

*Un train de Noël pétillant  
Changer de smartphone, un vrai casse-tête*

## MOUVEMENT

**Virginie Courtien** rejoint YouTube France en tant que directrice des partenariats. Elle sera en charge de la stratégie contenu et des partenariats locaux pour YouTube en France. Son rôle : accompagner et soutenir les partenaires ainsi que leur venir en aide pour enrichir et structurer leurs contenus. Elle quitte donc son poste de directrice des programmes et du marketing contenus chez Canalsat qu'elle occupait depuis 2007.

Contact : 01 42 68 53 66

**Véronique Surget** est nommée directrice marketing Europe en charge des produits gazeux de Coca-Cola Entreprise. Ce nouveau poste a été créé pour renforcer l'équipe marketing du groupe.

Contact : 01 58 00 29 79

**Christian Peugeot** est nommé, à compter du 1er janvier 2012, directeur des affaires publiques de PSA Peugeot Citroën. Il prend également les fonctions de délégué aux relations extérieures. Dans le groupe depuis 1978, Christian Peugeot occupe à ce jour la fonction de directeur du marketing central à la direction des marques de PSA Peugeot Citroën.

Contact : 01 40 66 42 00

**Jean-Marie Guinebert** rejoint le groupe Radio France, en qualité de responsable de la communication de France Culture. Il quitte donc ses fonctions de directeur de la communication et des partenariats de la Cité de l'architecture et du patrimoine qu'il occupait depuis 2003. Jean-Marie Guinebert est chevalier de l'ordre des Arts et des Lettres.

Contact : 01 56 40 22 97

**Sébastien Navarre** devient le nouveau directeur général de A & Co. Il devra accompagner le développement de l'agence sur son savoir-faire en création et maîtrise du déploiement de marques. Il était précédemment directeur associé de The Creative Factory, agence conseil en stratégie et identité de marque.

Contact : 01 56 53 56 07

**Carole Benichou** arrive chez Microsoft France en tant que directrice marketing des audiences. Elle aura pour mission d'accélérer le développement en France de Bing, moteur de recherche de la marque informatique. De plus, elle devra maximiser les flux d'audience de l'ensemble des sites et services grand public de Microsoft en France. Depuis 2008, elle avait la responsabilité des équipes médias, marketing digital et marketing relationnel chargés de la mise en place des plans plurimédias et digitaux du groupe Procter & Gamble.

Contact : 01 58 65 00 81

**Olivier de Mendez** devient directeur marketing et communication de Starbucks Coffee France. Il devra faciliter le développement de la marque en France, et plus particulièrement de définir son positionnement, ses stratégies prix et produits, ainsi que sa stratégie de communication interne et externe. D'avril 2010 à mars 2011, Olivier de Mendez était directeur-conseil chez Publicis Dialog France.

Contact : 01 44 76 73 00

**Garance Wattez-Richard** devient la nouvelle directrice des relations presse et de la réputation du Groupe Axa. Elle était précédemment responsable de la marque, du marketing institutionnel et du marketing de la recherche chez la filiale Axa Investment Managers.

Contact : 01 40 75 46 42

**Avery Baker** est nommée directrice générale du marketing de Tommy Hilfiger. À charge pour elle de superviser les opérations de marketing et de communication menées sur le plan international et de gérer les événements de la marque pour le groupe.

**Laurent Souloumiac** rejoint le Groupe Michelin pour prendre la responsabilité monde des activités numériques de la ligne de produit LPTC. Son dernier poste était celui de directeur général de France Télévisions Interactive qu'il a quitté en septembre 2010.

Contact : 01 45 66 22 22

**Martin Deffontaines** est nommé directeur de la communication financière de Total. Il remplace donc à ce poste Bertrand de La Noue, qui devient représentant général de Total en Chine. Dans le groupe depuis 1991, il était depuis 2010 directeur de la division stratégie.

Contact : 01 47 44 46 99

**Martine Esquirou** rejoint la Générale de Santé en tant que directrice de la communication et de la marque. Depuis 2010, elle était consultante en stratégie de communication.

