

# THE MAKERS

by **MEDIAOBS**



# QUI SOMMES NOUS ?

Depuis 20 ans, **MEDIAOBS**, filiale du groupe de Claude Perdriel, est un éco système de communication global au service des annonceurs et de leurs agences. **MEDIAOBS** conçoit et développe des solutions commerciales globales mixant la publicité et toutes les autres formes de communication

**MEDIAOBS** s'appuie sur le professionnalisme de ses équipes et sur 5 engagements :

- > **La Créativité** - Capacité d'innovation
- > **L'Agilité** - Réactivité au service des acteurs du marché
- > **La Force collective** - Ambassadeurs motivés et nourris des valeurs de nos marques
- > **Le Service et les Solutions** - Optimisation des complémentarités media
- > **L'Innovation** - Atelier de productivité au service des marques, optimiste et généreux

**THE MAKERS EST LA PLATEFORME CRÉATIVE DE MEDIAOBS**



# QUI SOMMES NOUS ?

## 13

**FAMILLES**  
de marques media  
influentes spécifiques  
repères

## 25

**ÉDITEURS**  
écrivent leur  
histoire avec nous

### **BUSINESS**

Challenges

### **CULTURE**

Première  
Illimité  
Polka  
Photo  
Lire

### **MUSIQUE**

Magic  
Opéra Magazine  
Classica

### **ÉVASION**

Grands Reportages  
A/R magazine  
Trek  
Yachting Classique  
L'Officiel Voyage

### **BIEN-ÊTRE ET SANTÉ**

Slowly Veggie!  
Healthy Life

### **MODE ET LIFESTYLE**

L'Officiel  
L'Officiel Hommes  
La Revue des Montres  
Jalouse

### **TREND SETTER ET SOCIÉTÉ**

Têtu  
Causette  
Le Nouveau Magazine  
Littéraire

### **INVESTIGATION**

Le Nouveau Détective  
Réponse à tout  
Horoscope

### **ART/DESIGN**

Intramuros  
Arts Magazine  
Grande Galerie  
L'Officiel Art

### **DÉCORATION STYLE DE VIE**

Viva Déco  
Esprit d'ici

### **SCIENCES ENVIRONNEMENT**

Sciences et Avenir  
La Recherche

### **GASTRONOMIE**

Marmiton  
Saveurs  
Fou de Pâtisserie  
Thermomix et moi  
Papillote  
Saveurs Thermomix  
Yam  
Fou de Cuisine

### **HISTOIRE**

Historia  
L'Histoire  
Raids  
Militaria  
Raids Aviation  
Charge Utile  
GBM  
SteelMasters  
WingMasters

# NOS VALEURS

## CHEZ MEDIAOBS

Nous croyons en la qualité et en la puissance des **CONTENUS**...

Nous nous adressons à des **COMMUNAUTÉS** qualifiées, expertes qui identifient nos marques medias comme référentes de leur thématique/univers.

Nous explorons **LES NOUVEAUX USAGES** et les nouvelles formes d'écriture pour créer les plus belles rencontres avec vos marques en nous appuyant sur l'écosystème de nos titres.

**NOS VALEURS D'ORIGINE** sont plus que jamais d'actualité.

> **CRÉATIVITÉ**

> **RÉACTIVITÉ**

> **PROXIMITÉ**

> **AGILITÉ**

> **INNOVATION**

> **SERVICE**

> **DISPONIBILITÉ**

Nous créons un atelier de productivité AU SERVICE DE VOS MARQUES avec optimisme et générosité : **THE MAKERS**

**THE  
MAKERS**  
by MEDIAOBS

# THE MAKERS by MEDIAOBS

Pour répondre aux logiques des marques, nous **COMPLÉTONS NOS MISSIONS** et **MIXONS TOUS LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION.**

**NOS  
VALEURS**



# NOS UNIVERS



**BUSINESS**



**SCIENCES**



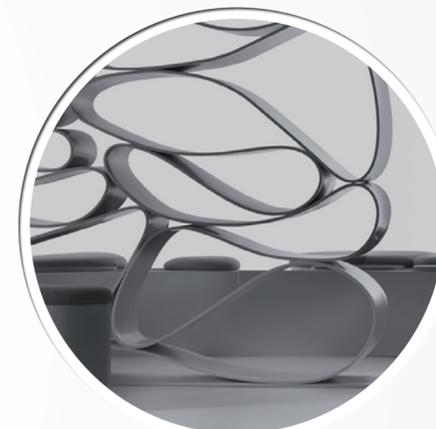
**PICTURES**



**LIFESTYLE**



**FOOD**



**DÉCO-DESIGN**



**ARTY**



**TOURISME**



**HISTOIRE-ART**

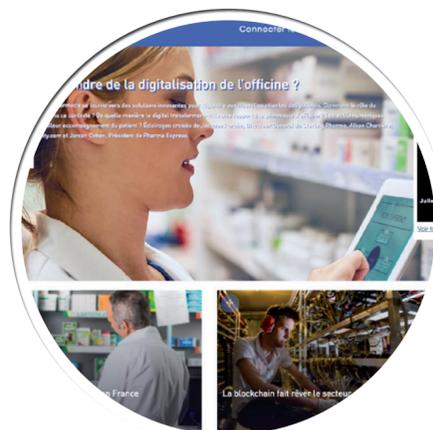
# NOS EXPERTISES



## LES CONTENUS



## LES EVENTS



## SOLUTIONS DIGITALES



## LE HORS-MEDIA

# NOS EXPERTISES

## LES CONTENUS

### LE PRINCIPE

- Comprendre l'histoire et les valeurs de l'entreprise ou de la marque
- Proposer des créations clé en main
- Utiliser les formes d'expression de contenus les plus adaptées : tutoriels, rédactionnels, CRM, product contents, native ad, corporate, livres blancs
- Trouver les talents crédibles : vidéo, rédaction, artistique
- Produire et diffuser

Challenges • Première • Illimité • Polka • Photo • Lire • Magic • Opéra Magazine • Classica  
Grands Reportages • A/R magazine • Trek • Yachting Classique • L'Officiel Voyage • Slowly Veggie!  
Healthy Life • L'Officiel • L'Officiel Hommes • La Revue des Montres • Jalouse • Têtu • Causette  
Le Nouveau Magazine Littéraire • Arts Magazine • Grande Galerie • L'Officiel Art  
Viva Déco • Esprit d'ici • Sciences et Avenir • La Recherche • Marmiton • Saveurs • Fou de Pâtisserie  
Thermomix et moi • Papillote • Saveurs Thermomix • Yam • Fou de Cuisine • Historia • L'Histoire



