



Philippe Renaudin rejoint l'équipe de direction de Micromania au poste de Directeur Marketing & Communication

Fort de plus de 20 ans d'expérience dans le domaine du jeu vidéo, de l'Entertainment et du sport, Philippe Renaudin est nommé Directeur Marketing et Communication de Micromania, leader de la distribution de jeux vidéo en France.

Dans le secteur du jeu vidéo, son expérience débute en 1993 lorsqu'il rejoint, à sa création, la toute nouvelle filiale française d'Electronic Arts en tant que responsable marketing. Son parcours l'amène ensuite à prendre la Direction Marketing & Communication de Sega pour le lancement de la console Dreamcast, puis la tête de l'un des plus gros studio de développement de jeux vidéo français.

De 2008 à 2013, Philippe Renaudin prend les fonctions de Directeur Marketing de l'emblématique Stade de France durant une période très importante pour le secteur: l'arrivée de la dématérialisation de la billetterie et le développement des usages connectés. En 2015, il rejoint, aux mêmes fonctions, le pôle marketing de l'Accor Hotels Arena (Palais Omnisport de Paris Bercy) dans le cadre de sa rénovation complète et de la mise en œuvre de son nouveau business model.

La combinaison de ses expériences sur deux secteurs de l'Entertainment le conduit aujourd'hui à prendre la Direction Marketing & Communication de Micromania pour accompagner l'enseigne dans son développement et son évolution.

Nicolas Bertrand, Directeur Général de Micromania :

« Dans le cadre de la stratégie de développement du groupe Micromania, j'ai souhaité compléter mon équipe de direction et confier à Philippe Renaudin la Direction Marketing & Communication. La complémentarité des expertises a toujours été un atout indéniable au sein de Micromania et c'est d'autant plus vrai aujourd'hui que nous sommes dans un processus d'évolution des comportements de nos clients, de diversification de nos modes de distribution et de mise en œuvre de nouvelles activités : l'expérience de Philippe, avec qui je partage la même vision du marketing, s'inscrit totalement dans cette dynamique. »

Philippe Renaudin, nouveau Directeur Marketing et Communication de Micromania :

« Je suis très heureux et fier de rejoindre l'équipe Micromania. Mes expériences précédentes me confèrent aujourd'hui une vraie complémentarité des approches marketing et communication autour d'une conviction majeure : la cohérence des parcours clients dans une approche combinée des supports digitaux et du réseau physique. Je considère que Micromania a toujours été à la pointe, ayant notamment compris très tôt l'importance de la relation client et du développement de services à valeur ajoutée (programme de fidélité de 3 millions de membres, un réseau national de 430 magasins, du cross canal à travers un site internet e-commerce et une appli mobile). Fort de cet ADN, nous allons mettre en valeur nos éléments de différenciation pour assurer notre leadership et accentuer notre développement dans le domaine du jeu vidéo avec Micromania et sur les produits dérivés Pop Culture avec notre nouvelle enseigne Zing. »

À propos de MICROMANIA :

MICROMANIA, leader de la distribution de jeu vidéo et 1er conseiller auprès des amateurs de jeux vidéo.

Le réseau compte aujourd'hui près de 430 magasins en France. MICROMANIA est également le premier employeur dans l'univers du jeu vidéo en France avec plus de 1500 collaborateurs. MICROMANIA appartient depuis 2008 au groupe GAMESTOP (7 100 magasins à travers 14 pays dans le monde - CA 2015 9,36 milliards de dollars). MICROMANIA est le 1er acteur français de la distribution à avoir œuvré dans le sens de l'élargissement du marché. En plus de 30 ans, MICROMANIA a su fidéliser des millions de joueurs grâce à sa Mégacarte.

Tous les fans de jeux vidéo peuvent se retrouver sur le Facebook MICROMANIA (<http://www.facebook.com/MicromaniaFr>) sur Twitter (http://twitter.com/Micromania_Fr), sur le site (<http://www.micromania.fr>), la chaîne Youtube (<http://www.youtube.com/user/micromaniaofficiel>), sur Twitch (<http://www.twitch.tv/micromaniatv>), ou sur l'application Micromania disponible sur iOS et Android.

A propos de ZING :

ZING c'est la dernière syllabe du mot anglais « amazing / incroyable » à l'image de l'univers de ce nouveau concept de magasin unique en Europe. Lancée en France par MICROMANIA, ZING est une nouvelle enseigne de magasins entièrement dédiée aux produits dérivés de la Pop-Culture. Inspirés des bandes dessinées, du cinéma, des séries TV, des jeux vidéo ou de la musique, l'enseigne propose des milliers de produits dérivés sous toutes leurs formes : figurines collector, Toy Pop, tee shirts, mugs, jeux de société... mais aussi des pièces de collection issues des licences les plus prestigieuses. Le plan de développement ZING vient en complément de la distribution des produits dérivés déjà présente dans les 430 magasins MICROMANIA. En 2015, l'enseigne ZING a ouvert ses 2 premiers magasins en France dans les centres commerciaux de région parisienne : Belle Epine (Thiais) et SoOuest (Levallois-Perret). D'autres ouvertures sont prévues en France dans le courant de l'année 2016.

Tous les fans de Pop-Culture peuvent se retrouver sur le Facebook ZING (<http://www.facebook.com/ZingPopCultureFr>), sur Twitter (<http://twitter.com/zingpopcultfr>), ou sur le site (<http://www.zingpopculture.fr/>)

CONTACT PRESSE : Agence RevolutionR

CLEMENT VEDRINE – P. 06 47 30 64 15 – cvedrine@revolutionr.com
EMMANUELLE DUFAUD – P. 06 74 65 73 29 – edufaud@revolutionr.com
WWW.REVOLUTIONR.COM