


Amaury médias teste la créativité des agences

La régie du groupe Amaury a lancé en juin un concours proposant aux agences d'imaginer leur propre création pour communiquer sur leurs activités dans les supports du groupe. Etat des lieux du dispositif.

 Les équipes des agences médias et des agences de publicité ont été quelque peu surprises le 29 juin dernier, en voyant débarquer dans leurs locaux un équipage de cosmonautes venu distribuer des invitations au concours « Gagnez de l'espace » imaginé par Amaury médias. Pour la régie, qui commercialise notamment [l'Equipe](#), [lequipe.fr](#), [Le Parisien-Aujourd'hui en France](#) et [leparisien.fr](#), l'objectif de cette opération événementielle était d'attirer l'attention des agences sur le lancement du concours. Trois mois après, « nous avons reçu une quinzaine de dossiers, ce qui est plutôt satisfaisant, confie Christèle Campillo, directrice marketing de la régie. Nous attendons encore quelques candidatures ». Le jury du concours se réunira début novembre pour désigner les gagnants.

Mettre en avant l'originalité des formats

Pour participer, les agences médias et agences de publicité sont invitées à imaginer une communication sur leur activité. « C'est une manière pour nous de



voir comment les agences vont utiliser nos supports, pour mettre en avant leur entreprise. » A l'issue du concours, les deux vainqueurs : un pour les agences médias, l'autre pour les agences de publicité, gagneront, chacun, une dotation en espèces d'une valeur d'1 million d'euros bruts. « Notre objectif est de faire découvrir ou redécouvrir l'étendue des capacités créatives originales offertes par nos deux quotidiens, explique Christèle Campillo. Nous sommes persuadés que ces grands formats sont très impactants et très appréciés par les annonceurs et les professionnels de la communication. »

Une dotation d'une valeur de 2 millions d'euros

Les heureux gagnants pourront choisir de communiquer dans [l'Equipe](#), [Le Parisien-Aujourd'hui en France](#) et leurs sites Web. Amaury médias propose, notamment, sur le Print un format U, un format Podium, un format demi-diagonale ou un format en T inversé. « Certains candidats n'ont pas hésité à utiliser la complémentarité entre nos supports avec des messages qui se répondent d'un titre à l'autre, se félicite Christèle Campillo. Nous pensons que cette opération peut avoir beaucoup d'impact auprès de nos partenaires. » **Marie Malabrac-Roques**