

ELABE acquiert l'Institut MEDIASCOPIE pour accélérer sa croissance et consolider son positionnement Etudes-Conseil

Sept mois après sa création en Juin 2015, ELABE, Cabinet d'Etudes et de Conseil fondé par Bernard SANANES, acquiert 100% de l'Institut Médiascopie créé en 1982 et présidé par le sociologue Denis Muzet.

Cette acquisition traduit la dynamique de croissance d'ELABE au cœur de son positionnement Etudes-Conseil : elle permettra à ELABE de développer encore davantage pour ses clients un conseil «objectivé» par des données d'études multi-sources et un conseil indépendant.

Dans un contexte marqué par l'accélération du temps médiatique, par les nouveaux formats de la fabrique de l'information (chaînes d'infos en continu, Twitter), ELABE, fort des savoir-faire de Médiascopie, veut renforcer son expertise des mots, de leur perception et de leur impact.

En effet les méthodologies propriétaires de l'Institut Médiascopie, les études «les Mots de» et les «Médiascopies», permettent d'analyser en profondeur la perception de l'expression des dirigeants des entreprises, des institutions, des territoires et des fédérations professionnelles.

Bernard SANANES a souligné : «Les mots sont les premiers contenus, et les mots sont menacés de banalisation. Quand ils sont justes, efficaces, spécifiques, ils permettent de porter une parole cohérente, qui émerge dans l'espace public et qui soit riche de sens pour toutes les parties prenantes. On a parfois oublié que c'est d'abord autour des mots que se construit la communication. L'acquisition de MEDIASCOPIE permet à ELABE de renforcer son approche différenciante et novatrice des études et du conseil».

Denis Muzet rappelle, pour sa part que «Dans notre société médiatique ce qui ne se narre pas n'existe pas. L'expression juste d'un projet est l'une des conditions de sa réalisation, la condition de son acceptation par l'Autre et de son partage. Le choix des mots justes n'est pas seulement affaire de précision, il est question d'élégance et de rigueur de la pensée : ce qui se conçoit bien s'énonce clairement. C'est tout l'intérêt de la démarche de *design narratif* que nous avons initiée».

En hybridant les études et sondages que réalise déjà ELABE avec les méthodologies de l'Institut Médiascopie et surtout en apportant des recommandations opérationnelles sur les chartes verbales, les territoires de communication, ELABE veut proposer à ses clients des solutions sur mesure pour concevoir, adapter, leurs discours à la perception et aux attentes de leurs parties-prenantes.

Le rapprochement permettra d'engager de nouveaux investissements pour que les méthodologies de Médiascopie bénéficient des technologies les plus innovantes afin de répondre aux attentes nouvelles des clients et des médias.

Les équipes sont d'ores et déjà réunies dans les locaux d'ELABE à Levallois.

Denis Muzet accompagnera fortement le rapprochement et continuera à intervenir auprès des clients. Il apportera aux équipes son expertise méthodologique et son analyse fine du débat public.

Aux côtés de Bernard SANANES, Laurence Bedeau, Directeur Associé d'ELABE, sera en charge du déploiement des offres et des méthodes. Marie-Rose Beslin, Secrétaire Générale, sera en charge de l'intégration opérationnelle et RH.

Les Mots de et les Médiascopies

«**Les Mots de**» constitue une démarche et un savoir-faire unique fondés sur trois éléments :

- Un thesaurus de 15.000 mots sur des thématiques multiples élaboré depuis 2008 et incluant l'historique de la notation et de la perception de chacun de ces mots,
- Une méthode originale de recensement des mots concernant une thématique : leur échantillonnage, la mesure de la perception de ces mots, la création d'un mapping de la représentation des mots,
- Un conseil en stratégie narrative.

Inventée par Denis Muzet, la **Médiascopie** est une méthode de mesure instantanée et continue de l'adhésion d'un public à un contenu audiovisuel. Elle repose sur le principe de l'enregistrement des réactions spontanées des téléspectateurs ou des auditeurs tout au long d'une émission (reportage, interview, ...) à partir du curseur du «médiascope», : poussé vers le bas ou vers le haut, il génère une note de 0 (pas du tout d'accord) à 10 (tout à fait d'accord), saisie à chaque seconde puis traitée sous forme de courbes sur l'ensemble de l'échantillon et tout sous-groupe. Les Médiascopies peuvent être réalisées en temps réel, en différé ou en amont pour réaliser des tests et s'effectuent le plus souvent on-line.

À propos d'ELABE www.elabe.fr @elabe_fr

Présidé par Bernard SANANES, ELABE est un cabinet fondé sur une approche nouvelle : l'hybridation de trois métiers complémentaires, les études, le conseil et le planning stratégique.

ELABE a pour ambition d'accompagner ses clients, par un conseil proche et sur-mesure, dans la mise en mouvement de leurs idées, l'appropriation de leurs actions, et l'accompagnement de leurs transformations.

En se concentrant sur la valeur ajoutée que constitue le questionnement, la méthodologie, l'analyse, le récit, ELABE pilote également des études sur les territoires de la marque, du climat interne, de la société et publie des sondages politiques.

Riche d'une équipe pluridisciplinaire de près d'une vingtaine de consultants, ELABE compte plusieurs grandes références, entreprises du CAC 40 et du SBF 120, acteurs leaders sur leur marché, Institutions professionnelles ou ETI en forte croissance, issus de secteurs d'activité variés.

Parce que de tout chiffre on peut faire verbe.

Parce que de tout mot on peut faire sens.

Parce qu'à tout signe on peut donner une interprétation.

Nous sommes ELABE.