



Preuve d'efficacité

PALMARES

Quand le Sun s'approprie le discours technologique.

Les films jouent sur l'ambiguïté du terme handheld, qui signifie à la fois « qu'on tient à la main » et « mobile ». Le premier film explique pourquoi le journal est « tellement génial ». Cela tient d'abord dans une réponse assez classique : parce qu'on y trouve ce qu'il y a de mieux en matière de news...



LIRE +

Point de vue

L'Eldorado des licences

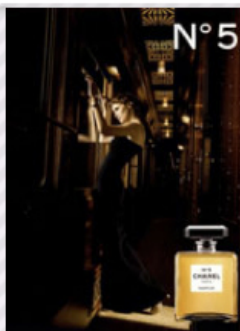


- Une égérie pour les licences de GMC
- Un nouveau cadre pour les licences Lagardère...
- Quid des licences Prisma Presse ?

2010 marque un tournant dans la vie des produits de licences du Groupe Marie Claire. L'australienne Jennifer Hawkins, élue Miss Univers en 2004, étant devenue ce mois de janvier, l'image dans le monde de « Marie Claire Paris », qui commercialise...

LIRE +

On vous en parle



Chanel N°5, pub magazine préférée des Français en novembre

Les Français aiment les campagnes des marques de luxe. Après la campagne Dior avec Marion Cotillard...

25e Grand Prix d'APPM : Arthur SADOUN et Antoine SIRE sont les co-présidents du jury qui se réunira les 26 et 27 mars prochain à Monaco

Le coin des études



Les enseignements de SIMM-TGI 09

Nouveau : ayant qualifié l'attachement des Français à leurs journaux et magazines, le cru 2009 de l'étude médias-marchés de référence SIMM-TGI est très satisfaisante pour la presse magazine.

LIRE +

Preuve d'efficacité Livres



Vivre l'actu à travers le dessin de presse

Le dessin de presse, c'est une façon de déjouer le politiquement correct avec une pointe d'humour, d'amusement, d'ironie. «Le dessinateur de presse a un cerveau coudé»...

LIRE +

Les meilleures campagnes du mois



Preuve d'efficacité

Bilan Effipresse

Cassegrain

Comment sur un produit innovant la presse multiplie les intentions d'achat : +26%





«Prévention Incendie»,
pub magazine préférée
des Français en décembre
C'est cette campagne de prévention
contre les incendies domestiques, lancée
le 15 décembre dernier...

Rendez-vous sur le site:
prevention-incendie.fr

Citation

"Les grands médias construisent
l'image de la marque et légitiment son
utilité dans la vie des consommateurs.
Les canaux hors-média servent à
rendre accessible la marque en
fonction des cibles et des modes de
vente"

Raphaël de Andreis, co-président de BETC
Euro RSCG (Le Figaro, 21 décembre 2009)



CONTEXTE DE COMMUNICATION

DISPOSITIFS

PRINCIPAUX RESULTATS

Meilleure campagne étrangère



Marithé et François
Girbaud : 6 annonces
pour 1 choc visuel

Dans l'exercice montrer les modèles
dans une mise en scène originale qui
porte les valeurs de la marque...

Chiffres

+ 8,7 % : C'est selon Kantar Media (le
nouveau nom de TNS Media
Intelligence) la progression des
investissements publicitaires...

Pub : + 2 % C'est la progression des
investissements dans la presse
magazine en décembre, selon les
chiffres bruts de TNS Media
Intelligence...

Point de vue

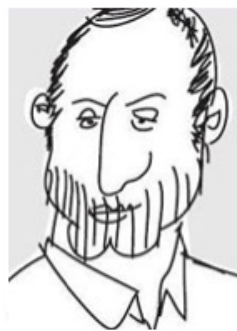


Les pub catalogues peuvent elles
être efficaces ?

Iconoclaste ! Une bonne pub catalogue est
parfois préférable à un concept moyen.
A chaque fois que je participe à un jury
publicitaire...

LIRE +

Point de vue



« L'illustration permet de faire
passer un sourire »

Le media magazine est traité un peu à
la manière de la presse quotidienne, avec
une succession de clins d'œil s'appuyant
sur des événements, et des sensibilités.

LIRE +

Ils ont dit

>Seul l'écrit permet de
structurer la pensée, confrontée
désormais à une telle profusion
d'information

Henri Nijdam, PDG du Nouvel Economiste. En
décembre 2009, dans une interview au Journal
du Barter

A lire également



Presse : Tetra Pak joue l'effet
d'optique

Variance mise sur le naturel de
photos instantanées

Ferragamo et Elle : une initiative
globale

Kickers enrôle le père Noël

Izia fait son entrée dans la campagne
Petit Bateau

L'illustration : un marché qui a de
l'avenir ?

Nouvelle décennie, nouvelles égéries

Blogs
(blog me)

Archives
consultez

Retour au site :

PresseMagazine.com