

WikiLeaks : le site d'al-Akhbar piraté

Le site du quotidien arabophone *al-Akhbar* a succombé à des attaques de pirates les 9 et 10 décembre, jours pendant lesquels il renvoyait vers un forum saoudien. Le journal soupçonne un lien entre ces attaques et le fait qu'il a publié des télégrammes confidentiels (plus de 180) émanant de huit ambassades américaines au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Selon Sabah Ayoub, rédactrice web, ces câbles proviennent des sources de WikiLeaks, le site Internet à l'origine de la plus grande fuite de documents confidentiels de l'histoire.

À partir du 11 décembre, et jusqu'au rétablissement du site, le quotidien était disponible sur l'éditeur de blogs Wordpress. « Notre serveur et notre base de données n'ont pas été atteints », explique Sabah Ayoub. Une source proche du *Akhbar* renchérit : « Le piratage a eu lieu chez l'hôte du site du journal aux États-Unis, où le hacking est un crime, il faut donc laisser des "preuves" le temps d'un rapport d'experts afin de lancer la procédure juridique. » La publication de ces câbles aurait permis au site de doubler son nombre de visiteurs. ■

Eastline Marketing organise un concours en ligne pour Huggies

L'agence en ligne Eastline Marketing a organisé pour la marque de couches Huggies, propriété du groupe Kimberly Clark et distribué au Liban par Obegi, une campagne Internet tournant autour d'un concours de photos de mères faisant un hug (câlin) à leur enfant. Les photos ont été prises par une équipe professionnelle tout au long du mois de novembre dans divers stands installés par Huggies dans des supermarchés. La gagnante du concours deviendra l'image de la marque et gagnera un week-end pour deux à Istanbul. La campagne,

dont l'investissement n'a pas été dévoilé, permet à Huggies Liban de récolter une importante base de données : pour pouvoir accéder au site et voter, les noms, adresses, e-mail, âge et téléphone des personnes étaient requis. À la fermeture des votes le 12 décembre 2010, 33 925 personnes avaient voté pour 1 100 photos et près de 6 500 personnes étaient "fans" de Huggies Liban sur Facebook. Le 20 décembre, Kimberly Clark a fait connaître sa décision : la gagnante du concours est Jessy Mansour qui pose avec son petit garçon. ■

Dépenses publicitaires : excellent mois de novembre

Novembre a été un excellent mois pour le secteur des médias et de la publicité : les dépenses publicitaires ont augmenté de 33 % en rythme annuel, à 113,7 millions de dollars à prix tarif (hors remises et escomptes très généreux dans le secteur). La hausse est de 5,4 % par rapport à octobre, qui était lui aussi un bon mois. La performance n'est cependant pas répartie de façon équilibrée dans tous les médias : la télévision enregistre une hausse annuelle de chiffre d'affaires de 42,6 % ; l'affichage et les magazines sont en augmentation respective de 13,7 et 16,3 % ; en revanche, la presse quotidienne, la radio et les écrans de cinéma reculent de 8,3, 2,9 et 85 %. ■

Média	Novembre 2010 (millions dol.*)	Variation (en %) mensuelle	annuelle
TV	90,6	7,4	42,6
Affichage	10,3	-0,5	13,7
Presse quotidienne	4,8	-8,3	-8,3
Magazines	4	-9,6	16,3
Radio	4	13,7	-2,9
Cinéma	0,1	-62,5	-85

* Il s'agit du prix officiel de l'espace publicitaire hors remises et escomptes.



Le site du ministère de la Culture piraté

Le site du ministère de la Culture a été piraté du 6 au 8 décembre par trois "hackers" syriens répondant au nom de SaQer Syria, The PRO et Boy-25. La page d'accueil ouvrait sur un texte en arabe protestant contre "l'homicide involontaire" début décembre d'un travailleur syrien par les Forces de sécurité intérieure. Contacté par téléphone dès le premier jour de l'attaque, le bureau du ministre de la Culture, qui ne semblait pas être au courant de l'affaire, affirmait qu'il ne pouvait rien faire avant que le ministre ou le directeur général, tous deux en voyage, ne reviennent... deux jours plus tard. ■

BuyLebanese.com fête ses 10 ans

Le site de vente à distance de produits libanais, BuyLebanese.com, a célébré en novembre dernier ses dix ans. Pour marquer le coup, le site a organisé une campagne d'une dizaine de jours, où elle offrait 20 % de réduction à ses clients. Créé en 2000 par Karim Saikali, avec un capital de 500 dollars, le site a depuis autofinancé son développement en générant une croissance annuelle de 30 à 35 % jusqu'en 2008. 2009 et 2010 ont été plus difficiles, en raison de la récession mondiale et de l'augmentation des frais de transport. ■

La campagne du mois

Qui a dépensé le plus gros budget en novembre ?



Campagne : Huggies

Producteur : Indevco

Agent distributeur : Indevco

Agence de communication : Mediapak

Réservations média : Mediapak

Budget (estimation)* : 3 730 000 dollars.

* Ce chiffre correspond au coût théorique de la campagne, pas au prix effectivement payé, car celui-ci dépend des escomptes et rabais consentis.

Source Ipsos MediaCT
The Media, Content & Technology Research Specialists