S  
L  
C  
Z  
E  
C  
S



# ROCHE

CAHIER PARTENAIRE : RÉALISATION DE CONTENUS AVEC LA CAUTION DE LA RÉDACTION



- DIFFUSÉ À L'INTÉRIEUR DU NUMÉRO
- REPRISE DES CONTENUS SOUS FORME DE MINI-SITE
- ENRICHISSEMENT VIA ARTICLES ET VIDÉOS
- CAMPAGNE DISPLAY
- POST-FACEBOOK ET TWITTER

BRAND 360°



MEDIAOBS



# LES COLLAB'ELLES / MAIF

## MINI SÉRIE EN 8 ÉPISODES : 8 PORTRAITS DE FEMMES



Elles ont la pêche, sont à l'écoute de leurs concitoyens et de leur époque. Elles sont entrepreneuses et solidaires. Auprès d'elles, la Maif et Causette s'engagent dans l'économie collaborative.

### Les Estampillés, studio de création éthique

PAR LAURE NODUJAHAT

Certaines personnes portent en elles la douceur des nuages. Ekhi Busquet est de celles-là. Le regard aigue-marine, la voix claire et posée, Ekhi parle avec passion de son projet. Les Estampillés, un studio de création éthique. On y trouve des séries de cadres photo, de lampes, de tables, bref un petit mobilier et des objets déco fabriqués en France, avec soin, à travers le réseau des chantiers d'insertion.

Amoureuse des objets depuis toujours, Ekhi Busquet en a fait son métier : designeuse mobilier. Mais dans un monde aux ressources finies, à quel sens il de créer encore ? Celle dont le prénom signifie « œil du jour » en basque croit aux « subversions douces ». Fabriquer encore, oui, mais en conscience.

Formée à la prestigieuse école Boule de Paris puis à l'École polytechnique de Milan, Ekhi se fait remarquer pour son projet de fin d'études, mené en partenariat avec Emmaüs Défi. Elle y parle déjà d'insertion, d'écocitoyenneté et de responsabilité environnementale. L'association lui offre un poste, mais elle ne se sent pas suffisamment solide pour mener à bien ce projet. Elle a alors 24 ans et préfère filer chez L'Oréal et profiter de la puissance de tir du groupe international pour fournir ses armes. Deux ans plus tard, elle rejoint Dior et dirige aujourd'hui le département scénographie de Parfums Christian Dior, un studio de création « en cogouvernance participative », précise-t-elle. Mais son projet social la taraude. Elle lui donne un nom, Les Estampillés, le développe sur son temps libre, crée une structure associative et propose les premiers objets dans une boutique en ligne.

L'originalité du studio de création consiste à s'appuyer exclusivement sur des entreprises d'insertion reconnues d'utilité publique. Elles accompagnent des personnes en situation précaire ou de handicap dans une dynamique d'insertion sociale et professionnelle.

« Travailler avec ces structures renverse la logique de production classique », assure Ekhi Busquet. Ainsi, on prend grand soin des salariés et de leurs besoins spécifiques. « Ce ne sont pas des salines, les personnes ne vont pas percer après fait le même travail dans la journée. » Les petites structures refusent de s'équiper en outillage moderne ou complexe. Elles respectent le rythme de leurs salariés, elles sont donc produits en série (très) limitée. Inconvenant : les délais de fabrication sont rallongés. « Ces contraintes sont en fait de vrais atouts. Avec ce projet, je revivrais les deux extrêmes d'un même bâton : les dimensions sociale et marchande, dans des objets de vrai luxe humain », prévient la jeune femme comme pour démentir les accusations de social washing. Les Estampillés est positionné sur le haut de gamme. Chaque objet est doté d'une fiche d'identité qui dévoile empreintes carbone, économique et sociale. L'initiative fournit du travail à une quinzaine de personnes et 55 % du chiffre d'affaires sont réinjectés dans les chantiers d'insertion.

Très bientôt, la collection d'objets en conscience va s'étoffer et la petite association passer au niveau supérieur. Dans le design, l'une des difficultés majeures consiste à se distinguer, grâce à cette approche sociale et environnementale. Avec cette belle « éthiquette », nul doute que Les Estampillés passera de moins en moins inaperçu.

\* Site : <http://lestampilles.com/>

**MAIF** pour une société collaborative

Retrouvez l'ensemble des articles #EconomieCollaborative sur [causette.com](http://causette.com)

67 Causette # 71

Elles ont la pêche, sont à l'écoute de leurs concitoyens et de leur époque. Elles sont entrepreneuses et solidaires. Auprès d'elles, la Maif et Causette s'engagent dans l'économie collaborative.

### La Réserve des arts

PAR PHILIPPE BOUQUIN

« Ici, c'est la caverne d'Ali Baba, le lieu rêvé des plasticiens ! » s'exclame Sandrine Andreini, petites lunettes design et large sourire. Dans la nef d'un grand hangar, au milieu des chutes de bois, d'anciens décors de théâtre, de caisses de textiles, de bobines de fil et de cuirs multicolores, la directrice de la Réserve des arts explique l'originalité du concept : « L'association récupère des rebuts et des chutes de matériaux dans les entreprises, notamment du luxe, du bricolage et de l'événementiel. Elle les valorise - c'est-à-dire qu'elle en fait l'inventaire et les expose ici, à Paris ou à la boutique parisienne du XIX<sup>e</sup> et sur le site Internet - pour les revendre aux professionnels de la création : stylistes, costumiers, chefs décorateurs, étudiants en école d'art... » Autrement dit, une belle manière de réduire durablement les déchets, de soutenir le secteur culturel et de promouvoir le réemploi.