Contact : 01 53 23 14 14

**Gwenaëlle L'Hénouret** est nommée directrice marketing Europe d'Arc International. Elle aura pour principale mission de définir et garantir la cohérence des plateformes de marques Consumer Goods au niveau européen et Food Service au niveau mondial

Contact : 03 21 12 79 74

## « Heureusement, il y a... »

*Findus fera sa révolution en 2012. À cette occasion, la célèbre marque de surgelés et Publicis Activ ont concocté une campagne de publicité pour célébrer son nouvel engagement et surtout un nouveau slogan.*

Manger surgelé c'est bien, mais manger équilibré c'est mieux... Findus l'a bien compris. En effet, à partir du 1er janvier 2012, 100 % des produits de la marque seront cuisinés sans colorant, sans conservateur, sans huile de palme. Le « 3S » marque l'engagement de l'enseigne, qui depuis plus de 10 ans entreprend une démarche nutritionnelle sur l'ensemble de ses produits. Signe de ce combat, un dispositif important sera mis en place jusqu'à avril 2012. En collaboration avec Publicis Activ, une campagne de presse est prévue de la mi-décembre 2011 à mi-février 2012. Celle-ci sera déclinée dans les magazines féminins, culinaires, ainsi que dans la presse quotidienne. Avant de laisser place au début du mois de février à une campagne télé. Elle mettra en scène une petite fille et un petit garçon, faisant manger à leur doudou un produit de la gamme pour affirmer : « Doudou aussi il adore quand c'est que du bon. » Mais « ZE » révolution, concerne le slogan de Findus. Qui n'a jamais chantonné « Heureusement il y a Findus ? ». Depuis 1984, cette phrase, cette voix, cette mélodie ont accompagné toutes les campagnes de la marque. Pour autant, il est l'heure de lui dire au revoir... et d'accueillir « Naturellement, il y a Findus ». Cette nouvelle signature marque le souhait de Findus de rendre plus fort son engagement autour de la clarification et de la simplification des listes d'ingrédients. Gageons alors pour Findus que ces nouveaux ingrédients se consomment sans modération.

Contact : 01 46 24 92 94

## Un train de Noël pétillant

*Noël est un moment féerique. Ses cadeaux, sa bonne humeur, son froid, mais surtout son père Noël rendent cet instant magique.*

*Coca-Cola, grâce à son Train de Noël, invite les amateurs à plonger dans cet univers.*

Chaque année, le célèbre papa Noël arpente les quatre coins du monde pour y déposer ses jouets par milliers. Vêtu de ses habits rouges et de sa barbe blanche, il émerveille petits et grands. Mais cette année, pour aller à la rencontre des Français, le gentil monsieur a souhaité laisser ses rennes au repos. Pour qu'il soit à l'aise et bien dans ses baskets, son associé, Coca-Cola, lui a offert (oui parce que le Père Noël a aussi le droit aux cadeaux) un Train de Noël, où tout son univers est représenté.

Du 16 au 29 décembre, le monde merveilleux du Père Noël sillonne l'Hexagone pour faire plonger les amateurs au cœur de la magie des fêtes. Afin que cette expérience soit inoubliable, Coca-Cola a mis en route un train. Il embarquera les Français à destination du Pôle Nord en passant par Paris, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Rennes, Clermont-Ferrand, Bordeaux et Strasbourg. C'est grâce à un billet magique remis sur place que les visiteurs partent à destination d'une expérience tout autant magique. Les traîneaux laissés au repos, les voitures présentes dans ce train permettront de s'envoler vers le pays merveilleux du Père Noël. D'autres animations sont également prévues au cours de ce parcours. Les animaux de la banquise et de la forêt accueilleront dans leurs tenues d'hiver les touristes. Ces derniers auront également l'occasion de visiter la maison du Père Noël où se trouvent bon nombre de souvenirs, dont quelques photos de ses rencontres avec les enfants de l'Association Petits Princes. Le voyage se poursuivra dans la fabrique de jouets qui, comme son nom l'indique, regorge de matériaux nécessaires à la création de jouets en tous genres. L'excursion se finira dans la boutique du Train de Noël, où de nombreux produits collector Coca-Cola seront vendus. Parmi ces objets, une collection de produits solidaires sera vendue. L'ensemble des ventes de cette sélection sera reversé à l'association Petits Princes, qui a pour but de donner vie aux rêves des enfants et adolescents gravement malades. Rendez-vous donc dans le Train de Noël de Coca-Cola pour que s'offre à vous bonheur.

