



Les gains de budget de la semaine

Publié par Fiona Gentilleau le 11 sept. 2020 - mis à jour à 14:01



Chaque vendredi, découvrez notre récap' des compétitions et des appels d'offre remportés par les agences, les régies publicitaires et les prestataires du marketing.

Digital Insighters, cabinet de conseil pure-player en social media intelligence remporte **3** nouveaux budgets :

- accompagne McDonald's France dans sa stratégie de social listening et insights, au service des consumer insights et de la communication,
- dans le secteur du gaming et de l'esport, le cabinet accompagne deux



nouveaux annonceurs pour des prestations d'accompagnement en social listening, valorisation des actions des sponsors et stratégie digitale : la Team Vitality, grand club esport français bénéficiant d'une forte visibilité internationale et la Team OG, club esport international.

Eloquent, acteur de la relation client, a été choisi par Primagaz pour relever un défi : l'accompagner dans le déploiement d'un centre de contact et d'un chatbot, destinés à optimiser la gestion de ses interactions et à améliorer la qualité de service délivrée.

À la suite d'un appel d'offres public, la SAS pass Culture a retenu l'agence **Havas Paris** qui l'accompagnera dans sa stratégie de déploiement, pour installer durablement le pass Culture comme un outil de référence pour l'accès à la culture des jeunes générations. Havas Paris prendra en charge l'ensemble de la définition et de la mise en oeuvre de la stratégie de communication.

L'agence **Mille Pitch** remporte la dernière compétition agence de l'organisation internationale de la Francophonie. Pour la réalisation de cette campagne elle a enrôlé une team de créatifs primés à plusieurs reprises.

Après plusieurs compétitions, 5 marques ont choisi de faire confiance à **Rangoon** :

- Purina Dog Chow pour son plan promotionnel
- Charal pour une activation des ventes en relais de sa participation au Vendée Globe
- Les fromages de Suisse pour leur campagne promotionnelle de fin d'année
- Panzani pour une activation transversale sauces/pates



- La française des jeux pour le lancement en point de vente du jeu de grattage éphémère illiko Le Trésor des Pyramides

Teads et la BBC annoncent un partenariat exclusif portant sur la monétisation des contenus éditoriaux par la publicité vidéo et display. Teads proposera en exclusivité ses formats publicitaires inRead en coeur d'article sur desktop, mobile et in-app à travers les différents sites de BBC Global News à l'échelle internationale.