



Communiqué, le 8 mars 2016

Havas Paris remporte le budget Monsieur Meuble

La nouvelle offre « Paris Shopper » de l'agence Havas Paris, lancée en partenariat avec FullSix Retail en janvier dernier, vient de remporter le budget Monsieur Meuble. Cette attribution fait suite à une compétition d'agences menée en octobre dernier.

L'enseigne d'ameublement intérieur confie ainsi à Havas Paris son volet de communication commerciale (plan d'actions commerciales), d'édition (catalogues en magasins et boîtes aux lettres) et de digital (refonte du site web, animation des réseaux sociaux et digital in-store). Par ailleurs, l'annonceur lui confie une mission de communication institutionnelle au profit de la structure coopérative UCEM, maison mère des deux enseignes Monsieur Meuble et Meublana.

La diffusion du prochain spot TV est prévue sur nos écrans le 10 mars prochain tout comme la révélation du nouveau site internet.

A propos de Paris Shopper

Paris Shopper est la nouvelle offre globale de l'agence Havas Paris, lancée en partenariat avec Fullsix Retail en janvier dernier et annoncée lors de la fusion entre Havas Paris et Havas 360. Paris Shopper propose aux marques et aux enseignes de distribution à la fois les expertises de la communication commerciale (advertising, CRM, eCRM, marketing services) mais aussi des expertises de consumer PR et ePR, en communication de mobilisation et en communication de crise et communication judiciaire et mediatraing. Animée par Vincent Mayet, Directeur général d'Havas Paris, David Mingeon, Directeur Général adjoint et Claire Koralewski, Directrice Générale de Fullsix Retail, Paris Shopper s'appuie sur trois outils d'alerte et d'analyse : un réseau de sentinelles dans plus de 115 villes à travers le monde au profit d'un benchmark international (**Shopper.Network**), un observatoire des tendances qui influenceront le commerce de demain, dont la première étude paraîtra mai/juin 2016 (**Shopper.Observer**) ainsi que les études **ROPO** (Research Online, Purchase OffLine) pour mieux comprendre le comportement du consommateur dans son parcours omnicanal. Paris Shopper c'est déjà un portefeuille de marques constitué de Carrefour Market, EasyCash,

Point.S, Mercurochrome, Florette, La Halle, Point.P, hotels B&B, Parc Asterix, Weight Watchers
Altarea...