWS

PARLER À TOUS, S'ADRESSER À CHACUN.



CB NEWS N° 995 DU 15 DÉCEMBRE 2008 DOM : 5,80 € - MAROC : 60 MAD - AFRIQUE CFA : 3 500 FCFA

M 02227 - 995 - F : 5,50 €



# LES INDÉPENDANTS, DES RADIOS QUI RESSEMBLENT À CHACUN DE LEURS AUDITEURS.



**Communiquer sur Les Indépendants c'est la garantie de toucher sa cible :**

La meilleure couverture radiophonique de la FM, **91%** de la population française couverte <sup>(1)</sup>

Première Offre radio nationale avec plus de **7,3 millions d'auditeurs chaque jour** <sup>(2)</sup>

Un leadership renforcé auprès des individus 25 - 49 ans avec **18,5%** de PdAC (+1,6 point versus avril - juin 2008) <sup>(3)</sup>



(1) Logiciel de référence Hertzmapper de ATDI, couverture calculée à 48 dBµV/m  
(2) Enquête 126 000 Radio Médiamétrie - Lundi-Vendredi 5h-24h (2) Audience Cumulée Cible 13 ans et + : 7 351 000 individus  
(3) PdAC calculée sur la base des QHM des 16 stations commerciales nationales : Les Indépendants, Chérie FM, Europe 1, Fun Radio, MFM, Nostalgie, NRJ, RFM, RMC, RTL, RTL 2, Radio Classique, Rire & chansons, Skyrock, Sud Radio + Wit FM, Virgin Radio



# CB NEWS

COMMUNICATION BUSINESS NEWS



RETOUR SUR UNE ANNÉE  
**DETONANTE**





PlayStation®

PlayStation.  
GAZOLE  
GPL  
♿





## QUAND ON VOIT TROP DE PUBLICITE, ON RISQUE DE TOUT MELANGER.

Dans tous les médias, l'augmentation de l'encombrement publicitaire est synonyme de perte en visibilité préjudiciable à la mémorisation des messages. A CANAL+ Régie, nous pensons nos espaces publicitaires pour ne pas diluer vos campagnes dans les autres et les faire émerger au mieux. Plus que jamais, en 2009, nos écrans courts vous assureront de continuer à obtenir **les meilleurs scores d'impact mémoriel TEMPORIS.**

CIBLAGE + VISIBILITE + ENGAGEMENT

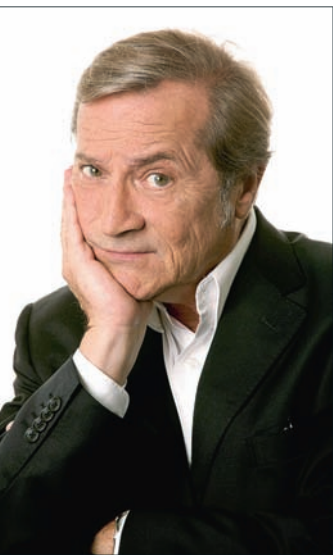
DEMANDEZ PLUS A LA PUBLICITE

**CANAL+**  
REGIE



## Une année en « ique »

Que restera-t-il de cette année 2008 ? Une élection historique. Une récession pathétique. Un marché pub apocalyptique. Des cours de Bourse spasmodiques. Des audiences télé chaotiques. Un Sarkozy pragmatique. Une première dame de France sympathique. Un service public ascétique. Une Ségolène hystérique. Une Aubry archaïque. Un Besancenot hypermédiatique. Un Fillon lymphatique. Un Bolloré diabolique. Des Ch'tis magnifiques. Une obsession asiatique. Des banquiers faméliques. Des crédits paralytiques. Une gauche hémiplegique. Une droite statique. Une création publicitaire apathique. Une TNT prophétique. Un Orange Foot fantomatique. Une presse sportive frénétique. Un PPD famélique. Une Ferrari stoïque. Des États généraux de la presse cosmétiques. Un Leclerc hérétique. Un Sorrell boulimique. Un Lévy sceptique. Un DSK érotique. Des agences qui paniquent. Des annonceurs empiriques. Un Web sismique. Une résurgence des marques préhistoriques. Une phobie islamique. Un PAF tellurique. Des produits financiers toxiques. Un œcuménisme ethnique. Des retards de paiement pandémiques. Des taux de négos tyranniques. Des mesures fiscales symboliques. Des golden parachutes pornographiques. Une PQR nostalgique. Des droits télé redevenus basiques. Une Britney Spears lubrique. Un Clooney angélique.



Une campagne Wilkinson mythique. Une presse people de plus en plus impudique. Une « Plus Belle la Vie » aristocratique. Des discours corporate soporifiques. La suprématie athlétique de la Jamaïque. Le renouveau de l'art lyrique. Des lois antipub despotiques. 2009, année érotique ? Bon. J'arrête. C'est fatigant. Et, de toute façon, ce petit jeu pourrait s'appliquer à n'importe quelle année. Il n'empêche que le « ique » est souvent synonyme de hic. Donc, de problèmes. Mais, de même qu'on ne fait pas d'omelette sans casser des œufs, on n'opère pas une profonde mutation sans quelques remises en cause spectaculaires et sans sacrifices importants. Et le monde occidental avait certainement besoin de cette mutation. Toute l'équipe de « CB News » vous souhaite donc une bonne mutation, une bonne année 2009 et vous demande de vous accrocher à un autre mot en « ique » fondamentalement important : le zygomatique.

Christian Blachas



# REWIND 2008



Retour en images sur les événements marquants de l'année

### DROIT DE RÉPONSE Laurent Bouneau, Dg des programmes de Skyrock

« Suite à la publication de l'article "Rentrée radio : beaucoup de bruit pour rien ?", paru dans votre publication "CB News" n° 992 du 24 novembre 2008, page 9, je tiens à préciser que, d'une part, Skyrock a réalisé la meilleure progression en audience cumulée, avec 308 000 auditeurs de plus sur un an et, d'autre part, ne pas avoir tenu les propos qui me sont prêtés. »

**La réponse de « CB News »** La progression de Skyrock a été calculée sur la base du communiqué de presse de Médiamétrie, dont les taux d'audience cumulée prennent en compte un chiffre après la virgule et indiquent un gain de 275 000 auditeurs sur un an. Skyrock est partie de l'audience cumulée avec deux chiffres après la virgule. Ce qui lui permet d'afficher une performance de + 308 000 auditeurs. Mais « cet écart de 33 000 (308 000 - 275 000) auditeurs rapporté aux 3 900 700 auditeurs de la station se situe dans la marge d'erreur communiquée par Médiamétrie à tous ses clients avec les résultats », explique Médiamétrie. En outre, nous maintenons les propos prêtés à L. Bouneau qui, interrogé sur l'avenir de la station, nous a répondu que « Skyrock pourrait être déstabilisée en fonction de l'issue des démêlés judiciaires du président », que nous avons transcrit, pour la bonne compréhension du lecteur, en « Pierre Bellanger ». Sa réponse semble avoir mis le Dg dans l'embarras par rapport à son Pdg et employeur, condamné au pénal début novembre, et a écorné « une amitié de vingt-quatre ans », nous a-t-il expliqué.



En une : la campagne de la Collective du sucre, signée Publicis Conseil

## CB NEWS

COMMUNICATION & BUSINESS NEWS

4 bis, rue de la Pyramide, 92643 Boulogne-Billancourt Cedex  
Téléphone : 01 55 38 55 00 - Télécopie : 01 55 38 50 70 - e-mail : prénom.nom [attaché, sans capitale ni accent, ni cédille...] @ cbnews.fr  
**Président, directeur de la publication et de la rédaction :** Christian Blachas (55 10). **Directrice générale :** Margareth Figueiredo (55 25)  
**RÉDACTION. Rédacteur en chef :** Tanguy Leclerc (55 39) **Rédacteur en chef des numéros collectifs :** Éric Valz (50 64) **Médias :** Didier Si Ammour (rédacteur en chef adjoint) (50 58), Frédéric Roy (rédacteur en chef adjoint) (50 53), David Medioni (50 56), Benoît Daragon (55 46). **Marques :** Virginie Baucomont (55 06), Denyse Janody (55 35), Valéry Pothain (50 50). **Création :** Emmanuelle Grossir (chef de rubrique) (55 28), Justine Valletoux (55 41). **Conseils :** Fouzia Kamal (chef de rubrique) (55 38) Anne-Valérie Hoh (55 32). **Multimédia :** Fatima Hazene (55 30) **Correspondants internationaux et régionaux :** contacter Tanguy Leclerc (55 39) ou Valérie Simon (50 59). **Première secrétaire de rédaction :** Sophie Benoits (55 08). **Secrétaires de rédaction :** Rachel Teyssandier (50 61), Miriam Palisson (55 48) **Rédaction-révision :** Marie Danigo (55 20), Gérard Valat (50 62). **Documentation :** Alix Avril (55 35), François Juge (55 37). **Attachée de direction :** Valérie Simon (50 59). **RÉALISATION. Direction artistique et conception graphique :** Ludovic Wyart (50 65). **Rédacteur graphiste :** Benoît Juge (55 36). **Infographiste :** Jérémie Pitula (55 49). **Directrice de fabrication :** Christiane Coste (55 19). **Assistante de fabrication :** Solen Bertemont (55 09), Anne-Sophie Joguet-Garrigues (50 43) **Directrice de la promotion et de la communication :** Sophie Baillon (55 03). **Directrice commerciale :** Sophie Huttman (55 33) **Chef de pub :** Céline Reine (50 51). **Directrice des opérations spéciales :** Axelle Marais (55 44). **Assistante commerciale :** Sabrina Bendris (55 07). **Carrières (offres d'emploi) :** chef de pub : Ophélie Chollos, Nathalie Decour (55 18). Fax pub : 01 55 38 50 71. **CB News en régions :** Activ'Lo, représentée par Laurence Lavaill (tél. : 06 68 58 06 03, fixe. : 04 90 87 56 65 ; e-mail : laurence.lavaill@gmail.com). Régions Bretagne-Pays de la Loire-Normandie-Poitou-Charentes : Harpa Médias - directeur : Christian Rohou (tél. : 02 23 25 04 50, fax : 02 23 25 00 85), c.rohou@harpamedias.com **Responsable diffusion :** Stephan Solsona (50 60) **Abonnements et ventes au numéro :** Data Base Factory - CB News service abonnements, 90, bd National, 92258 La Garenne-Colombes cedex. Tél. : 01 46 35 48 41. Fax : 01 46 35 48 08. **Chef comptable :** Évelyne Lemoine (55 40) **Imprimerie brochage :** Mame Imprimeurs, Tours. Tél. : 02 47 36 34 34. **Routage :** Eris Technique, Wissous **Abonnement :** 1 an (France), 45 numéros + 240 « CB newsletter » : 190 € TTC sans les guides et 240 € TTC avec les guides ; étudiants, 100 € TTC sans les guides. « CB News » est édité par CB News éditions, SAS au capital de 200 000 € présidée par Christian Blachas. CB News est une filiale de la SA Com & Co, présidée par Margareth Figueiredo. **Principaux actionnaires :** Christian Blachas, Margareth Figueiredo et Cita FCPRI. **Commission paritaire :** 0309T84391 ISSN : 0988-3851 **CB News.** Dépôt légal : décembre 2008.



Ont collaboré à ce numéro : Éric Legouhy, photographe.

S'abonner, se réabonner, acheter des exemplaires : tél. : 01 46 35 48 41  
fax : 01 46 35 48 08 - e-mail : cbnews@dbfactory.fr

cbnews.fr

**Chef des informations :** Fatima Hazene (55 30). **Journalistes :** toute l'équipe de « CB News ». **Responsable Internet :** Zeina Hadati (55 29) **Chef de pub Internet :** Heloise Brétilard (55 22). **Webdesigner :** Jorge Cardoso (55 15).



