

THE MAKERS

by **MEDIAOBS**



WWW.MEDIAOBS.COM

**QUI SOMMES
NOUS ?**

MEDIAOBS

est un acteur majeur dans l'univers de la communication, au service des annonceurs et de leurs agences. Filiale du groupe de **Claude Perdriel**.

MEDIAOBS :

- conçoit et développe des solutions globales mixant la publicité et toutes les autres formes de communication.
- croit plus que jamais en la qualité et en la puissance des **CONTENUS**...
- s'adresse à des **COMMUNAUTÉS** qualifiées qui identifient nos marques medias comme référentes de leurs univers.
- explore **LES NOUVEAUX USAGES**, les nouvelles formes d'écriture pour créer les plus belles rencontres avec les marques en s'appuyant sur l'écosystème des titres.

THE MAKERS EST LE DÉPARTEMENT OPS DE MEDIAOBS

**THE
MAKERS**
by MEDIAOBS

4

PÔLES

Business
Premium
Expert
The Makers

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!
Méditation
Yoga Journal

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

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

THE MAKERS by MEDIAOBS

COMPLÉTER NOS MISSIONS - ORCHESTRER TOUS LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION
POUR RÉPONDRE AUX LOGIQUES DES MARQUES.



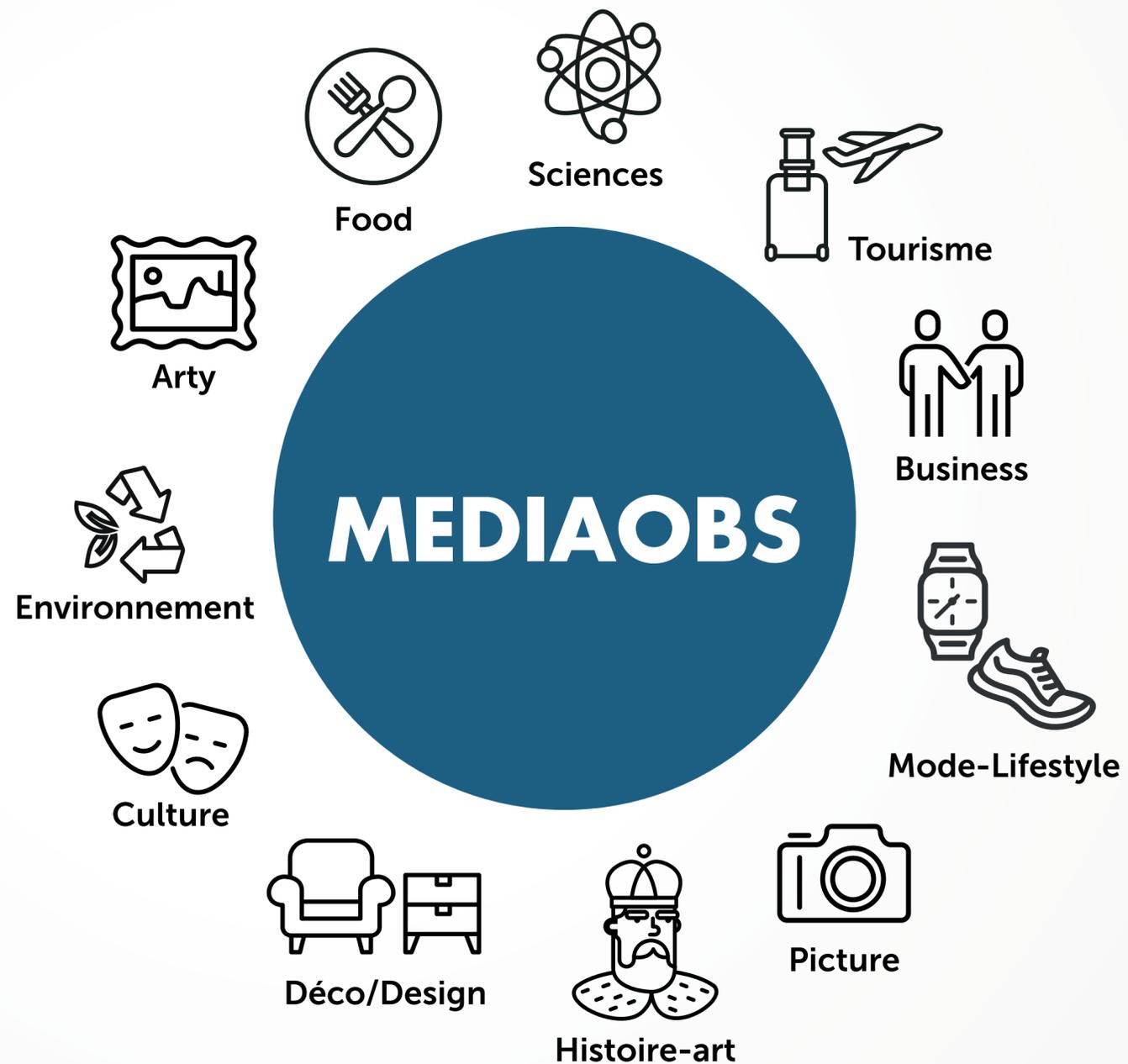
THE MAKERS by MEDIAOBS

POUR RAYONNER AU-DELÀ DU TERRITOIRE DE LA MARQUE :
MIXER LES BONNES EXPERTISES - ORGANISER LES BONNES CONNEXIONS



13 FAMILLES DE PRESSE

DES MARQUES MEDIA RÉFÉRENTES QUI GARANTISSENT
QUALITÉ DES CONTENUS - PERTINENCE DES ÉCHANGES



**NOS
UNIVERS**

À RETROUVER SUR WWW.MEDIAOBS.COM

**THE
MAKERS**
by MEDIAOBS

**NOS
EXPERTISES**

CONTENUS

EVENTS

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN

PRODUCTION DE **CONTENUS**

LE PRINCIPE

- > Comprendre l'histoire et les valeurs de l'entreprise et/ou de la marque
- > Utiliser les formes d'expression de contenus les mieux adaptées
- > Identifier les talents crédibles : vidéo, rédaction, artistique
- > Produire et diffuser

