

Thème(s)

Actualités nationales , Communication , Marketing , Publicité ?

Communiqué ?



Communiqué de Presse 26.09.2011

euronews primée à deux reprises par le magazine britannique M&M

Après avoir été décoré « Best International TV Channel for Research » par le magazine M&M en juin dernier, euronews a reçu en septembre le prix de « Best Media Owner » aux M&M Global Awards pour sa contribution au programme « Comment Visions ».

Lyon, France -- 26 septembre 2011 -- Ces deux prix célèbrent la créativité des équipes d'euronews, leur capacité à inventer des solutions de communication pionnières et à développer des partenariats à forte valeur ajoutée.

1^{er} prix : euronews, Best Media Owner pour son projet Comment:Visions. Comment:Visions explore les points de vue des intellectuels, experts et scientifiques quant aux solutions à adopter face au réchauffement climatique, à la surpopulation et à la surexploitation des ressources. Ce projet est le résultat d'un partenariat unique entre la chaîne internationale d'information euronews et le journal European Voice basé à Bruxelles, avec le soutien de Shell.



Les équipes de Mediacom et FishburnHedges, Euronews Sales et Shell.

Comment:Visions est diffusé sur euronews chaque première semaine du mois. Sur le site internet www.commentvisions.com, les internautes accèdent au programme en streaming et participent à des forums où des invités débattent et partagent leurs idées sur le thème du mois.

Les M&M Global Awards récompensent à la fois les meilleures campagnes de publicité internationales, l'innovation et l'efficacité des équipes média ainsi que les stratégies de coordinations multi-nationales. euronews a reçu le 1^{er} prix devant BBC Advertising, Bloomberg BusinessWeek, CNBC, ESPN, Fox One Stop Media, National Geographic et Quebecor Media.

2^{ème} prix : euronews, meilleure chaîne international en termes d'études et de retour sur investissement (Best International TV for Research/ROI). M& produit chaque année, dans sa M&M's Sales Team Benchmarking Survey, un tableau des performances des principaux médias, basé sur les résultats annuels, leurs propres enquêtes ainsi que les éléments marquants des études telles que EMS Series et Ipsos Business Elite Series. M&M's Sales Team Benchmarking Survey permet aux annonceurs de prendre la meilleure décision quant choix du média selon leur besoin stratégique.

Cette année annonceurs et agences ont donc jugé selon 5 critères euronews comme étant la Meilleure Chaîne Internationale de Télévision en termes d'études et de Retour sur Investissement.

M&M Sales Team Benchmarking Survey a reçu cette année 422 répondants, dont une moitié était constituée d'annonceurs ou d'agences et l'autre moitié de compagnies de médias, de commerciaux, de consultants et de chercheurs. Géographiquement, 1/3 des répondants étaient basés au Royaume-Uni, 43% en Europe continentale et 24% dans le reste du monde. L'étude a été menée

sur internet en mars 2011.

Le directeur général d'euronews sales, Olivier de Montchenu, s'est félicité "Ces prix rendent hommages aux efforts d'innovation d'euronews et nous encourageant à poursuivre notre stratégie publicitaire multiplateformes."

For further information, please contact :

Grégoire de Rubiana m +33 (0)6 60 69 30 34 gregoire.derubiana@euronews.net

Lydie Bonvallet t +33 (0)4 72 18 80 56 lydie.bonvallet@euronews.net

euronews on the internet



euronews LIVE apps



Soci?t? communicante

Euronews
bonvallet@euronews.net

Descriptif d'activit? :
cha?ne international d'information - 10 services linguistiques 24h/24 dans 155 pays