

**Dufresne Corrigan Scarlett.**  
L'expert pub de la Maison  
de la communication



● Carole Giroud, directrice associée de Dufresne Corrigan Scarlett.

**L'agence lyonnaise participe au lancement d'un observatoire de l'innovation en matière de publicité.**

La publicité et le conseil en création constituent son cœur de métier. Mais, grâce à son implication au sein de la Maison de la communication, un rassemblement volontaire d'une douzaine d'entreprises indépendantes, l'agence lyonnaise Dufresne Corrigan Scarlett peut proposer à ses clients une offre globale en communication, de l'achat d'espace à la communication digitale en passant par le marketing services ou stratégique... « C'est une sorte de coopérative. Avec nos partenaires, nous tra-

vaillons ensemble lorsque cela est nécessaire. Cela nous permet d'être rapides et agiles », explique Carole Giroud, directrice associée. L'agence développe la démarche "We love new", qui véhicule son engagement dans la nouveauté. « Nous souhaitons profiter de notre souplesse, de notre indépendance pour ouvrir nos chakras, être curieux et en faire profiter nos clients. » Concrètement, Dufresne Corrigan Scarlett participe ainsi au lancement d'un observatoire de l'innovation publicitaire, en partenariat avec Les Échos et Plan.Net, qui se propose de disséquer des campagnes de publicité. Élué agence indépendante de l'année 2008 par la profession, la société emploie une vingtaine de personnes à Lyon, qui collaborent étroitement avec les 80 salariés de Dufresne Corrigan Scarlett, à Paris. Elle travaille aussi bien pour des grands groupes industriels tels que Schneider Electric, Porsche ou Andros, des domaines touristiques comme La Clusaz ou, plus récemment, des organismes publics. Avec toujours, la même approche : le sur-mesure.

- Marge brute 2009 (au 31/03) : 10,3 M€, dont 2 M€ pour Lyon. La Maison de la communication représente 23 M€ de marge brute et 230 personnes.  
- www.dufresne-corrigan-scarlett.com

**Média-Pro. De la production à la diffusion grâce à deux web TV**



● Michel Babolat, associé de la Scop Média Pro à Lyon.

**Le producteur lyonnais de films de communication affine son offre à destination des entreprises en lançant deux web TV pour la diffusion des documentaires qu'il réalise.**

« Plusieurs de nos clientes PME présentent les mêmes caractéristiques, expose Michel Babolat, directeur de production associé de la Scop lyonnaise Média Pro. Elles font entre 10 et 15 M€ de chiffre d'affaires, dont une bonne partie à l'export. Elles ont besoin d'un film pour présenter leurs activités et ne sont pas très bien équipées en support internet. Sur ce constat, nous avons lancé www.export-tv.com, une web TV dédiée à ces entreprises exportatrices. » La mise en ligne date du 10 novembre 2009, après un an de réflexion, 25.000 € investis par la Scop composée de quatre associés (Michel Babolat, Pierre Cook, Jérôme Surroca et Véronique Collonge) et 17.500 € financés par le pôle Imagnove. « Pour le moment, la diffusion est gratuite pour la douzaine d'entreprises présentes sur la web TV, avance le dirigeant. C'est un prolongement de notre activité de production et de réal-

isation de films de communication des entreprises. Accessible de partout dans le monde, elles se servent de cet outil de communication lors de leurs déplacements à l'étranger pour montrer leur savoir-faire... » Les films sont réalisés en français et en anglais. Des demandes concernent déjà des versions russes ou allemandes.

**Du contenu informatif**

Présentée sur le salon Classe Export à Lyon, la web TV semble avoir suscité l'intérêt. « J'espère trouver des financements auprès de ces acteurs locaux, avoue Michel Babolat, mais également une sorte de caution de l'intérêt de cet outil pour les exportateurs. Quand le business model sera bien ficelé, d'ici à deux ans, j'envisage d'y apporter du contenu informatif avec des reportages à l'étranger sur les atouts des pays pour les entreprises candidates à l'exportation. » En parallèle, et pour rentabiliser l'investissement, le producteur de films en a profité pour créer www.media-protv.com, qui fait la promotion de ses productions. En 25 ans, la scop a réalisé plus de 600 films pour les entreprises (grands comptes mais de plus en plus pour les PME) et les collectivités locales. De l'écriture du scénario à la réalisation, les quatre associés enrichissent leurs compétences sur les projets en faisant appel à des intermittents du spectacle. Pour rester à la pointe de la technologie, entre 10 et 15.000 € sont investis chaque année dans l'acquisition de nouveaux matériels, caméras ou bancs de montage. En 2009, la scop a réalisé un chiffre d'affaires de 350.000 €.

