

THIBAUD BACHELIER

<http://www.thibaud-bachelier.eu/fr/>

Chez Comexposium (Chargé de Projet Communication - Paris) :

- (SEA) Utilisation du programme publicitaire « Google Adwords » (liens sponsorisés Google) afin d'améliorer le référencement.
- (SMO) Gestion des Réseaux Sociaux (Facebook, twitter) et du site web LinkbySilmo via l'outil CMS « eZ Publish »
(Mise à jour des bannières, intégration de liens externes, mise à jour des informations événements - planning)
- Recommandation sur la création d'un site Mobile & utilisation des nouveaux outils Digitaux (Flash Code) pour augmenter l'interactivité avec le public.

Chez Digital Virgo (Chef de Produit Marketing Direct Mobile - Paris) :

- Gestion de plusieurs campagnes « Marketing direct mobile » simultanément (=SMS Publicitaire)
- Création des messages publicitaires : Identification des problématiques et pose de tags pertinents.
- Coordination des équipes création (infographistes) et communication (validation des messages)
- Réalisation de l'arborescence des différentes situations via « M-Editor »
- Analyse statistique quotidienne des retours campagnes (TRACKING) : taux de clic, taux de téléchargement et reporting, à l'aide des outils « SmartBuilder » et « Cockpit ».
- Mise à jour des bannières pour chaque campagne : Mise à jour quotidienne des vidéos, photos, liens externes etc via l'outil « cockpit ».

Chargé de Projet Communication - Comexposium (Paris)



En amont des manifestations

- A la préparation des supports de communication (site web : mise à jours, retombées presse ...)
- **Community management** : Animation des différents réseaux sociaux
- Au suivi des visiteurs (demandes de visa, informations,...)
- Mise à jour et animation des sites web / salons : Silmo - Foire d'Automne
- Aide au développement du site mobile du Silmo
- Suivi des échanges presse (Contrats d'échanges)

Pendant les salons

- J'ai participé à l'accueil des visiteurs, exposants.
- Support à l'équipe commerciale sur site

Après les salons

- A la récupération des contrats «d'échanges»
- Mise à jour du site web (photos, vidéos ...)
- Communication autour des réseaux sociaux (Facebook, Link by Silmo)
- Mise en ligne des vidéos Silmo sur Youtube & Daylimotion



Paris Hair Days est un « happening » coiffure destiné aux professionnels confirmés et jeunes talents en devenir qui souhaitent partager ce qui se fait de mieux dans la création et technique de la coiffure contemporaine.



Mondial-Coiffure-Beauté
Événement regroupant les talents de la coiffure et de la beauté



Leader européen de l'organisation de salons, 136 événements

17 secteurs d'activité
5 des 10 plus gros salons français
2,5 millions de m² loués
34 000 exposants
3 millions de visiteurs
1/3 de clients internationaux

...c'est aussi l'expertise de 400 collaborateurs pour un Chiffre d'Affaires de 195 millions d'euros en 2009 et une forte stratégie de développement à l'international.

70 AV DU GENERAL DE GAULLE
92058 PARIS LA DEFENSE CEDEX



Salon Mondial de
L'optique Lunetterie
35000 visiteurs



Exposition d'art qui se tient chaque
année à Paris
Événement cosy et de qualité

Sommaire

• **Rappel : Comexposium**

Missions / Missions initialement prévues
Objectifs Professionnels au sein de Comexposium

• **Missions Générales**



• **Recommandations**

Réflexion 1. Réflexion autour du site mobile Silmo

Réflexion 2. Augmenter la visibilité sur les Réseaux



Réflexion 3. Salons → F.D.P. 2011 → « Y'a de la joie » → Illusion d'optique

Missions Générales





Silmo
 PARIS
 Mondial de l'Optique
 29 SEPT. → 2 OCT. 2011
 PARIS NORD VILLEPINTE
 Retrouvez nous Stand J47

- Enregistrement des visiteurs en ligne.
- Commande de badges: EXPOSANTS / VISITEURS / PRESSE / VIP / ECOLES
- Envoi de coupons -20% SNCF par Courrier
- VISA : Pour les Etrangers :
 Formulaire : pour faciliter leur rentrée en France.
 En remplissant le formulaire de demande de badge : lien [Ambassade/Consulat](#)
- Suivi des dossiers / contrats presse

Présence sur le salon + Soirée du Silmo d'Or.

