



## LES BUDGETS DE LA SEMAINE

### Les détails sur les principaux budgets remportés par les agences de communication en ligne - du 30 mars au 5 avril 2015

**Agences citées : Proximity BBDO, zonefranche, We Are Social, UM, Maetva, Agence79 Lyon, Vanksen, Business lab, Brainsonic, image & dialogue group**

**Annonceurs cités : Bledina, Buitoni France, 3 Suisses Butagaz et Kérastase, Atlantic, Socoda, ACM, Happybreak, Grosfillex Fenêtres, Félix, Air Caraïbes, L'Oréal, Corolle**

#### Bledina retient Proximity BBDO

Proximity BBDO a annoncé mardi 31 mars avoir remporté le budget Bledina (Groupe Danone), société française positionnée sur l'alimentation infantile, concernant la création de son nouveau site internet, la stratégie sur les réseaux sociaux et sa stratégie éditoriale. La compétition opposait également les agences BETC Digital, Nurun (agence sortante), Isobar et Mazarine. Au sein de Proximity BBDO, c'est Emmanuel Devezeaux, directeur général, qui pilotera ce budget, tandis que Véronique Girault Boisdon, Connect & Careline Manager, gère ce budget chez Bledina.

La campagne débutera après l'été 2015, l'ambition étant de faire de Bledina un « leader sur le digital ». La marque proposera « une nouvelle et différenciante proposition de valeur aux consommateurs Bledina pendant les cruciaux "1000 premiers jours", via un écosystème digital basé sur le service et la personnalisation ». Proximity BBDO travaillera avec les autres agences de Bledina : Soft Computing, GroupM et BETC. ■

#### Happybreak choisit l'agence média UM

L'agence média UM (Mediabrand) a remporté l'appel d'offres organisé par la start-up happybreak, plateforme de réservation de chambres d'hôtel en ligne. Depuis le 1<sup>er</sup> avril, la société prend la parole dans une campagne presse et digitale réalisée conjointement par UM et l'agence maetva. Des encarts sont insérés en presse senior avant une campagne de recrutement sur internet et de promotion sur Facebook. Le budget est géré par Nathalie Bigot chez UM, et Pilar Reboredo et Carine Becker chez Maetva (Arnaud Lecherf chez happybreak). ■

#### Grosfillex Fenêtres retient Agence79 Lyon

Agence79 Lyon a été désignée par Grosfillex Fenêtres pour sa stratégie média digitale, dans une optique de génération de leads (display programmatique, search, affiliation). La collaboration a commencé en mars, pour une durée d'un an, renouvelable une fois. Le budget est géré par Adrien Jehanno chez Agence79 (Marie Bourcelot côté annonceur). ■

#### Butagaz et Kérastase choisissent zonefranche

L'agence zonefranche a été désignée par Butagaz pour la refonte de son espace client en ligne, publiée le 26 mars. Le budget est géré par Vincent Plottier chez zonefranche (Claire Bordeaux des Barres chez Butagaz). Par ailleurs, l'agence a également remporté l'appel d'offres de Kérastase pour développer une application de fidélisation à destination des clients, dont la sortie est prévue mi-avril. C'est Anne-Sophie Renard qui est responsable de ce budget côté agence, et Emmanuelle Diagono côté client. Enfin, Atlantic confie à zonefranche sa première opération de promotion transversale, prévue jusqu'à fin juin 2015, tandis que Socoda et ACM la renouvellent pour la réalisation de campagnes d'activation. ■

#### We Are Social accompagne Buitoni France et 3 Suisses sur les réseaux sociaux

We Are Social a annoncé avoir remporté deux nouveaux budgets. Pour Buitoni, l'agence est en charge de la définition et l'implémentation de la stratégie social media de la marque en France, avec l'accent mis sur Twitter et Instagram, afin de toucher une cible jeune. La collaboration a démarré en février pour la réflexion stratégique et sera déployée en ligne à partir du 6 avril. Violette Nossi, directrice conseil à We Are Social, est en charge de budget (Aude de Casabianca, brand manager à Buitoni).

Par ailleurs, We Are Social a été désignée par 3 Suisses pour la définition de sa stratégie social media et d'achat media sur les réseaux sociaux du groupe, afin d'accompagner la transformation de son modèle économique. La collaboration a démarré en mars. Le budget est géré par Séverine Tetaz côté agence (Charlotte Clerc côté annonceur). ■