

BAIN

Kælia repositionne ATC. L'agence lyonnaise a été retenue pour revoir toute la charte graphique d'ATC Groupe, le leader de l'impression numérique grand format lyonnais. Elle sera dévoilée début octobre.

RÉALISATIONS

TBWA Corporate Lyon recrute pour le Club Med. L'agence lyonnaise assure la communication RH du Club Med. Une campagne autour de la promesse «Le bonheur de se révéler» est visible en presse spécialisée et en PLV dans les salons professionnels. Des RP et du community management font aussi partie du dispositif. Le Club Med espère ainsi recruter 5000 personnes.

FH Events colle la Biennale. La société lyonnaise spécialisée en conseil médias et événementiel a mis en place le dispositif mobile Stick Art pour accompagner la Biennale d'art contemporain de Lyon. Il consiste à distribuer les visuels de l'événement sous forme de stickers. Le public est invité à les photographier dans une situation ou une mise en scène insolite, puis à les envoyer sur le site internet de la Biennale. Désignés par les internautes, les gagnants seront exposés à la Sucrerie.

Strada Marketing crée des super héros. L'agence de street-marketing lyonnaise est en charge de la campagne Hollywood chewing-gum. Une « brigade de super héros » à bord d'une « Fresh mobile » a envahi Paris pour distribuer des échantillons. Des touches géantes ont été installées aux entrées de métro. Les super héros s'envoleront ensuite à Lille, Lyon, Marseille...



Veber & Partners prend un nouveau départ avec Ultimium Advertising

C'est une page qui se tourne : après 15 ans d'histoire publicitaire, l'agence Veber & Partners change de nom. Elle a fusionné fin août avec Ultimium Advertising, dirigée par Olivier Denéchère. Anne Blanchard, DC et associée de l'agence de Villefranche-sur-Saône, devient DG associée du nouvel ensemble. C'est l'épilogue de la succession de Bruno Veber, dirigeant-fondateur de l'agence caladoise qui est décédé l'année dernière.

Départ pour Lyon. Olivier Denéchère a plus de 20 ans d'expérience en agences de publicité et chez l'annonceur. Cet ex-dircom de Smoby Majorette et du Crédit Agricole Champagne-Bourgogne a créé Ultimium Advertising en septembre 2010. «Je recherchais une opportunité de croissance forte. J'appréciais beaucoup le travail de Veber & Partners, qui était l'agence de Smoby Majorette. Et comme Anne cherchait une solution pour poursuivre l'aventure et retrouver une direction bicéphale, on a décidé de fusionner», résume Olivier Denéchère. «Veber & Partners sortait de deux années difficiles avec la maladie de Bruno. Il fallait insuffler une nouvelle dynamique», explique de son côté Anne Blanchard.



Le changement de nom, la signature (The new Veber & Partners advertising agency) et le déménagement sur le Pôle Pixel à Villeurbanne symbolisent ce nouveau départ.

Projet ambitieux. Cette année, le duo vise un CA de 1 M€, presque au même niveau que 2008. Pour cela, l'agence spécialisée en conseil et stratégie de communication compte capitaliser sur son portefeuille clients. Plus de la moitié sont des références nationales : la division luxe de L'Oréal, Orange...

«Notre force, c'est le sens du détail. Nous réalisons un travail premium qui séduit les grandes marques. La preuve : tous nos clients sont restés après la fusion», affirme Anne Blanchard. Son associé ne cache pas ses ambitions : il veut développer le web et reste à l'affût d'autres opérations de croissance externe. ➔ M

Ultimium Advertising
Villeurbanne - Associés : Olivier Denéchère (51%) et Anne Blanchard (49%) - 10 permanents
CA 2011 (préc.) : 1 M€.

Groupe Curious élargit ses compétences au web

T très orienté print où il réalise plus de 80% de son CA, le groupement d'agences grenobloises tente une percée sur le web. Il s'est lancé, depuis quelques mois, dans la conception et le développement de sites pour web mobile et de solutions pour écrans tactiles en recrutant Emmanuel Verdillon, un ingénieur informaticien. Groupe Curious a par exemple réalisé le site du Pôle entrepreneurial de l'université de Gre-

noble. Et il s'est associé à Veto Online, une agence spécialisée dans la communication des cliniques vétérinaires, pour percer sur ce marché de niche.

Proximité. Groupe Curious est né en 2005 de la réunion de trois indépendants : Dialektic (création graphique), Atom Kraft Design (édition) et Caféine Production (illustration). Red Pepper les a rejoints l'an dernier (RP). «Nous partageons les mêmes

locaux. Cette proximité permet de répondre ensemble à des appels d'offres sous un nom commun même si nous conservons chacun notre propre clientèle et notre propre bilan comptable», explique Damien Verdillon qui coordonne la structure. Ils travaillent notamment pour le diocèse de Grenoble, Roche Diagnostics et l'université de Grenoble. En 2011, Groupe Curious table sur un CA consolidé de 380 K€.