**MERCI AUX TÉLÉSPECTATEURS**



**est la chaîne la plus regardée  
par les Français  
sur ces programmes**

Tous les jours de la semaine  
de 17:50 à 18:50

**Un dîner  
PRESQUE  
parfait**

Tous les vendredis soir  
en prime time



**NCIS**  
NAVAL • CRIMINAL • INVESTIGATIVE • SERVICE

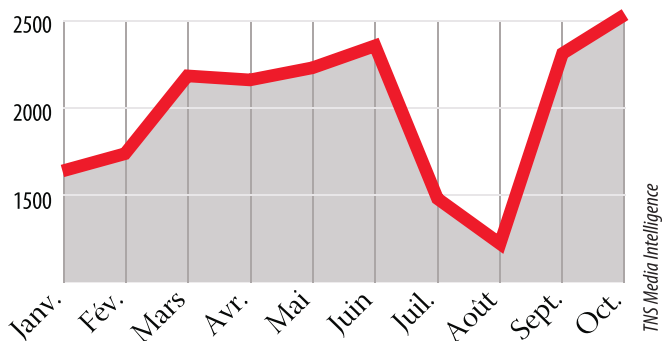


[www.m6pub.fr](http://www.m6pub.fr)

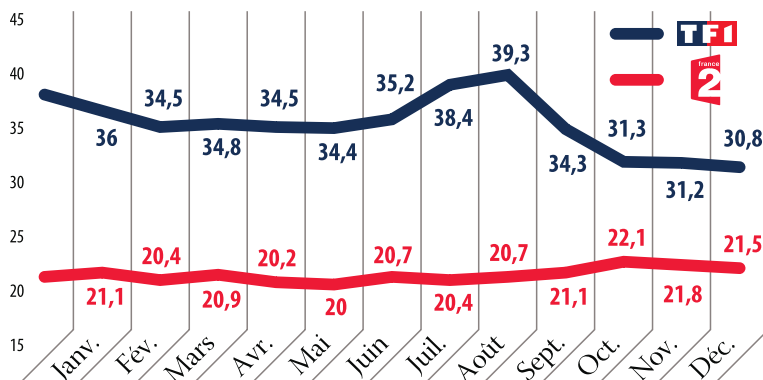


# Les indicateurs de l'année 2008

## Évolution des investissements publicitaires en M€



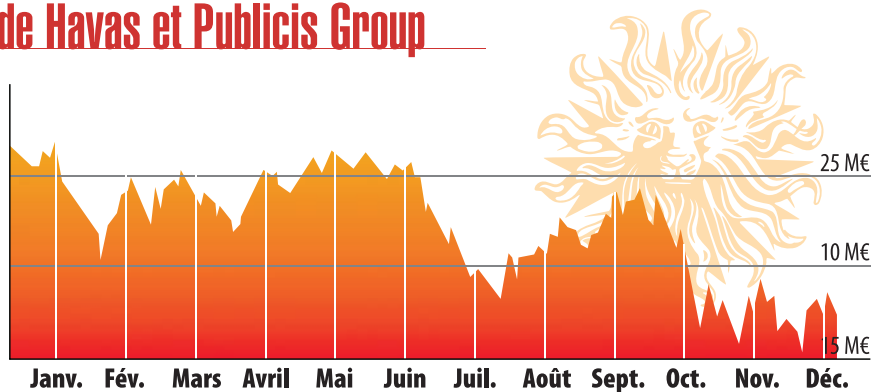
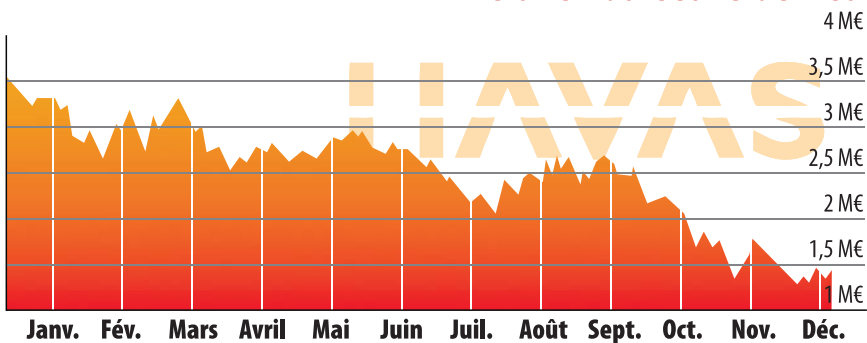
## JT : PDA du 20 heures de TF1 et de France 2



Il s'agit des parts d'audience sur les 4 ans et plus des JT de 20 heures (moyennes du lundi au jeudi) de TF1 et de France 2 par mois, de janvier 2008 au lundi 8 décembre 2008 inclus.

Médiamat de Médiamétrie

## Évolution du cours de Bourse de Havas et Publicis Group



## Les trois événements les plus puissants en Unité de bruit médiatique

5 Novembre



Selon le pôle information de TNS MI, c'est l'élection de Barack Obama à la présidence des États-Unis qui a débouché, le 5 novembre, sur l'UBM (unité de bruit médiatique) la plus puissante de 2008 (3 266 UBM). Il faut remonter au mois d'avril 2005 dans l'histoire de l'UBM pour trouver un score plus élevé, avec l'hommage rendu par les médias à Jean-Paul II, le 4 avril 2005, le lendemain de son décès (3 814 UBM). Deuxième sur le podium UBM 2008, l'interview TV de Nicolas Sarkozy réalisée le 24 avril (2 829 UBM), suivie, à la troisième place, de la libération d'Ingrid Betancourt (2 658 UBM).

## INSOLITE



## Fritas por todos, biloute !

Comme si le raz de marée de la ch'timania en France ne suffisait pas, voilà qu'il s'apprête à débarquer en Amérique du Sud. Le Dakar 2009 accueille en effet un équipage pour le moins insolite, composé

d'un vrai Ch'ti et d'un mécanicien belge, qui parcourra les plaines argentines et chiliennes au volant d'un pick-up équipé d'une... friterie ! Le tandem ouvrira boutique chaque soir sur le bivouac (frites et fricadelles), après avoir roulé à l'huile de

friture toute la journée. Résultat : moins d'émission de CO<sub>2</sub>, des ressources naturelles préservées et une double utilisation de la matière première, nous assure-t-on. Sponsorisé notamment par le maroilles Fauquet, le véhicule s'en va donc

parfumer la pampa de son doux fumet du Nord. L'équipage versera par ailleurs 1 € par km parcouru à l'association Clowns de l'espoir pour les enfants hospitalisés. Les enfants argentins et chiliens intoxiqués ou gravement brûlés ?



# NRJ

# 23 717 000

## TÉLÉSPECTATEURS PAR SEMAINE\*

**PLUS D'1 TÉLÉSPECTATEUR SUR 2**  
**NOUS REGARDER CHAQUE SEMAINE\***

**3<sup>ÈME</sup> GÉNÉRALISTE DE LA TNT\*\***  
**2,1% DE PDA 4+ EXCLUSIFS TNT**

**1% DE PART D'AUDIENCE NATIONALE\*\*\***  
**+67% EN 1 AN**

Source : Médiamétrie Médiamat - du 1 au 28 novembre 2008 - \* Couverture moyenne hebdomadaire sur 4 ans et plus initialisés NRJ 12  
\*\* Part d'audience 4 ans et plus exclusifs TNT Hors chaînes historiques et la chaîne jeunesse Gulli  
\*\*\* Univers national : part d'audience 4 ans et plus équipés TV



DISPONIBLE ÉGALEMENT SUR LE CABLE ET L'ADSL



NRJ GLOBAL TV  
01 40 71 38 15

©NRJ 12





# Carla et Nicolas, couple de l'année

## 12 mois de Sarko show

Pour Nicolas Sarkozy, si 2007 fut une année bling-bling, 2008 aura été une année bang-bang. Lancé le 8 janvier par son annonce fracassante de la suppression de la pub sur la télé publique, le Sarko show se poursuit quelques jours plus tard par l'assignation en référé de Ryanair, coupable d'une pub déplacée jouant sur l'image du couple qu'il forme avec Carla Bruni. Soucieux de son image, le président perdra pourtant de sa superbe le 23 février au Salon de l'agriculture en assénant un savoureux « Casse-toi, pauvre con! » à un quidam refusant de lui serrer la main. Une expression qu'il aurait sans doute volontiers balancée à Patrick de Carolis, patron de France Télévisions, après que celui-ci eut considéré, le 3 juillet, sur RTL, que sa vision d'un contenu du service public « identique à celui des chaînes privées » était « stupide ». Déjà envenimées, ses relations avec la rédaction de France 3 se détériorent encore sur le plateau du 19/20, le 30 juin, quand le chef de l'État s'irrite, hors antenne, devant un technicien qui ne

lui rend pas son salut. Passé la trêve estivale, il sortira une dernière fois ses flingues contre l'éditeur K&B, qui vend des manuels vaudou accompagnés d'une poupée à son effigie. Pour une fois, il est mis en échec, les magistrats estimant que « la diffusion de la poupée litigieuse ne caractérise pas une atteinte fautive à son droit à l'image ». C'est la première fois qu'un président de la République est désavoué par des juges en première instance. ■



## Carla, tête de gondole

Elle aura incontestablement marqué l'année 2008. Autant par son titre acquis de « première dame de France » que par sa faculté à bien gérer sa communication et, par voie de conséquence, celle de son président de mari. Un sans-faute. De sa révérence devant la queen à son entretien avec le dalaï-lama, en passant par son disque et ses innombrables interviews dans la presse et à la télévision, Carla Bruni a injecté de la beauté, de la compassion, de l'humanité dans la fonction présidentielle. Elle n'est peut-être pas étrangère à la remontée de son Sarko chéri dans les sondages. Cela suffira-t-il à compenser les épreuves que s'appête à subir ce dernier lors de l'année 2009 ? À l'évidence, non. Mais elle aura constitué un plus-produit à la marque Sarkozy. Un cobranding réussi puisque son nouveau statut n'aura pas nui à son image. Au contraire. Carla fait vendre. Carla fait de l'audience. Reste maintenant à bien gérer le CRM. ■



Poupée vaudou, assignation de Ryanair, « Casse-toi pauvre con... » Sarko sort de ses gonds



## Spécial Luxe

L'Empreinte de l'année s'est effacée du palmarès des Talents qui clôture le sommet du Centre du luxe et de la création, dans la bourrasque du bouclage du Spécial Luxe 2008. « CB News » la révèle cette semaine.

## Empreinte L'architecte du vêtement

Portugais, trentenaire, formé à la Kingston University en design de la mode à Londres, Felipe Oliveira Baptista est engagé dès sa sortie chez Max Mara Italie, avant de devenir l'assistant de Christophe Lemaire à Paris en 1998, puis de rejoindre la maison Cerruti. Le créateur cosmopolite a depuis posé ses valises dans le X<sup>e</sup> arrondisse-

ment de la capitale, en tant qu'indépendant, son premier défilé ayant eu lieu en 2003. S'il s'est fait connaître pour ses variations autour de la rayure, il avoue être « très intéressé par l'architecture et le volume du vêtement ». À tel point que certains le pensent architecte de formation ! Lui s'en amuse, et avoue ne pas vraiment savoir

quand cette histoire a commencé... Au-delà des coupes et des structures, le graphisme de ses créations s'amuse avec les couleurs, élisant le noir comme fil rouge, si l'on peut dire. Influence culturelle ? « Peut-être, mais ce n'est pas conscient alors. J'aime sa sobriété, sa beauté. Avec le noir, on va à l'essentiel. » AVH



Felipe Oliveira Baptista joue des volumes et des longueurs



On a encore ramené une enseigne à la maison...



Un grand merci à l'enseigne BRICOMARCHÉ qui nous a confié l'ensemble de son budget publicitaire et opérationnel.  
Une nouvelle occasion de mettre en œuvre notre savoir-faire off-line et on-line.

— GROUPE B&B —

**Bed&Breakfast**  
MAISON DE PUBLICITE 

**la Belle & la Bête**  
AGENCE DE PUBLICITÉ INTERACTIVE 



# REWIND 2008



SERVICE PHOTO DE L'ÉLYSÉE - H. LEVENEZ

## « Bonne année, France Télévisions »

Le 8 janvier, à l'occasion de ses vœux, le président de la République crée la surprise, en annonçant une profonde réforme audiovisuelle: la fin de la publicité sur les antennes publiques, pour garantir un audiovisuel de qualité, financé par l'État et par des taxes sur les chaînes privées et les télécoms. Si d'aucuns y voient un service rendu à TF1 – dont les recettes pub s'érodent –, Nicolas Sarkozy met en place, le 19 février, une commission de parlementaires

et de professionnels pour dessiner, sous la houlette de Jean-François Copé, la future TV publique. Ceux-ci prônent, en parallèle d'un assouplissement de la réglementation pour les chaînes privées, une suppression progressive des écrans pub, mais ne peuvent proposer qu'une indexation de la redevance sur l'inflation. À la remise des propositions, le 25 juin, l'Élysée réserve un nouveau coup de théâtre, en s'attribuant le pouvoir de nomination des présidents

de l'audiovisuel public. Le ministre de la Rue de Valois, objet de tous les lobbyings, consacre son été à élaborer le projet de loi devant transcrire la réforme et à rédiger un nouveau cahier des charges. Le texte arrive à l'Assemblée nationale le 25 novembre, mais les 800 amendements déposés, notamment par l'opposition, obligent le pouvoir exécutif à réfléchir à des procédures pour faire démarrer à temps un changement programmé pour le 5 janvier 2009.

## ► Le jour où la Société générale trembla

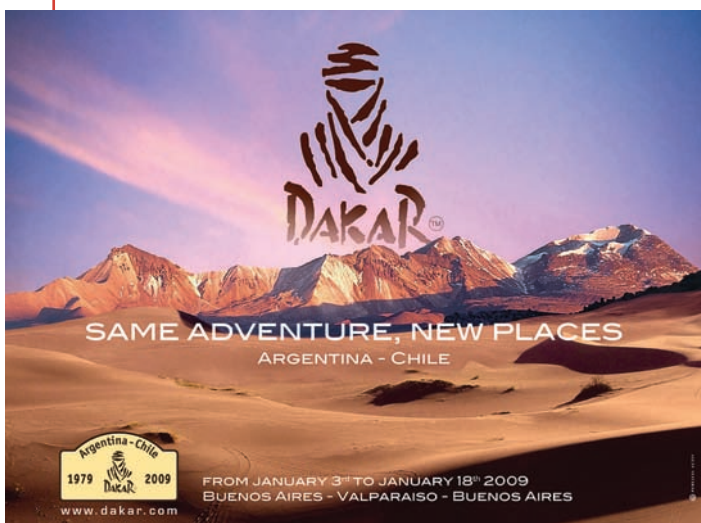
Ce 24 janvier, la réalité a dépassé la fiction et les tours Société générale de La Défense ont tangué. Daniel Bouton, le Pdg, a dû annoncer, aux yeux du monde et non sans maladresses, avoir



COPIES

été victime d'une fraude imputée à un jeune trader, Jérôme Kerviel, qui lui a valu une perte de 4,9 Mds€. Démarre alors un feuilleton à rebondissements, dont la démesure restera le principal fil rouge. Et dont les ingrédients, en attendant la fin de l'instruction, en feront un cas d'école de la communication de crise.