PRODUCTION DE CONTENUS

ROCHE

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



OBJECTIF
 Notoriété - Contenu dédié
 Caution marque média

35K VU sur le mini-site
 Reach 251K sur Facebook
 52% Femmes
 48% Hommes

- 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°

PRODUCTION DE CONTENUS

FONDATION L'OREAL

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

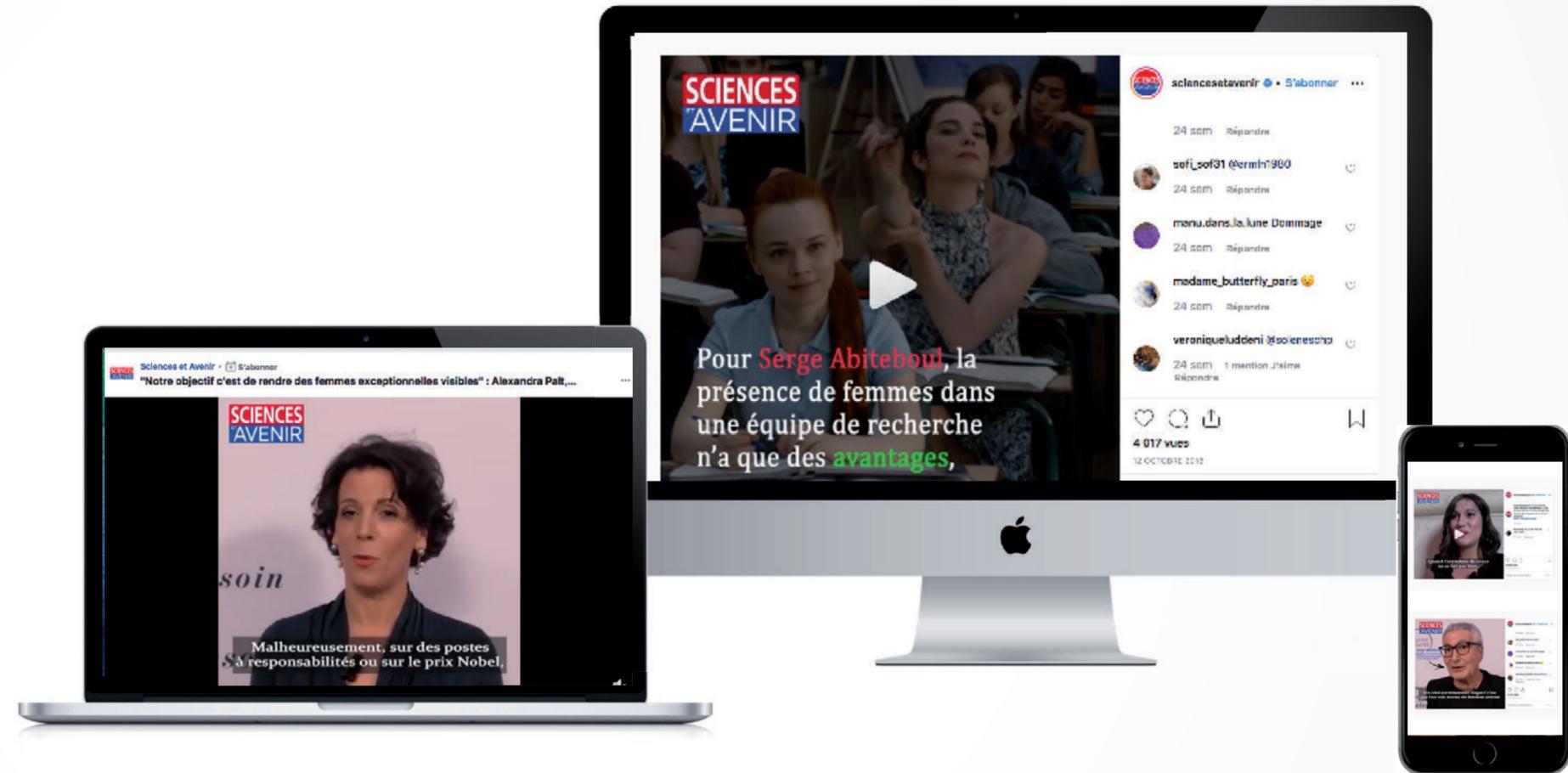


OBJECTIF

Positionnement auprès des Femmes scientifiques. Susciter des vocations scientifiques

