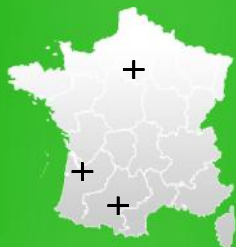


Valexcel a accompagné la société Mediameeting dans son projet de croissance. Mediameeting, 1er opérateur français de radios d'entreprises, a procédé à une augmentation de capital afin d'anticiper les évolutions de son marché et d'accélérer son développement.



Actualités de la société:

- 2010: Trophée « innovation » du groupe SNCF
- 2009: Grand prix innovation du groupe VINCI
- 2009: Grand prix UJEF pour Radio Ligne D
- 2008: Grand prix meilleure performance économique ZOOM (Agglo de Toulouse)

Réalisations récentes:



MEDIAMEETING, 1ER OPÉRATEUR GLOBAL DE RADIOS D'ENTREPRISES, LE RÉCIT D'UNE BELLE AVENTURE

LES TIC SE DÉVELOPPENT, LE MARCHÉ DES NOUVEAUX MÉDIAS SE STRUCTURE, MEDIAMEETING ACCÉLÈRE!

MEDIAMEETING a été créée en janvier 2004. Issue de l'essaimage stratégique du Groupe France Telecom Orange, la vocation de MEDIAMEETING est de permettre à toute entreprise ou collectivité qui le souhaite de disposer de ses propres programmes audio personnalisés pour informer directement ses parties prenantes: actionnaires, collaborateurs, clients etc. Les canaux de diffusion sont nombreux et désormais largement démocratisés: Smartphones, mobiles, web (internet/intranet/extranet), baladeurs MP3, satellite...

MEDIAMEETING est le pôle de compétences le plus avancé en France et probablement en Europe en communication audio. La société travaille en 8 langues pour plus de 3.5 millions d'auditeurs qui écoutent quotidiennement ses programmes

de radios d'entreprises aux quatre coins du globe. Par ailleurs, son double statut d'opérateur de radios d'entreprises et de radios FM (la société possède trois stations FM) lui permet de mutualiser des moyens et un savoir faire de haut niveau.

« Les nouvelles technologies se développent multipliant les possibilités et le marché commence à se structurer: il est temps d'accélérer! »

A.M de Couvreur Mondet

En sept ans, la start up a fait un parcours exemplaire et s'est imposée comme le premier opérateur de radios d'entreprises français, avec un portefeuille client d'une qualité exceptionnelle. Partout dans le monde, MEDIAMEETING informe par exemple, les cadres de Sodexo, les salariés de Véolia,

les clients de Vinci, les clients et salariés d'Intermarché, favorise la mobilité des collaborateurs d'Airbus et mobilise les visiteurs médicaux de Novartis autour du projet d'entreprise.

Un parcours d'entreprise exemplaire c'est souvent le résultat d'une équipe de dirigeants soudés. Les associés fondateurs de MEDIAMEETING, en sont l'exemple vivant. Anne-Marie de COUVREUR, Frédéric COURTINE et Jean-Louis SIMONET ont en commun la passion de la communication et du média radio et aussi bien plus que ça. Ils partagent une même vision de l'entreprise qu'ils résumant sous le vocable: « Performance et Bienveillance ». C'est certainement ce qui explique le rythme de développement de l'entreprise qui se situe entre 30% et 100% par an depuis 2004.

ANNE-MARIE DE COUVREUR-MONDET: LA VOLONTÉ D'UNE FEMME À L'ECOUTE DE SES AMBITIONS



Diplômée d'un Master 2 en Administration et Gestion de la Communication, Anne-Marie de COUVREUR commença sa carrière à TéléDiffusion de France en 1990 au poste de Directrice de la Communication. Elle y restera huit ans et rejoindra la Direction Générale de France Telecom en tant que consultante senior en communication.

En 2003, son projet MEDIAMEETING est lauréat de l'Ecole des entrepreneurs de France Telecom et classé « essaimage stratégique ». La société est créée début 2004 et la dirigeante ne va pas hésiter à se donner les moyens de réussir « J'ai vendu mon appartement pour investir ».

En 2010, Anne-Marie de COUVREUR devient la première femme Président du Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprises de Toulouse. Ses thèmes de recherche favoris sont centrés sur « Performance globale et bienveillance managériale », deux thèmes qui lui correspondent plutôt bien.



La radio: média de la mobilité et d'accompagnement de l'activité sur le lieu de travail

Selon une étude TNS Sofres publiée en 2008, près de 80% des français écoutent la radio quotidiennement et près de 98% des personnes majeures disposent au moins d'un appareil permettant de recevoir la radio. Sa crédibilité devance celle de la télévision et de la presse écrite.

Fort de ce constat, les entreprises délaissent le traditionnel magazine interne et privilégient ainsi la radio Corporate apportant souplesse, réactivité et singularité à la communication d'entreprise.