



L'AFP, Publicis Medias et Relaxnews unissent leurs forces à l'occasion de la prochaine Coupe du monde en Russie

L'AFP, Publicis Medias – dont Relaxnews et Publicis Media Sports and Entertainment – unissent leurs forces à travers leur partenariat stratégique, afin d'apporter aux sponsors une offre unique associant conseil éditorial, production éditoriale et technologie éditoriale. Grâce à cette combinaison, leurs clients auront la possibilité de se différencier des autres entreprises.

La Coupe du monde de Football de 2018, qui aura lieu en Russie du 14 juin au 15 juillet, sera l'événement de l'année. Un milliard de personnes ont suivi la finale de la Coupe du monde de 2014. Durant ses deux premières semaines, celle-ci a généré plus de 300 millions de tweets et 459 millions de messages Facebook. Pour la Coupe du monde de 2018, le nombre de téléspectateurs attendu est de 3,2 milliards.

Ce partenariat stratégique consistera en trois piliers distincts :

Une compétence en conseil éditorial unique qui permettra d'imaginer et de concevoir la meilleure manière de couvrir l'événement.

Une production éditoriale unique par l'AFP qui mobilisera une centaine de personnes en Russie, et bien plus largement encore à travers le monde pour assurer une couverture complète de la compétition.

- Couverture de l'ensemble des matchs qualificatifs et amicaux, pré-couverture de toute la compétition, présentations des équipes nationales, joueurs et entraîneurs, biographies des stars d'hier et d'aujourd'hui, histoire de la Coupe du monde et archives... Cette couverture sera disponible en 6 langues : 100 dépêches par jour en anglais, français et allemand, et jusqu'à 70 dépêches par jour en espagnol.
- Les photographes de l'AFP couvriront 64 matchs en direct, avec jusqu'à 1800 photos par jour. Son pôle vidéo réalisera jusqu'à 600 vidéos en anglais et 500 en français, ainsi que 250 vidéos Web en anglais pendant l'événement.
- Le service infographie mettra à la disposition des sponsors 15 vidéographies et 10 infographies interactives présentant la compétition et ses à-côtés (règles, statistiques, buts, etc.). Tous les buts seront accessibles en visualisation 3D.
- Enfin, AFP-Services fournira également une production exclusive de contenu à la demande grâce à son réseau. Ceci permettra aux sponsors de se concentrer sur leur stratégie de contenu.

Une technologie unique, celle de My Editorializer, rassemblant 30 000 sources et couvrant l'événement en temps réel.

Cet événement sera une nouvelle occasion pour l'AFP et Publicis Media de démontrer la puissance de leur collaboration, comme ils l'avaient fait durant les Jeux olympiques de Rio.

Cette approche sera consacrée à toutes les entreprises et organisations impliquées lors de la prochaine Coupe du monde.

Pour Emmanuel Hoog, Président-Directeur Général de l'AFP « *ce que l'AFP et Publicis Media ont accompli ensemble à Rio était un travail de pointe, une expérience que nous sommes très heureux de renouveler. Bien au-delà de la Coupe du monde, nous estimons que les clients auront besoin de plus en plus de contenus. L'AFP tient à se positionner et à accélérer sa stratégie de contenu à travers son partenariat avec Publicis Medias.* »

Pour Belinda Rowe, leader de la Content Practice de Publicis Media, « *la Coupe du monde sera pour nos clients une nouvelle occasion de profiter des compétences uniques du "Power of One". Nous avons la chance de bénéficier de l'expertise remarquable de l'AFP et de pouvoir la conjuguer avec le savoir-faire de Publicis Media Sports & Entertainment et Relaxnews.* »

Pour Jérôme Doncieux, fondateur et PDG de Relaxnews, « *la Coupe du monde de Football de 2018 sera l'événement majeur de 2018. Je suis heureux que le partenariat entre l'AFP, Publicis Medias et Relaxnews puisse illustrer nos compétences uniques en termes de stratégie éditoriale, de couverture éditoriale et de technologie éditoriale qui rendront l'événement d'autant plus mémorable.* »



À propos de Publicis Media

Publicis Media compte parmi l'un des quatre pôles de solutions de Publicis Groupe, avec Publicis Communications, Publicis.Sapient et Publicis Healthcare. Dirigé par Steve King, CEO, Publicis Media est porté par cinq marques : Starcom, Zenith, Blue 449, Performics et Spark Foundry. Ses compétences mondiales orientées data et digital-first génèrent de la valeur pour ses clients et concrétisent leur transformation.

Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 17 500 collaborateurs.

À propos de Relaxnews

Positionnée comme « Your Editorializer », Relaxnews est une agence de presse combinant conseil éditorial, production et technologie pour les médias et les marques. Relaxnews est partenaire de l'AFP au niveau mondial depuis 2008 et appartient à Publicis Media depuis 2015. Relaxnews est membre de la Fédération Française des Agences de Presse (FFAP), de l'Online News Association (ONA) et de l'International Press and Telecommunication Council (IPTC).

A propos de l'AFP

L'AFP est une agence d'information mondiale fournissant une couverture rapide, vérifiée et complète en vidéo, texte, photo, multimédia et infographie des événements qui font l'actualité internationale. Des guerres et conflits à la politique, à l'économie, au sport, au spectacle jusqu'aux grands développements en matière de santé, de sciences ou de technologie. Ses 2.400 collaborateurs, de 80 nationalités différentes, répartis dans 151 pays, rendent compte en 6 langues de la marche de la planète, 24 heures sur 24.

Contacts presse:

Relaxnews

Jérôme Doncieux, Co-PDG, +33 (0)1 53 19 89 70, jdoncieux@relaxnews.com

Lola Koubi, Assistante Marketing, +44 (0)759 4515 884, lola.koubi@relaxnews.com

Publicis Media

International: Mary Markou, Vice Présidente de Corporate Communications, +1 312 881 9941, mary.markou@publicismedia.com

France : Alexis Abeille, Communications et PR Manager, alexis.abeille@publicismedia.com

AFP

Caroline Bulcke, Direction de la Communication et de la Marque, +33 1 4041 8112, caroline.bulcke@afp.com