

Communiqué Maje Media

Maje Media, régie spécialisée dans l'association des marques au domaine de l'entertainment et des nouveaux medias, est à l'origine de deux opérations particulièrement innovantes :

- **Maje Media associe Coca-Cola à un jeu-concours/appel à contribution vidéo sur Dailymotion et sur Francofolies.TV (la nouvelle web TV des Francofolies), dans le cadre de la promotion des Francofolies de la Rochelle dont elle est la régie exclusive.**



Dans un espace habillé aux couleurs de Coca-Cola et des Francofolies, les internautes sont invités à imiter leurs artistes préférés en postant des reprises vidéos des artistes à l'affiche du Festival des Francofolies à la Rochelle. Parmi les reprises déjà postées, on compte Mika, Christophe Maé, Rose, BB Brunes... De nombreux lots sont à gagner, dont des pass VIP pour les Francofolies, des coffrets Guitar Hero (jeu + guitare) et des places de concert sur la Grande Scène. Cette opération sera en ligne à l'adresse suivante :

<http://www.dailymotion.com/group/francofolies>.

Il s'agit d'un **dispositif participatif, ludique et interactif, mêlant à la fois média et hors média** puisque Dailymotion sera également le partenaire du JT des Francos sur les écrans géants de la Grande Scène. De plus, un billboard du Grand Jeu Coca-Cola/Francofolies sera diffusé avant la vidéo gagnante, élue par un jury mixte Francofolies/Dailymotion, lors de la soirée de clôture. De plus, Coca-Cola est également partenaire du Festival où il bénéficiera d'un espace d'animation (stand et bus Coca-Cola).



- Maje Media a associé la marque « Hollywood My Mix » du groupe Cadbury aux émissions consacrées à Roland Garros sur Orange Sports TV, la nouvelle chaîne interactive Orange dédiée au sport et diffusée sur l'offre TV d'Orange par ADSL, sur le portail Internet orange.fr et sur le mobile. La marque Hollywood a ainsi pu bénéficier pendant la durée du tournoi d'un spot 10'' en entrée/sortie de quatre rendez-vous "Roland Garros" sur Orange Sports TV (petits programmes d'une dizaine minutes chacun) :



- 1) "le Point" (flash Info")
- 2) "Changement de côté" (résultats, sujets magazines, interviews...)
- 3) "Le Journal de Roland Garros" (résumé de la journée)
- 4) "Jeu, Set et Match" (magazine en direct du Tournoi)



Cette opération est innovante de par le dispositif « Tennis Everywhere » mis en place par Orange, avec ses 3 plateformes aux couleurs de Roland Garros : TV d'Orange, orange.fr et mobiles, ce qui permet à la marque associée Hollywood de maximiser sa visibilité sur ces différents supports, tout en restant au plus près du contenu. C'est actuellement la seule offre du marché qui permette d'être présent simultanément sur ces 3 plateformes. Pour Hollywood, cette opération est un « test » susceptible d'annoncer d'autres opérations à venir.



A propos de Maje Media :



« Maje Media », nouvelle régie positionnée sur l'association des marques aux contenus eux-mêmes déclinables multi-canaux, a été fondée par Jérôme Wagner (ex DG Initiative Media) et lancée en Septembre 2006 en association avec « Morgane groupe », groupe de production audiovisuelle et d'entertainment existant depuis douze ans (25M€ de CA), et qui a repris les « Francolies de la Rochelle » il y a trois ans.