• Mise à jour du site web : partie « Atelier »

Présence sur le salon





• Mise à jour du site web



- Création d'un Benchmark Blog
- Aide à réalisation de la présentation «Paris mobile», groupe de travail pour 2013

INTERNET & RESEAUX SOCIAUX



Mise en ligne de contenus autour de l'optique : vidéos, clips suite au Silmo 2011



Mise en ligne de contenus autour de l'optique :
 Informations - Enquêtes - Vidéos - Photos
 Sources : - Fréquence Optic
 - Acuité



Mise en ligne de contenus autour de l'optique
 Animation de la page «Fan» → Création de Buzz : Débats



Mise en ligne de contenus autour de l'optique



From: Mariela [mailto:administracion@optimate.com.ar]
 Sent: Monday, September 19, 2011 5:18 PM
 To: BACHELIER Thibaud
 Subject: RE: Free Shuttle Service

Dear Thibaud,
 Thank you very much for the map and information.
 Kind regards,

Mariela
 OPTIMATE S.A.
 +54 11 4962 8344
 administracion@optimate.com.ar
 www.optimate.com.ar

-----Original Message-----
 From: cfb@sover.it [mailto:cfb@sover.it]
 Sent: Monday, September 19, 2011 4:01 PM
 To: BACHELIER Thibaud
 Subject: Re: Fed. badge d'entrée - SILMO 2011 - URGENT!

Cher M. Bachelier,
 Nous vous remercions de votre réponse.

Cordialement,
 Svetlana Floun
 JV JSC "SOVER" IT
 tel. +7 499 2002027
 fax. +7 499 2002362
 e-mail: cfb@sover.it

From: BALDINI Sandra
 Sent: Wednesday, November 02, 2011 5:40 PM
 To: AUPY Isabelle; OTTELARD Veronique; S BACHELIER Thibaud; MAISON Brigitte; ROUYE
 Co: HEVERT Murielle
 Subject: OOU Team meeting demain 14h30

Bonsoir,
 Voici notre programme de demain 14h30 / 16h30
 C'est Thibaud qui coordonne la partie logistique.
 Compte tenu du planning chargé, je souhaiterais
 Bonne soirée

14h30
 Partage infos Corporate / Division
 Infos Division
 FDA
 MCB
 Communication FDP
 15h

Objectifs Professionnels au sein de Comexposium

- ◆ Participer à la mise en place d'un/des événement(s)
- ◆ Comprendre la logistique d'un/des événement(s)
- ◆ Animer un site web
- ◆ Animer différents réseaux sociaux :
 Facebook, Tweeter,
 Link By Silmo
- ◆ Ressentir le dynamisme de chacun des événements
- ◆ Réflexion sur de nouvelles méthodes de communication avant, pendant et après chaque Salon

Featuring
les communautés

Faciliter
la mise en relation

Activer et
interconnecter
un site

Une vision globale du métier d'organisateur

Valoriser
les marques

Instaurer
une relation
business durable

Séduire
toutes les tendances

Anticiper
les attentes

Créer
un climat propice au business



Recommandations / Idées

Au cours du stage de fin d'études, il m'a été demandé de tourner ma réflexion sur les problématiques suivantes :

- **I. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs durant le Silmo 2011 ?**
- **II. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs sur les Réseaux ?**
- **III. Quels types de supports de présentation peut-on mettre en place à la Foire de Paris 2012, en vue de captiver et retenir l'attention des visiteurs ?**



• I. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs durant le Silmo 2011 ?



Objectif : Porter une réflexion en vue de développer les méthodes de communication autour de l'événement Silmo 2011.

Quand ? Avant / Pendant l'événement Silmo 2011



Comment ?

- Utilisation des nouvelles formes de communication
- Utilisation des nouvelles technologies (Flash codes / Services de géo-localisation / ..
- Utilisation des Réseaux Sociaux :
 - Publication sur les «murs»
 - Possibilité de marquer/tagger les personnes
 - Possibilité de commenter une/plusieurs image(s)
 - Possibilité de s'identifier sur un événement, une photo, ...
 - Possibilité de créer du buzz
 - Possibilité d'élargir la cible de personnes
 - Possibilité d'avoir un feedback rapidement

facebook

Pourquoi ?

- Augmenter l'interactivité des visiteurs et futurs visiteurs au Silmo 2011
- Fournir des informations en temps réel



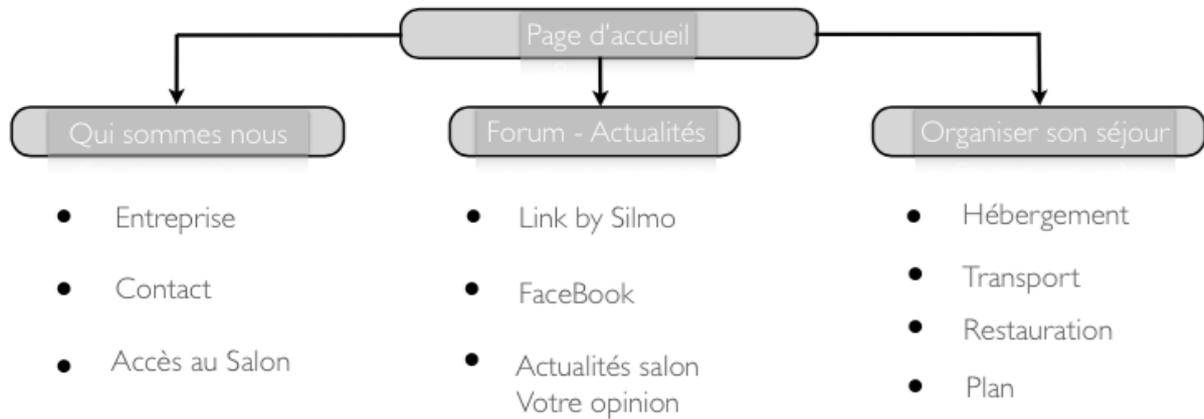
• I. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs durant le Silmo 2011 ?

