

Sommaire de *Satellinet* n°26, paru le 28 juin

Avec *Mes Colocs*, BNP Paribas parie sur une création originale pour cibler les jeunes

Six semaines après sa mise en ligne, BNP Paribas a révélé lundi 21 juin être à l'origine de la web-série *Mes Colocs*, en dévoilant à la presse sa nouvelle campagne de communication à destination des jeunes sur le thème du logement... **(article de 628 mots)**

L'actualité de la semaine :

Médias (France Soir, Arte en confidentiels + 2 brèves), Marchés (Sénat en confidentiel + 11 brèves), Réseaux sociaux (2 brèves), En mouvement (3 brèves).

Le Top 5 des sites de la sous-catégorie « Voyage » – France - avril 2010 (en partenariat avec Médiamétrie et Nielsen NetRatings)

Retour de campagne : NRJ recrute de nouveaux auditeurs sur Facebook

Pour mettre en relation directe auditeurs et artistes et cibler les 13-24 ans, la radio NRJ a organisé le concours NRJ@School. Le principe : des lycéens devaient créer un groupe sur Facebook et recruter le plus d'amis possible pour gagner un concert privé de Milow, Jason Derülo ou Kesha dans leur classe. Charles Benoit, le directeur de la communication de la marque, fait le point sur ces opérations, appelées à se renouveler. **(article de 1 020 mots)**

Le tour de la question : Open Graph – Quel est l'impact des plugins sociaux de Facebook ?

Le 21 avril dernier, à l'occasion du F8 – la conférence des développeurs de Facebook – le réseau social dévoilait le protocole Open Graph. Présenté comme révolutionnaire, ce successeur de Facebook Connect permet aux sites internet d'intégrer une partie des fonctionnalités de Facebook, à l'image du bouton « J'aime » et d'utiliser les données utilisateurs recueillies par le réseau social. Deux mois après la présentation de ces nouveaux plugins sociaux, les éditeurs sont cependant divisés sur l'opportunité de les intégrer à leurs sites. Satellinet dresse un premier bilan de l'utilisation des outils fournis par le protocole Open Graph. **(article de 1 969 mots)**

Des pixels et des hommes / Jean-Luc Gemo – Forecomm « Une application ne dure pas si elle n'offre pas un véritable service » Comment crée-t-on une application pour iPhone et pour iPad ? Quelles sont les demandes des éditeurs ? Jean-Luc Gemo est le co-fondateur de Forecomm, qui conçoit et développe des applications mobiles depuis 2007 et compte parmi ses clients Le Parisien, Télérama, Goom Radio, AlloCiné ou encore l'AFP. Il détaille pour Satellinet, le fonctionnement de cet écosystème. **(article de 851 mots)**

Visual Thinking (Digital Trends) : Sur les réseaux sociaux, le marketing va dépasser la publicité

Agenda

Le baromètre des applications mobiles : Classement des 10 meilleures ventes d'applications iPhone et iPad payantes en France, au 23 juin.

Abonnement à Satellinet : 1 an 1080 €

abonnement@satellinet.fr Contact : Véronique Olasz 01 40 29 47 48