

Présentation Communication Marketing



Mardi 5 décembre 2017

Anthony Barbier - Tàzio Gennuso - Foulques Geraud - Eva Stephane

Politique de Mécénat et de sponsoring

- 1) Microsoft
 - sponsor de premier plan de l'Open Source Initiative (OSI), organisation fondée en 1998 : promotion et protection des logiciels open source, de leur développement et des communautés qui les portent.
 - Microsoft participe dans des milliers de projets open source et a des milliers de contributeurs dans des organisations open source publiques.
 - Microsoft Dynamics sponsor officiel de Lotus (F1) depuis mars 2017. Les deux entreprises seront partenaires pour 3 ans : logo placé à un endroit très visible sur le côté de la monoplace, en contrepartie des produits fournis à l'usine d'Enstone de Lotus.

Politique de Mécénat et de sponsoring

2) Apple

- dans les années 80, politique orientée sport : Apple Turbo aux 24h du Mans en 1980, montgolfières en 1981, SuperBowl de 1985
- désormais orientée culture, recherche et art : tous les ans Apple décerne son prix ARTS à des chercheurs européens dont ils veulent faire reconnaître les travaux.
- Apple est mécène de NRJ pour son émission NRJ Hits List qui diffuse les titres les plus téléchargés d'itunes, ainsi que du magazine Macworld.
- Apple sponsorise également une association humanitaire de lutte contre le SIDA en Afrique grâce aux ventes de l'iPod nano.

Couverture de l'entreprise dans la presse

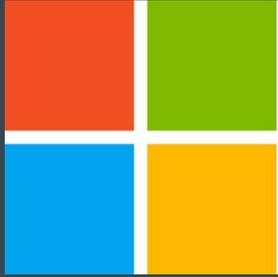
1) Microsoft

- Mise beaucoup sur les réseaux sociaux : 45 millions likes sur FB, 2,6 millions followers sur Twitter. Permet de toucher des personnes auxquelles ils ne pouvaient pas avant.
- A également une page d'information sur son site. Donne des informations sur l'entreprise, son personnel et ses projets. Veulent transmettre leurs informations de façon "plus humaine", plus directe.
- En 1995, Bill Gates apparaît dans une vidéo (https://www.youtube.com/watch?v=b2V9TFrmQ_Q) en tant que le personnage du jeu DOOM afin démontrer les capacités du PC et de Windows grâce DirectX. But : faire de la pub pour Windows auprès des développeurs de jeux vidéos, en leur garantissant de pouvoir les faire tourner "nativement".

Couverture de l'entreprise dans la presse

2) Apple

- Internalisation de ses relations presse en 2013. Ceci signifie qu'elle ne traitera plus avec les journalistes par le biais d'une agence et qu'elle reprend donc le contrôle intégral de sa communication. (l'agence concernée en France est Rumeur Publique)
- Newsroom sur le site d'Apple (actualité, communiqués de presse, photos)
- Choix d'un nombre restreint de journalistes influents pour communiquer leurs informations, le reste suivant par effet boule de neige.



Microsoft

