

De son côté, la direction de "Tendance Ouest", diffusée à 33 000 exemplaires, se dit "sereine" face à l'arrivée de "Côté Caen". "Nous avons acquis une certaine solidité grâce à notre stratégie multimédia (écrit, web, radio, et "un peu de vidéo"), assure ainsi M. François GILLOT, directeur délégué de "Tendance Ouest".

Les lancements de gratuits se sont multipliés ces dernières semaines dans l'Ouest. "20 minutes", détenu à 50 % par Ouest-France est arrivé il y a quelques jours à Rennes (cf. C.Pub du 23 novembre 2010). Une semaine plus tôt, Publihebdo lançait son premier hebdomadaire gratuit au Havre, baptisé "Le Havre Infos" (cf. C.Pub du 16 novembre 2010). Mi-octobre, "La Tribune d'Angers" a démarré pour sa part en Maine-et-Loire (cf. C.Pub du 15 octobre 2010), lancé par M. Laurent ROUAULT, qui détient déjà "La Tribune d'Orléans" et "La Tribune de Tours".

**Mme Laurence DEBROUX, directeur général
finance et administration de JCDecaux, est
nommée au directoire de la société**

Mme Laurence DEBROUX, directeur général finance et administration de JCDecaux, est nommée au directoire de la société au 1^{er} janvier 2011. Elle succède à M. Gérard DEGONSE qui fait valoir ses droits à la retraite au 31 décembre.

Née en juillet 1969, diplômée de l'Ecole des hautes études commerciales (HEC), Mme Laurence DEBROUX fut collaboratrice de la banque Merrill Lynch à Londres jusqu'en 1993 et collaboratrice de la direction financière d'Elf Aquitaine (1993-1996). En 1996, elle rejoignit le groupe Sanofi où elle fut successivement trésorier (1996-1997), directeur financement trésorerie (1997-2000), directeur du plan stratégique (2000-2004) et directeur financier adjoint (2004-2007). En mars 2007, elle devint membre du comité de direction en qualité de senior vice-président directeur financier de Sanofi-Aventis, et en décembre 2008, elle intégra le comité exécutif. De février 2009 à juillet 2010, elle fut senior vice-président, chief strategic officer de Sanofi-Aventis. Depuis juillet 2010, Mme Laurence DEBROUX est directeur général finance et administration de JCDecaux. Mme DEBROUX est également administrateur de Natixis.

**XXXI^{èmes} Grands Prix des "Agences de
l'Année"**

Les XXXI^{èmes} Grands Prix des "Agences de l'Année" ont été remis hier soir, placés sous le patronage de M. Frédéric MITTERRAND, ministre de la Communication et de la Culture, sous la présidence d'honneur de M. Bernard BROCHAND, député-maire de Cannes et ancien président de DDB International, et sous l'égide des associations professionnelles (AACC, ACCE, ADC, Adetem, AdForum, AFDM, ANAé, Club des Annonceurs, Croissance +, IAB, UDA, UDECAM, Syntec-Conseil RP).

Selon les organisateurs de la sélection, toutes les agences lauréates ont connu une progression positive voire parfois même très forte (ou dans un cas, une baisse beaucoup moins marquée) de leur chiffre d'affaires ou de leur marge brute, en un contraste avec la baisse générale des dépenses enregistrée sur leurs segments de marché allant de -8 % à -40 % selon les métiers. Ils notent en outre que la transversalisation de l'offre des agences s'accélère avec l'intégration progressive de la communication interactive, mais aussi avec celle de la sous-segmentation des métiers du digital en expertises de plus en plus spécialisées.

Correspondance de la Publicité

Ont été élues "Agences de l'Année" pour 2010 :

- Publicis France : Le groupe de communication de l'année.
- Publicis Conseil : L'agence de publicité de l'année.
- Groupe Public Systeme Hopscotch : Le groupe indépendant de communication de l'année.
- CLM BBDO : L'agence de publicité créative de l'année.
- Initiative : L'agence-conseil média de l'année.
- Euro RSCG C&O : L'agence de communication intégrée de l'année.
- Ailleurs Exactement : L'agence indépendante de communication intégrée de l'année.
- Grenade : L'agence indépendante de publicité de l'année.
- Publicis Net : L'agence de communication interactive de l'année.
- Extreme Sensio : L'agence indépendante de communication interactive de l'année.
- Phonevalley : L'agence de marketing mobile de l'année.
- ETO : L'agence de marketing opérationnel de l'année.
- Brand Advocate : L'agence de marketing relationnel de l'année.
- Adven Studio : L'agence de contenu de marque de l'année.
- Team Creatif : L'agence de design de l'année.
- TLC Marketing : L'agence de marketing promotionnel de l'année.
- Passage Piéton : La jeune agence de l'année.
- Okó : L'agence de communication d'entreprise et institutionnelle de l'année.
- Fleishman-Hillard France : L'agence de relations publiques de l'année.
- Etoile Rouge : L'agence d'édition de l'année.
- Compagnie Meeting : L'agence de communication événementielle de l'année.
- 4People : L'agence de communication des ressources humaines de l'année.
- Nex&Com : L'agence de communication santé de l'année.
- L.A. Solution : L'agence de communication de l'année en région.

Par ailleurs, M. Pierre KOSCIUSKO-MORIZET, président de PriceMinister, s'est vu remettre le prix de "La Personnalité de la communication de l'année".

Google prend de nouvelles mesures pour la protection des droits d'auteur

Google et sa plateforme YouTube ont souvent été stigmatisés dans la lutte contre le piratage et la protection des droits d'auteur. Mais le groupe américain a visiblement entamé une offensive pour convaincre les ayants droit de sa bonne volonté dans ce domaine. "Plus de 35 heures de vidéo sont mises en ligne chaque minute sur YouTube. (...) Mais, parallèlement à l'apparition de cette nouvelle vague de créateurs, certaines pratiques frauduleuses et non respectueuses du droit d'auteur ont également émergé", rappelle ainsi M. Kent WALKER, conseiller juridique de Google, sur le blog du groupe. "Au fur et à mesure de l'expansion du Web, nous avons constaté un nombre croissant de problèmes liés à des infractions aux droits d'auteurs", indique le conseiller, selon lequel Google a "intensifié ses efforts afin de développer de nouveaux moyens d'action et de mieux faire face à cette problématique".

Dans cette optique, le groupe américain a acté quatre séries de propositions, qui vont être mises en œuvre "au cours des prochains mois", précise M. WALKER. Tout d'abord, Google s'engage à "donner suite en 24 heures aux demandes de retrait de contenus pour cause de violation de droits d'auteur".