122K vues des vidéos

Reach 463K



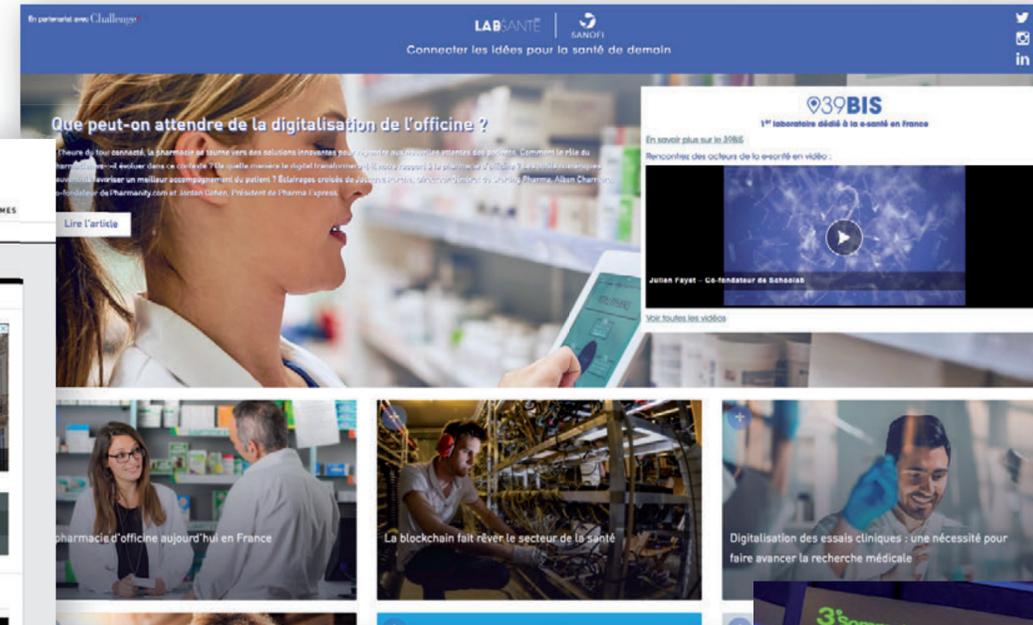
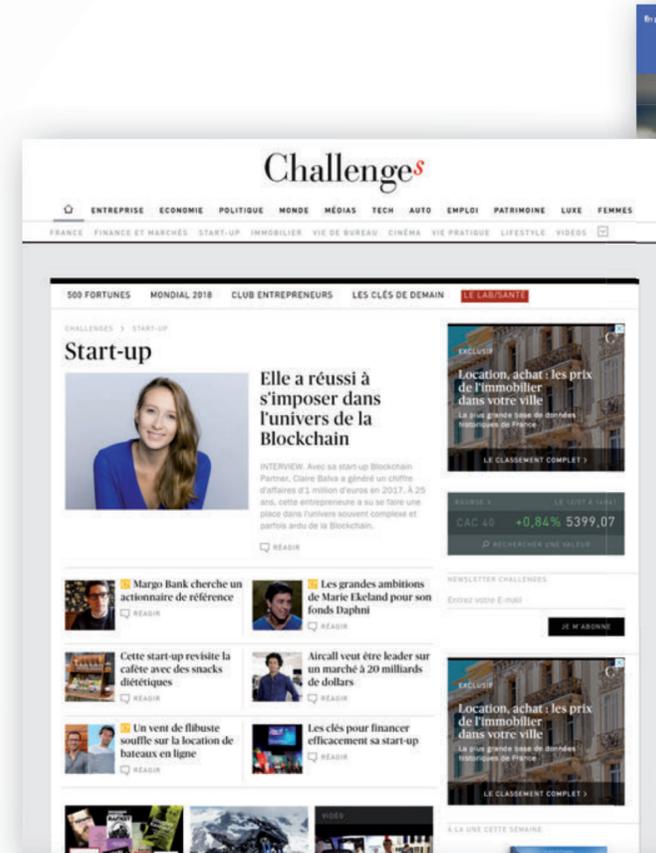
- Campagne sociale sur Facebook, Twitter, Instagram
- Réalisation de 4 Portraits vidéos réalisés habillés pour Sciences et Avenir

PRODUCTION DE CONTENUS



SANOFI - LAB SANTÉ

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



OBJECTIF

Repositionnement auprès d'une nouvelle cible : acteur économique, incubateur start-up

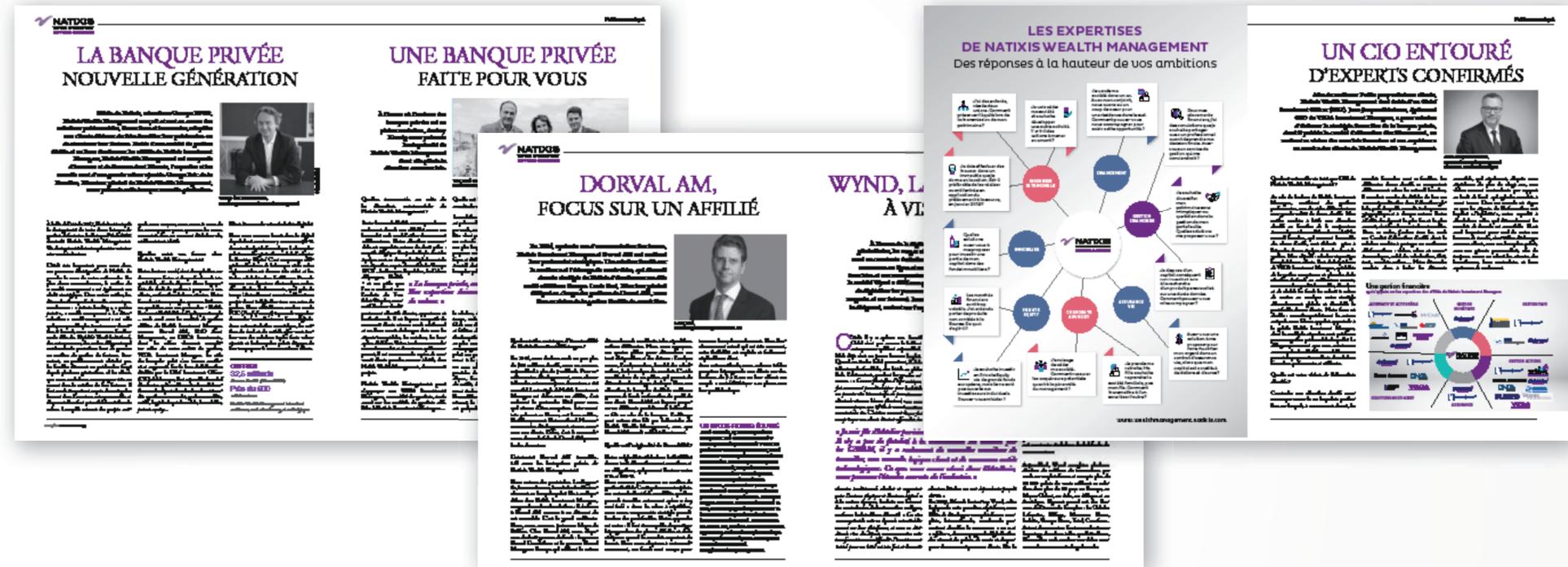
87K Visiteurs Uniques
Reach 198K personnes
sur les réseaux sociaux