Contact : 01 53 21 00 40

## Changer de smartphone, un vrai casse-tête

*Certaines décisions sont dures à prendre. Habituellement, celles-ci correspondent au besoin de changer de toit ou de banque, mais aujourd'hui, elles concernent également les smartphones comme en témoigne l'étude menée par GFK.*

Depuis quelques années, les smartphones ont envahi les modes de communication des Français. Lors du premier achat d'un de ces produits, un temps important est consacré au choix lui-même. Pour autant, ce temps ne se réduit pas quand il s'agit de changer son smartphone. Selon une étude internationale menée par GFK Business & Technology, un cinquième de l'ensemble des consommateurs interrogés trouvent que renouveler son smartphone est plus difficile que de changer de compte bancaire... Les résultats de cette enquête ont également montré les trois principales difficultés rencontrées par les consommateurs au moment venu : la première concerne le changement des fonctions et des applications, la deuxième renvoie au fait de devoir apprendre à utiliser un nouveau type de smartphone, et enfin la troisième correspond au transfert de l'ensemble du contenu multimédia (musiques, vidéos, livres) de l'ancien vers le nouveau téléphone. En France, ce top 3 correspond entièrement au top 3 international. Selon François-René Crocquet, directeur d'études, pôle services, business & technology chez GFK, « les facteurs qui freinent le changement de smartphone sont le reflet d'une mentalité séculaire : "on ne change pas ce qui marche" ».

L'enquête a également montré les critères clés privilégiés par les utilisateurs, pour une bonne utilisation du produit. Ils concernent la facilité d'utilisation, l'intégration des fonctions et l'accès au contenu. Ainsi, selon les consommateurs des pays interrogés, les avis diffèrent. Dans les pays d'Europe de l'Ouest, les consommateurs favorisent la facilité d'utilisation, tandis que les Chinois préfèrent à 92 % l'accès au contenu depuis différents terminaux. Enfin, 72 % des utilisateurs de smartphones ont déclaré « trouver facile l'accès aux applications et la navigation dans les menus ». Tout en souhaitant un accès universel à leur contenu multimédia, quel que soit l'appareil utilisé.

Contact : 01 47 14 44 00

## AGENCE

### Splio

**Splio** ouvre ses bureaux au Brésil. Après l'Espagne et la Chine, le spécialiste de la relation client multicanal investit le marché sud-américain. Cette nouvelle entité sera dirigée par Hadrien Royal. Il aura pour mission de développer le groupe au Brésil, puis s'étendre au continent sud-américain. Il devra également accompagner les annonceurs internationaux sur ce marché émergent.

Contact : 06 63 98 36 18

**Solving Efeso International** cabinet de conseil spécialisé dans la stratégie, la gestion du changement et l'excellence opérationnelle, rachète Intuition, société de conseil en stratégies de marques et d'innovation qui compte parmi ses clients, un nombre important de grandes marques figurant dans le CAC 40.

Contact : 01 48 06 30 60

**Meanings** finit l'année 2011 en beauté. L'agence de communication corporate annonce la signature de 13 nouvelles collaborations. Parmi lesquels : la région Île-de-France, la SNCF, l'université Paris 8, Vinci Concessions, etc.

Contact : 01 45 49 81 72

**Makheia Group** poursuit sa spécialisation de community management avec le groupe Top/Com/Gibory/, Alfa Romeo et Good Year.