Tout est parti de la rencontre, en 2008, entre Sylvie Bétard, passionnée de photographie, et Jeanne Granger, alors adjointe de direction à la Fédération des professionnels de l'art contemporain. Reunies pour un projet artistique, elles découvrent l'engagement écologiste du sculpteur Frans Krnjčberg. « De là, ça fait filer, comme Jeanne de sa voix douce. Les entreprises cherchent à se débarrasser de leurs déchets et les professionnels de la création ont constamment besoin de matériaux de récupération pour réaliser leurs œuvres. » Alors, comment satisfaire ces deux demandes ? En fait, l'association new-yorkaise Materials for the Arts a développé le concept depuis trente ans. Jeanne, parfaitement bilingue, part une semaine en immersion là-bas, déterminée : « Je voulais comprendre, rencontrer tous les acteurs : les créateurs, les entreprises, les services municipaux concernés (propreté, éducation, culture...), voir les indicateurs de réussite, les soutiens, etc. » Jeanne et Sylvie cofondent la Réserve des arts. Elles quittent toutes deux leur boulot et, pendant huit mois, à temps plein, sont sur tous les fronts : « En plus de trouver des entreprises donatrices, d'exposer, de vendre, il fallait convaincre l'Administration de reconnaître notre modèle hybride mi-entrepreneuriat, mi-militantisme. Notre innovation a fini par l'être, se souvient Jeanne, le regard clair et pétillant, avant d'expliquer sa prise de recul. La Réserve, c'était un peu notre bébé, mais il fallait passer le relais, apporter d'autres compétences. D'où l'arrivée de Sandrine. »

Aujourd'hui, Jeanne et Sandrine sont sœurs, la réserve compte huit salariés, dix-sept plasticiens « valoristes ». Une soixantaine d'entreprises, inscrites dans une démarche RSE (responsabilité sociale des entreprises), conscientes qu'un déchet a un coût, font appel à la Réserve des arts. « Le pari, c'est qu'il y a des professionnels et des étudiants qui ont le savoir-faire, l'imagination, pour dégoter un déchet (à des prix défiant toute concurrence) et lui donner une deuxième vie. Par exemple, ce grand panneau de bois peut servir pour un décor ou de support pour un peintre », insiste Sandrine Andreini, avant de conclure la visite par l'atelier : « Ici, les créateurs peuvent fabriquer directement au millimètre des matériaux. Les machines-outils ont été achetées grâce à une campagne de financement participatif. L'art d'engager une révolution culturelle. »

En partenariat avec **MAIF** pour une société collaborative

Retrouvez l'ensemble des articles #EconomieCollaborative sur [causette.com](http://causette.com)

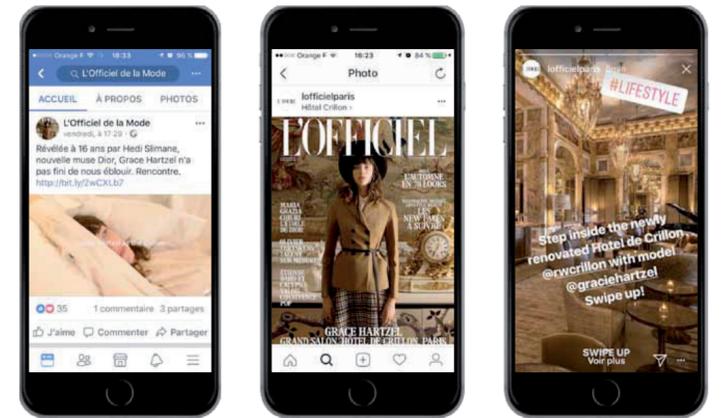
59 Causette # 68

- RÉALISATION D'UNE RUBRIQUE COLLAB'ELLES
- MISE AU SOMMAIRE DE LA RUBRIQUE
- CRÉATION ET PARTICIPATION D'UN DÉBAT AU MAIF SOCIAL CLUB



# HÔTEL DE CRILLON

## ORGANISATION D'UN SHOOTING



- RÉALISATION DE LA UNE
- PRÉSENCE ÉDITO
- CAMPAGNE SOCIALE
- AMPLIFICATION D'UNE COMMUNAUTÉ CSP+



## INAPORC MINI-MAGAZINE

- RÉALISATION DE RECETTES AUTOUR D'UN PRODUIT
- ENCART COLLÉ SUR LE VISUEL DE L'ANNONCEUR DANS LE MAGAZINE



## MAGGI ÉCHANTILLONNAGE

- DÉCOUVERTE D'UN PRODUIT AUTOUR D'UNE RECETTE
- ENCART COLLÉ D'UN ÉCHANTILLON POUR RÉALISER LA RECETTE





## CARREFOUR VEGGIE

RÉALISATION DE RECETTES « SIMPLISSIMES ET FAMILIALES »

- PUBLIÉES DANS LA RUBRIQUE « À TABLE ! »
- RÉALISATION DU STYLISME
- FOCUS PRODUIT
- MISE EN AVANT DU PACKSHOT



RECETTES





# CANON

PARTENARIAT DE LA RUBRIQUE « BY POLKA »

by polka partenariat

## CANON NUTTS SAUVAGES

La marque Canon a missionné deux photographes pour une prise en main de son dernier boîtier plein format, l'EOS 6D Mark II, autour du thème « Nuit sauvage ». Retour d'expérience avec Anne-Charlotte Compan et Cyrus Cornut, qui dévoilent chacun une image.



**Avez-vous l'habitude de travailler ?**  
**A.-C.C.** A mes débuts, j'ai beaucoup réfléchi et testé des équipements différents... C'est au Salon de la photo, il y a deux ans, que j'ai fini par me décider...  
**C.C.** J'ai débuté en 24x36 avec un appareil argentique... Je me suis peu à peu mis au numérique...  
**Vous avez testé pendant quelques jours le Canon EOS 6D Mark II autour d'un thème : "Nuit sauvage". Comment avez-vous choisi d'y répondre ?**  
**C.C.** Ce thème m'a guidé vers un jardin un peu secret... et donc encore sauvage...  
**Cyrus Cornut** J'ai 40 ans et j'ai fait des études d'architecture... Je me suis lancé dans la photo lors d'un voyage en Chine à la fin de mes études...  
**CYRUS CORNUT**  
*"Un combat intérieur". Montreuil. Cette série nocturne de photographies en surimpression a été réalisée au sein du site des "Murs à pêches".*



de maîtriser facilement tous ces paramètres pour composer une sorte de tableau photographique en pose longue...  
**A.-C.C.** Le thème m'a fait penser à "La Fureur de vivre" avec James Dean...  
**C.C.** L'apport incontestable est son écran orientable...  
**Justement, quels sont les apports du Mark II ?**  
**A.-C.C.** Il a clairement répondu à mon premier besoin...  
**ANNE-CHARLOTTE COMPAN**  
*"Nuit sauvage", Seine-Saint-Denis, 2h45, un samedi matin. Ces passionnés de mécanique sont venus de province à die voitures pour un rassemblement clandestin. © Benoit-Denis / Ben leon.*



