



TALENTS p. 2
ELSA DARRILLAT
 La voie de
 la radio

PANDRAMA 2

STRATÉGIES 4

CONSEILS 6

SERVICES 8

MÉDIAS 9

ANNONCES 10

DÉBLOQUE-NOTES 12

Birdy Nam Nam s'associe
 à Hero
 p. 4

Trait de Marque repart de
 l'avant avec un nouveau
 dirigeant p. 6

Lyon Poche Enfin tout quadri
 après 2 000 numéros
 p. 9



Le personnage de Cerise est né à Lyon

«Le papa de Cerise, c'est moi», raconte Éric Chassaing, le DC de Being Lyon. Au départ, le personnage imaginé par Young & Rubicam était une cliente brune à lunettes qui accumulait les pépins. En 2007, les créatifs de Being font de Cerise la porte-parole de la marque. «Pour installer un personnage publicitaire récurrent, il faut un costume qui l'identifie. C'est comme ça qu'est née la robe à pois verts», explique Éric Chassaing. Le choix d'une comédienne blonde se fera au moment du casting.

Groupama se démène pour s'imposer en zone urbaine et d'abord à Lyon

Groupama vient de clore une grosse campagne de visibilité et de trafic qui a duré trois semaines sur Lyon.

L'assureur, très présent en zone rurale, veut renforcer sa présence dans les villes de plus de 100 000 habitants où certains concurrents comme Axa sont mieux implantés. Pour la direction Rhône-Alpes/Auvergne, Lyon est prioritaire sur les autres villes de la région.

Ouverture de boutiques. La nouvelle stratégie a démarré il y a deux ans avec le renforcement du réseau local. «Notre taux de notoriété était de 10% dans les villes contre 30% au plan national. La seule façon de renforcer la notoriété locale était d'ouvrir des boutiques», explique Sandrine Leutrat, responsable de la communication externe de Groupama Rhône-Alpes/Auvergne. En 18 mois, le nombre d'agences est passé de 11 à 16. Lyon compte désormais huit

boutiques. Le développement du réseau a été soutenu par plusieurs opérations de trafic. Des dépenses qui ont été assurées par la caisse régionale, alors que la communication de marque (image et produits) est financée par la direction nationale. La dernière opération, au début de l'été, a été confiée à Strada Marketing (Lyon). Cinq hôtes habillées en Cerise, personnage qui incarne la marque, ont distribué pendant cinq jours 20 000 marguerites dans Lyon, pour illustrer le slogan «Cerise vous fait une fleur» (photos ci-dessus). Le dispositif a attiré plus de 2 000 prospects dans les agences. «C'est un résultat très satisfaisant», estime Sandrine Leutrat, qui prévoit de nouvelles animations.

Sponsoring de l'OL. Groupama Rhône-Alpes/Auvergne va aussi bénéficier des efforts du groupe en faveur du sponsoring de grands clubs de football, en tête desquels l'OL.

Après l'Olympique de Marseille, la marque sera présente au dos du maillot des joueurs lyonnais lors de cette nouvelle saison de Ligue 1. Des panneaux aux couleurs de l'assureur seront également installés au stade de Gerland, où Groupama disposera d'une loge pour ses RP.

Le contrat de trois ans, évalué à 4,5 M€, est entièrement financé par Paris. La caisse régionale espère profiter des bons résultats de l'OL pour gagner le cœur des Lyonnais. **+ OLIVIER VASSÉ**

Groupama espère profiter des bons résultats de l'OL pour gagner le cœur des Lyonnais.