Contact : 01 53 23 35 06

**Euro RSCG C & O** accompagne le lancement mondial de Deezer. C'est dans le souhait de poursuivre son expansion internationale que la plateforme de streaming musical a choisi la filiale du Groupe Havas. La mission comprend le lancement de Deezer au niveau mondial et dans les pays-clés, ainsi que les annonces stratégiques comme celle du partenariat avec Facebook. Ce contrat inclut également la gestion des relations avec les médias off et online et les principaux influenceurs du secteur de la musique dans le monde.

Contact : 01 58 47 95 26

**Euro RSCG 360** se voit confier par Privilège, la réalisation de sa nouvelle identité visuelle, ainsi que sa prochaine campagne de communication. Différents projets on et offline sont également programmés pour 2012.

Contact : 01 58 47 91 16

**Entrecom** a été retenue, après compétition, pour accompagner l'INPI (Institut national de la propriété industrielle) dans la conception et la réalisation de ses supports d'édition. Cet accord durera pendant trois ans.

Contact : 01 53 09 39 00

**AACC** accueille six nouvelles agences. By Agency, Imagence, Extrême Sensio, Zoorit, RUN-Y & R et enfin Circus Publicis rejoignent l'Association des agences-conseils en communication.

Contact : 01 47 42 27 26

## CAMPAGNE

### MCS

**MCS** (Ma Chaîne Sport) s'affiche pour la première fois en Île-de-France. C'est à travers un visuel créé par l'agence Ailleurs Exactement, que la chaîne de télévision référente dans l'univers du sport communique. La campagne sera visible sur 2 000 faces de bus et dans la presse gratuite.

Contact : 01 55 43 50 68

**La Française des Jeux** lance une campagne de communication sur son engagement dans le sport. Celle-ci vise à mieux faire connaître son engagement sociétal dans le sport, à l'aube de cette année 2012 « très sportive ». La campagne se compose de visuels réalisés par l'agence Young & Rubicam. Ils donnent à voir la diversité et la pérennité de l'engagement de la Française des Jeux dans le sport. Trois témoignages sont ainsi mis en scène dans cette campagne qui a démarré le 14 décembre dernier.

Contact : 01 46 84 30 28

**La FNAC** lance sa campagne pour sa liseuse numérique, Kobo by Fnac. C'est à travers une annonce presse et une campagne de bannières, conçues par Publicis Conseil, que le spécialiste de vente de produits culturels souhaite faire connaître son produit. Les visuels représentent un key visual mettant en avant la profusion de livres que peut contenir la liseuse. Celle-ci est ornée de plusieurs bandeaux rouges faisant référence aux prix littéraires.

Contact : 01 44 43 66 68

**GB Affichage** et la radio Contact habillent les murs des grandes villes du Nord-Pas-de-Calais Picardie pour promouvoir un jeu-concours organisé par la radio, du 12 au 22 décembre. À la clé, une Hyundai i10 à gagner.

Contact : 03 20 76 26 23

**Diplomatic-Cover** annonce avoir été retenue par Crispin Porter & Bogusky (agence de publicité américaine) pour la réalisation digitale d'une campagne de communication pour le compte de MetLife (spécialiste de l'assurance-vie). Intitulée « Save a Memory », cette campagne consiste à mettre en scène des souvenirs des malades d'Alzheimer et d'inciter les internautes à « sauver leurs mémoires » en interagissant sur le mur 3D du site. Le résultat est à découvrir ici.

Contact : 01 73 79 50 59

**Desperados** lance sa première campagne illustrant son engagement « Drink responsibly ». Ce principe vise à sensibiliser les jeunes à la consommation responsable. La campagne, mise en place par Dufresne Corrigan Scarlett, se décline en plusieurs supports. Une expérience participative permet aux internautes de décliner les visuels de la campagne off-line avec leurs propres images de soirées, pour ensuite illustrer une galerie interactive. Un déploiement global, mêlant campagne off-line, street marketing et on-line commencera mi-décembre 2011 et sera lancé au fur et à mesure dans plus de 15 pays.