- CONTENUS ET PHOTOS PAR LA RÉDACTION
- RÉALISATION DU REPORTAGE
- AVEC LE PRODUIT DE L'ANNONCEUR

# NOS EXPERTISES

## LES EVENTS

### LE PRINCIPE

- **Considérer** l'ensemble du territoire de marque
- **Créer** de la proximité et de l'engagement
- **Réfléchir** à de nouvelles solutions stratégiques
- **Développer** des dispositifs de communication inédits
- **Une proposition** en cohérence avec la ligne éditoriale du titre partenaire
- **Des audiences** ciblées, qualifiées
- **Une communication** sur l'ensemble des canaux print, web, digital et réseaux sociaux
- **Une médiatisation puissante**, un effet amplificateur pour étendre massivement la résonance de vos prises de parole, un dispositif sur-mesure

Challenges • Première • Illimité • Polka • Photo • Lire • Magic • Opéra Magazine • Classica  
Grands Reportages • A/R magazine • Trek • Yachting Classique • L'Officiel Voyage • Slowly Veggie!  
Healthy Life • L'Officiel • L'Officiel Hommes • La Revue des Montres • Jalouse • Têtu • Causette  
Le Nouveau Magazine Littéraire • Arts Magazine • Grande Galerie • L'Officiel Art  
Viva Déco • Esprit d'ici • Sciences et Avenir • La Recherche • Marmiton • Saveurs • Fou de Pâtisserie  
Thermomix et moi • Papillote • Saveurs Thermomix • Yam • Fou de Cuisine • Historia • L'Histoire

# Sommet **START-UP**<sup>®</sup> Challenge<sup>s</sup> & INNOVATION Programmation 2019

**PARIS**  
27 MARS

**AIX/MARSEILLE**  
25 AVRIL

**CAEN**  
23 MAI

**LYON**  
27 JUIN

**LILLE**  
26 SEPT.

Depuis 2010, Challenges s'est installé comme leader sur les sujets des start-up et de l'innovation. Chaque année, nous offrons la une à 100 jeunes pousses en recherche de financement, nous identifions les prochaines «licornes», nous publions un classement des business angels français les plus actifs...

**Plus de 500 participants par événement**  
**Plus de 30 speakers connus et reconnus :**  
Frédéric Mazzela, Phillippe Whal, Guillaume PEPY,  
François Bracq, Hervé Parizor, Xavier Niel...

**Plus de 15 conférences par événement**

**Partages d'expériences**  
Capitaliser sur les réussites de la french tech  
Tirer des enseignements des bonnes pratiques étrangères  
Offrir un tremplin à 5 jeunes entreprises

Challenge<sup>s</sup> **SCIENCES**  
ET **AVENIR**



# 5<sup>e</sup> Sommet de l'économie®

PALAIS DE TOKYO - PARIS  
DÉCEMBRE 2019

Depuis 2013, les sommets de l'économie de Challenges ont comme ambition de faire avancer la pédagogie de l'économie en jetant des ponts entre les hommes politiques, le monde de l'entreprise et la société civile.

## 2 demi-journées de débats

4 formats : duos, grands témoins, échanges et tables rondes  
6 grands témoins exceptionnels, politiques et entrepreneurs

## Près de 30 speakers

Edouars Philippe, Alain Juppé, Corinne Lepage,  
Stéphane Richard, Frédéric Mazzella, Guillaume Pepy, Patrick Pouyané, ...

3 500 participants

Challenge<sup>s</sup>





# FESTIVAL Historia

## Vivez l'Histoire!

**FESTIVAL Historia**  
Vivez l'Histoire!  
AVEC H&C HISTOIRE & COLLECTIONS

**DU 16 AU 18 FÉVRIER 2018**  
STRASBOURG • Palais des congrès

**RÉSERVEZ VOTRE STAND**

Contact :  
Christian Stefani  
Directeur commercial  
01.44.88.93.79  
cstefani@mediaobs.com

Pauline Duval  
Responsable Littérature  
01.44.88.97.54 / pduval@mediaobs.com

**SALON DU LIVRE • JEUX VIDÉO ET RÉALITÉ VIRTUELLE • ATELIERS DE MAQUETTES**

**SALON DU LIVRE • DÉBATS ET TABLES RONDES JEUX VIDÉO ET RÉALITÉ VIRTUELLE • MARCHÉ MÉDIÉVAL ATELIERS DE MAQUETTES • SPECTACLES VIVANTS...**



**FESTIVAL Historia**  
Vivez l'Histoire!  
AVEC H&C HISTOIRE & COLLECTIONS

**Le grand rendez-vous de l'Histoire populaire**

**3** jours de festival

**5000 m<sup>2</sup>** d'exposition

**150** stands

**6** grands villages

**3** ateliers

**12** prix littéraires

- ORGANISATION DU 1<sup>er</sup> FESTIVAL DE L'HISTOIRE VIVANTE
- CONFÉRENCES, ANIMATIONS
- REMISE DE PRIX
- 15 000 PARTICIPANTS

# NOS EXPERTISES

# NOS EVENTS SUR MESURE

## LE PRINCIPE

- **Communication** conçue spécialement pour une entreprise
- **Communication émotionnelle** qui doit soulever l'enthousiasme
- **Conseils & développement** d'un service complet :  
conception, production, logistique, roadshow...
- **Lancement de produits**, tables rondes, workshops
- **Création rapide** de notoriété
- **Une proposition** en cohérence avec la ligne éditoriale du titre partenaire
- **Impact sur l'image**

Challenges • Première • Illimité • Polka • Photo • Lire • Magic • Opéra Magazine • Classica  
Grands Reportages • A/R magazine • Trek • Yachting Classique • L'Officiel Voyage • Slowly Veggie!  
Healthy Life • L'Officiel • L'Officiel Hommes • La Revue des Montres • Jalouse • Têtu • Causette  
Le Nouveau Magazine Littéraire • Arts Magazine • Grande Galerie • L'Officiel Art  
Viva Déco • Esprit d'ici • Sciences et Avenir • La Recherche • Marmiton • Saveurs • Fou de Pâtisserie  
Thermomix et moi • Papillote • Saveurs Thermomix • Yam • Fou de Cuisine • Historia • L'Histoire





# TÊTU CONNECT - BNP PARIBAS

ASSOCIATION DE MARQUE AU DÎNER-DÉBAT SUR L'INCLUSION LGBT+ EN ENTREPRISE

**SOUTIEN À TOUS LES COUPLES**  
La signature de cette charte est la politique du groupe sur des effets concrets pour les salariés LGBT+ de BNP Paribas. Son dernier accord d'entreprise en faveur de la diversité ouvre à tous les couples les avantages liés à la parentalité, peu importe le sexe du conjoint. Les couples homosexuels peuvent également demander des autorisations d'absence pour les événements liés à leur belle-famille.