## ► Le Dakar abandonne l'Afrique



Annulé quelques semaines avant le départ de sa 30<sup>e</sup> édition pour cause de menaces terroristes, en janvier, le Dakar promet une réponse « alternative bluffante ». Quelques semaines plus tard, son organisateur, ASO, annonce que la 31<sup>e</sup> édition du rallye se déroulera, pour cette fois, en Argentine et au Chili, mais continuera de s'appeler « le Dakar ».

## ► Le « touch » révolutionne le mobile



Distribué exclusivement en France par Orange depuis novembre 2007, l'iPhone, s'est vendu à plus de 90 000 ex. Ce bijou de technologie est un accélérateur de l'Internet mobile, grâce à son écran tactile (Touch). En un an, 430 000 machines se sont écoulées (150 000 pour la première version; 280 000 pour le 3G+). Une avancée, qui a obligé tous ses concurrents à se positionner par rapport à lui. En témoigne le G1, terminal qui allie le système d'exploitation Android développé par Google, le constructeur HTC et l'opérateur T-Mobile. L'appareil est en vente depuis octobre aux États-Unis, et est attendu en France pour le premier semestre 2009 chez SFR.





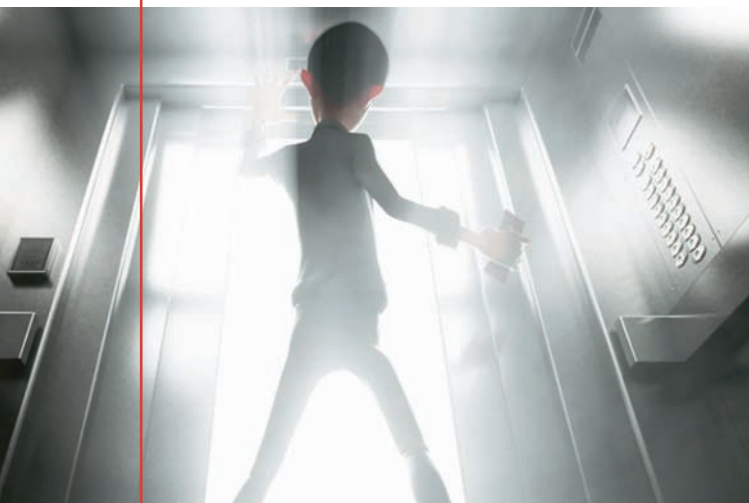
## ► Nova déchaîne les passions

L'exploration musicale chère à Nova s'est muée en exploration publicitaire. Dans une campagne remarquable composée de dix annonces presse et huit films créés par Y & R, illustration et animation exaltent la diversité autant que l'état d'esprit de la radio. Toutefois, le

film consacré au blues soulève un tollé auprès d'une partie du public, blessé par l'exploitation visuelle de l'esclavage. La radio présente ses excuses et retire le film de son site. La campagne a opéré l'un des plus jolis parcours français de l'année dans les palmarès créatifs mondiaux.

**nova**  
Le Grand Max

## ► KitKat propose une pause animée



JWT donne un coup de fouet à la création pub de la barre chocolatée en catapultant dans les airs un employé de bureau harassé. Œuvre du productif studio Akama (Wanda), le film succède à son aîné multiprimé « Fight for Kisses », sans toutefois l'égaliser.



Alain Weill et Bernard Arnault

## ► Changements de propriétaires

Après de longs mois de combat contre l'arrivée de Bernard Arnault, les salariés des *Échos* commencent l'année 2008 en apprenant la finalisation de



la vente du quotidien au propriétaire de LVMH, pour 240 M€. *La Tribune* échoit, quant à elle, à Alain Weill, pour 1 € symbolique. Bernard Arnault faisant, en prime, un chèque à Alain Weill d'environ 40 M€ pour éponger les pertes.

Dive in the digital pool, the water is fine \*

# Dailymotion

Chiffres WWW :  
15 millions de membres  
9 millions de vidéos disponibles  
30 millions de vidéos Vues / Jour  
1.2 milliard de minutes exposées / Mois  
38,4 millions de Visiteurs Uniques / Mois  
Dans le top 50 des sites les plus visités

Dailymotion Worldwide / Comscore Oct 2008



\* C'est la paaannnniiiiiqqqquue, c'est la crise !!! Arrrrghhh..... bougeons-nous les fesses, innovons !





PHOTOS: TF1

## ► Les nouveautés ne passent plus l'hiver

**A**vec les arrêts consécutifs du divertissement *la Cauetidienne*, le 15 février, puis du jeu *Un contre cent*, fin avril, TF1 prend de plein fouet l'évolution d'un public de plus en plus versatile et exigeant. Les animateurs vedettes ne font plus systématiquement de l'audience sur leur simple nom, et les téléspectateurs des chaînes historiques découvrent l'offre élargie avec la TNT gratuite. Résultat: TF1 subit une érosion d'audience sur certaines tranches horaires; les genres qui fonctionnent sur une chaîne à certaines heures, par exemple le feuilleton *Plus belle la Vie*,

sur France 3, ne sont pas forcément reproductibles; les nouveaux entrants, à coup de talk-shows à l'économie, de télé-réalité US à peine doublée, d'adaptations de jeux ayant fait leurs preuves à l'autre bout du monde, ou d'une énième rediffusion d'une série, parviennent à éparpiller le public féru de la zapette. Mais en mettant à l'antenne, à partir du 11 février, *Un dîner presque parfait*, un programme inédit facile d'accès et très identifiant, M6 trouve la recette gagnante sur l'accès prime time, au point de contester le leadership de la Une sur cette case publicitaire stratégique.



## ► Ogilvy chasse en Afrique du Sud... et sur la blogosphère

Le Sud-Africain Chris Garbutt (ci-contre), 35 ans, DC Europe de TBWA pour Nissan, prend la direction de la création d'Ogilvy; il succède à Bernard Bureau, qui avait rejoint l'agence trente ans auparavant... La fin d'une époque, illustrée par le recrutement d'un blogueur, Emery Doligé, comme directeur des contenus.

## ► SciFi lance un film extraterrestre

La chaîne dédiée à la science-fiction lance un dispositif multicanal dominé par un drame psychologique magistralement mis en images par Reynald Gresset (Quad). Insertions presse, affichage viral, annonces sur un site dédié ([www.findscifi.fr](http://www.findscifi.fr)), en radio et

sur SciFi, avaient auparavant distillé des indices pour que le public retrouve dix enfants extraterrestres sur le territoire, avant de le diriger vers l'autre site, [www.adoptsctifi.fr](http://www.adoptsctifi.fr). Une opération fraîche et ambitieuse, réglée par BETC Euro RSCG.

## ► Presse : hommes/femmes, mode d'emploi

Lu dans treize pays mais encore inconnu en France, *GQ* débarque en kiosque avec une campagne de pub signée DDB particulièrement ambitieuse au regard des expériences lancées en télé par



les titres de presse dans leur ensemble. Le concept: parler aux hommes chics, mode et tendances en abordant tous les sujets. Réalisé par les Minivegas (La Pac), le spot positionne le magazine sur un créneau haut de gamme dans lequel il trouvera rapidement sa place. *GQ* semble en effet avoir trouvé petit à petit son public. De son côté, Prisma se décide en juin à lancer *Femmes*, un mensuel pour celles qui «ont le temps de penser à elles». La cible: les quinquas aisées.

## ► La Ch'timania déferle sur la France

Dany Boon et Kad Merad revisitant le Ch'Nord, ça donne 20371 144 spectateurs, plus gros succès français au box-office de tous les temps, + 20 % de maroilles vendus dans l'année et une promo inespérée pour la région Nord-Pas-de-Calais, définitivement décomplexée.



## ► Droits du foot : Orange entre en jeu

Le 7 février, La Ligue de football professionnel (LFP) attribue pour 668 M€ au groupe Canal+ et à Orange l'ensemble des droits audiovisuels de la Ligue 1 pour la période 2008-2012. L'opérateur télécoms décroche le match du samedi soir, les matchs en vidéo à la demande (VOD), ainsi que les droits concernant les téléphones mobiles, tandis que le groupe de TV payante conserve le reste, c'est-à-dire les autres rencontres et la totalité de l'offre magazine.







# Palmarès

Le palmarès de la 15<sup>e</sup> édition des Prix Effie, organisé par l'AACC, CB News et l'Union des annonceurs, a été révélé le 24 novembre dernier au Théâtre de Paris, récompensant ainsi les onze campagnes de communication les plus efficaces de l'année 2007/2008 devant un parterre de 800 professionnels.



- De gauche à droite :
- 1 Stéphane Martin, SNPTV - Valérie Pietruszka, Blédina - Christelle Fagot, BETC Euro RSCG, Dominique Chastan, Blédina.
  - 2 Antonio Iandolo, Dim - Capucine Chotard, Publicis Conseil - Fabio Luxi, Dim - Emmanuelle Guillon, Publicis 133 - Fabrice Boé, APPM.
  - 3 Jean-Paul Brunier, Léo Burnett - Céline Camilleri, Procter & Gamble - David Gaudry, Léo Burnett - Philippe Pignol, SIRRP.
  - 4 Jean-Patrick Chiquier, Publicis Conseil - Chantal Cahen, SEB - Jean-Pierre Teyssier, ARPP.
  - 5 Alban Callet, Agence .V. - Olivier Bizot, Volkswagen France - Jacques Hardoin, SPQR.
  - 6 Éric Jourdan, SNPC - Olivier Sebag et Frédéric Winckler, JWT Paris - Catherine Brandenberger et Stéphane Rosen, Wilkinson/Energizer.
  - 7 Denis Bouchez, SPQN - Éric Zajdermann, Lowe Stratéus - Roger Belot et Thierry Couret, MAIF - Georges Martin, Lowe Stratéus.
  - 8 Xavier Royaux, BETC Euro RSCG - Sophie Barthélemy, ebay - Sylvie Decante, UDECAM - Alexander Von Schirmeister, ebay.
  - 9 Éric Zajdermann, Lowe Stratéus - Yannick Le Du, Délégation à la sécurité et à la circulation routières - Vincent Behaeghel, Lowe Stratéus - Laurence Dudal, Délégation à la sécurité et à la circulation routières - Benoît de Laurens, Lowe Stratéus - Stéphane Dottelonde, UPE.
  - 10 Louis Gillet, Presspace - Isabelle Quinlan, Orange - Arthur Sadoun, Publicis Conseil.
  - 11 Philippe Legendre, IREP - Mathieu Archambault, Christine Nicolas et Owain Cleary, Proximity BBDO - Céline Bokobza et Anne Neidhart, Procter & Gamble - Pierre-André Donzier, Proximity BBDO - Stratis Marousis, Procter & Gamble.



**GRAND PRIX :**  
Wilkinson/Energizer « Fight for kisses » JWT Paris

- 12 Hervé Brossard, AACC - Anne Doisy, Frédéric Winckler, Ghislain de Villoutreys et Olivier Sebag, JWT Paris - Stéphane Rosen et Catherine Brandenberger, Wilkinson/Energizer - Loïc Armand, L'Oréal/UDA.



# Effie 2008

**AACC**

**CB NEWS**  
COMMUNICATION & BUSINESS NEWS

**uda union des annonceurs**



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26



27



28



29



30



31



32

- 13 Sylvie Decante, UDECAM - Jean-Pierre Teyssier, ARPP - Claude Cohen et Stéphane Martin, SNPTV.
- 14 Gérard Noël, UDA - Jean-Pierre Teyssier, ARPP - Franklin Berrebi - Loïc Armand, L'Oréal/UDA.
- 15 Hervé Brossard, AACC - Christian Bachas, CB News - Gérard Noël, UDA
- 16 Isabelle Fredricksson, APPM - Sophie Baillon, CB News.
- 17 Didier Beauclair, UDA - Carine Devos, Com>Quotidiens.
- 18 Jérôme de Labriffe, BNP Paribas - Sophie Huttmann, CB News.
- 19 Jacques Derognaucourt, TFI Publicité - Dominique Bouchayer, Active International - Frédéric Winckler, JWT Paris.
- 20 Hélène Hearing, CESP - François Laurent, Adetem - Jean-Yves Grangier, NRJ Régies.
- 21 Thibault de Saint-Martin, Disneyland - Françoise Renaud, UDA - Antoine Dubois, RTL.
- 22 Alain Tripier, Sereho - Véronique Drecq, Sciences Po Lille, entourés d'étudiants.
- 23 Caroline Saslawsky, Idenium - Philippe Ceyrac, G2 Paris.
- 24 Thierry Amar, Offre Media - Christine Joly, Presspace - Olivier Minvielle, Media Closing - Catherine Quentin - Pascale Lévêque, Consultante.

- 25 Hervé Brossard, AACC - Christine Pouquet, Renault - Patrice Saugeron, Team Créatif.
- 26 Tanguy Leclerc, CB News - Jean-Patrick Chiquiar, Publicis Conseil.
- 27 Hervé de Clerck, AdForum - Anne Langer, UDA - Jean-Louis Rony, Maesina International.
- 28 Catherine Sellier, SNPM - Philippe Legendre, IREP - Isabelle Le Roy, CSA.
- 29 Sophie Barthélémy, ebay - Véronique Drecq, Sciences Po Lille - Anne Tschirhart, Procter & Gamble.
- 30 Denis Bied-Charretton, Experian Business Strategies - Marie-Pierre Bordet, AACC - Sylvie Martin, AGM Communication - Isabelle Guillotin, AACC - Éric Dufour, Activ International.
- 31 Benoît Tranzer, Ipsos Asi - Pascale Lévêque, Consultante - Tanguy Leclerc, CB News.
- 32 Vincent Buffin, Next Régie - Christine Pouquet, Renault - Didier Beauclair, UDA - Christine Penel - Isabelle Patard, SFR - Patrick Ballarin, Digitime.