Contact : 01 46 17 01 08

**90 secondes** dans la peau d'un All black. Telle est la promesse faite par Adidas au public français dans son spot « All black expérience ». Ubi Bene a mis en place un dispositif totalement inédit pour l'équipementier de la formation néo-zélandaise. Diffusé dans les MK2, le film plonge les téléspectateurs dans l'univers intense des champions du monde de rugby.

Contact : 01 42 99 99 00

## RP

### **Pietri|Publicis Consultants**

**Pietri|Publicis Consultants** se voit confier la gestion des relations presse produits et corporate de Merc. L'agence sera chargée de soutenir le développement de la marque de mode londonienne en France.

Contact : 01 44 82 45 85

**La Maison Link** va développer les relations médias et publiques du groupe Bigard. Ainsi, l'agence veillera à mieux faire connaître aux médias les produits de la marque alimentaire.

Contact : 01 53 32 11 78

**Hopscotch** a été choisie par le groupe De Particulier à Particulier pour l'accompagner dans ses relations avec les médias. De plus, l'agence est également missionnée pour faire connaître l'offre globale du groupe auprès du public cible à travers un programme de relations médias, écrit et audiovisuel.

Contact : 01 58 65 10 28

**Bridge Communication** annonce avoir remporté trois nouveaux budgets en relations médias et conseils marketing. En effet, l'agence a été choisie par Calais Promotion pour une mission en relations presse et marketing territorial. L'Académie du Service lui a confié ses relations presse. Enfin, elle assurera pour Mondizen, le conseil en communication et la gestion des relations avec la presse.

Contact : 06 50 92 21 56

## DIGITAL

### **LuluCastagnette**

**LuluCastagnette** lance son site e-commerce. Depuis le 19 décembre, le site réalisé en interne, permet de retrouver tout l'univers de la célèbre marque de prêt-à-porter.

Contact : 01 44 94 95 64

**Le ministère de la Culture et de la Communication** poursuit son action autour des développements multimédias. Le ministère vient de lancer la nouvelle formule de son site institutionnel. On y retrouve toutes les informations sur l'institution ainsi que l'ensemble des politiques menées. Enfin, une version mobile du site est également disponible en téléchargement gratuit sur tous les smartphones.

Contact : 01 40 15 74 71

**Brightcove** a été sélectionnée par le Groupe 01, filiale de NextRadioTV, pour sa plateforme de vidéo en ligne Video Cloud. Celle-ci a pour but de supporter les contenus vidéo diffusés sur l'ensemble des sites Internet du groupe.  
Contact : 01 56 02 68 24

## ÉVÉNEMENTIEL

### Nutella

**Nutella** la mythique pâte à tartiner invite, à quelques jours de Noël, petits et grands à partager un moment gourmand d'exception, au sein de la Galerie Nikki, située 10 rue de Turenne à Paris. Une forêt de sapin accueillera les visiteurs. Tous pourront déguster un petit-déjeuner ou profiter d'une pause goûter. Un atelier de dessins et un studio photo sont également au programme. Les fans de Nutella pourront immortaliser ce moment en posant au milieu de pots géants. Un événement savoureux imaginé par les agences La Lune Rousse et Gootenberg.  
contact : 01 43 59 29 88

## MARKETING

### Interhome

**Interhome** lance deux jeux-concours sur sa page Facebook. Jusqu'au 24 décembre 2011, le spécialiste de la location d'appartements et maisons individuelles propose un jeu sous forme de calendrier de l'Avent. Chaque jour, les participants devront répondre à une question. Un tirage au sort aura lieu quotidiennement pour remporter des produits d'une valeur de 20 à 350 €. À l'issue du 24 décembre, un tirage au sort final récompensera les participants ayant répondu correctement à toutes les questions posées. Le gagnant remportera la location d'un chalet en Autriche pendant une semaine. Autre jeu également programmé, le Reporter Interhome. Le principe consiste à offrir une semaine de location aux prétendants, qui devront raconter leur séjour via blogs et réseaux sociaux.  
Contact : 01 41 38 86 53

