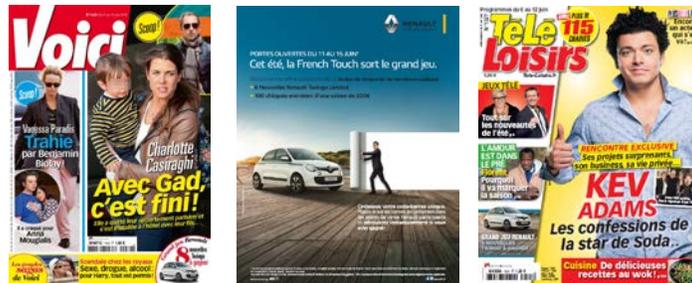


INNOVATION

**Première en Europe en presse magazine pour un annonceur :
Pour son client RENAULT, Prisma Media
imprime 1 332 000 magazines uniques !**

Prisma Media, toujours à la pointe de l'innovation technologique en presse magazine lance **Prism'Adapt**, concept inédit de publicité personnalisée, magazine par magazine.

A l'occasion de la sortie du nouvel opus de la campagne French Touch et des journées portes ouvertes du 11 au 15 juin prochains, Renault devient le premier annonceur français à utiliser la toute dernière innovation des équipes de Prisma Media Solutions, Prism'ADapt, qui permet la personnalisation de chaque exemplaire d'un magazine par une impression unique.



Le code barre unique propre à chacun des 1 332 000 exemplaires imprimés de Télé-Loisirs (N°1527, en kiosque depuis le 1er juin) et de Voici (N° 1439, en kiosque le 4 juin) permettra au lecteur de participer au Grand Jeu Renault et de tenter de gagner l'une des 8 nouvelles Renault Twingo Limited ou l'un des 100 chèques d'entretien mis en jeu. Pour cela, il lui suffira de scanner le code barre unique imprimé dans son magazine sur l'une des bornes dédiées chez un concessionnaire Renault.

Unique en France, cette opération a été mise en place avec les équipes d'OMD et de Publicis grâce aux toutes nouvelles imprimantes Jet d'encre Kodak que Sego, partenaire imprimeur du Groupe Prisma Media, a installé sur ses rotatives offset à Taverny, près de Paris.

Pour faire résonner ce dispositif, les rédactions des 2 magazines annoncent l'opération dans leur numéro précédent, sur leur site internet (www.voici.fr et www.teleloisirs.fr), sur leurs réseaux sociaux Facebook et Twitter ainsi que sur la Une des magazines portant l'opération (cf visuels).

Les bénéfiques attendus pour Renault et OMD sont multiples :

- une communication réseau audacieuse et innovante pour promouvoir ses portes-ouvertes,
- un prolongement terrain via la mise en avant d'un call to action et d'une promesse forte incitant les lecteurs de Télé-Loisirs et de Voici à se rendre en concession pour participer au jeu-concours,
- une technologie permettant d'identifier, quantifier et analyser l'effet drive to store d'une communication offline.

Philipp Schmidt, Directeur Exécutif de la régie Prisma Media Solutions, souligne : « Je remercie Renault et OMD de nous avoir fait confiance. Cette opération unique en France a été rendue possible grâce à l'audace, la créativité et la réactivité de Renault et de leurs agences OMD et Publicis qui ont su saisir cette opportunité et utiliser cette innovation technologique au service de la campagne Renault French Touch »

.../...

A propos de Prisma Media Solutions

Prisma Media Solutions, ce sont plus de 22 marques leaders présentes sur plus de 100 supports (presse, web, mobile, event), une régie puissante puisque 2 français sur 3 consultent chaque mois un support de nos marques. Experte dans la connaissance client, innovante dans son positionnement comme dans ses réponses client, Prisma Media Solutions est votre business partner idéal dans un monde médiatique en pleine mutation. Programmatique, Data, Sur-mesure, nouveaux formats, études, Ad vérification, contenus, Prisma Media Solutions développe toutes ses expertises à la hauteur de vos ambitions.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <http://www.prismamediasolutions.com/operations-speciales> et <http://www.prismamediasolutions.com/>

Géraldine Pangrazzi – Directrice Opérations Spéciales Prisma Plus – gpangraz@prismamedia.com - 01 73 05 47 49

Amélie Philouze – Directrice de Projets Chargée de Prism'Adapt – aphilouz@prismamedia.com – 01 73 05 69 70

A propos de GROUPE RENAULT

Constructeur automobile depuis 1898, le groupe Renault est un groupe international qui a vendu en 2014 plus de 2,7 millions de véhicules dans 125 pays. Il réunit aujourd'hui plus de 117 000 collaborateurs et 36 sites de fabrication. Pour répondre aux grands défis technologiques du futur et poursuivre sa stratégie de croissance rentable, le groupe s'appuie sur son développement à l'international, la complémentarité de ses trois marques (Renault, Dacia et Renault Samsung Motors), le véhicule électrique, son alliance avec Nissan ainsi que ses partenariats avec AVTOVAZ et Daimler.

Renault - Claire Mayeux – Chef de pôle media digital et Online – claire.mayeux@renault.com

A propos de OMD

OMD est l'un des réseaux internationaux d'Agences Conseil en Communication Média, appartenant au Groupe Omnicom Media. Ce réseau est l'un des leaders dans le monde avec près de 140 bureaux dans plus de 80 pays. La philosophie d'OMD repose sur 3 mots clés qui constituent également sa signature : « Insight, Ideas, Results ».

OMD France – Morgane LE ROL – morgane.lerol@omnicommediagroup.com - 01 74 31 55 21

A propos de SEGO

L'imprimerie Sego, située à Taverny (95), est le premier imprimeur français à réaliser l'hybridation de ses rotatives offset par l'intégration de têtes jet d'encre Kodak à très haute vitesse. Cette technologie permet d'imprimer en numérique des informations variables de très grande qualité à 600 mètres par minute, donc sans ralentir la vitesse des rotatives offset. Avec un parc de douze rotatives (de 8 à 80 pages), Sego est un acteur majeur du marché de l'impression offset. Sego fait partie du groupe Sego qui intervient en Prémédia (avec Arto et Compos Juliot), en impression numérique, impression offset rotative et en routage (avec Stamp). L'ensemble de cette chaîne graphique est installé sur un site industriel de 55000 m², à 15 km de Paris. Le groupe Sego intervient également en amont, via son agence Eleven, spécialisée dans la communication globale et qui, au-delà du print, développe des sites web et des applications pour les smartphones et les tablettes.

SEGO – Frédéric Jahn - Directeur Général Adjoint – frederic.jahn@groupe-sego.com - 06 07 47 61 01