

Boulogne, le 17 décembre 2013

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### TF1 PUBLICITÉ : NOUVELLE ORGANISATION

Pour répondre aux nouvelles attentes des clients et à l'évolution du marché, Laurent-Éric Le Lay, Président de TF1 Publicité, a décidé de faire évoluer son organisation commerciale et marketing autour de 4 directions :

- Direction générale adjointe commerciale plurimédia
- Direction générale adjointe commerciale presse, radio et développement
- Direction générale adjointe marketing, stratégie et innovation
- Direction du pilotage économique et pilotage du revenu plurimédia

Les équipes de ces 4 entités proposeront des offres commerciales pertinentes et apporteront des réponses globales en adéquation avec la stratégie cross-média de leurs clients.

Cette décision stratégique s'incarne par la nomination à la tête de ces directions de Myriam Lévy et Laurent Bliaut, Jérôme Dessaux, Fabrice Mollier et Emmanuel Guyot.

- **Direction générale adjointe commerciale plurimédia en charge de la TV, du digital, du 361 et de la relation annonceur**

Sous la responsabilité de Myriam Lévy et de Laurent Bliaut, cette direction se structure en 2 parties :

- 3 hubs commerciaux organisés par agence média regroupant les équipes TV, digital, solutions 361 et annonceurs. Les clients de TF1 Publicité auront désormais un seul point d'entrée pour répondre à leurs problématiques de communication. Virginie Bordet et Guilaine Lebcœuf, directrices commerciales, prennent chacune la direction d'un hub. Un/e troisième directeur/rice commercial/e rejoindra prochainement les équipes de TF1 Publicité pour diriger le dernier hub.

- en parallèle, 2 pôles d'expertise transverses sont confiés à Bertrand Nadeau - directeur délégué 361 et à Jean-François Ruhlmann - directeur délégué digital. Ils ont la charge de diriger les équipes des pôles solutions 361 et digital.

- **Direction générale adjointe commerciale en charge de la presse, de la radio et du développement**

Sous la responsabilité de Jérôme Dessaux, cette direction regroupe les activités commerciales liées à la radio, à la presse et au développement national et international. Chaque activité bénéficie d'une équipe dédiée chargée de fidéliser et de convaincre de nouveaux annonceurs en leur proposant les solutions publicitaires les plus efficaces et les plus adaptées à leurs problématiques marketing et commerciales.

- **Direction générale adjointe en charge du marketing, de la stratégie et de l'innovation**

Sous la responsabilité de Fabrice Mollier, cette direction a pour mission d'élaborer les offres commerciales les plus adaptées aux demandes des clients en mettant en avant pour chaque média l'efficacité et l'apport qualitatif de chacun des supports. Elle a aussi pour objectif d'identifier de nouveaux indicateurs de performance pour le marché et de développer l'innovation au service des clients.

- **Direction du pilotage économique et du pilotage du revenu plurimédia**

Sous la responsabilité d'Emmanuel Guyot, ce pôle d'expertise technique et marché accompagnera les équipes commerciales dans leur stratégie commerciale et de négociations.

Laurent-Éric Le Lay déclare : « Je suis convaincu que cette nouvelle organisation centrée sur nos clients nous permettra de répondre encore mieux à leurs attentes et de faire face aux enjeux de demain dans un marché en pleine mutation. »

Contact presse :

Sophie Danis - [sdanis@tf1.fr](mailto:sdanis@tf1.fr) - 01 41 41 17 28 - [www.tf1pub.fr](http://www.tf1pub.fr) - @tf1pub

### **A propos de TF1 Publicité**

*TF1 Publicité, première régie plurimédia d'Europe, commercialise les espaces publicitaires des chaînes du Groupe TF1 (TF1, HD1, LCI, Eurosport, TV Breizh, Styria, Ushuaïa TV, Histoire), des groupes Disney et Turner ainsi que des chaînes TF6, beIN SPORT et Numéro 23. Elle assure également la régie des espaces publicitaires des sites Internet : MYTF1.fr, MYTF1 News, WAT.tv, Eurosport.fr, TFou.fr, Automoto.fr, Disney.fr, Bouyguestelecom.fr... La Régie continue le déploiement de sa stratégie digitale autour des cinq écrans que sont la télévision, l'IPTV, le Web, le mobile et les tablettes en s'appuyant sur les marques et les droits audiovisuels du groupe TF1. Sur le marché des radios, TF1 Publicité commercialise les espaces des Indés Radios et de MFM Radio ainsi que pour la presse gratuite, Metronews.*

*TF1 Publicité propose à ses annonceurs des modes d'expression différenciés et adaptés au travers de la diversité et de l'attractivité des supports publicitaires qu'elle commercialise.*

*TF1 : ±32 millions de téléspectateurs quotidiens*

*MYTF1 (site et IPTV) : n°1 de la télévision de rattrapage*

*MYTF1 (application mobile et tablette) : 5,4 millions de téléchargements*

*Les Indés Radios : ±8,5 millions d'auditeurs quotidiens*

*Metronews : ±3 millions de lecteurs quotidiens*

*Pour plus d'information, consultez le site [www.tf1pub.fr](http://www.tf1pub.fr) et suivez nous sur Twitter : @tf1pub*