

Paris, le 1^{er} septembre 2015

LES 50 PERSONNALITES LES PLUS INFLUENTES DU RUGBY MONDIAL ELUENT PAR TOSHIBA-LE FIGARO

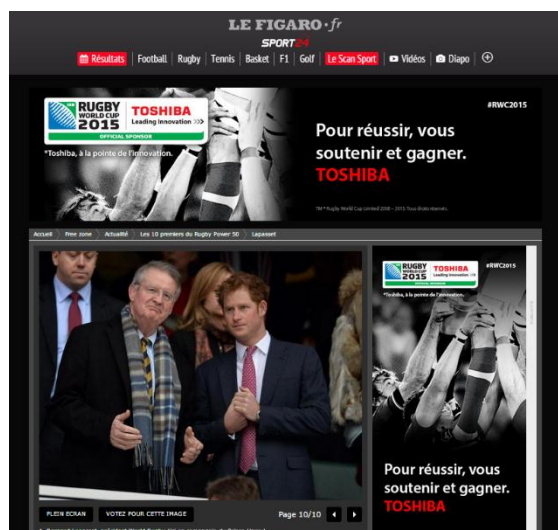
TOSHIBA **LE FIGARO**

A l'occasion de la 8^e édition de la Coupe du Monde de Rugby 2015 qui se tiendra du 18 septembre au 31 octobre en Angleterre, Le Figaro en partenariat avec Toshiba, sponsor officiel de la compétition, a désigné le Top 50 des acteurs les plus influents du rugby mondial. L'opération a été menée par les Ateliers Figaro, la cellule brand content et opérations spéciales de Figaro Médias.

Qui a le plus de portée dans le rugby aujourd'hui ? C'est la question à laquelle a tenté de répondre des convives de marque à partir d'une pré-liste d'une centaine de noms. Invités par Le Figaro, les cinq membres du jury – David Reyrat, Eric Bayle, Pierre Rabadan, Franck Mesnel et Laurent Louët – ont désigné les dirigeants, joueurs, arbitres, médias qui ont le plus d'influence et de poids, aujourd'hui, dans l'évolution du rugby.

Associé au Figaro dans cette opération, Toshiba s'assure d'une prise de parole originale et dans la continuité de son partenariat avec la Coupe du Monde de Rugby 2015 (Rugby World Cup 2015). Ce dispositif fait écho à l'élection par le Daily Telegraph des « 50 most powerful people in Rugby Union » dont Toshiba est également partenaire.

Le dispositif, mis en place par LES ATELIERS FIGARO, fait l'objet d'un **plan de médiatisation digitale** puissant pour amplifier sa résonance (espace dédié, réseaux sociaux, newsletter, présence sur les applications mobile et tablette Figaro, formats co brandés...).



[Découvrez le Top 10 des personnalités les plus influentes désignés par Le Figaro](#)

[Découvrez la liste Rugby Power 50 du jury du Daily Telegraph](#)

Pour tous renseignements complémentaires :

LES ATELIERS FIGARO - Anne Sophie Nectoux - Directrice commerciale - asnectoux@figaromedias.fr - 01 56 52 25 14

TOSHIBA - Sarah Dickinson - Head of PR and Internal Communications Western Europe - Sarah.Dickinson@toshiba.co.uk

– +44 1932 825014