"Au-delà du respect de la loi, qui interdit toute discrimination, nous voulons que nos salariés se sentent en sécurité psychologique et physique, réussissent Caroline Courtin. Plus qu'en sécurité, il faut qu'ils se sentent bien, ainsi ils ne peuvent pas être performants et ne restent pas. L'entreprise a aussi une responsabilité sociale plus globale."

BNP Paribas a pourtant été condamnée par la justice en 2016 en raison de discriminations homophobes contre un de ses anciens employés, Nicolas Barthe. Selon la justice, il avait été harcelé après avoir fait connaître son orientation sexuelle. Mais salaires, écrit de sa progression professionnelle et précision de sa rémunération variable. La BNP

**ET ALORS ?**

**TÊTU Connect**  
Le premier forum qui rassemble les différents acteurs du monde du travail pour promouvoir les talents LGBT+, aider les entreprises à développer une culture plus inclusive et célébrer les rôles modèles.

Responsable des ressources humaines, RSE, de la diversité de votre entreprise. Responsable d'associations LGBT+ étudiantes ou de votre société !

Rejoignez-nous  
[www.tetuconnect.com](http://www.tetuconnect.com)

**TÊTU CONNECT**

INFORMER INCARNER CÉLÉBRER DIVERTIR

**24 MÉDAILLES AUX GAY GAMES**

Pour ce faire, le groupe mise sur des événements comme les Gay Games. L'événement sportif qui prône la tolérance s'est déroulé l'été 2018 à Paris. 200 de nos salariés, de 15 pays différents, ont participé. Ils ont été récompensés de 24 médailles, dont neuf en or, attribuées avec Franck Caroline Courtin. Elle-même n'a pas manqué de médailles mais avait derrière elle, en "présente supporteur", assure-t-elle les poings serrés.

Pour accorder l'inclusion des travailleurs LGBT+, la responsable souhaite se pencher sur la double discrimination subie par les femmes homosexuelles. En mars, elle assista à une conférence du réseau LB Women à Londres. "D'ailleurs, je me demandais si TÊTU considérait faire sa propre charte", lance-t-elle d'un air malicieux.

**“Ce ne sont pas les gays de la classe moyenne qui sont visés”**

discussions, glorieux, photographes, hommes, etc., tout est offert. Leur décision de travailler dans un secteur plus qu'une réaffirmation de l'amour que les couples se portent. Reste encore la possibilité de fuir le pays ou au cas où la répression gagnerait du terrain. Mais Antônia et Virginia réalisent le danger : "Nous sentons la menace, mais, concrètement, ce ne sont pas les gays de la classe moyenne qui sont visés. Ce sont les populations trans, gays, noirs, des familles et des personnes qui sont en première ligne, celles qui défilent les violences."

**Les ressources humaines de la BNP**

Véritable bélière de la diversité chez BNP Paribas, Caroline Courtin occupe depuis avril 2018 le poste de responsable diversité et inclusion. Elle s'attèle à poursuivre les efforts du groupe pour lutter contre les discriminations et mettre en confiance les salariés LGBT+.

**UN RÉSEAU D'ENTRAIDE INTERNATIONAL**

Aujourd'hui, elle dirige la politique de diversité et d'inclusion de l'ensemble du groupe, dans 73 pays. La banque a établi un réseau mondial de référents diversité. Pour une quarantaine de pays, ces correspondants prennent en charge les questions de

**“Nous avons un vrai engagement de conviction”**

diversité et servent de relais. Depuis 2012, un salarié est victime de harcèlement ou de stigmatisation professionnelle en raison de son orientation sexuelle, il peut le signaler à ce référent, anonymement ou non.

"Les salariés LGBT+ peuvent aussi trouver de soutien via les réseaux d'employés Pride", ajoute Caroline Courtin. Ces groupes rassemblent 3 000 employés LGBT+ et allient de BNP Paribas. Le premier a été créé à New York aux États-Unis. La version française est née en 2015 et compte aujourd'hui 800 membres.

- INVITATION POUR 5 COUVERTS
- PRÉSENCE LOGO
- RETOUR EXPÉRIENCE MARQUE DANS LE MAGAZINE



# SWATCH

JEU-CONCOURS PHOTO PRINT + DIGITAL



## PHOTO ET SWATCH CRÉENT

Passionnée par l'art sous toutes ses formes, la marque Swatch s'allie à Photo pour lancer un nouveau concours qui ouvrira les portes de sa résidence aux plus talentueux. Aux photographes du monde entier de mettre en lumière la BIENNALE DI VENEZIA. Swatch vous propose de puiser votre inspiration dans ce grand rendez-vous qui est la BIENNALE DI VENEZIA, ses couleurs éclatantes, ses jeux de matières, d'or et de textiles, la figure du masque... L'histoire d'amour entre Swatch et l'art n'est plus à prouver. Dès sa création, il y a plus de trente ans, la marque d'horlogerie suisse inscrit l'art dans son ADN. Swatch sollicite les plus grands artistes contemporains. Kiki Picasso est le premier à dessiner, en 1985, un modèle de montre. Keith Haring prend le relais en 1986. Des centaines suivront : LaChapelle, Castelbajac, Pierre et Gilles... Un engagement porté par le directeur de la création, Carlo Giordanetti, qui prend aussi corps dans un partenariat de prestige avec la célèbre BIENNALE DI VENEZIA. Cette année encore, présent pour la 57<sup>e</sup> édition de cette grand-messe artistique, Swatch y a présenté sa nouvelle création imaginée avec l'artiste anglais Ian Davenport, qui exposait sur place une œuvre monumentale de 1 000 couleurs. La grande exposition Swatch Faces 2017 a réuni quatre artistes du Swatch Art Peace Hotel. Car depuis novembre 2011, Swatch a lancé à Shanghai une résidence. 250 artistes pluridisciplinaire du monde entier y ont œuvré depuis son ouverture. Le prochain, c'est peut-être vous ! Participez et rejoignez les artistes à Shanghai !