Procédure

ETAPE I Présentation du concept

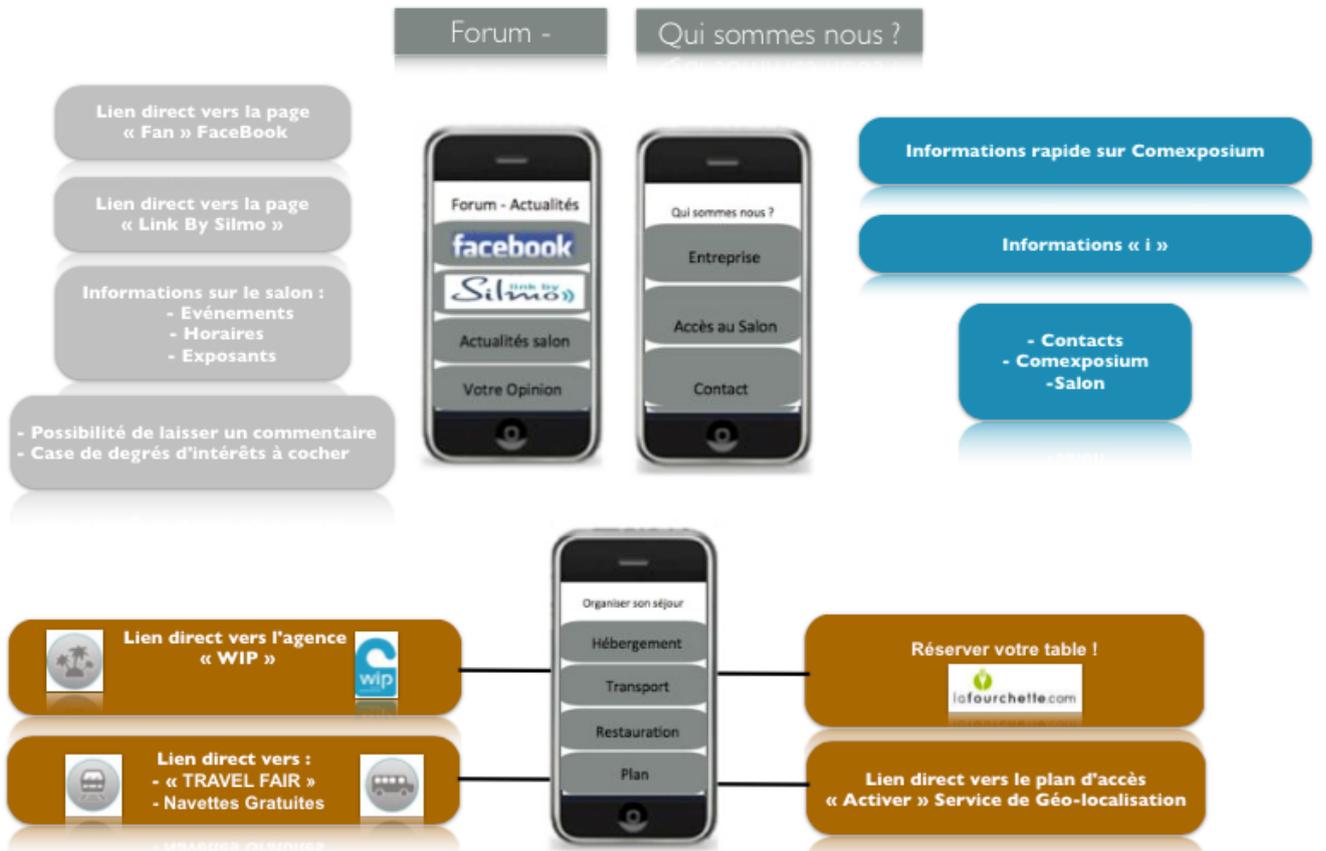


ETAPE II Arborescence site web



• I. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs durant le Silmo 2011 ?

ETAPE III Développement



Objectifs

- Lorsqu'un visiteur rejoint la page «fan» **facebook** de l'événement et indique qu'il se trouve sur le salon :
 - Ce voit recevoir des informations complémentaires sur le salon,
 - Objectif tendre vers une communication One to One.

