

## TÊTE DE COM

**Damien Ebrard rejoint Jetpulp.** Il devient pilote projet digital au sein de l'agence digitale lyonnaise. Il était auparavant chef de projet au sein de l'agence stéphanoise TV&Co.

## CLASSEMENT

**Top 500 des champions de la croissance.** Six agences de communication de la région sont présentes dans le classement du journal *Les Échos*: Obiz Concept, Cojecom, Insign, Monet+Associés, Tetro, Big Company.

## NAMING

**Coxinélis devient Coxi.** Comme annoncé dans nos colonnes [*InterMédia* n° 1440] l'agence d'Emmanuel Perrin raccourcit son nom. Changement aussi de site web et lancement d'un jeu-concours sur les réseaux sociaux.

## MOTION DESIGN

**Jour J bouge la SDH.** L'agence d'influence iséroise signe deux motions design pour présenter la nouvelle identité de la Société Dauphinoise de l'Habitat. Jour J produit aussi tous les supports de communication.

## AFFICHAGE

**Com'Unique séduit Tinder.** Le groupe de Guillaume Guttin, via sa filiale Tapage Médias, a exposé la campagne du réseau social en affichage libre/sauvage ainsi qu'en très grands formats sur une sélection de quartiers jeunes et trendy.

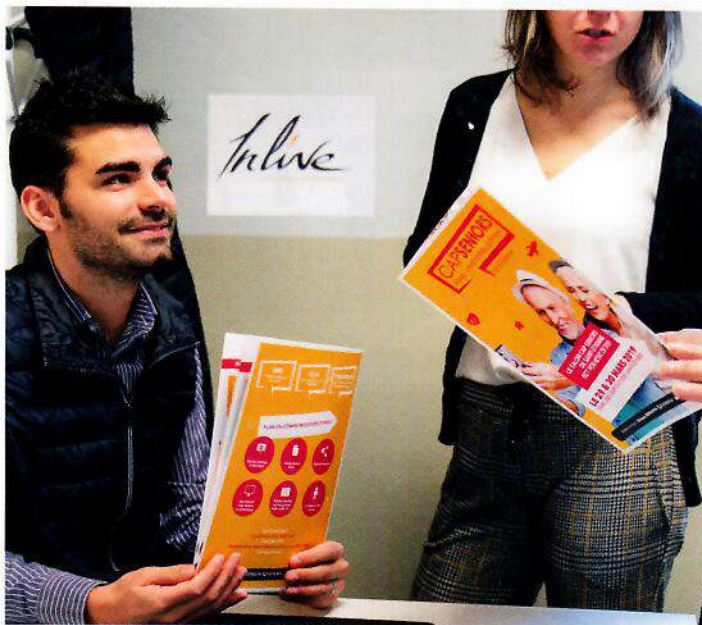
## Grégory Bertholon mène de front deux jeunes agences

**A**lors que Grégory Bertholon a créé une agence événementielle au début de l'été 2018, il vient d'acheter Virgil'Events. L'agence stéphanoise organise les salons Cap Seniors.

**Salons seniors.** « Cette reprise, c'est une question d'opportunité. À 73 ans, Alain Audouard désirait transmettre cette manifestation qu'il a créée en 2016 », explique Grégory Bertholon. Ce n'était pourtant pas dans les plans initiaux du jeune chef d'entreprise de faire une croissance externe si rapidement après avoir lancé Inlive, sa propre agence.

Avec le rachat de Virgil'Events, Grégory Bertholon (photo) met la main sur une agence qui organise trois salons destinés aux « seniors heureux ». Elle a réalisé un CA de 250 k€ en 2018 (Inlive devrait faire 150 k€ en 2019). Il ambitionne d'installer le salon dans trois nouvelles villes moyennes de la région dans les trois prochaines années.

La 4<sup>e</sup> édition, qui aura lieu à Saint-Étienne fin mars, donne déjà le ton du repositionnement de l'événement qui veut rajeunir sa cible. Cela passe par des affiches aux couleurs pop et des seniors plus « 2.0 » selon



l'expression de Grégory Bertholon. L'agence Webqam a réalisé les visuels de la campagne.

**Événementiel.** Après avoir travaillé six ans pour GL Events à Saint-Étienne, d'abord au Grand Cercle, puis au Centre des congrès de Saint-Étienne comme chargé d'affaires, puis chef de marché, le Stéphanois a voulu gagner en indépendance. « Le fait de se lancer tout seul me permet d'avoir plus de créativité. »

Les clients d'Inlive ne sont pas uniquement des entreprises de la région. Il a ainsi récemment organisé un week-end d'intégration de cinquante salariés en Bourgogne pour une entreprise de la région parisienne. Il prépare aussi une convention de 800 personnes.

Sur le terrain local, il a été mandaté par le Festival des Arts burlesques (15 000 spectateurs en 2018) pour démarcher les entreprises afin de leur proposer des offres packagées. ✦

## L'agence Arxama, quatrième enfant d'Alicia Ruiz

**L'**agence installée à Saint-Symphorien (69) fête ses 10 ans cette année. L'occasion de revenir sur l'histoire de sa fondatrice.

**Femme de réseaux.** Alicia Ruiz est une hyper active. En plus de la direction d'Arxama, elle est présidente du club d'affaires franco-espagnol, membre de femme chef d'entreprise et du Rotary... et la liste n'est pas exhaustive. « J'ai débuté en me servant de

mon réseau dans le monde associatif » se souvient-elle. Ses responsabilités lui ont permis d'ouvrir des portes et notamment d'être consultée et de gagner deux compétitions pour le Medef AuRA. « Une grande fierté professionnelle » affirme-t-elle.

Il faut dire qu'Alicia Ruiz vient de loin. À 20 ans, l'Andalouse arrive en France, sans diplôme. Elle se consacre alors à l'éducation de ses trois garçons. À 44 ans, elle passe le bac puis une double

licence espagnole et InfoCom. Diplôme en poche, les recruteurs lui disent qu'elle est trop vieille pour débiter une carrière. Sa réponse? Créer Arxama.

« Je l'ai fait seule et sans business plan. » Alicia se donne encore 10 ans pour développer l'agence sur la Métropole de Lyon. « Je vendrai ou je passerai le bébé à un de mes enfants, quand Arxama aura 20 ans. Mais l'agence ne mourra pas avec moi. Je n'ai pas fait ça pour rien! » ✦



Alicia Ruiz (au centre) entourée de salariés