## LE THÈME

**BIENNALE DI VENEZIA**  
PUISEZ VOTRE INSPIRATION DANS CE GRAND RENDEZ-VOUS ARTISTIQUE QU'EST LA BIENNALE, SES COULEURS ÉCLATANTES, SES JEUX DE MATIÈRES, D'OR ET DE TEXTILES, LA FIGURE DU MASQUE...

## LES DATES

**DATE LIMITE D'ENVOI :** 15 OCTOBRE 2017. LE GRAND LAURÉAT SERA PUBLIÉ DANS LE PROCHAIN MAGAZINE PHOTO N° 533 (NOVEMBRE/DÉCEMBRE 2017).

## LE CONCOURS PHOTO ARTY

### LES PRIX



- 1<sup>er</sup> PRIX** UN VOYAGE À SHANGHAI + UNE RÉSIDENCE D'ARTISTE DANS LE SWATCH ART PEACE HOTEL D'UNE DURÉE DE 3 À 6 MOIS
- 2<sup>e</sup> PRIX** UN VOYAGE À SHANGHAI + UN SÉJOUR DE QUELQUES NUITS DANS LE SWATCH ART PEACE HOTEL, AVEC LA POSSIBILITÉ D'ÉCHANGER AVEC LES ARTISTES EN RÉSIDENCE
- 3<sup>e</sup> PRIX** « WIDE ACRES OF TIME », LA MONTRE LIMITÉE ET NUMÉROTÉE DE IAN DAVENPORT (SWATCH BIENNALE ARTIST)
- 4<sup>e</sup> PRIX** DES DAILY TICKETS POUR LA BIENNALE ARTE 2017

### COMMENT PARTICIPER ?

LE CONCOURS EST OUVERT À TOUS CEUX QUI ONT L'ART POUR MOTEUR DE VIE. IL VOUS SUFFIT DE POSTER 10 PHOTOS MAXIMUM SUR [PHOTO.FR](http://PHOTO.FR). L'INTÉGRALITÉ DU RÉGLEMENT DU CONCOURS EST À CONSULTER SUR [PHOTO.FR](http://PHOTO.FR).

054 PHOTO

PHOTO 055



- THEMATIQUE : LA BIENNALE DE VENEZIA
- DOTATION : 6 MOIS A L'HÔTEL ART PEACE SWATCH (SHANGHAI)
- PUBLI ET PLATEFORME DEDIEE SUR PHOTO.FR



**NOS  
EXPERTISES**

# SOLUTIONS DIGITALES

## LE PRINCIPE

- Verticales
- Mini-site
- Data
- Web Social
- Audio
- Vidéo

Challenges • Première • Illimité • Polka • Photo • Lire • Magic • Opéra Magazine • Classica  
Grands Reportages • A/R magazine • Trek • Yachting Classique • L'Officiel Voyage • Slowly Veggie!  
Healthy Life • L'Officiel • L'Officiel Hommes • La Revue des Montres • Jalouse • Têtu • Causette  
Le Nouveau Magazine Littéraire • Arts Magazine • Grande Galerie • L'Officiel Art  
Viva Déco • Esprit d'ici • Sciences et Avenir • La Recherche • Marmiton • Saveurs • Fou de Pâtisserie  
Thermomix et moi • Papillote • Saveurs Thermomix • Yam • Fou de Cuisine • Historia • L'Histoire



## GRAND THORNTON

CRÉATION ET SPONSORING D'UNE VERTICALE « CLUB ENTREPRENEURS »



- REPRISE DE TOUS LES CONTENUS « ENTREPRISE » PRODUITS PAR LA RÉDACTION
- PRÉSENCE LOGO EN TÊTE DE RUBRIQUE



## ROLEX

CIBLAGE SUR TOUS LES CONTENUS TAGGUÉ «OSCAR»

