



Le trait d'union entre la recherche et la société

MEDIA, du latin medium (« intermédiaire »), évoque le lien, la diffusion et l'échange d'informations ;

ATHENA est la protectrice des sciences et du savoir (en plus d'être la déesse grecque de la stratégie guerrière, de la sagesse et des arts...).

Le nom de notre agence, dédiée à la communication scientifique, s'est imposé comme une évidence ! Il s'incarne, au quotidien, dans nos objectifs, nos valeurs et nos atouts.

DIX OBJECTIFS

- M**ettre en valeur la science et ses acteurs
- E**xpliquer vos recherches d'une façon vivante
- D**éployer votre stratégies de communication scientifique
- I**nventer des outils sur mesure
- A**dapter votre communication à vos publics
- T**ransmettre nos savoir-faire à vos équipes
- H**umaniser vos travaux en valorisant les chercheurs
- E**veiller l'intérêt de vos partenaires potentiels
- N**arrer de belles histoires scientifiques
- A**ssurer conseil, accompagnement et production

TROIS VALEURS

ÉTHIQUE / PASSION / RIGUEUR

UNE CARTE MAÎTRESSE

Une équipe très expérimentée avec des compétences variées, couvrant tous les champs scientifiques, en sciences exactes comme en sciences humaines et sociales.



NOTRE ÉQUIPE

C'est en 2015 que Diane Galbaud et Gilles Marchand décident d'unir leurs forces et d'associer leurs expériences et compétences, en journalisme scientifique comme en communication. Leur objectif : créer une agence porteuse de sens et de valeurs, au service de l'ensemble des acteurs de la recherche. Avec en commun la passion pour la science et la volonté de mieux la valoriser, ils concrétisent leur projet : Mediathena voit le jour en juillet 2016.



Diane Galbaud : diplômée de l'École supérieure de journalisme de Lille et titulaire d'un master en sciences de l'éducation, Diane a connu un cheminement dense et varié : vingt ans de journalisme (notamment au Monde de l'Éducation), des responsabilités éditoriales, la création d'un site d'information... Avec pour fil conducteur, le goût de la recherche. Riche de ses expériences, elle se consacre désormais à la communication scientifique, convaincue de sa portée sociétale. La recherche, Diane la côtoie côté cour comme côté jardin : parallèlement à Mediathena, elle vit avec passion l'aventure de la thèse !

Gilles Marchand : neuropsychologue de formation, Gilles a occupé des fonctions cliniques tout en étant attaché de recherche en neurosciences. Il décide ensuite d'assouvir sa curiosité à travers la diffusion des savoirs : rédacteur en chef pour le groupe Mondeo (Le Monde de l'intelligence), responsable des sciences cognitives pour le magazine Sciences Humaines, chef de projet en agence de communication... Dans la continuité de l'aventure Mediathena, Gilles souhaite aussi contribuer à la mise en valeur de la recherche par l'écriture de livres ou de documentaires.



Ce qui fait la force de Mediathena, c'est aussi – et surtout ! – les talents qui composent son équipe : journalistes (dont plusieurs docteurs en sciences), chefs de projet, illustrateurs scientifiques, graphistes, webdesigners, attachés de presse, photographes, vidéastes... Chacun(e) met son expérience, ses compétences et sa motivation au service de nos clients, dans l'équipe "sur-mesure" mise sur pied pour chaque projet. Et de l'expérience, ils n'en manquent pas ! Citons, parmi tant d'autres :

CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT

- Expertise scientifique pour la Commission européenne
- Commissariat d'exposition scientifique pour la Cité des sciences et de l'industrie
- Relations médias du CNRS

COORDINATION

- Rédaction en chef des numéros thématiques de La Recherche
- Responsabilité du service infographie et illustrations de Science et Vie
- Direction artistique de projets pour Dior R&D, Nature ou l'Académie des sciences

PRODUCTION

- Collaborations pour Sciences et Avenir, Scientific American, MIT Technology Review ou encore Philosophie Magazine
- Vidéos pour l'Inserm présentant des lauréats de prix scientifiques
- Journalisme web pour France Inter / La Tête au carré

NOTRE OFFRE

Quels que soient vos besoins de communication scientifique, Mediathena vous aide à définir vos stratégies, à sensibiliser vos équipes et à concevoir vos outils (articles, webzines, vidéos, sites, etc.). Grâce à sa large palette d'expertises, notre agence peut couvrir tous les domaines, en recherche fondamentale comme appliquée, en sciences exactes comme en sciences humaines : de la physique des particules à l'histoire médiévale, en passant par la psychologie cognitive...