## ► Philips prouve qu'elle en a !



"Being a man, I can't take pain.  
So I use a Satinelle Ice Epilator"  
James (aka Karis) 25, model.

Satinelle Ice Epilator. A simple ice pack is all it takes to have great legs, gentlemen.  
www.philips.com/ice

**PHILIPS**  
sense and simplicity

Pour assurer la promo de son épilateur électrique Satinelle Ice, Philips fait appel à un danseur travesti de 25 ans nommé Karis, qui est devenu ambassadeur mondial de la marque. Un coup marketing savoureux car, pour une fois, ce sont les hommes qui souffrent des affres de l'épilation.

## ► La TNT se décline en région



Le 20 mars, le CSA donne le coup d'envoi de la TNT en Île-de-France. CAP 24 (Groupe Hersant Média), IDF 1 (AB Groupe), NRJ Paris (NRJ Group), Demain IDF, BDM TV, Cinaps TV et Télé Bocal sont diffusées dans toute la région

francilienne. Depuis, le CSA a régulièrement autorisé des chaînes locales à émettre en TNT dans toutes les régions de France. Des décisions qui consacrent et stabilisent économiquement ce média.

## ► Pub extérieure : fin de la bataille du rail



Les deux entités françaises de l'affichage, JCDecaux et Metrobus, raflent à l'opérateur sortant Clear Channel France l'exploitation publicitaire du domaine ferroviaire pour huit ans.

## ► Le gouvernement nomme son communicator

Thierry Saussez cède son agence, Image & Stratégie, pour endosser le costume de délégué interministériel à la communication, avec sous son aile le Service d'information du gouvernement. Sa mission : expliciter des réformes, parfois sur fond de brouhaha gouvernemental. Il multiplie les appels d'offres, fait appel à Y & R pour une première campagne sur le pouvoir d'achat « Vous êtes impatients. Nous aussi » ; choisit

Euro RSCG C&O pour orchestrer la com du SIG, et annonce réfléchir à la création d'une « émission gouvernementale » pour la TV. Cette dernière initiative lui vaudra les foudres de certains membres du gouvernement, arguant d'un « mélange des genres douteux ». L'intéressé n'en a pas pour autant retoqué son idée, et travaille aujourd'hui à la mise en œuvre d'une Web TV gouvernementale, rappelant que sur la Toile, tout est possible.

## ► Elkabbach fait la boulette de trop

Le 21 avril, en ouverture du journal de 19h, Europe1 annonce par erreur le décès de Pascal Sevran. L'info venait de Jean-Pierre Elkabbach en personne. Le Pdg de la station tarde

à reconnaître sa bévue et finit par « assumer personnellement une erreur collective ». La phrase provoque l'ire de la rédaction. Critiqué en interne pour ses positions pro-Sarko et son management (le matin même, Jacques Pradel a claqué la porte de *la Matinale*), Elkabbach sera définitivement écarté le 3 juin. À sa place, Arnaud Lagardère nomme Alexandre Bompard. Pour relancer la station, l'ex-patron des sports de Canal + recrute des stars (Marc-Olivier Fogiel, Michel et Marie Drucker, etc.).



## ► Orange se donne en spectacle

Orange ne se lasse pas de brasser les multitudes. Publicis Conseil mobilise Ringan Ledwidge (Rattlingstick/Wanda) pour décrire son offre de TV à la demande. Un rembobinage géant servi par un casting pittoresque permet au film de rafler moult prix sur la planète créative.



## ► Les pieds dans le tapis



À quelques jours d'intervalle, CLM BBDO et TBWA\MAP livrent pour deux clients, Snickers et Douleurs Sans Frontières, deux annonces aussi réussies qu'identiques : un tapis roulant mécanique. L'une exprime le plaisir, l'autre la souffrance. Un hasard, à en croire les deux parties. TBWA\MAP prendra l'avantage en ajoutant, en octobre, un brillant film d'animation.





## ► Le Club des DA a 40 ans

Sous l'impulsion de son président Bertrand Suchet, la réforme visant à rendre incontestable la crédibilité du Club des directeurs artistiques commence à porter ses fruits. Mais quelques cafouillages sur les catégories ternissent ces efforts, après une cérémonie pas totalement maîtrisée. L'affinement du règlement et la mobilisation autour de cette cause devraient soulager tout le monde dès la prochaine édition.



## ► Le design fait polémique

Nouveaux venus au Festival de la pub de Cannes, quelques designers français, emmenés par Olivier Saguez (Saguez & Partners, ADC), font les difficiles. Pour lui, « c'est un contresens de réunir design et publicité, le premier étant dans la pérennité, l'autre dans l'immédiateté ». Discutable.



## ► Mir se fait mousser



Le palmarès cannois avait bien révélé que même un budget lessive peut être palpitant. Mir en prend bonne note et quelques mois plus tard, crée avec TBWA\Paris quelques visuels percutants où des vieux euphoriques exaltent la longévité des couleurs sous des filtres rose, orange, rouge ou bleu.



## ► Live Poker ne ment pas

DB Paris s'arrache une fois de plus pour Live Poker. Le photographe David Stewart s'est mis au service d'une signature prometteuse : « Devenez le roi du bluff », suggèrent les annonces, poussant très loin le talent des personnages dans cette spécialité.

## ► Olivennes nouvel homme fort de l'Obs

Après le dérapage du faux SMS de Nicolas Sarkozy, Le Nouvel Obs tangué. Son patron, Claude Perdriel, qui se cherchait depuis longtemps un « héritier », parvient à débaucher Denis Olivennes à la Fnac pour l'installer aux manettes du groupe. Le credo d'Olivennes : « Assurer une plus grande complémentarité entre le site Web et le papier. À terme, l'Obs sera un site Internet doté d'un magazine », déclare-t-il à CB News.



## ► Le voyage de Tiji



Conte poétique aux dessins léchés, le film de DDB pour la chaîne jeunesse Tiji propose un fabuleux voyage. À travers les illustrations très « Miyazaki » de Yohan Lemoine (Wanda), un ballon d'hélium échappé des mains d'une petite fille fait des rencontres fantastiques jusqu'au plafond de l'univers. Un spot de 2 min qui reprend le flambeau des affiches de 2007 lançant la signature « La télé à la hauteur de leur imagination ».

## ► La télé se prépare à devenir mobile

Le 27 mai, le CSA attribue à 13 opérateurs des canaux de la future Télévision Mobile Personnelle. En plus de 3 chaînes publiques, TF1, Canal+, M6, Direct 8, W9, NT1, NRJ 12, BFM TV, I-Télé, Virgin 17, Orange Sport, Eurosport et EuropaCorp pourront être diffusées sur les mobiles à partir du second semestre 2009.





## ► Lagerfeld démocratise le gilet fluo

Le créateur de mode prête son image à une campagne signée Lowe Stratégus pour la Sécurité routière, campagne qui fait date et provoquera une belle polémique au Grand Prix de l'affichage.



## ► Cannes 2008 : un meilleur cru français



Tandis que « Gorilla » de Cadbury et « Believe » du jeu Halo3 pour Microsoft se partagent le Grand Prix Film, les Français cumulent 6 Lions dans cette catégorie (1 argent et 5 bronze), contre 2 en 2007. En Presse, 11 statuettes lui sont attribuées, dont 1 d'or pour Mir Black de TBWA\Paris. Enfin, malgré un résultat peu galvanisant, l'affichage français glane 4 Lions cette année, contre 2 l'an dernier.

## ► Lagardère fait ses emplettes

Après le rachat de Doctissimo et des Éditions Massin, Lagardère Active boucle celui de *Psychologies Magazine*. Un moyen pour Didier Quillot, son président, de démontrer que le groupe a toujours un intérêt pour le papier et qu'il envisage comme un moyen d'accroître l'offre Internet de l'ensemble du groupe.



## ► Bolloré marque la décennie

Le 10 juin 2008, Vincent Bolloré (Havas, Direct 8, DirectMatin Plus, DirectSoir) est désigné personnalité média de la décennie par 1 220 professionnels de la communication et des médias, à l'occasion d'un sondage organisé avec TNS Sofres pour le 10<sup>e</sup> Grand Prix des Médias CB News. Le jury a, quant à lui, plébiscité RTL, dont le Pdg Axel Duroux reçoit le Grand Prix 2008.



## ► NRJ rappelle Sabot



Pour pallier les mauvaises audiences de la station, Jean-Paul Baudecroux réorganise la direction de son groupe. Le 2 juin, il nomme Christophe Sabot directeur délégué en charge des médias musicaux du groupe et de l'entertainment. Du coup, le 27 juin, Marc Pallain, le président du directoire du groupe NRJ, quitte ses fonctions.

## ► Kassius cède aux sirènes de Y&R

L'un des derniers bastions de l'indépendance Web française a finalement cédé. Le destin de Kassius est désormais entre les mains de WPP, via Y&R Brands, qui s'offre une participation majoritaire dans l'agence.



F. Goubet (Wunderman), F. Torloting (Y&R) et F. Lang (Kassius)





**CB NEWS**  
COMMUNICATION & BUSINESS NEWS

# Hits d'Or

Lundi **12 janvier** 2009



**BNP PARIBAS**  
La banque d'un monde qui change



weborama

**ROBIN'O**  
*Événementiel*





# LE CENTRE du LUXE et de la CREATION

## TALENTS DU LUXE ET DE LA CRÉATION 2008



Le palmarès 2008 des Talents du luxe et de la création, prix décernés par le Centre du même nom, sous la houlette de Jacques Carles, a été révélé le 1<sup>er</sup> décembre, lors du dîner de gala annuel au Grand Hôtel. Près de 400 personnes ont assisté à cet événement, organisé en partenariat avec CB News et ont pu découvrir les créateurs qui incarnent les valeurs distinguées par les Talents du luxe et de la création : l'Audace, le Bien-être, l'Élégance, l'Harmonie, l'Invention, l'Innovation, l'Originalité, la Rareté et la Séduction. Représentant, chacun dans leur domaine, l'excellence et la diversité inventive des métiers du luxe, sculpteur de lumière, plisseur, chef, parfumeur, ébéniste,... ont été mis à l'honneur. Le Talent d'Or a distingué un malletier, Frédéric Pinel et un Prix spécial du Jury a été remis à l'architecte Patrick Naggar. Une soirée étincelante au cours de laquelle chaque lauréat a reçu un trophée réalisé exclusivement pour l'occasion par Daum.