- Lorsqu'un visiteur rejoint la page «fan» **facebook** de l'événement, se prends en photos sur le salon, devant son / ses stands préférés.

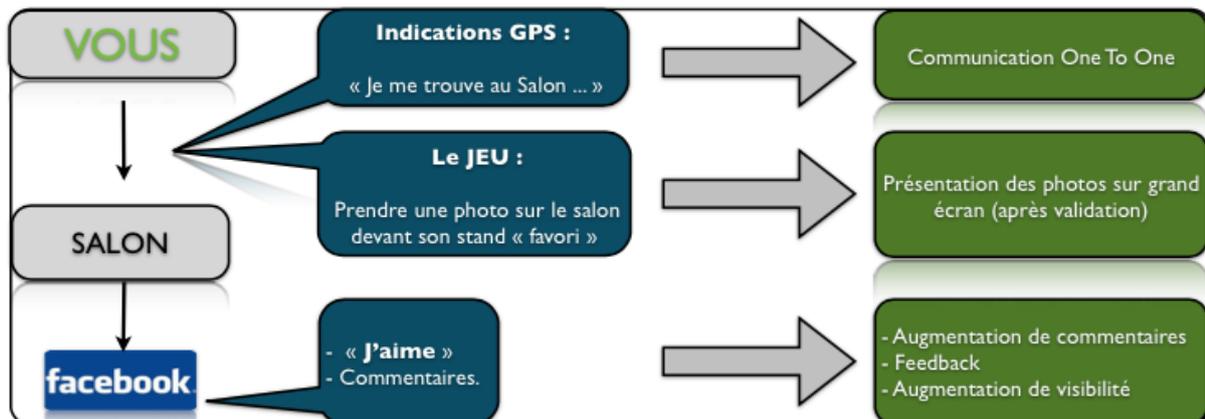
(En fonction de la qualité sur stand, l'originalité, la présentation, ses propres intérêts,)

Après validation

 - Projection sur un grand écran de la photo, sur le salon.
 - Diffusion de sa photo sur la page «fan» de **facebook** de la photo.
 - Publicité
 - Mise en concurrence (indirectement) des exposants
 - Communication rapproché face aux visiteurs
 - Dynamisme

• II. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs sur les Réseaux ? **facebook**

Développement



- Lorsque le visiteur rejoint la page «fan» de l'événement et indique qu'il se trouve sur le salon :
 - Il reçoit des informations complémentaires sur le salon. *(Objectif tendre vers une communication One to One.)*

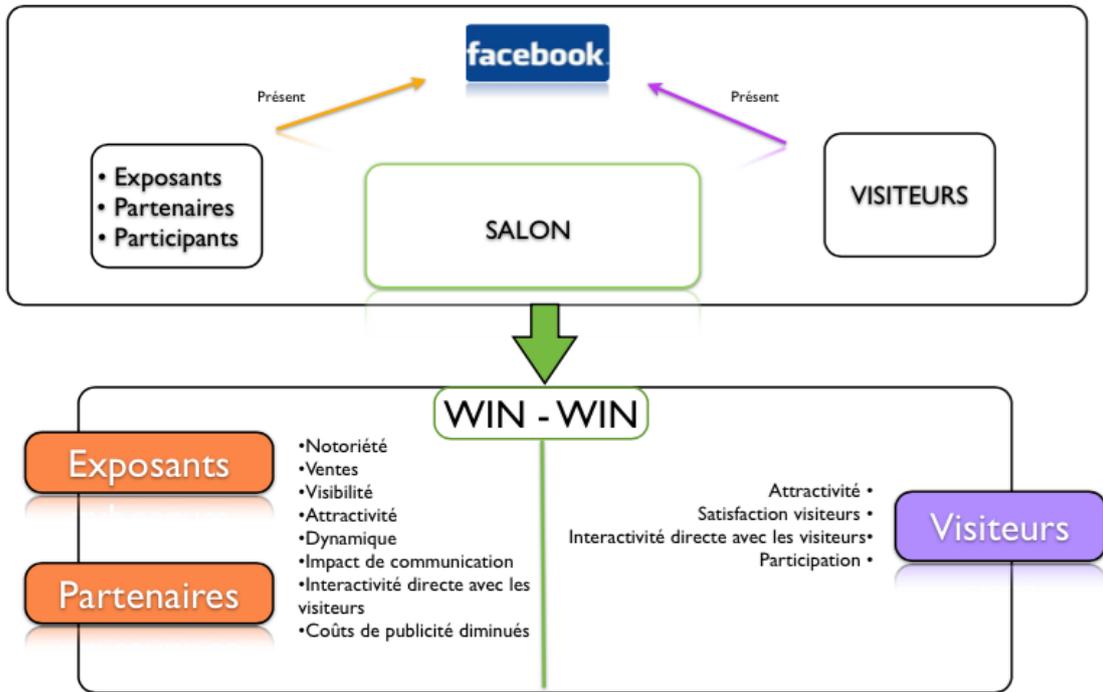
- Lorsque le visiteur se prend en photos sur le salon, devant son / ses stands préférés. puis rejoint la page «fan» de l'événement : *(En fonction de la qualité du stand, l'originalité, la présentation, ses propres intérêts,)*