- Tél. : 04.72.73.47.79  
- www.media-protv.com

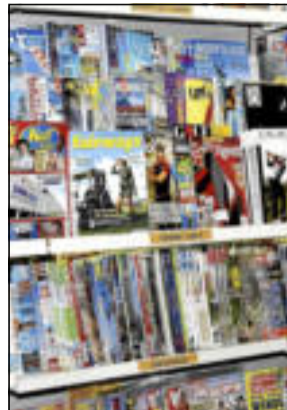
**En bref**

**PILIPILI. TF1, ARTÉMIS ET RECRUIT JETTENT L'ÉPONGE**

Lancé en grandes pompes dans plusieurs villes de France, dont Lyon, le magazine gratuit PiliPili change de mains. TF1, Artémis (Famille Pinault) et Recruit - ses actionnaires d'origine - ont cédé la société éditrice Top Ticket.S à Vente Ciblée. Le mensuel est distribué dans des commerces. Il propose des promotions dans les boutiques et restaurants de la ville à travers des coupons de réduction que le lecteur découpe dans le magazine.

**MLP. Le distributeur de presse gagne des parts de marché**

**La société iséroise devrait augmenter significativement son activité en 2010 grâce au gain de huit nouveaux titres de presse importants. Dans le même temps, elle invite son unique concurrent Presstalis (ex-NMPP) à une médiation.**



● En 2010, la MLP distribuera huit titres supplémentaires édités par le groupe Mondadori France.

C'est une aubaine en cette période de crise que traverse la presse. La Messagerie Lyonnaise de Presse (MLP) dont le siège est à Saint-Quentin-Fallavier distribuera, en 2010, huit titres supplémentaires édités par le groupe Mondadori France (Télé Star, Télé Poche, Pleine Vie, Sport Auto...). Un nouveau contrat qui devrait permettre au groupe de générer 100 M€ de plus cette année, soit près d'un quart de l'activité réalisée en 2008 (442 M€). « Jusqu'à maintenant, nous avons l'habitude de distribuer l'équivalent de 12,5 % du chiffre d'affaires de Mondadori France. Avec la distribution de ces nouveaux titres, nous allons désormais gérer la moitié de son activité », explique Sophie Guichard, res-

ponsable de la communication écrite chez MLP. Créée en 1947, la MLP distribue 3.500 titres hors quotidiens en France et dans le monde. Elle détient à ce jour près de 15 % du marché de la distribution en France, essentiellement sur le créneau de la presse magazine à centre d'intérêt dont le tirage moyen est inférieur à

30.000 exemplaires. Touchée par la baisse généralisée des ventes en kiosque et un début d'année 2009 difficile, la MLP, qui emploie plus de 250 personnes, devrait en toute logique renforcer ses positions cette année. Face à son unique concurrent parisien qu'elle vient d'inviter à une médiation.

**Dommages et intérêts**

Confiée à la chambre de médiation et d'arbitrage de la CCI de Paris, cette procédure de conciliation à l'encontre de Presstalis (ex-NMPP) fait suite à la décision prise, en janvier, par l'Autorité de la concurrence : celle-ci condamnait les Messageries parisiennes à lui verser une amende de 3 M€ pour « pratiques tarifaires anticoncurrentielles et abus de position dominante ». Pour faire valoir son droit au versement de dommages et intérêts et mettre un terme à plusieurs années de bataille entre les deux seuls distributeurs de presse français, le groupe isérois somme aujourd'hui son concurrent parisien, via un communiqué, de s'engager à réformer huit pratiques jugées « anti-

concurrentielles et anticommerciales ». Parmi elles, le communiqué évoque « la vente à perte, les remises illégales, les tarifs discriminatoires ainsi que les contrats d'exclusivité à l'export ». Le montant du préjudice, évalué à 40 M€ par la MLP, pourrait pourtant ne pas être versé par Presstalis : la messagerie lyonnaise a en effet décidé de suspendre ses réclamations « étant donné l'état des finances catastrophiques de Presstalis », commente-t-on au sein du groupe isérois. Décidée à trouver un accord pour que « se développe, en France, une concurrence saine », la MLP n'exclut pas, malgré tout, un procès devant les tribunaux si la procédure n'aboutissait pas.