En partenariat avec



Grand Hôtel InterContinental Paris, salon Opéra

ALTER CREATION



1. Franck Jacquard (Sterling International), Laure Chaffanjon (Sterling International)
2. Catherine de la Ferrière (Femmes), Laurence Dorlhac (Femmes), Denis Berriat (Prisma Presse)
3. Suzanne Oxenaar (Lloyd Hotel - Amsterdam)
4. Gaspard Yurkiévich (Créateur de mode)
5. Philippe Delorme (Tango Periferico), Bernard Mauffret (Ebéniste, Talent de l'Invention 2008), Yvonne Brunhammer (Commissaire d'exposition)
6. Manuel Rubio (Causse Gantier), Nadine Carel (Causse Gantier)
7. Marie Rose Tricon (Clarins), Joël Palix (Clarins Fragrance Group)
8. Alessandro Favaretto Rubelli (Maison Rubelli), Valérie Wertheimer (Action Innocence), Jacques Carles (Centre du luxe et de la création)
9. Hubert Barrère (Corsetier, Talent de l'Audace 2008)
10. Thibaut et Sabrina de Saint Chamas (Photographe)
11. Robert Linxe (Maison du Chocolat)
12. Philippe Kienast (Maï Lamore), Maï Lamore (Créatrice de souliers)
13. Bruno Barbara (Charpentier de marine), Matteo Messervy (Plasticien de la lumière, Talent du Bien-être 2008)
14. Tiziana Humler (Mixte)
15. Karine Vergniol (BFM), Patrick Albaladejo (Hermès), Thibaut de la Rivière (Institut Supérieur de Marketing du Luxe), Patrice et Hélène Fustier (Domaine de Courson), Christophe Juarez (Domaine Laroche), Laurie Matheson (Artcurial), Michel Guten (Institut Supérieur de Marketing du Luxe)
16. Patrick et Nathalie Albaladejo (Hermès), Julie El Ghouzzi (Centre du luxe et de la création), Anne de Kinkelin (Joyce.fr)
17. Valérie Wertheimer (Action Innocence), Maurice Roucel (Symrise, Talent de la Séduction 2008), Catherine Disdet (Catherine Disdet Conseil), Henri Rivière (Architecte)
18. Louise Robert (Styliste), Robert Stadler (Designer)
19. Ati Al Dhaheri (Abu Dhabi Tourism Authority), Vanessa Demery (Abu Dhabi Tourism Authority), Philippe Mugnier (Abu Dhabi Tourism Authority), Christian Blachas (CB News), Frédéric Pinel (Malletier, Talent d'Or 2008), Gaël de la Porte du Theil (Interface Tourism), Eric Valz (CB News)
20. Eyméric François (Créateur de mode), Hilton Mc Connico (Artiste, designer, scénographe, architecte d'intérieur), Isabelle Capron (Fauchon, Talent de l'Audace 2008), Virginia d'Halewyn (Daum), Marc Bretilot (Culinaire Design), Sophie Baillon (CB News)
21. Mario Lefranc (Créateur de mode), Béatrice Ferrant (Créatrice de mode), Thierry Blet (Créateur de bijoux), Catherine Le Téo (Créatrice de bijoux)
22. Jean Castarède (Ecrivain, historien du luxe), Roxane Rodriguez (Antiquaire, scénographe, Talent de l'Originalité 2008), Eric Valz (CB News), Kathy O'Meny (abc-luxe.com)
23. Laurent Denize d'Estrées (Agence 14 Septembre), Emmanuelle Chaumont (L'escargot de Montorgueil), Laurent Couegnas (L'escargot de Montorgueil), Alex Ledent (Peintre, graphiste)
24. Bertrand Stephann (Aufeminin.com), Marie Rose Tricon (Clarins), Alnoor (Designer)
25. Jean-Marie Massaud (Designer), Dane Mc Dowell (Résidences décoration), Jean Mus (Architecte paysagiste)
26. Peggy Huynh Kinh (Architecte d'intérieur, créatrice de mode), Jacques Carles Centre du luxe et de la création)
27. Corentin Quideau (International Jewellery Consulting), Renaud Pellegrino (Créateur de mode et d'accessoires, Talent de l'Harmonie 2008), Marianne Guédin (Designer), Antoine de Forton (SAPPI)
28. Pierre Yovanovitch (Architecte d'intérieur), Isabelle de Borchgrave (Designer de papier, Talent de l'Élégance 2008), Alexandra d'Arnoux (Maison Française), Bruno Moinard (Designer)
29. Louma Salame (Agence France MUSEUMS Louvre Abu Dhabi), Gaël de la Porte du Theil (Interface Tourism)
30. Frédéric Pinel (Malletier, Talent d'Or 2008), Isabelle Capron (Fauchon, Talent de l'Audace 2008), Christian Blachas (CB News)
31. Christelle Santabarbara (Créatrice de mode), Vanessa Ohanian, Thierry Vendôme (Joaillier), Michel Dupré (Créateur de mode)
32. Felipe et Severine Oliveira Baptista (Créateur de mode, Empreinte de l'année 2008)
33. Brigitte Fitoussi (Christofle), Jacques Carles (Centre du luxe et de la création)
34. Olivia Brunet (Fifi Chachnil), Fifi Chachnil (Créatrice de lingerie), Pierre Delavie (Artiste plasticien)
35. Nathalie Garcin (Emile Garcin Immobilier), Stanislav Klein (Stella Cadente), Biba Rozenwajg (Stella Cadente), Mathilde Laurent (Cartier)
36. Philippe Chomat (Maison & Objet), Philippe Mallier, Agnès Hospitalier (La Forge)
37. Natacha Dzikowski (Dior Couture), Thierry Wasser (Guerlain)
38. Donald Potard (Agent de luxe), Cécile Petrossian, Patrice Fabre (Joaillier), Armen Petrossian (Caviars Petrossian)
39. Chafik et Sandra Gasmi (Baccarat), Cédric Ragot (Designer), Anne-Lucie Crosson (Cédric Ragot Design Studio)
40. Patrice Fabre (Joaillier), Karine Gabison (Mauboussin), Yannick Alléno (Le Meurice, Talent de l'Innovation 2008), Donald Potard (Agent de luxe)
41. Lorenzo Ré (Atelier La Forme), Vincent Grégoire (Nelly Rodi), Lucie Ré (Atelier La Forme), Gérard Lognon (Maison Lognon, Talent de la Rareté 2008), Hélène Mengus (Aufeminin.com), Christian Bonnet (Maison Bonnet)







## ► Naufrage de l'Euro : M6 surnage

Avec 13,2 millions de téléspectateurs pour France-Italie (et 47,8 % de part de marché), M6 signe son record d'audience le 19 juin 2008. Si la chaîne ne rentabilise pas l'événement, à l'instar de TF1, elle se console en diffusant deux des trois matchs des Bleus et en affirmant un peu plus son statut de grande chaîne.

## ► De beaux yeux et du talent



DA de JWT depuis 2005, quand il signa le film « Fight for Kisses » pour Wilkinson, Xavier Beaugard arrive à la direction de la création de DraftFcb, dont il est aussi promu vice-président.

## ► Le BVP se fait ARPP

Le Bureau de vérification de la publicité devient l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité. Son organisation repose sur un double contrôle, opéré en amont à partir des règles déontologiques définies par le Conseil paritaire de la publicité (18 membres, mi-professionnels, mi-associatifs) et, en aval, le jury de déontologie (9 membres) qui doit recueillir les plaintes du public. Un Conseil d'éthique réfléchit aux questions posées par la pub.

## ► Brunier délaisse Renault pour Leo

Jean-Paul Brunier lâche les commandes du budget Renault chez Publicis pour prendre celles de Leo Burnett France.



## ► Amnesty attaque la violence faite aux femmes



Olivier Dahan (U-Man) réunit Didier Bourdon et Clotilde Courreau dans un 120 s poignant (TBWA\Paris), dénonçant la violence faite aux femmes et le silence qui l'entoure.

## ► TV : la loi des séries

Avec la success story de *Plus belle la vie*, France 3 a réhabilité le feuilleton quotidien et populaire dans le PAF. Car une fiction capable, pendant le JT de 20 heures, de réunir chaque jour 4, voire 5 et même 6 millions de téléspectateurs, peu de directeurs d'antenne y croyaient en 2004, au lancement du feuilleton marseillais. Mais tout le monde en est aujourd'hui convaincu et s'y essaie avec plus ou moins de bonheur. Ainsi, M6 a dû stopper au début de l'été *Pas de secret entre nous* après quelques épisodes, faute d'audience. France 2 en avait fait l'amère expérience au premier trimestre avec ses

*Cinq sœurs*. Cela n'empêche pas, à la rentrée, TF1 de se lancer dans un feuilleton diffusé à 17 heures, *Seconde chance*, qui n'a pas encore convaincu les foules. À croire que la Une a adopté la maxime « Donner du temps au temps » qui a si bien fonctionné sur la chaîne publique. Les fictions unitaires

se raréfient au profit de séries en 6, 12 ou 20 épisodes, voire davantage. Avec le succès des séries US, les chaînes françaises ont compris que ce genre de programmes contribuait à leur identité et pouvait être mieux rentabilisé par une rediffusion sur les autres canaux ou par une exportation.



## ► Puma superstar des JO de Pékin

En pulvérisant les records du monde du 100 m et du 200 m, le sprinter jamaïcain Usain Bolt éclabousse les Jeux de toute sa classe. En paradant autour du stade, sa paire de Puma à la main, devant les objectifs des médias du monde entier, il offre surtout à son équipementier 11 minutes d'exposition mondiale en direct, soit l'équivalent de 80 000 spots de pub de 30 secondes, et 250 M€ d'investissements pub (source TNS Sport). Sur ce coup-là, l'important, c'était bien de gagner.



## ► Ce qu'Havas a fait pour Monoprix en 2008

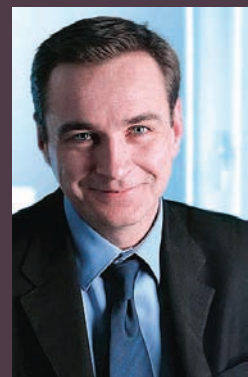
Pour finir de convaincre Monoprix, qui remettait son budget en compétition, Havas a sorti l'artillerie lourde sur un secteur dont ses agences (surtout BETC Euro RSCG) étaient déjà pourvues. Au programme : un des créatifs les plus talentueux de son époque, Rémi Babinet, et la possibilité pour l'annonceur d'avoir une agence dédiée à sa destinée publicitaire. Monoprix a dit oui, Babinet a accepté une présidence par intérim et une directrice générale a été recrutée (Charlotte David)... Pour le

reste, on n'en sait encore trop rien : ni l'appellation définitive (jusqu'à présent nom de code « City »), ni le casting ou la composition des équipes.



## ► FullSix reprend sa liberté

Marco Tinelli, le fondateur de FullSix, devient président de FullSix International, nouveau groupe de marketing services 100 % indépendant. L'opération s'est orchestrée via le rachat de 100 % des parts de FullSix International auprès de FullSix Italie par son management (20 %), allié au fonds d'investissement Cognetas (80 %).





## ▶ 40 M€ d'amende pour eBay

Le site d'enchères est lourdement condamné pour contrefaçon et doit verser 38,83 M€ de dommages et intérêts à six marques du leader mondial du luxe LVMH. Le groupe de luxe s'est félicité de la condamnation de ces « pratiques parasitaires », appelée à faire jurisprudence.

## ▶ Un été torride pour le monde des études



Alors qu'en France, Vincent Bolloré finalise l'acquisition de 100 % de l'institut CSA, Martin Sorell poursuit son bras de fer entamé en mai avec TNS, qu'il entend reprendre grâce à une OPA. L'affaire tiendra le marché en haleine cinq mois durant, jusqu'à son épilogue, favorable à WPP, le 12 octobre.

## ▶ Orange Foot sort les crampons



Orange foot saison 2008-2009

Avec la reprise de la Ligue 1, Orange lance en août son offre de matchs en « multi-écrans » (6 € par mois). Les clients devant être préalablement abonnés à son offre triple-play, le service démarre mollement: 75 000 abonnés fin octobre. Orange élargit son offre le 13 novembre avec un bouquet de 5 chaînes de cinéma et séries (12 €). S'il a signé des accords avec des producteurs américains, l'opérateur n'a pas encore satisfait les représentants de la fiction française.

PHOTOS: SIPA - E. LECOQUY - M6 - TF1 - DR



## ▶ L'Équipe sur le grill

Le quotidien sportif affronte une rentrée particulièrement « sportive ». Le 1<sup>er</sup> septembre, le trio formé de François Morinière, Rémy Dessarts et Fabrice Jouhaud prend officiellement la tête de la rédaction du journal. Leur mission : redorer le blason d'un titre plombé par des mois d'errements managériaux et insuffler un nouvel élan à une rédaction abandonnée à son triste sort. À peine un mois après leur arrivée sort *la Face cachée de l'Équipe*, un pavé de 552 pages, signé David Garcia, qui décrit les dérives du journal, mais dont l'impact ne sera pas aussi nuisible que le fut *la Face cachée du Monde* pour le quotidien du soir.

## ▶ Un Lion s'échappe

Faute de plan média avéré, Cannes sucre le Lion gagné par la campagne Amnesty dénonçant la torture en Chine, après que TBWA a passé l'été à éteindre l'incendie diplomatique allumé par cette dernière.



## ▶ Twingo, cette grande folle

Culotté, Renault envoie se rhabiller pour un temps ses films jolis et sages, pour mieux afficher une jeune fille stripteaseuse ou un papa drag-queen. Un concept croustillant de Publicis Conseil, pas banal en TV.



## ▶ Ferrari en dérapage contrôlé

Le 25 août, la grand-messe de l'info de TF1 ouvre une nouvelle ère avec Laurence Ferrari en lieu et place de Patrick Poivre d'Arvor,



évincé de son siège le 11 juillet, après 21 ans de service. Elle démarre avec 8,3 millions de téléspectateurs et plus de 40 % de part d'audience, pour tomber sous les 30 % fin octobre, avant de se stabiliser et de continuer à travailler sur le rajeunissement d'un JT vieillissant.



## ▶ Le Transporteur IV

Le 18 septembre, Christophe Lambert quitte le navire FFL pour un autre vaisseau piloté par Luc Besson. Ils se lancent conjointement dans l'advertising avec Blue. Quant à Fred & Farid, ils poursuivent leur route en duo... Elle est loin, l'euphorie du 9 juin 2006, date à laquelle tous trois claquèrent bruyamment la porte du 133, avenue des Champs-Élysées pour s'engager dans les Forces Française Libres.



## Coups de bec au Grand Prix de l'affichage



Aigle (BETC) triomphe de la Sécurité routière au Grand Prix de l'affichage 2008. L'événement, qui décerne neuf prix et six mentions, restera marqué par la problématique de l'esthétique vs l'efficacité.

## Jerry Seinfeld + Bill Gates = pschitt



Pour redorer son blason et contrer le semillant Apple, Microsoft fait appel au comique Jerry Seinfeld pour dépoussiérer sa com en le mettant en scène avec Bill Gates himself dans une campagne de 300 M\$ au message aussi confus qu'un système MS Dos.

## Une rentrée qui déménage



Rarement un mercato médiatique aura été aussi agité que cet été. Outre Laurence Ferrari à TF1, Julien Courbet rejoint l'accès de France 2, qu'il ne fera pas décoller. La radio est aussi touchée, surtout les matinales. Sur RTL, Vincent Parizot succède à Christophe Hondelatte, et Marc-Olivier Fogiel abandonne la télé pour Europe 1. Autres nouvelles voix : Cauet & Bruno Guillon (Virgin), Manu Lévy (Fun), Michel et Marie Drucker (Europe 1).

## Succès du cobranding bancaire

Un an après leur autorisation en France, les cartes associant banques et marques sont un succès : 150 000 porteurs à date pour celle réunissant les Galeries Lafayette et Laser, 300 000 pour celle d'Auchan et Banque Accor, et 100 000 pour

So Music d'Universal et Société générale. 10 millions de cartes devraient circuler en France d'ici à 2015, contre 1 million aujourd'hui.



