

François Sarkozy flaire les bonnes affaires

ILS NE SONT pas frères pour rien. Nicolas Sarkozy se présentait, en 2007, comme le président du pouvoir d'achat. Son cadet, François Sarkozy, 50 ans, pédiatre de formation, s'apprête à lancer une Web TV consacrée aux offres promotionnelles, *achetez-mieux.tv*. Le médecin s'est associé à François de La Brosse, un publicitaire proche de l'UMP (fondateur de la télé de campagne du Président), et la régie publicitaire HighCo. Le credo du site : « Achetez mieux pour vivre mieux. »

« En période de crise, les annonceurs et les distributeurs multiplient les offres. Il était urgent de trouver des solutions pour les rendre plus lisibles », explique François de La Brosse. *Achetezmieux.tv*, animé par la journaliste Souad Soulimani, propose un JT quotidien, le « 7

minutes ». On y apprend, par exemple, que la chaîne de restauration Hippopotamus pratique des réductions en heures creuses (de 14h30 à 19h30) ou que Novotel lance une campagne « Satisfait ou invité ». Suivent des pastilles vidéo qui mettent en images des astuces (conduite économe, troc party). Puis l'invité plateau et la séquence people : le présentateur Jérôme Bonaldi raconte comment, pour faire des économies, il fait soigner ses caries dans une école dentaire.

« Les annonceurs peuvent expliquer leurs offres »

Les marques et les distributeurs (Yves Rocher, Intermarché, Total...) disposent aussi de leur propre temps de chaîne. C'est le modèle économique de *achetezmieux.tv*. « Les annonceurs peuvent expliquer leurs offres spé-

ciales ou présenter le fonctionnement de leurs cartes de fidélité, par exemple. Une campagne d'affichage ne permet pas de tout dire », analyse François de La Brosse. Une vidéo d'une minute diffusée pendant un mois leur coûtera environ 5.000 €. « C'est sans commune mesure avec le prix d'un spot TV », ajoute-t-il.

Le site Internet, qui vise le million de visiteurs uniques, prévoit un espace communautaire où les internautes peuvent échanger des bons plans, sur le même principe que *radins.com*. « Le but est de créer de la valeur pour tout le monde : les marques et les citoyens », conclut François Sarkozy qui s'empresse de réfuter toute motivation politique : « Cela n'a rien à voir avec du militantisme. Il y a un mur de Chine entre ce que font mes frères et sœurs et moi. »

N.L.B.