

## Michel Simond dévoile son 1er plan média

**Pour la première fois de son histoire, le groupe Michel Simond lance une campagne nationale en TV et Radio.**

Le Groupe **Michel Simond**, 1er réseau spécialiste du conseil en acquisition et cession de commerces et d'entreprises, confie, après appel d'offres, son budget média et son achat d'espaces à l'agence indépendante MediaTrack (groupe Cospirit).

La communication 2009 qui s'amorce dès le début du mois de février s'orchestre essentiellement en TV et Radio (Sponsoring et achat classique), avec un relais Internet et Presse.

A partir du 2 février, la campagne débute avec le sponsoring d'émissions pendant un mois : les « actualités économiques » présentées par Benjamin Dard sur i-télé, « la météo » sur BFM TV, « la Bourse » de France Inter et « Tout info Tout Eco » sur France Info.

Ce dispositif « sponsoring » sera relayé de mi-février à mi-mars par des spots classiques sur les chaînes TV d'informations (LCI, BFM TV et i-Télé) et en radio sur : Europe 1 et RMC.

**Michel Simond** souhaite à travers les médias affirmer sa position de référent sur son marché et convaincre les acquéreurs potentiels de faire confiance à l'un de ses 80 cabinets d'affaires.

La création des films et des spots radio est confiée à l'agence Publicis.