



Frédéric Colas, Président de SixandCo et Chief Strategic Officer du groupe Fullsix, lance « régionales du cœur »

Paris le 16 mars 2010 – Frédéric Colas, travaille depuis de nombreuses années à décrypter les comportements des consommateurs. Co-auteur d'une récente étude sur Facebook et les pages de fans de marque, il a voulu en collaboration avec l'ESSEC, innover en demandant à des étudiants du Mastère Spécialisé Marketing Management de mener une campagne sur Facebook sur un sujet au cœur de l'actualité : les régionales.

Au travers de cette campagne, les élèves sont amenés à défendre leur région, à convaincre le maximum de fans et ainsi mieux appréhender les mécaniques de fonctionnement de Facebook. Grande première dans une école de commerce cette opération et le succès de chaque région se répercutera directement sur les notes des élèves et l'obtention de leur UV. L'ESSEC veut amener ses étudiants à se plonger in vivo dans cette communication 2.0 et ainsi les préparer concrètement aux nouvelles règles du marché. Avec cette opération l'école prouve encore une fois sa capacité à innover et à former ses élèves aux techniques de communication de l'ère digitale.

Plus largement et loin de toute considération politique, « les régionales du cœur » sont aussi un moyen d'inciter les jeunes et leurs amis sur Facebook à remplir leur devoir de citoyens, et leur montrer que les élections régionales sont une étape importante de la vie publique. Et ce sont plus de 57.000 jeunes qui ont participé « aux régionales du cœur » le grand vainqueur avec 12.000 fans est la Guadeloupe suivi de l'Aquitaine, de la Basse Normandie, du Limousin et de la Bretagne... la Martinique se situant en queue de peloton avec 61 fans. Aux vues du taux d'abstention de dimanche dernier il semblait important de relier vie citoyenne et nouveaux mode de communication.

A propos de Sixandco :

Partenaire stratégique des marques qui cherchent à profiter pleinement de l'ère digitale, SixandCo est l'agence de communication d'une nouvelle ère qui aide ses clients à décoder les nouveaux comportements des consommateurs (Digital Age Consumers), à les intégrer dans des dispositifs de communication impliquants (Brand Experience), et à mobiliser leurs réseaux à l'avantage des marques (Brand Networking).

SixandCo compte parmi ses clients Orange, Fiat, Fram, Caisse d'Épargne, Alfa Romeo, Ubisoft.

**Pour plus d'informations : www.sixandco.com / <http://www.facebook.com/sixandcofrance/>
<http://www.twitter.com/sixandco>**

Contact Presse

Agence Point Virgule

Sandra Laberrenne

01 73 79 50 68 /slaberrenne@pointvirgule.com

SixandCo

Céline Brayer

01 49 68 22 98 /brayer@sixandco.com