## Les états généraux sous pression

Annoncés par Nicolas Sarkozy sur RTL en mai, les états généraux de la presse voient officiellement le jour le 2 octobre lors d'une conférence de presse à l'Élysée. Bruno Frappat, Arnaud de Puyfontaine, François Dufour et Bruno Patino sont chargés de piloter les groupes de réflexion. Nicolas Sarkozy indique la marche à suivre : « En finir avec les archaïsmes ! » Le forum des sociétés de journalistes décide de ne pas participer, les syndicats de journalistes et Mediapart claquent la porte.



## Pepsi pétille en print



CLM BBDO exalte l'irrésistibilité du produit avec des annonces drôles et absurdes magnifiquement mises en images par Vincent Dixon.

## « No Erik, No Future »

Quelques jours après avoir officiellement quitté TBWA Paris, c'est l'inscription qu'arborait Éric Verwoegen sur son tee-shirt dans les rues de Boulogne (un cadeau de ses anciens acolytes?). Arrivé en 2001 à la tête de la création de l'agence, le « Belge » l'a hissé au firmament des palmarès mondiaux.

Certes, ses méthodes, souvent discutées, n'ont pas toujours convaincu... Il n'en reste pas moins un des créatifs les plus talentueux de sa génération. À charge pour ses successeurs, Rémi Noël et Éric Holden, transfuge de McCann Paris, de faire mentir l'inscription du tee-shirt.



## Un plan pour le numérique

Le secrétaire d'État à l'Économie numérique, Éric Besson, présente le plan France Numérique 2012, en 154 mesures, visant à réduire la fracture numérique et relancer la crois-



sance. Dès 2010, chaque Français disposera d'« un droit opposable » pour bénéficier d'« un accès à Internet haut débit à un tarif inférieur à 35 € par mois ».

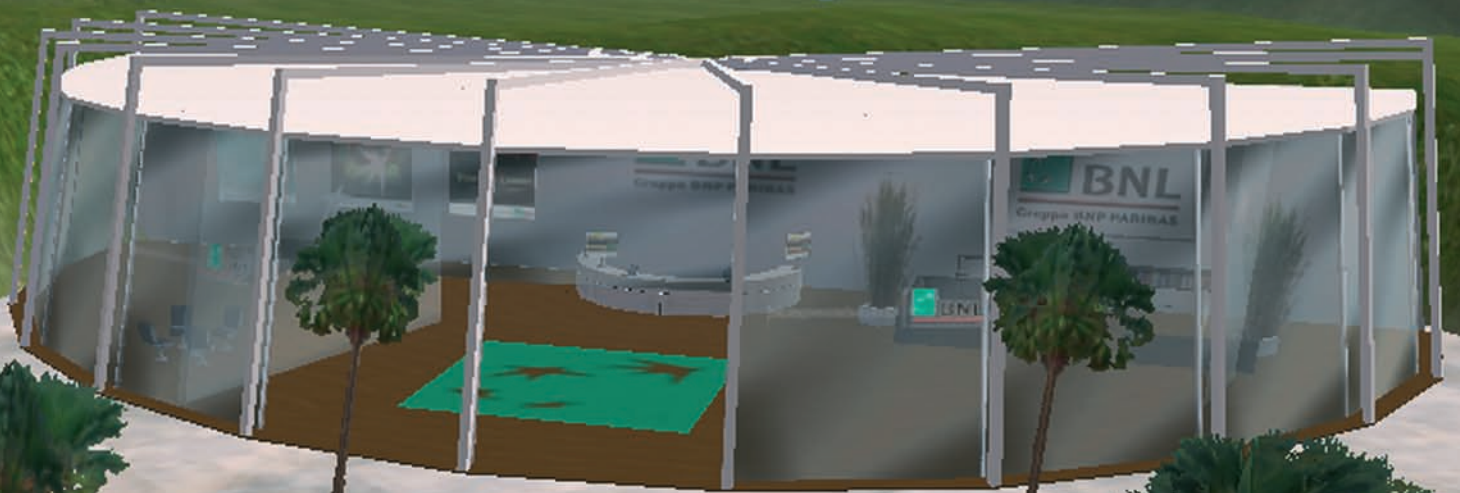
## Scrabble met la TV en couleurs



Troquant les mots du jeu contre le dessin ou l'animation, la campagne d'Ogilvy pour Scrabble emmêle les idées les plus improbables pour former de jolies histoires irréelles.



Où trouver  
le meilleur  
communicant  
de l'année ?



En virtuel sur Second Life,  
en réel... à l'Ujjef !



Antoine Sire, directeur Marque, Communication et Qualité de BNP Paribas, a été élu « personnalité communicante de l'année » lors des Grands Prix Ujjef 2008. Dans une démarche de communication innovante, pertinente et audacieuse, BNP Paribas a investi en pionnier le monde de l'audiovisuel et des nouvelles technologies web pour moderniser l'image de la banque. À l'Ujjef, avec tous les autres adhérents, Antoine Sire donne de la voix et du sens à la communication corporate.

Demandez votre dossier d'adhésion au 01 47 03 68 00  
ou [devenir-adherent@ujjef.com](mailto:devenir-adherent@ujjef.com)

COMMUNICATION  
ET ENTREPRISE  
**ujjef**

[www.ujjef.com](http://www.ujjef.com)

Ujjef : première association des professionnels de la communication corporate



## ► Michel-Édouard Leclerc, bête de com

Mais que serait la pub sans Michel-Édouard Leclerc? Maniant habilement le verbe et la polémique, le distributeur n'a eu de cesse, cette année, de prendre la parole avec son agence Australie, sur des sujets brûlants : en janvier, il dénonce les prix trop élevés des marques nationales, poussant la provocation jusqu'au déréfèremment de certaines. Via

une lettre ouverte adressée début mars à Luc Chatel, secrétaire d'État à la consommation, il milite pour la publicité sur les prix en télévision avant d'ouvrir le débat sur la présence de confiseries sur les devants de caisse – assorti d'une réaction cinglante de l'Ania. En avril, il crée la polémique avec la vente de médicaments non remboursables dans ses magasins. La réponse des syndicats et associations de pharmaciens sera sans équivoque. En juin, il s'explique sur le retrait des confiseries sur les devants de caisse. Le Syndicat national de la confiserie lui répond par la création de la Journée des petits plaisirs, en octobre. À la rentrée, il reprend le combat sur le commerce équitable et crée un laboratoire dédié en partenariat avec Alter Eco. Pour finir l'année en beauté, il s'offre une publicité comparative en novembre, et ne se gêne pas pour citer ses principaux concurrents... Quelle santé!

Rien n'est plus utile qu'une bonne échelle des prix.

Géant +9,1%  
Champion +5,1%  
Auchan +4,7%  
Système U +4,2%  
Intermarché +3,8%  
E.Leclerc

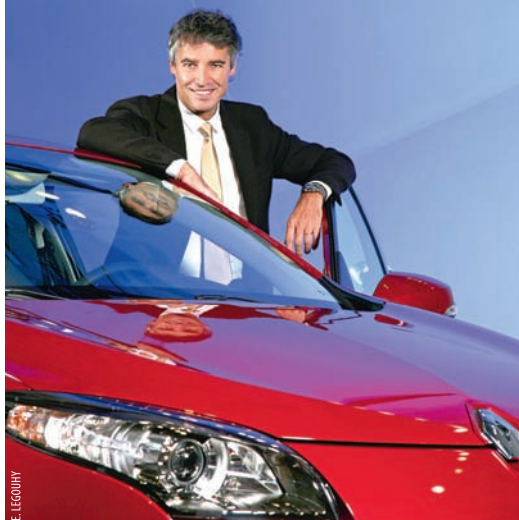
Avec 544 366 prix comparés\*\* dans 318 magasins, quistlemoinscher.com est le plus formidable moyen de comparer les prix entre grandes enseignes et de défendre ainsi votre pouvoir d'achat.



E.LECLERC

\* Les enquêtes ont été réalisées de novembre 2007 à novembre 2008. Les enquêtes ont été réalisées dans le plus grand magasin Carrefour et Cora visible entre le 21 janvier et le 12 février 2008. Les enquêtes ont été réalisées dans les 11 magasins Carrefour et 23 magasins Cora, ce qui rend statistiquement non significative toute comparaison de prix entre Carrefour et Cora et une autre enseigne.

## ► L'homme providentiel



En prenant, au courant de l'été, la tête d'Omnicom Media Group, il promettait de redonner sa brillance au vaisseau amiral OMD, un peu malmené ces derniers temps. Hervé Brossard aura assez vite donné corps à sa promesse en raflant, début novembre, le convoité budget Renault-Nissan et ses 800 M€. C'est ce que d'aucuns appellent déjà la « Brossard's touch ».

## ► Yahoo! paie cash sa vanité

Il était une fois Yahoo!, ancien leader qui, sachant ses meilleurs jours passés, rappela son fondateur, Jerry Yang avant qu'il ne soit trop tard. Survint un géant cherchant des forces dans le search, qui proposa de le racheter pour 43 Mds\$. Gonflé d'importance, Yahoo! cru pouvoir deman-



der plus et refusa l'aumône. Microsoft, vexé, retira son offre. Yahoo! se tourna vers Google, celui-là même qui le fit tomber de son trône. Google, magnanime, se déclara prêt à s'allier avec Yahoo! pour le sauver du trou. Mais deux géants sous un

même toit, les autorités de la concurrence trouvèrent que cela faisait trop. Quand la bise fut venue et la crise financière abattue, Yahoo! s'est trouvé fort dépourvu. Et Jerry Yang fut remercié par des actionnaires qui en avait assez vu.

## ► Sus à l'Équipe!

Deux nouveaux quotidiens voient le jour le 3 novembre. Leur terrain de jeu: le sport. L'un, le 10 Sport est lancé par Michel Moulin avec Alain Weill (RMC Sport), l'autre est lancé par le groupe Amaury Aujourd'hui Sport pour contrer l'offensive du premier et protéger le vaisseau amiral du groupe, L'Équipe. Mission accomplie: L'Équipe annonce début décembre que sa diffusion affiche +1,3% par rapport à 2007 durant la première semaine de novembre.



## ► McDo sous toutes les facettes



Pour sa première campagne corporate (avec BETC Euro RSCG,) McDo frappe un grand coup. D'une part avec un plan média de 11 M€ d'AE sur novembre et décembre mais, surtout, une nouvelle signature, « Venez comme vous êtes », et une traduction créative en parfaite adéquation, présentant cinq personnages sous leurs différents visages. Une campagne d'autant plus réussie qu'elle parvient à apporter style et originalité à une marque par essence consensuelle.

## ► La loi sur l'audiovisuel dans le dernier virage



La réforme de la TV voulue par Nicolas Sarkozy sera-t-elle opérationnelle en temps et en heure? Le 25 novembre 2008, les députés se saisissent des 55 articles du projet de loi, enrichi de plus de 800 amendements. Avec une opposition qui pèse de tout son poids dans les débats, le pouvoir réfléchissait encore, à l'heure où nous bouclions, à un décret pour mettre en œuvre la principale mesure de la réforme: la suppression de la publicité sur les chaînes publiques à partir de 20 heures dès le 5 janvier 2009.

## ► La Tribune s'offre un lifting

Après une réorganisation des structures de l'entreprise, Alain Weill, Valérie Decamp et Erik Izraelewicz s'attaquent à la relance éditoriale du quotidien économique. Changement de format, passage au tout quadri et volonté d'élargir le lectorat, grâce notamment aux ventes par tiers. Résultat: la première



semaine, les ventes au numéro ont été en moyenne de 18 100 ex., soit +21% par rapport aux objectifs annoncés, avance le quotidien, précisant que cette moyenne n'avait plus été atteinte depuis 2001.





**VOUS ÊTES JUSTE PASSÉ À L'ORANGE,  
IL PASSERA JUSTE SA VIE À L'HÔPITAL.**

SÉCURITÉ ROUTIÈRE  
TOUS RESPONSABLES

## ► Le réalisme sans phare de la Sécurité routière

Une baisse de 7,4 % des tués sur les routes sur les dix premiers mois de l'année et une nouvelle baisse de 15,9 % en novembre (2008 vs 2007)... Si les campagnes de la Sécurité routière – « Les coups de fil », « Juste un peu », « le Gilet jaune », – n'expliquent pas tout à elles seules, leur concordance avec les bons chiffres du secteur valide la pertinence du choix créatif



du réalisme cru proposé par l'agence Lowe Stratéus. Un choix logiquement reconduit

pour la dernière campagne sur les dangers du téléphone en situation de conduite.

## ► Les magazines réduisent leurs effectifs



Mondadori, Prisma, Milan presse, Le Nouvel Observateur... de nombreux éditeurs de presse magazine ont décidé de réduire leurs coûts, soit par des plans d'économie, soit par l'ouverture de guichets de départs. C'est le cas pour une quarantaine de personnes chez Prisma lors d'un guichet de départs

volontaires, 32 personnes chez Milan presse (groupe Bayard) dans un plan social, et d'un nombre indéterminé de personnes pour le moment chez Mondadori. La presse magazine craint une année 2009 difficile et va devoir apprendre à vivre avec moins de ressources publicitaires qu'auparavant.

## ► Aegis lâche Robert Lerwill

Surprise à Londres, où Robert Lerwill, Dg d'Aegis depuis 2005, est débarqué par le groupe britannique. L'homme s'est notamment illustré en s'opposant farouchement à l'obtention par Bolloré de deux sièges au conseil d'administration du groupe. Ce départ inattendu fait suite à la perte récente par Aegis Media du budget média européen de Renault, au profit d'OMD.



