

OBJECTIFS

- 1 POSITIONNER BLUELINEA COMME UN EXPERT SUR LE SECTEUR DE LA SILVER ECONOMIE**
- 2 CONFORTER BLUELINEA SUR SA POSITION D'ENTREPRISE DE REFERENCE DANS LE MAINTIEN A DOMICILE DES SENIORS**
- 3 SENSIBILISER L'OPINION PUBLIQUE & LES POUVOIRS PUBLICS SUR LES PROBLEMATIQUES LIEES AU GRAND AGE (ILLECTRONISME, ISOLEMENT, DEPENDANCE, ACCES A L'EMPLOI)**

ACTIVATION DES RELATIONS PRESSE

-  Définition de la stratégie de communication
-  Mapping des médias clés B2B et B2C.
-  Veille des événements et prévisions rédactionnelles
-  Veille quotidienne et rebond d'actualité

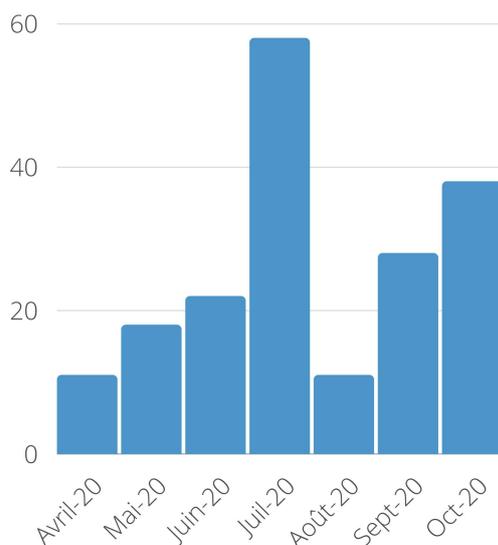
COMMUNICATION D'OPPORTUNITE

16/06/2020
 CRÉATION D'UNE 5ÈME BRANCHE DE LA SÉCURITÉ SOCIALE POUR L'AUTONOMIE : UNE DÉCISION HISTORIQUE OU UNE COQUILLE VIDE ?

18/08/2020
 L'ILLECTRONISME CHEZ LES SENIORS : COMMENT LA CRISE DU COVID A ENCORE CREUSÉ LA FRACTURE NUMÉRIQUE EN FRANCE ?

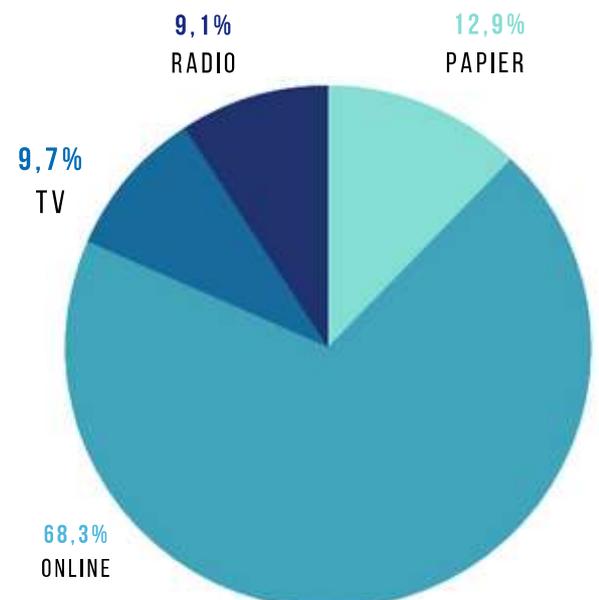
01/09/2020
 L'ENTREPRISE BLUELINEA PRÉPARE SA CENTAINE DE SALARIÉS AU PORT DU MASQUE OBLIGATOIRE

CHIFFRES CLEFS



Retombées par mois

186 retombées au total
89 interviews
18 passages TV
10 campagnes presse



Retombées par type de média

MEILLEURES RETOMBÉES



MEILLEURS PASSAGES TV

TF1 31 AOUT 2020
10 000 000 TELESPECTATEURS



C NEWS 16 JUILLET 2020
27 071 000 TELESPECTATEURS



france 2 31 AOUT 2020
3 550 000 TELESPECTATEURS



CANAL+ 1ER SEPTEMBRE 2020
6 295 000 TELESPECTATEURS



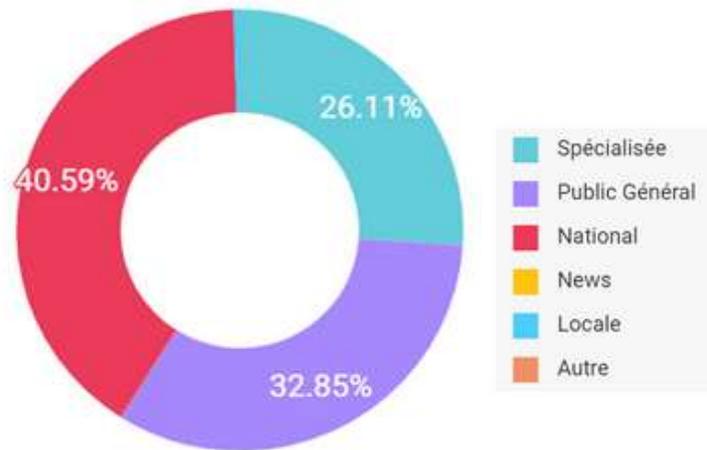
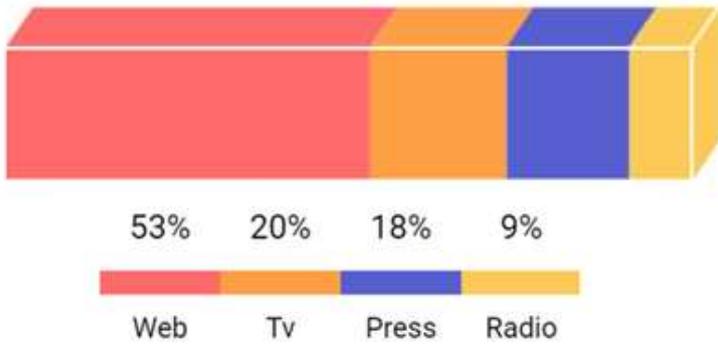
LCI 1ER SEPTEMBRE 2020
2 000 000 TELESPECTATEURS



EQUIVALENT ACHAT D'ESPACE

SOMME DE L'EAE
1,73Mn €

SOMME DES CONTACTS
20,1Mn



Répartition par média

Répartition par source