- Intervention au sommet des Start-up en Facebook live
- Reprise des contenus de l'événement
- Réalisation de vidéos « Lab santé » format court
- Post des vidéos sur les réseaux sociaux

PRODUCTION DE CONTENUS

NATIXIS

PUBLI-COMMUNIQUÉ 6 PAGES : SOMMAIRE DÉFINI ET VALIDÉ AVEC LE PARTENAIRE



OBJECTIF
Affinité - Forte visibilité auprès du réseau Natixis
1 000 Affiliés et clients : DAF



- Réalisation par un journaliste spécialisé
- Tiré à part : + 1 000 exemplaires
- couverture personnalisée
- Visuel annonceur

CAHIER PARTENAIRE

PRODUCTION DE CONTENUS



OBJECTIF

Forte visibilité - Image renforcée
Affinité

6M de visites sur **challenges.fr**

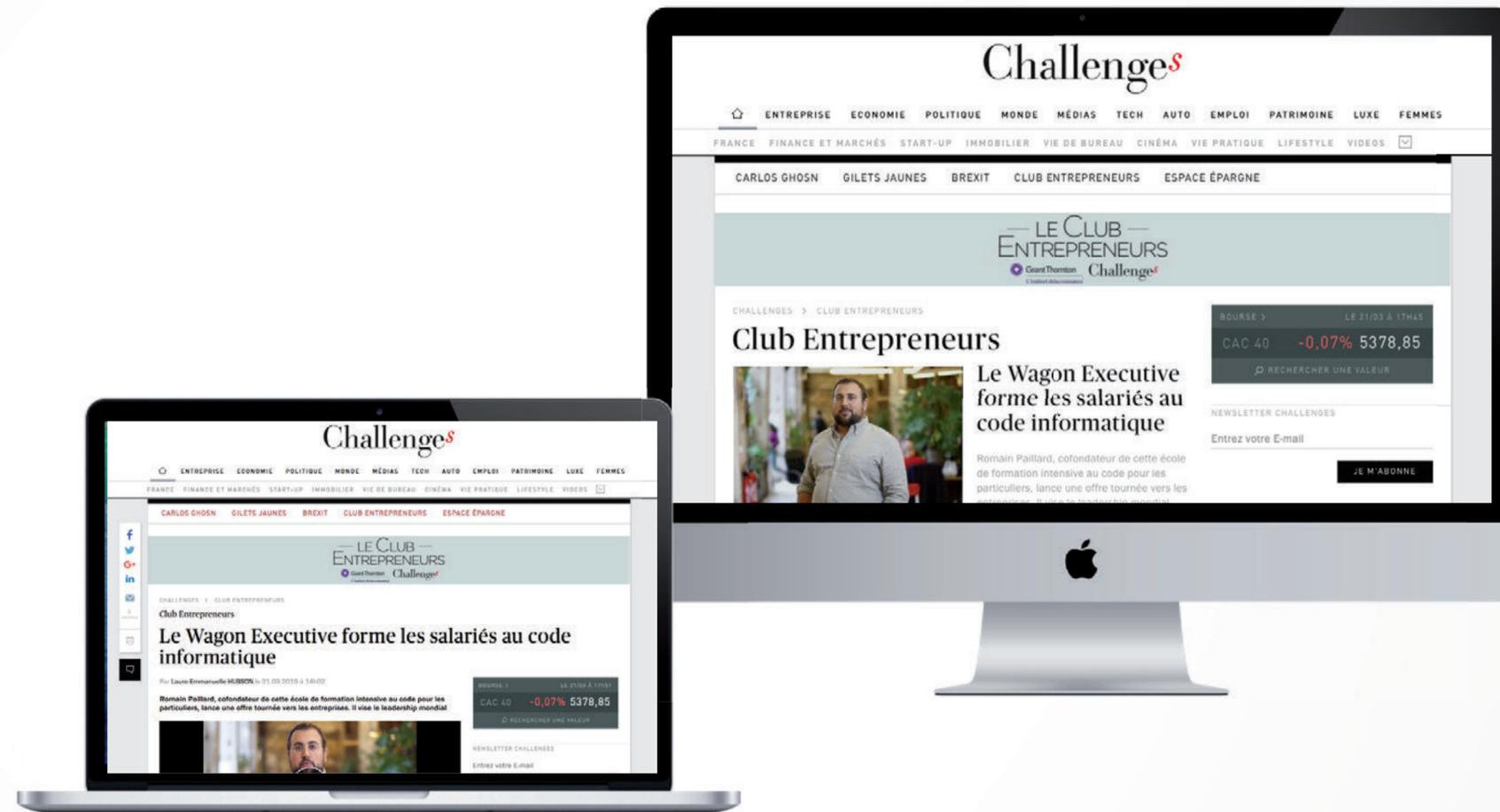
Pour Grand Thornton :