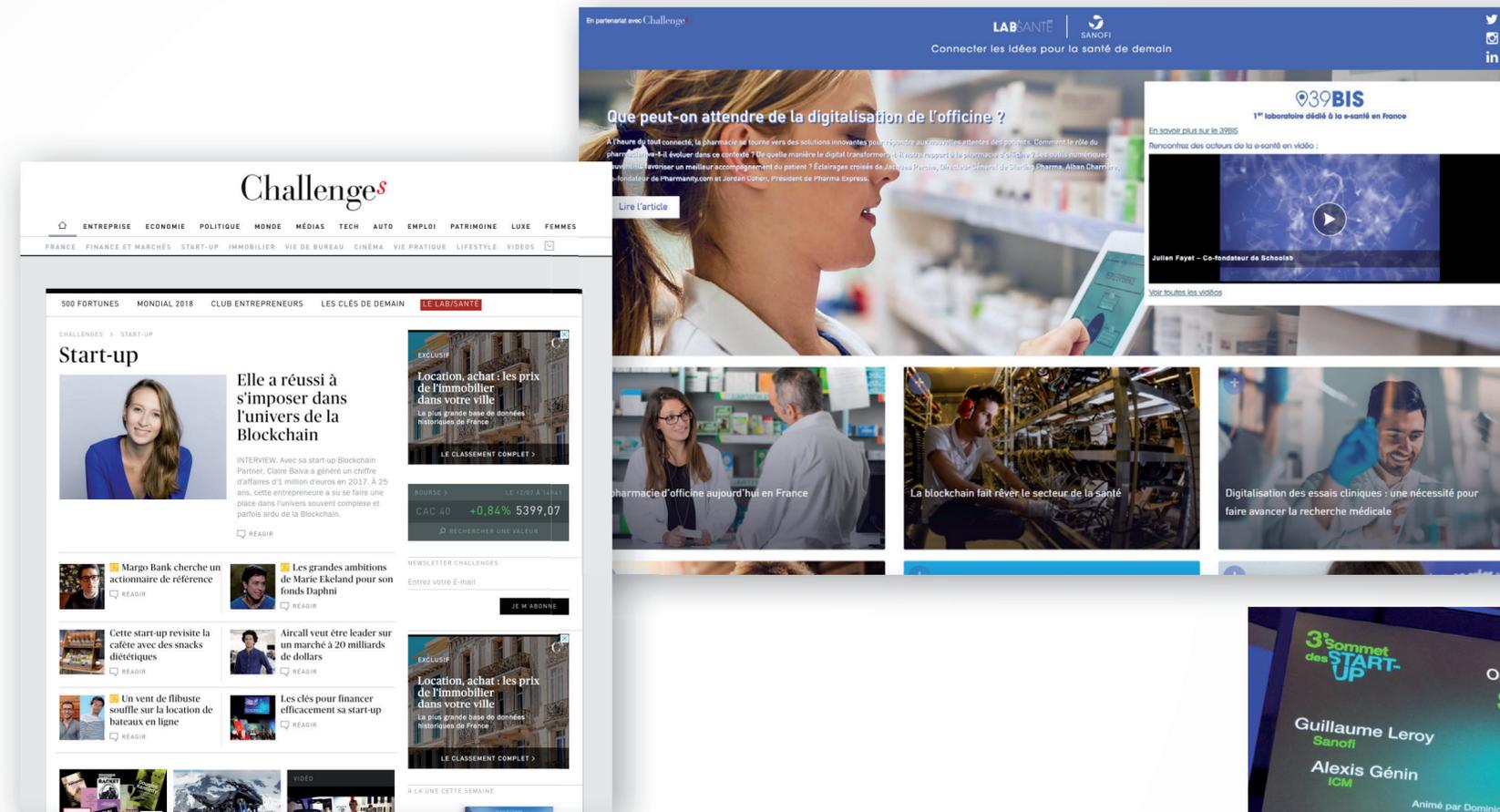


- SPONSORING EXCLUSIF DES CONTENUS
- CAMPAGNE DISPLAY : GRAND ANGLE ET BILLBOARD VIDEO
- REPRISE SUR FACEBOOK : MULTI DEVICE



## SANOFI - LAB SANTÉ

CRÉATION D'UN MINI-SITE DÉDIÉ À L'OCCASION DU SOMMET DES START-UP

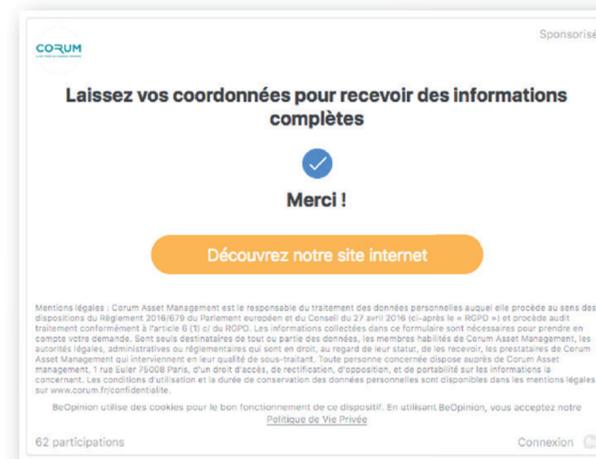
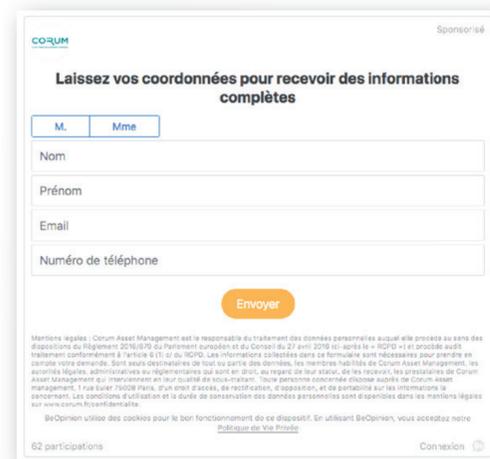


- INTERVENTION AU SOMMET DES START-UP EN FACEBOOK LIVE
- REPRISE DES CONTENUS DE L'EVENT
- RÉALISATION DE VIDÉOS « LAB SANTÉ » FORMAT COURT
- POST DES VIDÉOS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



# CORUM

## GÉNÉRATEURS DE LEADS : ACQUISITION DE DONNÉES



- CRÉATION D'UNE NEWSLETTER CORUM
- PUBLI SPONSORISÉ
- CRÉATION D'UN E-MAILING : FORMULAIRE + LIEN VERS LE SITE ANNONCEUR



## OUTSCALE, OPÉRATEUR DE CLOUDS SÉCURISÉS

RECRUTEMENT DE PARTICIPANTS POUR L'EVENT #CLOUDDAYS



- CRÉATION D'UNE CIBLE INTÉRESSÉE PAR L'EVENT
- DIFFUSION D'UNE CAMPAGNE DISPLAY CIBLÉE SUR CHALLENGES.FR
- RETOUCHER CETTE CIBLE SUR D'AUTRES SITES QU'ELLE VISITE : RETARGETING
- CRÉATION D'UNE CIBLE «LOOK-A-LIKE» POUR EXTENSION DE LA CAMPAGNE À UNE NOUVELLE AUDIENCE