## ► L'affichage entre dans le XXI<sup>e</sup> siècle

Metrobus inaugure le 1<sup>er</sup> décembre dans le métro parisien les premiers panneaux de nouvelle génération, qui doivent donner naissance au premier réseau numérique d'envergure en 2009. 400 écrans LCD de 70 pouces sont attendus au second semestre dans une centaine de stations de métro et RER, et 800 autres sont prévus dans les grandes gares SNCF, à Paris et en province. Une révolution en pub extérieure avec la possibilité de faire du média-planning en direct.



## ► Les groupes de com soignent leur « corporate touch »

### ► DDB

DDB Corporate accueille son nouveau président, Alain Renaudin. Le management de la filiale d'Omnicom est allé le chercher à l'Ifop, où il a passé près de quinze ans, et sévissait dernièrement en qualité de Dga. Il retrouve chez DDB Corporate Orane Faivre de Condé, nommée à la direction générale après le départ de Caroline Vallas, partie pour Ligaris.



### ► Publicis

Après l'arrivée de Robert Namias, ex-directeur de l'information de TF1, en tant que conseiller auprès de Maurice Lévy, le groupe poursuit sa réorganisation. Fabrice Fries, secrétaire général de Publicis Groupe, devient président de Publicis Consultants France, reportant à Éric Giuily, lui-même devenu président de Publicis Consultants Worldwide. Il assure aussi l'intérim à la présidence de Publicis Events après le départ de Muriel Réus.



### ► TBWA

Chez TBWA France, Pierre-Yves Frelaux prend la tête de TBWA Corporate, où il succède à Jean-Pierre Rousset. Il recrute au poste de vice-présidente Valérie Lecasble qui, jusqu'en juin, assurait la direction générale de i>Télé.





# HIT CRÉA



# CB CARRIÈRES

Tous les métiers du marketing et de la communication

Ophélie CHOLLOIS  
Nathalie DECOUR  
tél. : 01 55 38 55 18  
fax : 01 55 38 50 71  
ophelie.chollois@cbnews.fr

## OFFRES ET DEMANDES D'EMPLOI

Réservation et remise des éléments  
jusqu'au **Jeudi 12h** avant parution

### CRÉATION

#### Directeur artistique Senior Édition Luxe (H/F) / CDI

40-50 K€ Paris / Agence de communication globale

Vous recherchez des concepts créatifs, réalisez et définissez les axes de création sur des problématiques édition et web (d'un point de vue artistique uniquement), dans les domaines de l'identité visuelle, branding, communication institutionnelle et commerciale, publicité, multimédia.  
acambier@aquent.com / réf : AC12224CB

#### Coordinateur suivi de chantier - architecture commerciale mode et luxe (H/F) / mission de 2 ans / salaire selon expérience / IDF / Agence de communication

Rattaché(e) à la direction de l'agence, vous prenez la conduite des travaux pour un projet ambitieux en architecture commerciale : accompagner une grande enseigne pour l'aménagement de ses surfaces commerciales.  
pgrua@aquent.com / réf : PG12267CB

#### Designer Textile (H/F) / Freelance / Paris Maison de Prêt à Porter de Luxe

Vous prenez en charge le développement de collections exclusives et imprimés, pour un client de prêt à porter créateur luxe et bénéficiez d'au moins 7 à 10 ans d'expérience.  
ademolis@aquent.com / réf : AD12320CB

### MARKETING-COMMUNICATION

#### Responsable du pôle Luxe (H/F) / CDI / 50-60 K€ / Paris Agence internationale de design

Le Responsable du pôle Luxe aura pour mission de développer et coordonner l'activité avec les clients Luxe et Premium de l'agence. Il construira une équipe dédiée et une stratégie de développement et de gestion clients.  
visabel@aquent.com / réf : VI 12 076CB

#### Responsable du développement corporate (H/F) / CDI 50-60 K€ / Paris / Agence internationale de design

Il aura pour mission de participer au développement de l'agence par une recherche de nouveaux clients. Pour cela, il prendra en main la définition de l'offre, l'identification des cibles et la prospection commerciale.  
visabel@aquent.com / réf : VI 12 072CB

#### Chef de Promotion (H/F) / CDI / 40-50 K€ / Paris Spécialiste de la vente à distance de produits cosmétiques

Le chargé de promotion aura pour mission de garantir le développement rentable de sa clientèle. Il participera à la définition des objectifs commerciaux, à leur analyse et leur suivi. Il élaborera le plan de communication et les actions de marketing opérationnel, les mettra en œuvre et les suivra.  
visabel@aquent.com / réf : VI 10555 CB

### DIGITAL

#### Consultant Web Senior (H/F) / CDI / 50-60 K€ / Paris Société de conseil en management, communication et nouvelles technologies

Vous êtes en charge de l'accompagnement de nos clients dans la définition de leur stratégie web jusqu'à la mise en œuvre de leur projet, la réalisation de « benchmark » concurrentiel, la conception fonctionnelle et ergonomique d'espace web.  
mdetorquat@aquent.com / réf : MT97348CB

#### Responsable marketing e-commerce (H/F) / CDI / IDF 45 - 55 K€ / Acteur majeur de l'e-commerce

Vous êtes en charge de fidéliser et recruter de nouveaux clients en développant la visibilité et l'attractivité du site Web. Vous gérez l'ensemble des investissements marketing en matière de publicité online, liens sponsorisés, affiliation et campagne e-mailing.  
pvassord@aquent.com / réf : PV2811DCB

#### Chef de projet éditorial web (H/F) / CDI / Paris / 28-33 K€ Agence interactive

Au sein d'une équipe de spécialistes en contenu web, vous assistez les directeurs de projet et aurez comme missions principales la gestion et le suivi de production de contenus éditoriaux.  
lsanier@aquent.com / réf : LS95094 CB

## A Q U E N T

Retrouvez le détail de nos offres d'emploi sur [www.aquent.fr](http://www.aquent.fr)

### Cabinet de recrutement – Agence d'Intérim – Externalisation

Leader Mondial dans le conseil en ressources humaines spécialisé dans les secteurs des Arts Graphiques, du Multimédia, du marketing et de la communication.  
77 bureaux implantés dans 17 pays, 30 000 talents placés chaque jour, 800 000 talents dans le monde.

Dans le cadre du développement de son pôle Internet et la création d'une régie interne, la SCPE recrute :

### UN(E) CHEF DE PUBLICITÉ INTERNET

En charge de l'activité régie du groupe, vous aurez la responsabilité du développement du CA publicité on-line.

**VOS MISSIONS :** Recrutement, gestion et fidélisation des annonceurs. Conception d'opérations spéciales. Relations avec les agences médias et régies partenaires.

**PROFIL RECHERCHÉ :** De formation commerciale supérieure, vous bénéficiez impérativement d'une expérience professionnelle dans la vente d'espaces publicitaires en ligne. La connaissance du secteur de l'entertainment à destination des 18/35 ans est un plus.

**RÉMUNÉRATION :** fixe + variable attractif. **CONTACT :** recrutement@scpe.fr



### CDD 6 mois: assistant(e) commercial(e) à l'international (anglophone)

CNN international, pour les territoires francophones



#### Descriptif de la mission

Dans le cadre de sa régie Publicitaire, CNN International recherche pour l'un de ses Directeur de Publicité, un(e) Assistant(e) Commercial(e).

- Assurer le suivi des campagnes publicitaires sur CNN
- Assurer le support administratif de l'équipe commerciale

#### Profil recherché

Anglais courant - Français irréprochable - Maîtrise des outils Microsoft  
Minimum bac + 2 complété par une formation marketing, éco, linguistique... ou Ecole de Commerce débutant  
Expérience ou intérêt marqué pour les médias  
Ce poste est basé à Neuilly-sur-Seine. Il est rattaché directement au Directeur de Publicité.

#### Conditions d'emploi

- CDD en remplacement d'un congé maternité – Disponibilité janvier 2009
- Restaurant d'entreprise
- Prise en charge 50 % carte de transport région parisienne
- Accès à la vidéothèque Warner

#### Dossiers de candidatures (CV, photo, lettre manuscrite) à envoyer à

- référence assistant commercial à l'international en objet
- [Recrutement.CNN.sales.assist@turner.com](mailto:Recrutement.CNN.sales.assist@turner.com)

Retrouvez  
toutes  
nos annonces  
d'emploi  
sur  
**www.  
cbnews.fr**

**PUBLIRELAIS**  
L'INTÉRIM  
DE LA COMMUNICATION  
ET DE LA PUBLICITÉ  
WWW.PUBLIRELAIS.FR  
À L'AFFÛT DE  
NOUVEAUX TALENTS

- **CHEF DE PROJET PUBLISHING H/F POUR CDI CHEZ ANNONCEUR SITUÉ À VILLEPINTE**  
Participation aux choix des solutions de gestion de production des publications et de leur paramétrage dans le cadre du système d'information interne  
Lancement de nouveaux projets, suivi des objectifs du projet jusqu'à sa livraison  
Préconisation des organisations humaines et des process transversaux adaptés  
Analyse / Audit / Paramétrage / développement / outil de production ERP (outil de gestion de production)  
Rédaction de la documentation et formation des utilisateurs  
Suivi des procédures de maintenance du système informatique  
Connaissances indispensables de : ERP, Workflow, Postscript, PDF, Rippage de la chaîne industrielle pré-presse, Quark Xpress, Photoshop, Illustrator, Adobe complet, Adobe Distiller, Pitstop
- **ASSISTANT(E) DE FABRICATION CHEZ ANNONCEUR SITUÉ À VILLEPINTE**  
- Bonne expertise en photogravure (1 à 2 ans)  
- Suivi de fabrication et administratif
- **PRODUCTRICE INTERNATIONALE POUR CDI EN AGENCE SITUÉE À BOULOGNE**  
En charge d'un mono budget à l'international, vous aurez pour principale mission la production de campagne sur l'ensemble des supports : TV, Radio, Print, et votre langue de travail sera l'Anglais

Merci d'adresser votre CV par email à [recrutement@publirelais.fr](mailto:recrutement@publirelais.fr) en indiquant la référence 1512



**weborama**

innove, invente, grandit...

Weborama Connection recrute:

**Directeur de publicité**  
**Directeur de clientèle senior**  
**Chef de publicité senior**

H/F, expérience commerciale et internet, agence, régie ou annonceur

Envoyez CV et lettre de motivation à [jobs@weborama.com](mailto:jobs@weborama.com)

**Toute l'équipe de CB NEWS****vous souhaite****de joyeuses fêtes de fin d'année !****Nous nous retrouverons dès le 12 janvier 2009****pour un numéro consacré au palmarès****Hits d'Or.**

**GRENADE,**  
agence conseil en communication  
située à Asnières,  
**recherche**

dans le cadre de son développement :



**Un Directeur Artistique Web Junior**

avec une première expérience réussie en agence sur des problématiques de marketing interactif relationnel B2B et B2C.

**Un Concepteur Rédacteur Junior**

Il sera capable de travailler avec autant de créativité et d'envie aussi bien sur un catalogue produits que sur une campagne presse.

**Un maquettiste / exécutant**

Il sera en charge au sein d'un pôle créatif de décliner les concepts jusqu'à leur départ en production. Expérience requise.

Merci d'envoyer votre candidature par email à [recrutement@grenade.fr](mailto:recrutement@grenade.fr) en indiquant le poste pour lequel vous postulez en objet du mail. Postes à pourvoir immédiatement en CDI.

## Lundi 19 janvier 2009 Dossier RADIO : quel avenir pour les musicales ?

bouclage commercial : jeudi 08 janvier

bouclage technique : lundi 12 janvier

Contactez-nous au 01 55 38 55 07



l'école des métiers numériques

Après le bac, en 3<sup>e</sup> cycle, en alternance ou en formation professionnelle formez-vous aux métiers numériques :

Concepteur réalisateur multimédia  
Graphiste  
Chef de projet  
Développeur  
Web designer  
Truquiste  
Vidéo graphiste  
D.A junior  
Responsable de communication



5 rue Saint-Augustin 75002 Paris  
01 42 86 57 06  
[info@iesamultimedia.com](mailto:info@iesamultimedia.com)  
<http://www.iesamultimedia.com>

**Caméléon Com. Mark : Recrutement & Intérim des experts en Marketing, Communication, Edition, Presse & Multimédia**  
1<sup>er</sup> CONTACT EXCLUSIVEMENT PAR EMAIL : [cv@cameleon-cm.com](mailto:cv@cameleon-cm.com) CV + dispo + prétention. POSTE EN ILE DE FRANCE  
Détail offre sur : [www.sourcesolutions.com](http://www.sourcesolutions.com) - **Plus sera un plus...**

**Un(e) Consultant en recrutement (CDI) réf. :** Nous recherchons à renforcer notre équipe, vous aurez une prise en charge complète et en toute autonomie des missions de recrutement : projection commerciale, négociation contractuelle, recherche des candidats (fichiers, approche directe), sélection, entretiens ainsi que le suivi des personnes recrutées au sein des différents entreprises. **Nos clients :** Annonceur, Agence, Edition, Presse / expertise profil : **Marketing, Communication et Digital.** Vous justifiez d'une expérience similaire en cabinet de recrutement et/ou en agence d'intérim. Anglais : courant. Réponse à l'email : [c@cameleon-cm.com](mailto:c@cameleon-cm.com).