200K visites

450K pages vues

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

PRODUCTION DE CONTENUS



CARREFOUR VEGGIE

RÉALISATION DE RECETTES « SIMPLISSIMES ET FAMILIALES »

- Publiées dans la rubrique « À Table ! »
- Réalisation du stylisme
- Focus produit
- Mise en avant du packshot



OBJECTIF
Contenu dédié
Expertise
Valorisation du produit

RECETTES

PRODUCTION DE CONTENUS



INAPORC MINI-MAGAZINE

- Réalisation de recettes autour d'un produit
- Encart collé sur le visuel de l'annonceur dans le magazine



MAGGI ÉCHANTILLONNAGE

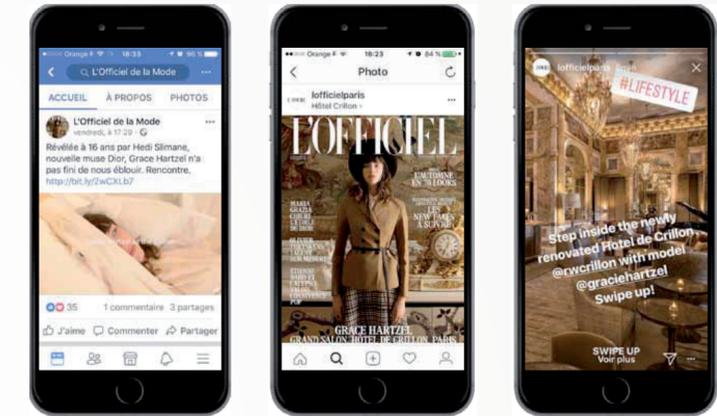
- Découverte d'un produit autour d'une recette
- Encart collé d'un échantillon pour réaliser la recette



PRODUCTION DE CONTENUS



HÔTEL DE CRILLON ORGANISATION D'UN SHOOTING



- Réalisation de la une
- Présence édito
- Campagne sociale
- Amplification d'une communauté CSP+

PRODUCTION DE CONTENUS

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 entreprenantes et solidaires. Auprès d'elles, la Maif et Causette s'engagent dans l'économie collaborative.

Les Estampillés, studio de création éthique

PAR LAURE SOLALHAT

Certaines personnes portent en elles la douceur des nuages. Ekhi Busquet est de celles-là. Le regard serein, 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 mobilière. Mais dans un monde aux ressources finies, à quoi sert-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 DSI. Elle y parle déjà d'insertion, d'éti-quetage 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 gouvernance 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 usines, les personnes ne vont pas percer 400 fois le même trou dans la journée. » Les petites structures refusent de s'équiper en outillage moderne ou complexe. Elles respectent le rythme de leurs salariés. Petit mobilier, objets déco, vêtements, sérigraphies sont donc produits en série (très) limitée. Inconvénient : les délais de fabrication sont rallongés. « Ces contraintes sont en fait de vrais atouts. Avec ce projet, je réconcilie les deux extrêmes d'un même bâton : les dimensions sociale et marchande, dans des objets de vraie valeur humaine », 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 5% du chiffre d'affaires sont réinjectés dans les chantiers d'insertion.

Dès bientôt, la collection d'objets en conscience va s'étoffer et la petite association passera 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.maif.com

67 Causette # 71



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

La Réserve des arts

PAR PHILIPPE BOU

« Ici, c'est la cave de Molière, le lieu rêvé des plasticiens ! » s'exclame Sandrine Andréini, 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 cuis 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 lace, du broilage et de l'événementiel. Elle les valorise - c'est-à-dire qu'elle en fait l'imagination, pour déposer 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 Andréini, avant de conclure la visite par l'atelier : « Ici, les créateurs peuvent fabriquer directement au milieu des matériaux. Les machines-outils ont été achetées grâce à une campagne de financement participatif. Des formations sont également proposées. » Sans réserve, l'art d'engager une révolution culturelle.

Tout est parti de la rencontre, en 2008, entre Sylvie Bécard, passionnée de photographie, et Jeanne Granger, alors adjointe de direction à la Fédération des professionnels de l'art contemporain. Réunies pour un projet artistique, elles découvrent l'engagement écologiste du sculpteur Frans Krønborg : « De là, ça fait tilt, comment 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 à-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 subventions, 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-entrepreneurial, 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 fières, la réserve compte huit salariés, dix-sept plasticiens « valorisés ». 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 la savoir-faire, l'imagination, pour déposer 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 Andréini, avant de conclure la visite par l'atelier : « Ici, les créateurs peuvent fabriquer directement au milieu des matériaux. Les machines-outils ont été achetées grâce à une campagne de financement participatif. Des formations sont également proposées. » Sans réserve, l'art d'engager une révolution culturelle.

Site : lareserve-des-arts.com

59 Causette # 64

- Réalisation d'une rubrique Collab'elles
- Mise au sommaire de la rubrique
- Création et participation d'un débat au MAIF Social Club

CRÉATION DE CONTENU

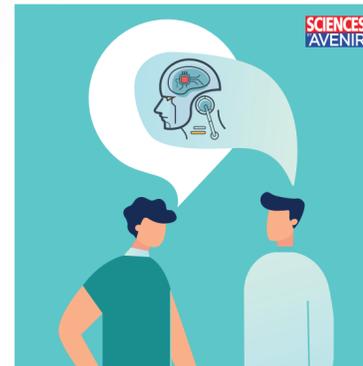
PRODUCTION DE CONTENUS

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 Coppens
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

