

Patrice Legendre relance Gibory Consultant et supprime les "success fees"



Une semaine après l'inauguration de Pitchville, le marché s'apprête à accueillir un autre nouveau venu sur le secteur de la sélection d'agences. Patrice Legendre, qui a repris l'été dernier avec Christian Baumard la marque Gibory après la liquidation judiciaire de l'entreprise éponyme, vient en effet de finaliser son nouveau projet d'entreprise. Marie-Hermine Cohen-Boyer, ex employée de Gibory, prend ainsi la direction générale du groupe présidé par P. Legendre, L'Expression-Top Com-Gibory, et sera notamment en charge de l'activité recrutement et audit en communication héritée de Gibory. L'activité de conseil en choix d'agences est totalement refondue autour d'une principale nouveauté : la suppression des "success fees", le versement par l'agence lauréate de la compétition d'une partie de ses honoraires à l'intermédiaire. Quant aux annonceurs, ils se voient proposer une offre à la carte (échange et rédaction sur le brief, définition du profil idéal de l'agence, benchmark, appel à candidature...), avec un ticket d'entrée à 4 500 euros (de 15 à 20 000 euros pour une mission complète de conseil en choix d'agence). Objectif : attirer les petits annonceurs. Patrice Legendre indique n'avoir aucun rôle opérationnel dans cette dernière activité, de même que Christian Baumard, aujourd'hui également actionnaire de Pitchville. A noter que pour chaque nouvelle mission, le pôle "search" ira en quête d'un consultant indépendant spécialisé qui sera chargé du pilotage. Une première mission est ainsi déjà en cours dans la parapharmacie.

PRISMA PUB DEVIENT...

PRISMA MEDIA

Marques

lenouveauprismamedia.com

La Banque Populaire entre au "pays des merveilles" avec Disney et Euro RSCG C&O



A l'occasion de la sortie du nouveau film de Tim Burton, "Alice au pays des merveilles", la Banque Populaire poursuit la modernisation de son image en devenant partenaire de Disney avec Euro RSCG C&O. Depuis hier, les agences Banque Populaire participantes ont adopté un habillage aux couleurs du film. Le réseau relaie également l'évènement via des jeux concours, [un site dédié](#), une campagne de bannières web et un dispositif d'affichage en gare dans les grandes villes françaises. En plus, 26 avant-premières seront organisées en région.