## FONDATION L'OREAL

COUVERTURE DE L'EVENT BOURSE L'ORÉAL UNESCO : FOR WOMEN IN SCIENCE

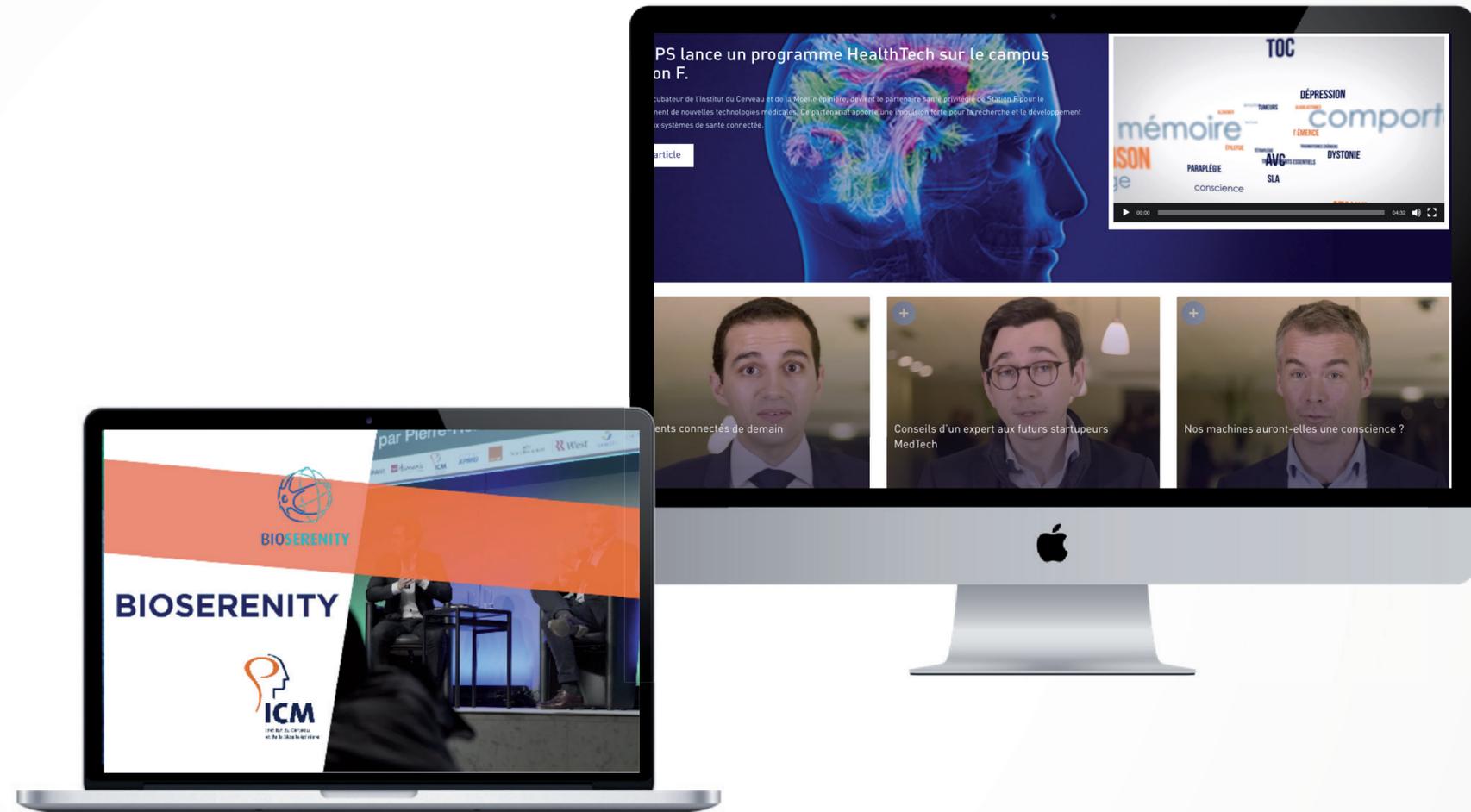


- CAMPAGNE SOCIALE SUR FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM
- RÉALISATION DE 4 PORTRAITS VIDÉOS RÉALISÉS HABILLÉS POUR SCIENCES ET AVENIR



## ICM - INSTITUT DU CERVEAU

CRÉATION DE VIDÉOS POUR LEUR SITE HÉBERGÉ SUR SCIENCESETAVENIR.FR



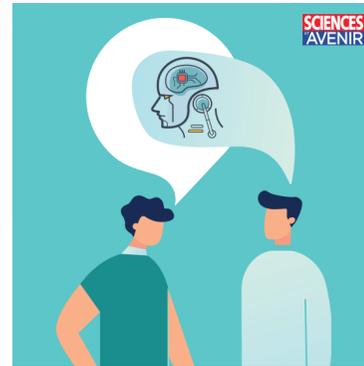
- PORTRAITS VIDÉO DE 5 CHERCHEURS
- TOURNAGE IN-SITU
- DIFFUSION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX SCIENCES ET AVENIR

## PODCASTS PILOTES

RÉALISATION ET PRODUCTION DE CONTENUS AUDIO



**One Planet**  
Ghislaine Ottenheimer



**Binôme**  
Cédric Villani



**Un son, une histoire**  
Bertrand Dicale.



**Le journal de Challenges**  
résumé l'actualité économique hebdomadaire.



**Question d'Histoire**  
Les grands sujets qui font aujourd'hui débat...



**Empire**  
Les belles histoires de l'économie



**Professeur Coppins**  
L'origine de l'Homme.



**Les routes de l'Histoire**  
Le patrimoine historique.

- UTILISER L'IDENTITÉ FORTE DE NOS MARQUES MEDIA
- NOUER DES LIENS INTIMES ET DURABLES ENTRE LE CONTENU ET L'AUDITEUR
- CRÉER UNE GALAXIE DE COMMUNAUTÉS
- GARANTIR UN PUBLIC ENGAGÉ ET FIDÈLE SUR LA DURÉE

# LE HORS MEDIA

## LE PRINCIPE

- **Création de boutiques éphémères et itinérantes.  
Mise en avant produits, service, lancement, roadshow.**
- **Création d'identités visuelles, packagings**
- **Tests produits via les abonnés avec ciblage**
- **Présentation produits ou service soit en be to be ou grand public  
en nous appuyant sur notre data groupe. Sous forme de rencontres.**
- **Création de clubs VIP.**
- **Team Building et séminaires**

**NOS  
EXPERTISES**

Challenges • Première • Illimité • Polka • Photo • Lire • Magic • Opéra Magazine • Classica  
Grands Reportages • A/R magazine • Trek • Yachting Classique • L'Officiel Voyage • Slowly Veggie!  
Healthy Life • L'Officiel • L'Officiel Hommes • La Revue des Montres • Jalouse • Têtu • Causette  
Le Nouveau Magazine Littéraire • Arts Magazine • Grande Galerie • L'Officiel Art  
Viva Déco • Esprit d'ici • Sciences et Avenir • La Recherche • Marmiton • Saveurs • Fou de Pâtisserie  
Thermomix et moi • Papillote • Saveurs Thermomix • Yam • Fou de Cuisine • Historia • L'Histoire



# THE MAKERS

by **MEDIAOBS**

## STUDIO

### **CORINNE ROUGE**

01 44 88 93 70

[crouge@mediaobs.com](mailto:crouge@mediaobs.com)

### **CÉDRIC AUBRY**

01 44 88 89 05

[caubry@mediaobs.com](mailto:caubry@mediaobs.com)

### **KARINE GROSSMAN**

01 44 88 89 08

[kgrossman@mediaobs.com](mailto:kgrossman@mediaobs.com)

### **LOUIS FOURQUET**

01 44 88 89 26

[lfourquet@mediaobs.com](mailto:lfourquet@mediaobs.com)

# CONTACTS

**NOUS CONCEVONS  
ET RACONTONS UNE HISTOIRE...  
LA VÔTRE**