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



Un dispositif sur-mesure

Une proposition en cohérence avec la ligne éditoriale du titre partenaire

Des audiences ciblées, qualifiées

Une communication sur l'ensemble des canaux print, web et réseaux sociaux

Une médiatisation puissante

Un effet amplificateur pour étendre massivement
la résonance de vos prises de parole

wikipme

“LES CHALLENGES DE DEMAIN”

UN TOUR DE FRANCE POUR LES PME ET ETI REGIONALES - 10 VILLES



OBJECTIF

Networking
Échanges de qualité

3 000 PME/ETI
10 CCI régionales



- Organisation de conférences avec les CCI régionales
- 10 sujets au coeur des problématiques des entrepreneurs
- Recrutement : dirigeants issus des datas challenges et wikipme
- Livre blanc, rapporteur des échanges, diffusé lors du sommet de l'économie - Challenges
- Multi-visibilité print/digital/social

LES EVENTS



Sommet **START-UP**[®] Challenge^s & INNOVATION

Challenges s'est installé comme leader sur les sujets des start-up et de l'innovation.



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

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^s **SCIENCES**
AVENIR

Sommet l'éco- nomie®

Organisé par Challenges sous la direction de Vincent Beauflis

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 et le monde de l'entreprise.

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

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

3 500 participants

Challenge^s



CRÉATIONS CLÉS EN MAIN

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



**Proposition en cohérence avec la ligne éditoriale
du titre partenaire**

Fort impact sur l'image

Création rapide de notoriété

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN

ATELIER WORK-SHOP HUMANIS LANCEMENT DU CLUB HUMANIS BY CHALLENGES



- Organisation de conférences
- Couverture rédactionnelle
- Post Facebook

OBJECTIF
Notoriété - Networking
Affinité
1 rendez-vous par trimestre
120 DAF

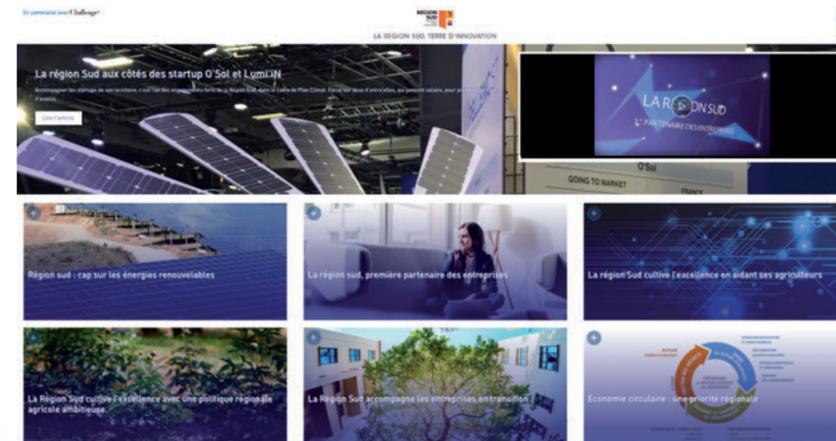


ATELIER WORK-SHOP

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN

CONFÉRENCE « INVEST IN »

UN PAYS OU UNE RÉGION À LA LOUPE : OPPORTUNITÉS D'INVESTISSEMENTS, SECTEURS PORTEURS... AVEC L'AMBASSADE ET LA CCI DU PAYS OU DE LA RÉGION



REGION SUD
CAHIER PARTENAIRE

LA RÉGION SUD, 1^{ER} PARTENAIRE DES ENTREPRISES

Depuis 2016, la Région Sud, cheffe de file du développement économique sur le territoire s'est fixé un cap : fédérer le monde économique en déployant des outils au service des entreprises afin de devenir la première smart région d'Europe. Toutes les forces économiques seront désormais mobilisées au service de la croissance et de l'emploi. Une croissance mise au service des entreprises et d'un développement durable.

«Trois cents jours de soleil par an», «mille kilomètres de côtes», ce sont certains des atouts que vous mettez en avant dans votre argumentaire pour attirer en région Sud les jeunes cadres et les créateurs d'entreprises...

Renaud Maulier : Bien entendu que cela compte, tout le monde ne peut pas en dire autant ! L'argument décisif, c'est le changement de stratégie de la Région vis-à-vis des entreprises. Trop longtemps, elle est restée invisible pour le monde économique ; je veux en finir avec ce état d'indifférence. D'autant que la loi NOTRe fait désormais des régions les cheffes de file en matière de développement économique. Ce que nous offrons maintenant aux entreprises, grands ou petits – en plus d'un accompagnement et d'un cadre exceptionnel – c'est des outils adaptés pour leur permettre de se développer, d'aller à l'international ou encore de former aux outils numériques. Mais c'est aussi une vraie vision à 20 ans avec des objectifs à 3 ans. Comme un chef d'entreprise, la Région a fixé un cap et se donne les moyens d'y arriver. Mon objectif est de rassembler toujours plus de talents et d'investissements sur le territoire, faire évoluer les déficiences, et toujours mieux mobiliser les fonds européens. Nous disposons de vrais atouts économiques sur lesquels miser mais aussi des efforts à poursuivre. C'est ce à quoi nous nous employons avec ma mission. Pour le plus grand bénéfice de l'emploi sur notre territoire, naturellement. Notre objectif est de devenir le premier partenaire des entreprises, mais aussi de mettre la croissance de l'économie au service de l'environnement.

Concrètement, comment se traduit cette nouvelle orientation ?