**Un(e) Planneur Stratégique Digital (CDI) réf. sdsPL :** Vous justifiez d'une expérience similaire de mini 2/6 ans.

**Un(e) Directeur Marketing et Communication (CDI) réf. sdsmark66 :** Vous justifiez d'une expérience similaire de 12/15 ans avec une parfaite connaissance de l'univers de la Santé, Anglais Business. Dispo ASAP serait un plus...

**Directeur Conseil senior on (Mission de courte ou longue durée) réf. sdscom147 :** Vous intervenez soit en agence ou chez l'annonceur pour des projets de campagnes on.

**2 Directeurs Artistiques Seniors Web (CDI) réf. sdscom101. // Un(e) Concepteur-Rédacteur on (CDI) réf. sdscom106.**

**Un(e) responsable CRM on & off, Mobile Bilingue Anglais (CDI) réf. sdscom139 :** vous justifiez d'une expérience similaire de 8/9 ans en CRM, eCRM et Communication sur téléphone Mobile. Bilingue anglais IMPERATIF.

**3 intégrateurs HTML/XHTML/Javascript confirmé(e)s (CDI) Réf. sdscom98.**

**Un(e) directeur de la Communication (Mission) Réf. sdscom139 :** Vous justifiez d'une expérience Mini de 8 ans à un poste similaire, secteur (obligatoire) : Caritatif. Anglais : Business.

**Un(e) responsable marketing opérationnel (CDI) Réf. sdscom151 :** Expérience en BtoC.

**Des Chef de Pojet Technique (Mission et/ou CDI) Réf. sdscom75 ou 104 :** vous prenez en charge le pilotage technique et fonctionnel dès la conception jusqu'à la mise en ligne. Vous justifiez d'une expérience similaire de 2/3 ans.

**Un(e) Directeur Artistique Corporate édition (Mission) Réf. sdscom149 :** vous intervenez sur la conception de consumer et rapport annuel. Maîtrise de la CS3.

**Un(e) responsable du développement (CDI) Réf. sdscom150 :** Vous définissez la stratégie du développement commerciale de l'agence (définition de l'offre/cible/action à mener). Anglais : courant.

**Un(e) Directeur de Conseil Corporate (CDI) Réf. sdscom99 :** vous justifiez d'une expérience similaire de 10 ans + Anglais.

**Un(e) Webmaster (CDI) réf. sdscom73 :** Vous justifiez d'une expérience similaire de 2/4 ans.

**Des Graphistes 3D (Mission) réf. sdscom146 :** Expérience similaire minimum de 2/3 ans.

**Un(e) Consultant éditorial senior (CDI) Réf. sdscom132 :** Expérience à un poste similaire de 3/4 ans + Anglais business.

**Un(e) Chef de Projet Fonctionnel (CDI) Réf. sdscom145 :** Vous justifiez d'une expérience similaire de 3 ans + anglais.

**Un(e) Directeur de Projet technique on (CDI) Réf. sdscom74 :** Vous justifiez d'une expérience similaire de 8 ans+Anglais

**Un(e) Chef de Marque (CDI) Réf. sdscom128 :** Vous justifiez d'une expériencesimilaire de minimum 5 ans + Anglais.

**Un(e) Directeur de Création on (CDI) Réf. sdscom93**

**Un(e) responsable de la Communicaton interactive (CDI) Réf. sdscom142 :** Vous justifiez d'une expérience à un poste similaire de 7/9 ans. Anglais business..

**Un(e) Team Création digital (CDI) Réf. sdscom028 :** Vous justifiez au moins de un an de "vie commune" en digital.

**Un(e) Motion Designer (CDI) Réf. sdscom116 :** Dispo ASAP serait un plus.

**Des développeurs Flash (Missions et/ou CDI) Réf. sdscom110 ou 75 :**

**Un(e) responsable e Marketing (CDI) Réf. sdscom127**

**Un(e) Chef de Fabrication (Mission) Réf. sdsfab02 :** MD, Edition PLV.

**cameleon**  
SOURCE DE SOLUTIONS

01 56 88 09 88  
[cameleon-cm.com](http://cameleon-cm.com)



# CB SERVICES

## LES OFFRES DE SERVICES

Avis d'appel d'offres

Professionnels de l'intérim

Free Lance: CR, DA, graphistes, conseils, maquettistes, photographes...

Retrouvez toutes nos offres sur [www.cbnews.fr](http://www.cbnews.fr)

www.ellipseformation.com - Tél. 01 43 80 23 51 - Port. 06 82 25 59 49 - [karine@ellipseformation.com](mailto:karine@ellipseformation.com) - Paris 17ème

Cours Intra & Inter -

3D Internet Vidéo  
Journalisme  
Cinéma  
Droits d'auteur Photo  
Ellipse Formation \*  
Web  
Ecriture PAO  
Audiovisuel Son

ELLIPSE FORMATION  
Karine Sautel

Recrutement Intérim

# VIVE LA DICTATURE DES DÉLAIS !

**CAMELEON** BDM-MARK  
SOURCE DE SOLUTIONS

[cameleon-cm.com](http://cameleon-cm.com) 01 56 88 09 88

(culturepub)

~~revient sur le net.~~  
POURRIT

[www.culturepub.fr](http://www.culturepub.fr)

Sunset Productions  
société de production audiovisuelle

loue bureaux  
de 20 à 100 m<sup>2</sup>

dans cadre très agréable  
(hôtel particulier avec jardin)

Paris 17<sup>ème</sup>  
proche FNAC TERNES  
Bail de courte durée 2 ans  
libre à partir du 1er janvier 2009

Contactez-nous dès maintenant  
au 0142272222 ou par mail :  
[prod2317@yahoo.fr](mailto:prod2317@yahoo.fr)

## AUDIENS SERVICES

### VOS PROBLÈMES, NOS SOLUTIONS

Des services dédiés pour vous assister et vous orienter.  
Une interlocutrice unique pour répondre à toutes vos questions : **Valérie Henn** // Tél. 0 800 940 110  
[valerie.henn@audiens.org](mailto:valerie.henn@audiens.org)  
Pour plus d'informations, téléchargez la plaquette sur [www.audiens.org](http://www.audiens.org)

**Audiens services**  
créateur de valeur sociale

**AUDIENS** AUDIENS, LA PROTECTION SOCIALE DE L'AUDIOVISUEL, DE LA COMMUNICATION, DE LA PRESSE ET DU SPECTACLE

**I'Me Cabinet conseil RH & Recrutement spécialisé des experts media**

Achat / conseil / vente d'espaces publicitaires  
Marketing / Etudes / planning / diffusion...  
En Agences media & conseil  
Régies publicitaires  
Service media annonceur  
Tous media  
Tv, Radio, Presse, Affichage, Internet, cinéma  
Cdi / Cdd / Intérim / stage

**Nouvelle prestation :**  
" Modules d'aide personnalisée à la recherche d'emploi "  
CV / Lettre de motivation / conduite d'entretien

Adresser vos CV & offres d'emploi  
[www.i-me.fr](http://www.i-me.fr) +331 7300 2299

C'est fou ce qu'on remix les tubes des années 80 en ce moment... Le Rubik's Cube est de retour

Ouais ! Total collector !

## ATTENTION : ICÔNE !

... Tout le monde s'en souvient ...  
Tout le monde se souviendra de votre communication !

"ORIGINAL RUBIK'S"  
57x57mm  
9 carrés par face

"2X2"  
57x57mm -  
4 carrés par face.  
Dispo en 38x38mm

"PORTE CLÉ"  
34x34mm  
9 carrés par face

[www.magic-cube.com](http://www.magic-cube.com)

HUB DIFFUSION Othelo Buro II • 3 rue Rossini • F-26000 Valence  
Email : [contact@magic-cube.com](mailto:contact@magic-cube.com) • Tél. : +33 (0)679 83 55 05

SOUS LICENCE 7TOWNS - LONDON



DIRECTION ARTISTIQUE // CONSEIL  
 CONCEPTION // EXÉCUTION // 7J/7  
 10 ANS D'EXPÉRIENCE EN AGENCE  
 ÉDITION plaquettes // logos // flyers  
 rapports annuels // magazines // charte  
 graphique PUBLICITÉ campagne de  
 communication // affichage // presse  
 PLV totems // design de stands // murs  
 d'images RÉDACTION création de  
 contenu WEB design // bannières  
 ergonomie // sites internet ...

LUDOVIC MINEAU //

06 42 06 89 88

ludovicmineau@free.fr

VISITEZ MON PORTFOLIO

http://ludovicmineau.free.fr

Présentations  
**PowerPoint**  
 par des spécialistes  
 de l'exécution



studio de  
 production graphique

**PLANET 7**

59 RUE LEGENDRE  
 75017 PARIS  
 planet7@planet7.fr  
 www.planet7.fr

**01 53 06 66 66**



Retrouvez sur

**www.monuments-nationaux.fr**

**l'ensemble des mises en concurrence  
 de la direction de la communication du  
 Centre des monuments nationaux  
 concernant les domaines suivants :**

- la publicité
- les relations presse
- les relations publiques
- la communication interne
  - Internet
  - Intranet
- l'édition de documents
- la fabrication de documents  
 (exécution, gravure, impression, livraison)
- les stands de salons

**Renseignements :**

Centre des monuments nationaux,  
 direction de la communication, tél. 01 44 61 21 54

## AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE POUR LA CONCEPTION ET LA RÉALISATION DU SITE INTERNET DE CULTURESFRANCE

### POUVOIR ADJUDICATEUR :

Le présent appel à la concurrence est lancé par l'association Culturesfrance, opérateur délégué des ministères des Affaires étrangères et européennes et de la culture et de la communication pour les échanges culturels internationaux dont le siège se situe 1 bis, avenue de Villars – 75007 Paris.

### OBJET DU MARCHÉ :

Conception et réalisation du site internet de l'association Culturesfrance.

### TYPE DU MARCHÉ :

Marché pris en application de l'ordonnance n°2005-649 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics.

### TYPE DE PROCÉDURE :

Le cahier des charges sera adressé gratuitement aux candidats qui en feront la demande à :

Culturesfrance  
 Catherine Liber, Rédactrice en chef  
 Département Communication & Partenariat  
 e-mail : [cl@culturesfrance.com](mailto:cl@culturesfrance.com)  
 tel : 06 70 56 69 08

### DATE LIMITE DE RÉCEPTION PAR CULTURESFRANCE DES CANDIDATURES ET DES OFFRES :

Mardi 20 janvier 2009 à 17h00.

### ADRESSE POUR L'ENVOI DES CANDIDATURES ET DES OFFRES :

Culturesfrance  
 À l'attention de Mlle Catherine Liber, Rédactrice en chef  
 Département Communication & Partenariat  
 1 bis, avenue de Villars  
 75007 Paris  
 e-mail : [cl@culturesfrance.com](mailto:cl@culturesfrance.com)

### CRITÈRES D'ATTRIBUTION ET PONDÉRATION :

Seules seront étudiées les offres déposées par une structure ayant démontré sa capacité professionnelle au regard de la totalité des prestations attendues pour le présent marché. Il sera ensuite procédé au choix de l'offre économiquement la plus avantageuse au regard des critères ci-dessous tels que pondérés :

Critère n°1 : La réactivité aux délais impartis et la pertinence de la proposition par rapport au cahier des charges. Ce critère sera apprécié en fonction de l'adéquation des solutions techniques et graphiques proposées par rapport au projet.

Appréciation sur 3/12.

Critère n°2 : La capacité à assurer le suivi du projet. Ce critère sera évalué en fonction du nombre et de la qualité de l'équipe dédiée spécifiquement au projet. Appréciation sur 3/12.

Critère n°3 : La créativité et l'originalité de la proposition du candidat, ainsi que sa capacité à être force de proposition. Culturesfrance étudiera avec attention toute offre du candidat visant à donner une dimension artistique au site internet.

Appréciation sur 3/12.

Critère n°4 : Le coût de la prestation. Le montant maximum alloué à ce marché est estimé à environ 90 000 à 100 000 euros TTC.

Appréciation sur 3/12.

### DOCUMENTS CONSTITUTIFS DES OFFRES ET CANDIDATURES :

Une proposition technique répondant au cahier des charges.  
 Une proposition financière.

### VOIES DE RECOURS :

Toute action, et notamment en référé ou en annulation, relative à la présente consultation devra être portée devant le tribunal administratif de Paris.  
 7, Rue Jouy - 75004 Paris  
 Téléphone : 01 44 59 44 00  
 Télécopie : 01 44 59 46 46



**Bien**



**Mieux**



\*PATRON - GRAND PATRON

**POUR CEUX QUI CHERCHENT TOUJOURS LE MEILLEUR**

**Cadremploi.fr**

20 000 OFFRES D'EMPLOI | ALERTE E-MAIL | DÉPÔT DE C.V | CONSEILS CARRIÈRES

VOUS ÊTES RECRUTEUR ? CONTACTEZ-NOUS AU **0 820 862 000** (0,118€/mn)



# Wellcom

## agence de relations publiques de l'année



### Une bonne communication commence toujours par un mot de bienvenue

Selon différentes études indépendantes\*, Wellcom se classe sur plusieurs années consécutives parmi les toutes premières agences en termes de créativité, d'implication des équipes et de satisfaction client. Plus de 60 collaborateurs vous souhaitent la bienvenue... Même pour un simple café !

**Wellcom**  
Agence conseil en communication

[www.wellcom.fr](http://www.wellcom.fr)

249, rue Saint Jacques - 75005 PARIS - Tél. : + 33 (0)1 46 34 60 60



Les Agences de l'Année®  
[www.lesagencesdelannee.com](http://www.lesagencesdelannee.com)