- Projection sur un grand écran de sa photo, sur le salon.
- Diffusion de sa photo sur la page «fan» de Facebook

- Publicité
- Mise en concurrence (indirectement) des exposants
- Communication rapprochée face aux visiteurs
- Dynamisme

• II. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs sur les Réseaux ? **facebook**

Schéma explicatif



• II. Comment augmenter l'interactivité des visiteurs sur les Réseaux ? **facebook**



Objectif : Porter une réflexion en vue de développer l'interactivité et sensibiliser les visiteurs autour de l'événement Silmo 2011.

Quand ? Avant / Pendant l'événement Silmo 2011



Comment ?

- Utilisation des nouvelles formes de communication
- Utilisation des nouvelles technologies (Flash codes / Service de géo-localisation / mobiles..
- Utilisation des Réseaux Sociaux :
 - Possibilité d'élargir la cible de personnes
 - Possibilité de créer du buzz
 - Publication sur les «murs»
 - Possibilité d'avoir un feedback rapidement
 - Possibilité de marquer/tagger les personnes
 - Possibilité de commenter une/plusieurs image(s)
- Communiquer à travers le « jeux » : Concours des meilleurs photos suite à l'événement.

Pourquoi ?

En se focalisant sur l'idée que tout le monde partage un intérêt commun : « Le partage d'informations & le divertissement »

- Augmenter l'interactivité des visiteurs au Silmo 2011
- Fournir des informations en temps réel
- Augmenter la visibilité d'un événement
- Augmenter la notoriété de l'événement



III. Quels types de supports de présentation peut-on mettre en

- place à la Foire de Paris 2012, en vue de captiver et retenir l'attention des visiteurs ?



Objectif : Porter une réflexion en vue de développer l'intérêt des visiteurs autour de l'événement Foire de Paris 2012

Quand ? Pendant l'événement : La foire de Paris

Comment ? Faire appel à des dessinateurs

Professionnel



Onéreux

Non Professionnel



Peu coûteux, car en manque de notoriété

Pourquoi ? Accentuer la Sympathie, la joie, l'émerveillement en rapport avec la nature de l'événement. Captiver l'attention du public

Sur le thème de la Foire de Paris 2012



~~« Y a de la joie »~~

III. Quels types de supports de présentation peut-on mettre en

- place à la Foire de Paris 2012, en vue de captiver et retenir l'attention des visiteurs ?

Sur le thème de la Foire de Paris 2012



~~« Y a de la joie »~~

Présenter une allée avec des dessins d'illusions d'optique comme ceux réalisés par Mr. Julian Beever.



Chef de Produit Marketing Direct Mobile - Digital Virgo (Paris)