R.M. : D'abord, nous avons créé des outils pour accompagner la croissance et la compétitivité, par exemple pour permettre le financement des entreprises. Par exemple, pour permettre le financement des entreprises, nous avons déployé le French Investment pour les Entreprises de la Région de FIER, qui mobilise 300 millions sur la mandature. N'oublions pas que la région Sud est riche de près de 450 000 entreprises, mais que 55% d'entre elles sont des TPE et des PME, autrement dit des sociétés de petite, voire de très petite taille. Elles ont souvent besoin de conseils de main-à-pour progresser, elles ont aussi besoin d'être équilibrées – financièrement, humainement ou techniquement – pour passer un cap difficile ou se lancer à l'international. Les Opérations d'Intérêt Régional (OIR), permettent aussi à elles d'accompagner les projets économiques structurants sur le territoire. À chaque étape, nous devons répondre présent, par nos conseils et par nos aides. Nous voulons développer la confiance des créateurs d'entreprises et accompagner les dispositifs existants. Ainsi, nos « french tech » sont désormais unies dans une « French Tech Région Sud ». Leur « force de frappe » est leur développement numérique. Mais à l'importance, où nous sommes Sud. Export est aujourd'hui « pilote

R.M. : Je l'espère bien ! Effectivement, elle n'a de sens que si elle permet à nos citoyens de vivre mieux, dans de meilleures conditions. C'est l'objet de notre « Cap d'Europe », qui se développe sur cinq grands axes et une centaine de mesures concrètes, autour de thèmes fédérateurs de changement climatique et des moyens d'y faire face, 20% du budget régional lui ont été consacrés. C'est donc tout un « pacte de confiance », mais bien un choix stratégique et de long terme et le fil rouge de mon mandat de président de la région sud.



OBJECTIF

Construction réseau

Cible : 250 000 PME/ETI

- Organisation - animation par Challenges
- Participants : chefs d'entreprise Challenges + wikipme
- Dossier « invest in » publié dans le magazine + web
- Post Facebook et LinkedIn

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN



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 qu'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^e 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 ^{er} PRIX	UN VOYAGE À SHANGHAI + UNE RÉSIDENCE D'ARTISTE DANS LE SWATCH ART PEACE HOTEL D'UNE DURÉE DE 3 À 6 MOIS
2 ^e 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 ^e PRIX	« WIDE ACRES OF TIME », LA MONTRE LIMITÉE ET NUMÉROTÉE DE IAN DAVENPORT (SWATCH BIENNALE ARTIST)
4 ^e 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. L'INTÉGRALITÉ DU RÉGLEMENT DU CONCOURS EST À CONSULTER SUR PHOTO.FR.

- Thématique : la Biennale de Venezia
- Dotation : 6 mois à l'hôtel Art Peace Swatch (Shanghai)
- Publi et plateforme dédiée sur photo.fr

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN



TÊTU CONNECT - BNP PARIBAS

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

The collage features several elements:

- A woman in a black suit and white top, identified as Caroline Courtin, with the text "Les ressources humaines de la BNP".
- A hand holding a rainbow flag with the text "ET ALORS?".
- A person with a blue beard and a crown of flowers, smiling.
- Text boxes and headlines: "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 models.", "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", "TÊTU CONNECT", "INFORMER INCARNER CÉLÉBRER DIVERTIR", "Ce ne sont pas les gays de la classe moyenne qui sont visés", "Nous avons un vrai engagement de conviction", "UN RÉSEAU D'ENTRAIDE INTERNATIONNAL", "Véritable bélier 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+.", "24 MÉDAILLES AUX GAY GAMES", "Il faut que nos salariés se sentent bien, sinon ils ne peuvent pas être performants", "SOUTIEN À TOUTS LES COUPLES", "La signature de cette charte et la politique du groupe ont 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, pas importe le sexe du conjoint. Les couples homosexuels peuvent également demander des autorisations d'absence pour les événements liés à leur belle-famille.", "Pour ce faire, le groupe mise sur des rassemblements comme les Gay Games. L'événement sportif qui prône la tolérance s'est déroulé fin 2018 à Paris. 200 de nos salariés, de 15 pays différents, ont participé. Ils nous ont rapporté 24 médailles, dont neuf en or", raconte avec fierté Caroline Courtin. Elle-même n'a pas voulu de médaille mais était derrière eux, en "ferme supporter", assure-t-elle les poings serrés.", "Pour encore améliorer l'inclusion des talents LGBT+, la responsable souhaite se pencher sur le double discrimination subie par les femmes homosexuelles. En mars, elle assistera à une conférence du réseau LB Women à Londres. "D'ailleurs, je me demande si TÊTU considère faire une avec deux femmes", lance-t-elle d'un air malicieux.", "BNP Paribas a pourtant été condamnée par la justice en 2016 en raison de discriminations homophobes contre un de ses anciens employés, Nicola Rombo. Selon la justice, il avait été harcelé après avoir fait connaître son orientation sexuelle. Mais salaires, arrêt de sa progression professionnelle et privation de compléments au sein de L'Autre Côté ont été à sa charge. La BNP Paribas a soutenu la signature de la charte d'engagement LGBT+ de l'Association professionnelle L'Autre Côté. Quelques jours avant la ratification, 11500 personnes avaient signé une pétition en ligne pour que la BNP y renonce et membre d'entre elles avaient envoyé la boîte mail du PDG, Jean-Laurent Bonaville. "Cette signature a été une étape charnière et marquée de notre engagement. Elle a permis à la direction générale d'affirmer haut et fort son soutien envers les LGBT+", insiste Caroline Courtin. Des clients nous ont permis de fermer leur compte et nous avons tenu bon. Nous avons un vrai engagement de conviction. L'homophobie n'a pas sa place ici." Depuis plus d'un an, un salarié de la banque effectue un micro-trot de complétude au sein de L'Autre Côté et aide à sa stratégie française.", "L'année dernière, nous sommes mariés pour nous assurer qu'en cas de problème, nous ne nous faisons pas de soucis, mais nous ne nous faisons pas de soucis.", "Les deux couples ont été aidés par le barreau brésilien des maisons contre le mariage gay. Alors ils se sont dit: pourquoi ne pas faire une pétition collective. Ce phénomène se multiplie depuis novembre 2018. "Si elle-même qui retourne dans le pays, quel est son rôle, comme si on regardait un éléphant, regardez Antônia et Virginia. Tout cela à venir dans mon livre à venir et de la suite.", "Malgré la fin de la dictature, le Brésil reste une démocratie très fragile. Il y a dix mois, les meurtres de Marielle Franco et de son chauffeur ont provoqué une onde de choc. La conseillère municipale de Rio, élue en 2016, était une voix dissidente dans un monde où les policiers sont majoritairement des hommes blancs sans de l'élite. Femme, Noire, lesbienne, défenderesse des mourants, elle était mise dans une cage. "J'ai voté pour elle, ma voix a été associée à sa peur", avoue Cláudio.", "Les meurtres ne sont toujours pas résolus. Le journal O Globo annonce la piste d'une mère proche d'un des fils du président, Flávio Bolsonaro. Sénateur, ce dernier fait l'objet d'une enquête portant sur des mouvements d'argent suspects sur son compte.", "Ninguém sabe o mês de ninguém" ("Personne ne sait le mois de personne"). Le 24 janvier, le député gay Jean Wyllys annonce fuir le Brésil après avoir reçu des menaces de mort. "Un LGBT+ est un autre arme", réplique David Miranda à Jair Bolsonaro. Gay, Non, né dans une famille, il succède à Wyllys à la Chambre des députés. La résistance continue.", "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 diversité et servent de relais. Depuis 2012, si un salarié est victime de harcèlement ou de stigmatisation professionnelle en raison de son orientation sexuelle, il peut le signaler à sa hiérarchie, anonymement ou non.", "Les salariés LGBT+ peuvent aussi trouver du soutien via le réseau d'employés Profi", ajoute Caroline Courtin. Ces groupes rassemblent 3000 employés LGBT+ en affiliation de BNP Paribas. Le premier a été créé il y a dix ans aux États-Unis. La version française est née en 2015 et compte aujourd'hui 800 membres.", "UN RÉSEAU D'ENTRAIDE INTERNATIONNAL", "Après l'obtention d'un diplôme de finance délivré par l'Institut d'études politiques de Strasbourg, elle poursuit la poursuite de la Banque nationale de Paris à l'âge de 23 ans. Elle y gravit les échelons dans les activités bancaires en Italie, à Fribourg, et prend son premier poste dans les ressources humaines, à Londres, en 2006.", "Nous avons un vrai engagement de conviction", "Les salariés LGBT+ peuvent aussi trouver du soutien via le réseau d'employés Profi", ajoute Caroline Courtin. Ces groupes rassemblent 3000 employés LGBT+ en affiliation de BNP Paribas. Le premier a été créé il y a dix ans aux États-Unis. La version française est née en 2015 et compte aujourd'hui 800 membres.", "ENTREPRISE"

