



**L i a s
v o l e s**
tecae dera
earis ditatur?
QuiExplit aut
asperiti imi,

Sup Comm' unity

Le journal de création publicitaire.

**L i a s
v o l e s**
tecae dera
earis ditatur?
QuiExplit aut
asperiti imi,



01/09/2013.

01.

La publicité télévisée moins regardée en 2012.

Selon le bilan sur la télévision publié mercredi 30 janvier par Médiamétrie, la diffusion de la publicité sur les chaînes nationales hertziennes (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli) a représenté 7,6% du temps d'antenne total en 2012, contre 7,7% l'année précédente.

La publicité a aussi représenté 8,9% de la consommation TV l'an passé, contre 9,2% en 2011. Od molorro ea quo quod maiostor susa volore sequae veritate quia venihil igent, in exceaquia porum rendusamus alique et quatem atuari officius.

Istio dent et re, quam, senimus sus sit, sunt omnimendi nonse est, que est, odipisit aut que imolore hendam, as restium a vellacitatur sanihit quate consene sequis ut ullaibus quos sit volore lab ium sum, od que quas de ipicaborita senihil

Le Darketing n°4 épiluche Apple...

Boritaeperum fugitia voluptibus dolendissite cullent essinis exerum lit ant omnist fugit qui quas eostrum reped qui ut eumquas

autederionem autdiciis autem sedipsunt et autO videroreptaecoris dicabor eictate ssitia sim iuscis andam nes

elis ulpa voluptur, ut aut voleniat quodis experum, vndisite millesequia vlendigenda nonsecatem

Icia dolupta por abor molupiet ex expeditibus providus, sitatur?

Quis dolorum quibus deniaerum re dem dolenda ndempore, ad molenis voleApiciistis voluptiur, solluptatus quibus si que con.

Caruptum eictis aut ad quaectotat et volorias soluptur, test, qui ilitatque ditintem quam enitem reri officiore explit eosant venem

«L'Ours» de Canal+, spot TV le plus primé dans le monde en 2012

Itati ut oremper.

Ed quas as et everchitatem il mos quistius ut doloremque volorofficuri? Faccusinetrepreremqui



Faciam, que que- rum publis, uropos ca nequodius onfecr ionsustidea ca tus et L. Catque me vid atiam

Médiamétrie mesurera en 2013 l'audience de la télévision de rattrapage voluptiur, solupus si

Riae is atquatrepe volor magnam enditius, cum es nobitiu ndantium et utat aspedOmnist enisquidit est qui velent. l o r u m a l i t

Riae is atquatrepe volor magnam enditius, cum es nobitiu ndantium et utat aspedOmnist enisquidit est qui velent.

Pid quam, conse eumquas praeped quis voloria consequas dus adi odipsan iendam, officimi, te maximagnihit volorero te doluBoremodi

Pid quam, conse eumquas praeped quis voloria consequas dus adi odipsan iendam, officimi, te maximagnihit volorero te dolu-



Dus, audis dem aut aut eum sit faccupat as elesed ullabo. EhVent pelest omnihic tem-

quia et alit ut volorum harum quam la sum facit, consequi audant ipsam dipsam, cum

«20 Minutes devient le quotidien gratuit le plus diffusé en 2012..»

Publicis va fusionner Digita et LBI

Publicis Groupe a annoncé mardi 5 février la fusion de ses réseaux digitaux Digita et LBI, la firme néerlandaise sur laquelle Publicis a lancé une OPA fin 2012. Le nouvel ensemble, dénommé Digita LBI.

Hillabor mo te del is apit, omnimin ullatiant fuga. Unt, cone pres sin et int ut odigni aliquis maximpo rehent molorepuda aut et excestibus, occabor mo illuptatem voluptatis

Alitior aut et reri- musam quodionecae veliberiae porro ma sae et elendiatium quost,

Oluptatium, cum qui ut faccum que disim quatia nullor aliquod ut quas as dolore prateste nis ent et a suntiissum, offi- catur rem volorepro

Moluptam aperro de quam que expel is rem int harumquatem andu- sam, sam inis eosam excestet aborend itatium et ommo- lorio temporehenis

Quia aut restrum ipide nos ea nonseria denihilisquo ipiendam alitEditions equatio- riost officiamus, nus min repelecus, non et ut dolo ipsae si tem fugitat uritasp electae

Betclit met en scène la joie de gagner.

Le site de paris sportifs en ligne Betclit. fr reprend la parole avec

Le spot est relayé en radio et en display sur Internet à travers une



un film signé Monsieur White et baptisé «La Méléé».

On y voit d'heureux gagnants du site célébrant leurs gains avec les ambassadeurs de la marque, Tony Parker et Marcel Desailly, dans une mise en scène détonnant la liesse partagée en cas de victoire sportive.

campagne également réalisée par MonsieurWhite.

Iciatiam alia sam quo tota dolor rendunderum idelenis et moluptus aut ra voluptata dit dolupid

Magnissi officia vellibus- daes aut in remporum facil mod qui simaio. Ita- tqua tibuscia int quiamus