

## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 07 octobre 2009

### **L'agence de relations médias Clipping-traitdunion nomme Xavier Leboulanger Directeur Conseil « e-réputation »**

Très actif sur la « blogosphère & la twittosphère » depuis plusieurs années, *Xavier Leboulanger, 35 ans, rejoint l'agence Clipping-traitdunion en qualité de Directeur Conseil en charge des stratégies de communication à destination des e-influenceurs.*

Il a pour mission le développement de campagnes visant à gérer et promouvoir la réputation et l'image des entreprises, de leurs marques et de leurs produits, auprès des influenceurs de la sphère digitale. Pour cela, Xavier et son équipe identifient et décryptent au quotidien les tendances sociétales rentrant dans le champ de communication des clients de l'agence à travers une veille stratégique de l'opinion.

Xavier a débuté sa carrière au service de presse de la Présidence de la République, suivi du secrétariat d'état au tourisme. Il a ensuite rejoint plusieurs agences de relations médias pour lesquelles il a géré des comptes tels que Tiscali, Alice, AFA, Virgin Mobile Altec Lansing et Numéricable. Plus récemment Xavier était responsable de la communication du Groupe Altitude.

*« Dans un contexte médiatique en pleine mutation, il est impossible d'ignorer ces nouveaux influenceurs du Web. L'arrivée de Xavier Leboulanger parmi nous témoigne de la maturation d'un service qui apporte une réponse pertinente aux organisations de plus en plus concernées par leur e-réputation »,* déclare Jean-Louis Aubert, Co-fondateur et Directeur Associé de Clipping-traitdunion.

### **A propos de Clipping-traitdunion**

Dans le peloton de tête des agences françaises de relations médias indépendantes, Clipping-traitdunion regroupe 18 consultants et possède un portefeuille de 35 clients actifs parmi lesquels Thales, AXA France, Fujitsu, TOSHIBA TEC, TravelHorizon, l'ASIP Santé (Dossier Médical Personnel) et les ministères de la jeunesse et des sports, de l'industrie et de l'innovation.

Son succès repose sur l'expérience et l'expertise de son équipe opérationnelle et sur sa capacité à accompagner de bout en bout ses clients dans leurs relations avec les médias on-line et off-line (conseil stratégique, actions opérationnelles, média-training, suivi et analyses), pour des entreprises françaises et internationales des secteurs de la santé, des ntic, des institutions publiques, de l'industrie et des services.