## DESIGN

### Place du Marché

**Place du Marché** signe les étuis des Single Malts Aberlour. Destinés à mettre en valeur la gamme premium et standard et inspirés du monde de la chasse, ils se déclinent en une présentation luxueuse.  
Contact : 01 42 12 20 29

**Le Salon du livre** a une nouvelle identité visuelle. Exit Bouki, la mascotte du Salon, qui laisse sa place à une colombe blanche. Désireux d'écrire une nouvelle page de l'histoire de rendez-vous annuel, le Syndicat national de l'édition et Reed Expositions France ont souhaité ce changement. Le visuel a été créé par l'agence Belleville, qui était déjà en charge des précédentes affiches. Le Salon du livre se tiendra du 16 au 19 mars 2012.  
Contact : 01 55 33 15 22

**DIM** change de look. La célèbre marque de lingerie a confié à Interbrand le soin de redynamiser son identité. Dans ce nouveau visuel, les fondamentaux de la marque restent. Les couleurs noir et blanc ainsi que sa typographie seventies ne changent pas. La modernité apparaît par la disparition du ruban noir, laissant place à une étiquette toute en rondeurs. Celle-ci évoque bien sûr les formes féminines. Enfin, ce changement de style souligne la volonté d'innovation de DIM à travers un reflet 3D métallisé.  
Contact : 01 55 57 06 49

## PARTENARIAT

### Viadeo

**Viadeo** et Sanoma Independent Media (SIM) annoncent la création d'une joint-venture. Elle vise à développer et renforcer la présence du réseau social professionnel en Russie. SIM est un des groupes de médias les plus importants de Russie. De plus, la plateforme Viadeo sera disponible en cyrillique dès le début de l'année 2012.  
Contact : 06 89 77 16 64

**Ma Tribune internationale** propose un nouveau média Web. Ce dernier s'adresse aux entreprises soucieuses d'intelligence économique. Il compile et traduit en français des informations du monde entier sur les problématiques référentes d'un secteur. Rendez-vous donc sur [www.matribuneinternationale.fr](http://www.matribuneinternationale.fr).  
Contact : 01 83 62 88 11

**L'AFP** s'associe au Yomiuri Shimbun, grand groupe de presse japonais. Cet accord a pour but de fournir aux clients

AFP, des images d'actualité en provenance du Japon.

Contact : 01 40 41 81 12

## MECENAT

### Planetveo.com

**Planetveo.com** s'engage avec la Croix-Rouge française. Le créateur de voyages sur mesure s'engage à offrir la possibilité de partir en voyage aux personnes n'ayant pas la possibilité de le faire. Pour ce faire, le tour-opérateur lance un appel aux dons à ses clients et s'engage à verser le même montant que ceux versés par les donateurs.

Contact : 01 44 94 95 70

**Mistel Bell** s'implique aux côtés d'Action contre la faim. En effet, la régie publicitaire mobile a décidé d'aider l'organisation en offrant des espaces publicitaires sur de nombreuses applications mobiles. Cette démarche a pour but de récolter des fonds pour promouvoir la campagne de collecte de dons à l'approche des fêtes de fin d'année.

Contact : 01 43 59 00 47

## INTERVIEWS

*Les articles publiés dans L/Expression/Com sont issus d'interviews hebdomadaires réalisés par nos journalistes sur le plateau de [lexpressiontopcom.fr](http://lexpressiontopcom.fr)*

*Renseignements au: 01 47 34 02 70*

**PRGN/YES WE CAN:** PRGN, autrement dit Public Relations Global Network, est, comme son nom l'indique, un réseau international d'agences de RP. Un réseau de 41 agences dans le monde qui s'est développé par cooptation de ses membres. L'une des exigences du réseau est que chaque agence membre doit être dirigée par son ou ses fondateurs. PRGN célébrera en 2012 son 20e anniversaire et nous recevons sa présidente, Francine Robbens, accompagnée d'Elizabeth Ebel, présidente de l'agence Yes we can, et bien sûr membre du réseau PRGN.