- Invitation pour 5 couverts
- Présence logo
- Retour expérience marque dans le magazine

DÎNER-DÉBAT

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN

marmiton

**SCIENCES
ET
AVENIR**

Historia

La Recherche

Challenge^s

OBJECTIF

Sentiment d'appartenance
Ambassadorat

200 salariés/conférence

FÉDÉRER SES SALARIÉS

TRAVAILLER SA MARQUE EMPLOYEUR À TRAVERS DIFFÉRENTES ACTIVITÉS ET DIVERSES THÉMATIQUES ÉCONOMIQUES, CULTURELLES ET SCIENTIFIQUES À DESTINATION DES SALARIÉS



- Organisation conférence/atelier work-shop
- Animation par la rédaction et personnalités
- Participants : salariés
- Thèmes : Histoire/ Sciences/ Économie
- Podcasts

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN



JOURNÉE GASTRONOMIQUE

DANS LE SHOW ROOM D'UNE MARQUE PARTENAIRE OU UN PALACE



OBJECTIF

Positionnement haut de gamme :
partenaire des chefs étoilés

- Rencontre avec des grands chefs
- Dégustation
- Visite backstage
- 12 participants payants
- Shooting photos publié dans le magazine

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN



ATELIER WORK-SHOP POUR LES ENFANTS UN APRÈS-MIDI DÉCOUVERTE AVEC DES CHEFS ÉTOILÉS



OBJECTIF

Image renforcée

Création d'une communauté

- Réalisation de recettes avec des chefs et la marque partenaire
- Shooting photo publié dans le magazine
- 4 enfants sélectionnés via jeu-concours

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN



OBJECTIF

Lancement de produits
Valorisation produits

TASTING & CO

CORNER AU BHV MARAIS



- Mise en scène de produits
- Dégustation et vente
- Reportage photo dans le magazine
- Social media : stories Instagram

CRÉATIONS CLÉS EN MAIN



FEEL GOOD DAY

LES CLÉS DU BIEN-ÊTRE : YOGA, MÉDITATION, CUISINE HEALTHY



OBJECTIF
Lancement de produits
Valorisation produits

- Organisation d'une journée bien-être : « Feel good day »
- Ateliers animés par la rédaction et Natasha Saint-Pier
- Astuces & conseils pour consommer sain, renforcer l'énergie
- Shooting photos et reportage dans le magazine
- Post social media : Instagram / Facebook

THE MAKERS

by MEDIAOBS

&





MERCI !

CORINNE ROUGE
01 44 88 93 70
crouge@mediaobs.com

KARINE GROSSMAN
01 44 88 89 08
kgrossman@mediaobs.com

EMMA BERGAMINI
01 44 88 89 28
ebergamini@mediaobs.com