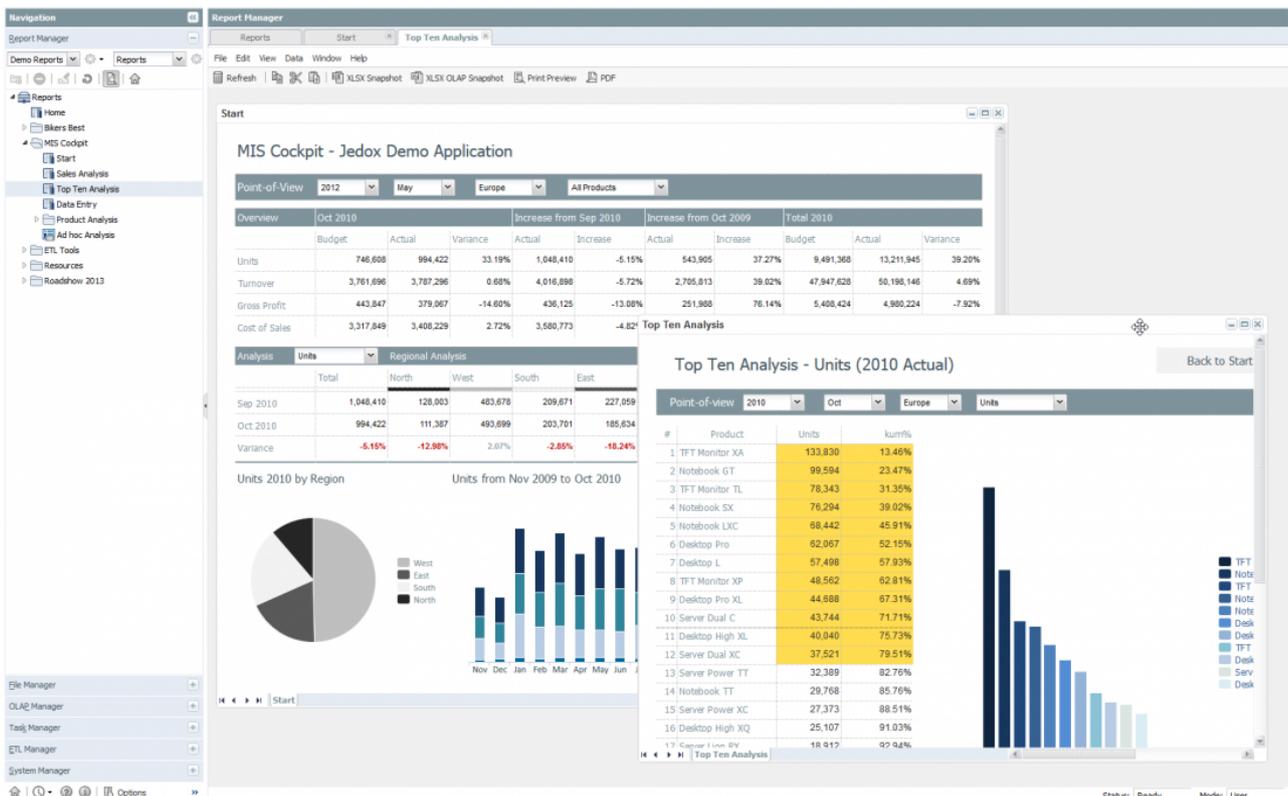


Développement d'applications et interfaces Web

- Design d'applications mobiles : analyse des besoins, recommandations, brief de création
- Analyse quotidienne des retours campagnes (TRACKING) : taux de clic, taux de téléchargement et reporting.
- Optimisation des opérations marketing : préparation des campagnes web, coordination des équipes graphiques.

Outils utilisés :

- Accès à cockpit :



- Programme de test d'url
- Accès à SmartBuilder
- M-EDITOR:

Dashboard All in One SEO Posts Media Links Pages All Pages Add New Comments Appearance Plugins Users Tools Settings Collapse menu

Pages Add New

Item moved to the Trash. Undo

All (5) | Published (5) | Trash (1)

Bulk Actions Apply Show all dates Filter 5 items

<input type="checkbox"/>	Title	Author	Date	SEO Title	SEO Keywords	SEO Description
<input type="checkbox"/>	About	dismort	2010/06/23 Published	Steves About Page Title	No keywords	Steves About Page Desc
<input type="checkbox"/>	Calendar	dismort	2012/06/29 Published	No title	No keywords	No description
<input type="checkbox"/>	Home	dismort	2011/11/02 Published	Steves homepage	No keywords	Steves home on the web
<input type="checkbox"/>	Map	dismort	2012/07/05 Published	No title	No keywords	No description
<input type="checkbox"/>	Test Page	dismort	2012/02/14 Published	No title	No keywords	No description
<input type="checkbox"/>	Title	Author	Date	SEO Title	SEO Keywords	SEO Description

Doc :

- (A) Présentation site MPME
- (B) Copie de TEST LP_ BLACKLIST_17 04
- M-Editor

Etape 1 :

- (1) Vérifier l'url : <http://mpme.mplazza.com/ggw/pub2.html?r=md>
Vérifier le nom du site web.

M-Editor

- Site / Rechercher le nom du site web /
- Page / recherche le nom de la page /

Mainpath: SFR & Orange

MD :

Titre du Bloc : STOP OR+SFR

« Pour ne plus recevoir de messages d'auto promotion, envoyez STOP au 33626 (sms non surtaxé) »

Mainpath: Bouygues

MD :

Titre du Bloc : **STOP BT**

- **Créer un lien** : titre du bloc : STOP BT

« Pour ne plus recevoir de messages d'auto promotion cliquez ici »

- qui redirige vers : **blacklistage2**

Etape 2 : Création de la page Blacklist sur le site :**Créer une nouvelle page :**

- Name: blacklistage pub 2
- File : **blacklistage2**

Texte :**Titre du Bloc :** « Etes vous sur »**Texte :**

« Etes vous sûr(e) de vouloir vous désinscrire de nos services? »

Blacklistagehome :**Page précédente :** Pub2**Etape 3 : Création de la page succès**

- **Redirection vers :** xxxxxxxx
Site succès : MPME- **Sonnerie.net** Mobile
Page succès : « **blackliste succès** »

Etape 4 : Création de la page erreur

- **Redirection vers :** xxxxxxxx
Site error : MPME – GGW
Page error : GGW – Erreur 404

Etape 5 : Créer une page « retour » :**Link :** <http://mpme.mplazza.com/ggw/pub2.html>

STATISTIQUES :

