

DÉCO

Wark Design habille Up in Lyon. L'agence de Didier Caillens a imaginé le design de l'espace commercial de la rue Grolée, qui a pour objectif de promouvoir ce quartier. Nathalie Rigaud s'est chargée de la décoration intérieure. Le lieu comprend un salon, une salle de réunion et une bibliothèque.

SUEUR

Extra Communication organise le Tristar. L'agence lyonnaise est en charge du triathlon international Tristar, qui aura lieu le 10 juillet à Lyon. Les triathlètes enchaîneront la natation dans la Saône, une course cycliste sélective dans les monts d'Or, et la course à pied en centre-ville. C'est Star Production qui est propriétaire de l'événement.

APÉRO

Strada Marketing emmène Vico en tournée. L'agence de street-marketing lyonnaise organise du 18 juillet au 16 août «l'Apéroadshow». L'objectif est de lancer les nouvelles références de Vico. Un bus customisé aux couleurs de la marque parcourra 20 villes et proposera des



dégustations et des animations. Par ailleurs, Strada Marketing vient de finir des roadshows pour Kellogg's Squares, les ateliers Vahiné et Mc Vitie's.

LIVE

Tétro accompagne C'Pro. Cette agence d'organisation d'événements et de projets culturels (Lyon) a organisé les 20 ans de C'Pro. Pour l'occasion, Roger Hodgson (Supertramp) a donné un concert privé. C'est le premier gros budget de cette agence créée en octobre par Matthieu Debay. Tétro travaille en partenariat avec l'agence Trafik pour la tournée de l'exposition Museogames.

AdThink Media transmute l'audience du web en or

Nouvelle année record pour AdThink Media. La PME lyonnaise affiche un chiffre d'affaires de 23,5 M€, en hausse de 21%.

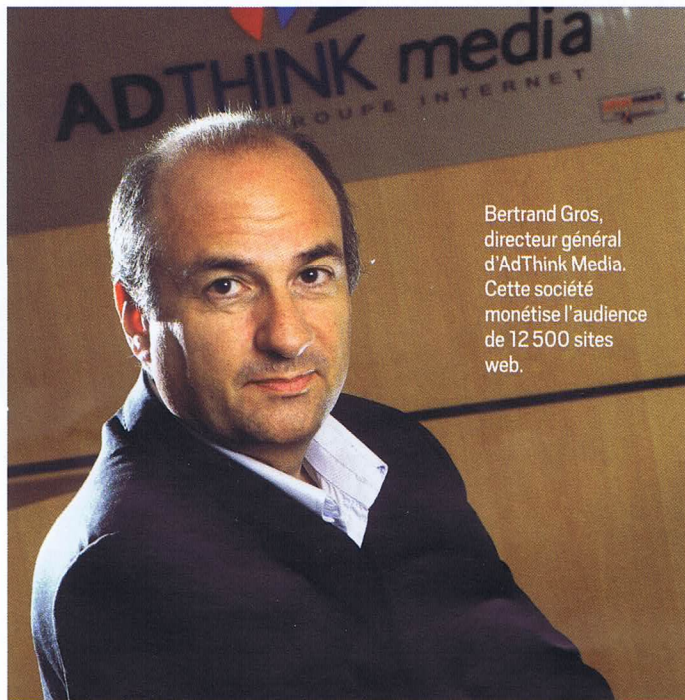
«Depuis 2007, nous avons privilégié la croissance afin d'atteindre une taille critique», explique Bertrand Gros (photo), directeur général et cofondateur d'AdThink Media avec Sylvain Morel. Un développement rapide qui s'est fait au détriment du résultat d'exploitation : 11,4% quand même, mais loin des 15% qu'il veut atteindre en 2013.

Des millions de visiteurs.

Grâce à d'incessantes campagnes de publicité, AdThink Media attire 27 millions de visiteurs par mois sur les 12 500 sites qu'il gère.

Cela lui permet de revendiquer l'une des plus importantes audiences françaises cumulées. Bertrand Gros, qui veut donc accroître sa rentabilité, va sensiblement réduire ces dépenses publicitaires : -30%, à 3,5 millions d'euros.

L'année dernière, la croissance du groupe a été tirée par sa régie publicitaire, qui ne pèse que le tiers de son CA, mais a progressé de 71%. Advertstream agrège, gère et commercialise les espaces publicitaires de sites auprès des annonceurs. Elle est devenue en 2010 leader en affi-



Bertrand Gros, directeur général d'AdThink Media. Cette société monétise l'audience de 12 500 sites web.

nité sur la cible des femmes de 25 à 49 ans.

«Nous nous distinguons par notre capacité à réaliser des campagnes à la performance. La crise a laissé des traces : c'est toujours plus rassurant pour un directeur marketing de dépenser en maîtrisant les retours sur investissement que de le faire sans avoir de retours précis», explique Bertrand Gros.

Solutions de paiement.

AdThink Media va compléter son dispositif de monétisation de

sites. Pour cela, elle s'apprête à lancer une solution de micro-paiement, pixopay.com, qui permettra à ses clients de monétiser leur audience, en complément des campagnes publicitaires.

Elle vient également de lancer une solution de routage e-mailing, mach10.fr, et veut se développer à l'international, en ouvrant notamment un bureau au Brésil d'ici la fin de l'année. Enfin, AdThink Media cherche à racheter des entreprises spécialisées dans le jeu, la rencontre ou la publicité sur smartphones.

Nexxa réunit neuf professionnels à Grenoble

Des professionnels grenoblois se regroupent. Après une période de rodage sous le nom de Les Experts Meylan (*InterMédia* n° 1104), ces neuf agences et consultants indépendants viennent de créer le label Nexxa.

Ce réseau associe des activités complémentaires : conseil en communication, création graphique, étude et analyse de marché, relations presse, déve-

loppement internet, marketing... L'objectif est simple : faire du business, en permettant à ses membres de participer ensemble à des consultations d'envergure nationale.

Alternative. Nexxa compte une quarantaine de personnes pour un chiffre d'affaires total de 4 M€. Yves Mourey, cofondateur de l'agence Création d'Images qui a initié le mouvement ex-

plique : «Nexxa souhaite se positionner comme une alternative aux grandes agences 360. Chacun devient l'ambassadeur des autres tout en restant porteur de son offre.»

Premiers clients du groupement : le réseau AIRRIA (une collaboration HSC Conseil et Création d'Images) et le symposium Inéov à Grenoble (Création d'Images, Insight Outside et Valeur d'Image).