

Communiqué, le 1^{er} mars 2016

Paris Shopper, la nouvelle offre de Havas Paris



Annoncée lors de la fusion entre Havas Paris et Havas 360 en janvier dernier, « Paris Shopper » est la nouvelle offre de l'agence Havas Paris.

Lancée en partenariat avec FullSix Retail, **Paris Shopper** est une nouvelle offre globale qui propose aux marques et aux enseignes de distribution à la fois les expertises de la communication commerciale (advertising, CRM, eCRM, marketing services) mais aussi des expertises de consumer PR et ePR, en communication de mobilisation et en communication de crise et communication judiciaire et mediatraining.

Animée par Vincent Mayet, Directeur général d'Havas Paris, David Mingeon, Directeur Général adjoint et Claire Koralewski, Directrice Générale de Fullsix Retail, Paris Shopper s'appuie sur trois outils d'alerte et d'analyse :

- un réseau de sentinelles dans plus de 115 villes à travers le monde au profit d'un benchmark international (**Shopper.Network**),
- un observatoire des tendances qui influenceront le commerce de demain, dont la première étude paraîtra mai/juin 2016 (**Shopper.Observer**)
- les études **ROPO** (Research Online, Purchase OffLine) pour mieux comprendre le comportement du consommateur dans son parcours omnicanal.

Paris Shopper rassemble déjà un portefeuille de marques constitué notamment de Carrefour Market, EasyCash, Point.S, Mercurochrome, Florette, La Halle, Point.P, Hotels B&B, Parc Asterix, Weight Watchers Altarea...

« L'offre Paris Shopper répond à la nécessité de dépasser les frontières de nos métiers pour multiplier les points de contact entre la marque et les consommateurs et ainsi créer une infinité d'interactions positives au service du business. » explique David Mingeon, Directeur général adjoint d'Havas Paris.