Camille Nagyos

**MLP**  
Saint-Quentin-Fallavier  
- Directeur délégué : Patrick André.  
- Effectif : 250 personnes.  
- CA 2008 : 442 M€.  
- Tél. : 04.74.82.14.14  
- www.mlp.fr

**@solution. Industrialiser la fabrication d'un site**

**La web agency propose une solution flexible et souple pour la création de sites internet. 2010 marque l'année de son déploiement.**



● Yannick Namia, ingénieur informaticien, et Christian Sainz, spécialisé dans le référencement de sites internet, sont co-gérants de @solution à Lyon.

« La technologie que nous avons développée s'adapte à tous les graphismes de site internet et à toutes les fonctionnalités grâce à un système de modules, avance Christian Sainz, cofondateur de @solution, une web agency lyonnaise qui vient de recevoir le statut de jeune entreprise innovante. Les offres traditionnelles, qui manquent de souplesse et de flexibilité pour les PME, proposent l'inverse. Notre innovation permet d'industrialiser le processus de fabrication et d'afficher des tarifs inférieurs de 50 % aux prix du marché. » La start-up a abouti à ces résultats après deux ans de recherche sur son outil de gestion de contenu. « Les développements ont été réalisés avec un panel d'une cinquantaine de clients, précise le dirigeant. Près de 100.000 € ont été investis en temps et en homme. Depuis mars 2008, soit deux ans après la création d'@solution, la commercialisation de notre offre a démarré sous le nom Cianéo. » En plus de sa technologie qui procure une rapidité d'exécution, un back-offi-

ce simple d'accès et une évolution pour faire grandir le site internet de l'entreprise en même temps qu'elle, @solution a marché son offre pour tenir des prix compétitifs. « Nous privilégions le brief en web conférence pour une meilleure efficacité, analyse le dirigeant. Un réseau d'une quinzaine de graphistes indépendants nous permet de recourir aux compétences les mieux adaptées à notre type de clients, PME ou grands groupes. »

**Nouvelles fonctionnalités**

L'équation semble fonctionner. @solution annonce 600 clients et 650.000 € de chiffre d'affaires en 2009.

L'heure du déploiement a sonné puisqu'elle mise sur un chiffre d'affaires de 1 M€ en 2010 si elle assure son avenir sur ses seuls fonds propres. Il se fera en deux temps. Le premier est d'ordre commercial avec le renfort de deux commerciaux sur l'agence parisienne et de deux autres à Lyon dans les trois mois. Deux agences dont la localisation géographique n'est pas finalisée ouvriront cette année. « Notre offre correspond aux attentes du marché. Nous attaquons désormais la problématique de la distribution. » Dans cette logique, les dirigeants réfléchissent à commercialiser leur

technologie en licence ou sous forme de partenariat à des agences de communication. Pour organiser ce déploiement, Christian Sainz n'exclut pas de faire appel à des capitaux risqués, même si laisser une partie du capital est un acte non dénué de conséquence pour les deux fondateurs. « Selon le projet que nous sommes en train de finaliser, nous aurions besoin de 700.000 € à 2 M€. Nous nous tournons aussi vers les business angels, plus enclins à comprendre une problématique entrepreneuriale et pas uniquement financière. »

Au moins 15 % du chiffre d'affaires continueront d'être investis chaque année en R & D. « Nous travaillons sur le développement des modules, de nouvelles fonctionnalités pour intégrer du contenu multimédia ou encore sur la maintenance préventive pour assurer la sécurité des données », dévoile Christian Sainz.

Stéphanie Polette

**@solution**  
Lyon  
- Co-gérants : Christian Sainz et Yannick Namia.  
- Effectif : 14 personnes.  
- CA 2009 : 650.000 €.   
- Tél. : 04.81.07.08.25  
- www.cianeo.fr

Besoin de **TRESORERIE** ?

**VENDEZ rapidement vos matériels professionnels sur**

**ope.fr**

Opportunités Pour l'Entreprise