Pub Zikiz md		Date	Origine	Text / Wap Push	MD	Visiteurs uniques	CA	Marge	Tx Clic	Tx retour	RQ
		14-juin	_ACHT_TOUS_NONAB	WAP PUSH	1 003	62	76 €	10 €	6,18%	0,80%	

Date	ID Campagne	Origine	Site associé	Text / Wap Push	wording	MD	Visiteurs uniques	CA	Marge	Tx Clic	Tx retour	RQ
01-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	578	31	66 €	28 €	5,36%	1,21%	
02-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	92	18	9 €	3 €	19,57%	1,09%	
04-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	966	92	132 €	69 €	9,52%	1,45%	
05-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	764	53	76 €	25 €	6,94%	1,05%	
06-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	387	60	66 €	41 €	15,50%	1,81%	
07-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	194	53	28 €	16 €	27,32%	1,55%	
08-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	74	27	57 €	52 €	36,49%	8,11%	
09-juin	-	DHT_TOUS_NOBE GALLERY ZK		WAP PUSH	melleurs	437	59	158 €	179 €	13,66%	1,79%	

N°

Choisis ta sonnerie OFFERTE sur ton GT 0100 Galaxy S II

Abonnement : 3,99 euros par semaine

TOPS SONNERIES

ENFIN DES SONNERIES POUR TON MOBILE !

Abonnement : 3,99 euros par semaine

1 & 1 bis

URL <http://mpme.mplazza.com/son/pubmobilemd&>

Indicateurs de performance											
Pages	Mois	Date	Origine	Text / Wap Push	MD	Visiteurs uniques	CA	Marge	Tx Clic	Tx retour	RQ
Pubmobilemd	Juin	14-juin	FR_SOFT_TOUS_IPHON	Texte	1 000	22	51,00 €	-10,00 €	2,20%	0,10%	-
Kamamd	Juin	13-juin	SFR_SEXY_ACHT_TOUS	Wap push	732	39	44,00 €	0,00 €	5,33%	0,27%	-
Sexyplanetmd	Juin	41074	SFR_SEXY_ACHT_TOUS	Wap Push	1000	112	0,00 €	-60,00 €	11,20%	0,00%	-
Pubmobifunmd	Juin	41068	FT_ACHT_TOUS_NONA	Wap Push	3 600	304	438,00 €	202,00 €	8,44%	0,75%	-
1mix2logosmd	Juin	41074	S55_SOFT_NONABO_C	Wap push	30	30	0,00 €	-2,00 €	6,67%	0,00%	-
Pubsexyboxmd	Juin	41074	SFR_HARD_TOUS	WAP PUSH	43	43	0,00 €	-3,00 €	9,30%	0,00%	-
Pub Zikiz Md	Juin	41074	_ACHT_TOUS_NONAB	WAP PUSH	1 003	1003	76,00 €	10,00 €	6,18%	0,80%	-
Pubpitbullmd	Juin	41060	-	-	-	-	-	-	-	0,20%	-
TOP videos XXX		0	-	-	0	0	-	0,00 €	0,00%	0,00%	-

TABLEAU DE BORD											
AIX EN PROVENCE						PARIS					
OBJET	N°	Pages	Destinatio	URL Aix	Lien Lp	SITE	Pages	URL Paris	Lien Lp	RQ	STATS Liens
Migration	1	SFR GALLERY ZIKIZ IPHONE	Sonnerie.net	http://galsn1.zikiz.sbw-paris	Lp Gallerie	Sonnerie.net	Pubphonemd	http://mpme.mplazza.com/son/pubiph	Lp M-Editor	ok	
Migration	1 Bis	SFR GALLERY ZIKIZ MOBILE	Sonnerie.net	http://galsn1.zikiz.sbw-paris	Lp Gallerie	Sonnerie.net	Pubmobilemd	http://mpme.mplazza.com/son/pubmo	Lp M-Editor	ok	
Migration	2	SFR GALLERY KAMAMOBILE	Kama	http://galsn3.kamamobile.ix	Lp Gallerie	KAMA	Kamamd	http://mpme.mplazza.com/kvh/kamam	Lp M-Editor	ok	
Migration	3	SFR GALLERY 1MIX2SONS NEW	Sonnerie.net	http://galsn1.1mix2sons.ix	Lp Gallerie			In Process	Lp M-Editor	In Process	
Migration	4	SFR GALLERY SEXYPLANETE	Sexy illimité	http://galsn3.sexyplanete.ix	Lp Gallerie	Sexy illimité	Sexyplanetmd	http://sosexy.mo.every.com/kvh/sexy	Lp M-Editor	ok	
Migration	7	ORANGE GALLERY MOBIFUN GLA	Every Fun	http://ofr12g.mobifun.ixem	Lp Gallerie	Every Fun	Pubmobifunmd	http://mpme.mplazza.com/fun/pubmo	Lp M-Editor	ok	
Migration	6	SFR GALLERY 1MIX2LOGOS V2 S	Evry fun	http://galsn1.1mix2logos.ix	Lp Gallerie			In Process	Lp M-Editor	In Process	
Migration	8	SFR GALLERY 1MIX2LOGOS V2 S	Evry fun	http://galsn1.1mix2logos.ix	Lp Gallerie			In Process	Lp M-Editor	ok	
Migration	9	ORANGE GALLERY 1MIX2LOGOS	Evry Mkt	http://og1.1mix2logos.ixem	Lp Gallerie	Evry Mkt	1mix2logosmd	http://mpme.mplazza.com/mrk/?page	Lp M-Editor	ok	
Migration	10	SFR GALLERY SEXYBOX FM	Sexy illimité	http://galsn3.sexybox.sbw-p	Lp Gallerie	Sexy illimité	Pubsexyboxmd	http://mpme.mplazza.com/sil/pubsexv	Lp M-Editor	ok	
Migration	11	ORANGE GALLERY ZIKIZ HITS	Sonnerie.net	http://ofrtpg.zikiz.sbw-paris	Lp Gallerie	Sonnerie.net	pubzikizmd	http://mpme.mplazza.com/son/pubziki	Lp M-Editor	ok	
Créa	1					Sonnerie.net	Pubpitbullmd	http://www.mb.every.com/son/pubpitt	Lp M-Editor	ok	
Migration	12		TOP videos XXX		Lp Gallerie	MPME Sexe illim	TOP videos XXX	In Process	Lp M-Editor	In Process	