CONSEILLER : vous accompagner dans la définition de votre stratégie

La communication scientifique ne s'improvise pas, elle se construit ! En étroite concertation avec vous, nous définissons les besoins et objectifs (messages-clés, cibles prioritaires, etc.) et établissons des recommandations, pour vous permettre de les concrétiser.

Notre méthode ? Écoute, créativité et sur-mesure.

SENSIBILISER : vous soutenir dans la valorisation de vos expertises

Produire de la recherche et mettre en valeur ses résultats sont deux métiers différents ! Nous contribuons à la montée en compétences (en éditorial, vidéo, etc.) de votre service communication et accompagnons vos chercheurs dans la diffusion de leurs travaux (média training, rédaction de tribunes, etc.).

Notre plus-value ? Une très bonne connaissance du monde de la recherche et de ses acteurs.

RÉALISER : vous épauler dans la création de vos outils de communication

Contenus rédactionnels et supports web ou print, outils digitaux et visuels, organisation d'événements ou relations médias... Nous mettons à votre service nos expertises pour concevoir et produire l'ensemble de vos actions de communication scientifique, qu'il s'agisse de besoins ponctuels et ciblés ou de la concrétisation de votre stratégie.

Notre spécificité ? Des professionnels aguerris aptes à relever tous les défis.

NOS RÉFÉRENCES

Universités ou regroupements d'établissements d'enseignement supérieur, grandes écoles ou instituts de recherche, startup ou groupes industriels... La diversité de notre offre répond à celle de nos clients, qui nous sollicitent pour des besoins très variés. Notre rôle n'est pas seulement d'y répondre : nous cherchons les meilleures solutions pour mettre en valeur vos atouts et trouver le "plus" qui fait la différence.

CINQ EXEMPLES DE RÉALISATION

- **LES DOSSIERS THÉMATIQUES d'une e-newsletter "recherche" (Université Paris-Diderot)**

Tous les mois, rendez-vous est pris avec les chercheurs de l'Université Paris-Diderot. Chaque dossier apporte un éclairage pluridisciplinaire sur une thématique importante pour la société : de la robotique du futur à la médecine personnalisée, en passant par les défis environnementaux ou la révolution numérique... Une mise en lumière de recherches passionnantes, expliquées par leurs auteurs, à même de captiver le grand public.

<https://recherche.univ-paris-diderot.fr/tags/dossier-recherche>

- **UNE VIDÉO sur une innovation technologique (Chronolife)**

Comment présenter à des investisseurs potentiels l'innovation qui peut changer la vie des personnes insuffisantes cardiaques ? À l'occasion du salon Viva Tech 2018, nous avons réalisé une vidéo présentant un t-shirt connecté et son fonctionnement, en mêlant prises de vue réelles et motion design. Un moyen efficace de révéler le potentiel d'une telle technologie et son impact sur la vie quotidienne de millions de personnes.

<http://chronolife.net>

- **UN BOOK sur des chercheurs-entrepreneurs (Chercheurs Entrepreneurs Challenges)**

Valoriser la science, c'est leur ambition : ces chercheurs sont également fondateurs de startup. Lauréats du "Chercheurs Entrepreneurs Challenges" organisé par AEF Info, le CNRS et le Réseau national des collèges doctoraux, ils sont aujourd'hui des modèles pour d'autres aspirants-entrepreneurs issus de la recherche. Nous avons relaté le parcours de dix d'entre eux, en mettant en avant la passion qui les anime. Des portraits inspirants rassemblés dans un petit book facilement diffusable.

www.chercheurs-entrepreneurs.com/le-book-chercheurs-entrepreneurs-challenges

- **UN ÉVÉNEMENT PRESSE sur des startup innovantes (ESPCI Paris)**

L'incubateur de "l'école des Nobel", c'est aujourd'hui une vingtaine de startup à l'origine d'innovations majeures... Pour faire découvrir aux journalistes toute la richesse de leurs activités et leur potentiel économique et social, nous les avons conviés à l'ESPCI Paris. Au programme : présentation de l'incubateur et ses atouts, rencontres avec des chercheurs-entrepreneurs, témoignages d'experts... Une action très profitable, avec des retombées médias à court et moyen termes.

www.espci.fr

- **UNE PLAQUETTE RECHERCHE à visée internationale (Université Paris Seine)**

Pour l'Université Paris Seine, groupement d'universités et de grandes écoles, la priorité est de nouer des partenariats avec ses homologues internationaux. Après avoir mené un benchmark des outils de communication de plusieurs universités étrangères de premier plan, nous avons proposé une stratégie axée sur les enjeux sociétaux et économiques de ses travaux scientifiques. Résultat : une plaquette en anglais différenciante et attractive.

www.universiteparisseine.fr