**AIR LIQUIDE:** Dans le cadre de son programme d'actions ALMA 2015, Air Liquide a fait appel à l'agence Meanings pour l'accompagner dans sa stratégie de communication interne. L'objectif : conquérir la bienveillance et l'adhésion des équipes autour de ce projet d'entreprise. Deux volets ont vu le jour. Une campagne d'affichage, destinée à faire connaître et faire comprendre ce plan stratégique, diffusait des messages d'aventure commune, de destin partagé. Un site événementiel a ensuite vu le jour. Les collaborateurs étaient invités à témoigner leur expérience et comment, au quotidien, ils participent au succès du programme ALMA 2015.

**DOMESTOS:** Après avoir rencontré une énorme succès au Royaume-uni, en Irlande, en Pologne et en Afrique du Sud, le site Flush Tracker de Domestos arrive en France. L'idée est de suivre ses eaux usées une fois la chasse tirée.

# ANNONCES GIBORY

## *Les missions en cours de Gibory*

### **Missions en cours Top/Com/Gibory/Search**

» H/F RESPONSABLE COMMUNICATION Groupe Européen de Distribution (secteur des services BtoB) recrute Responsable Communication  
Mission principale : s'imposer comme le référent et l'interlocuteur dédié sur tous les sujets inhérents à la Communication interne et externe  
Contact : search@lexpressiontopcom.fr

» H/F SENIOR, DIRECTEUR DE CLIENTELE, DIRECTEUR CONSEIL Agence (confidentielle) leader des relations publiques, du web social et des stratégies d'informations digitales recherche Sénior, Directeur de clientèle et Directeur conseil Problématiques traitées : relations publiques, relations presse, médias sociaux, e-réputation, stratégie d'influence interactive, veille et études, communication de crise.... Contact : search@lexpressiontopcom.fr

» H/F DIRECTEUR MARKETING PRODUITS SERVICES ET DIGITAL Rattaché au Directeur Général Stratégie, Etudes et Marketing, le titulaire du poste aura pour missions principales de concevoir et d'évaluer les offres Produit, les services à destination des clients et les offres digitales sur l'ensemble des univers opérés par l'entreprise (secteur médias). Contact : search@lexpressiontopcom.fr

### **Missions en cours Conseil en choix d'Agences et en solutions Web**

» L'Institut Pasteur, Fondation privée à but non lucratif, recherche, via Gibory/, son agence conseil en communication événementielle pour mettre en oeuvre l'inauguration de son nouveau centre de recherche prévue à l'automne 2012. Cette agence devra également pouvoir utiliser cet événement pour créer du buzz sur la toile en lien avec l'agence digitale, développer des relations presse et accompagner ce rendez-vous au travers d'une campagne publicitaire corporate. Contact : drabowicz@gibory.fr

» Le BRGM, établissement public de référence dans le domaine des sciences de la terre pour gérer les ressources et les risques du sol et du sous-sol, recherche via Gibory/ son agence conseil spécialisée en digital pour la refonte de son site internet www.brgm.fr. Il a retenu en short list les agences Angie, Plan Créatif et Publicorp. Contact : drabowicz@gibory.fr

Pour plus d'informations consultez le site [www.gibory.fr](http://www.gibory.fr)

Vous êtes responsable de communication dans une entreprise et désirez faire connaître vos opérations de communication ? Vous êtes un professionnel de la communication d'entreprise et souhaitez faire partager votre expérience au lecteurs de L/Expression/Com/

**Contactez Margot Pruvot au:0147343139**

L/Expression/Com/et les infos de L/expression/Com/sont des publications des éditions de l'Expression.  
22, rue Plumet- 75015 Paris. Tél:0147340270;Fax:0147340046 N° de commission paritaire: 0111|87512.ISSN:2103-8856

**Directeur de la publication et de la rédaction:** Patrice Legendre

**Journaliste:**Abder Mahroug (31 39) **Secrétariat de rédaction:** Abder Mahroug (31 38) **Révision:** Carol Duheyon

**Administration:** Laurent Felbacq (34 33) **Responsable abonnements:** Dominique Middernacht(34 32) **Secrétariat:** Élodie Mélo (34 31)

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