ACCROCHES					
Code Message	ID	MSG	NBCAR	Propositions MSG	NBCAR
VOY-3887	833	e amoureuse va bientôt changer? Envoyez <KW> au	150	avoir 1 vision! Votre vie sentimentale va bientôt changer? Envoyez <KW> au <SC> pr savoir (<PX>eu	153
VOY-2456	970	venir ds mes flashs vs concernant! Envoyez vite <KW>	155	Ce prenom semble revenir dans mes flashs vs concernant! Envoyez vite <KW> au <SC> pr savoir (<P	157
VOY-2446	364	ser votre vie amoureuse prochainement? Tapez <KW>	157	va surement bouleverser votre vie sentimentale prochainement? Tapez <KW> au <SC> pr tt savoir (159
VOY-2229	361	es changements ds votre vie en <M+1>? Envoyez <K	156	ier votre année 2012: des revirements ds votre vie en <M+1>? Envoyez <KW> au <SC> pr tt lire(<PX	155
VOY-2060	3207	<CN> Notre voyant vous donne les dates clés de l'an	138	<CN> Notre voyant vous donne vos dates à ne pas manquer pour l'année 2012 !! Envoyez vite <KW	152
VOY-2045	945	un rôle important dans votre vie? Envoyez <KW> au	159	er un rôle important ds votre vie! L'avez-vous déjà ignoré? Envoyez <KW> au <SC>, je vous dirai tt! (<P	159
VOY-3791	1538	tez vite notre medium: envoyez <KW> au <SC>. Il vo	154	vous concernant. Contactez vite notre medium: envoyez <KW> au <SC>. Il vous aidera à en savoir p	157
VOY-2420	1694	<CN> Ma vision semble se confirmer! Quelqu1 va t-i	156	<CN> Ma vision semble se confirmer! Quelqu1 va t-il entrer ds votre vie privée? en <M+1> et tout c	157
VOY-2077	302	<CN> VITE! Allez-vous passer à cote du grand amour	157	<CN> VITE! Allez-vous passer à cote du réel Amour? Un homme vous aime peut-etre mais va s'éloigne	159
VOY-2077	341	<CN> VITE! Allez-vous passer à cote du grand amour	157	<CN> VITE! Allez-vous passer à cote du réel Amour? Une Femme vous aime surement mais va s'éloi	161
VOY-4075	1609	<CN> Notre voyant vient d'analyser votre année 201	155	<CN> Notre voyant vient de repérer d'éventuels changements dans votre vie en <M+1>? Tapez <KV	147
VOY-4091	988	<CN> Bonjour <PR> je viens d'etre frappe par une vi	157	<CN> Vite! Vs avez peut être ignoré une personne qui vous aime en secret et qui va partir? Envoyez	146
VOY-4091	937	<CN> Bonjour <PR> je viens d'etre frappe par une vi	157	<CN> Bonjour <PR> G eu une vision, demain il y aura sûrement du changement pr VS <J+1>? Tapez	159
VOY-4091	950	<CN> Bonjour <PR> je viens d'etre frappe par une vi	157	<CN> Bonjour <PR> G eu une vision, demain il y aura sûrement du changement pr VS <J+1>? Tapez	159
VOY-4091	643	<CN> Bonjour <PR> je viens d'etre frappe par une vi	157	<CN> Depechez vous! Avez-vous ignoré une personne qui vous aime en secret et va partir? Envoyez	143