

Guillaume Guttin de Com'Unique (à gauche) et David Butet de Made In Out.



## NOMINATIONS

Mélissa Abdelbost rejoint Impeesa Production. Elle devient chargée de production pour la société de production lyonnaise. Elle était auparavant chef de projet de Pitches, studio spécialisé dans le motion design.

## Sylvain Tillon promu en Digital League.

Le patron de Tilkee est devenu officiellement vice-président Rhône-Ain de cluster de la filière numérique en Auvergne-Rhône-Alpes. Tilkee est un éditeur lyonnais de logiciels de tracking de documents numériques.

## SALON

### Lyon Game Show change de nom.

Le salon du jeu vidéo, créé par TGS Événements (Toulouse), devient TGS Anime Game Show avec la volonté d'harmoniser les noms des événements de la société toulousaine. Prochaine édition les 21 et 22 septembre 2019.

## Com'Unique et Made In Out affichent dans les campings

Le groupe lyonnais de supports tactiques s'allie avec le réseau d'affichage en campings Made In Out à quelques semaines des vacances estivales.

**Proximité.** L'alliance entre Com'Unique (Guillaume Guttin) et le Dijonais Made In Out (David Butet) permet à un annonceur d'être présent à l'intérieur comme à l'extérieur de 450 campings répartis quasiment sur toute la France.

«Avec notre réseau, nous permettons aux annonceurs de toucher les vacanciers en affichage, en échantillonnage et en activation de marque sur les villages vacances partenaires», précise David Butet. Made In Out s'est

concentré sur des campings de 3 à 5 étoiles.

Les 2700 faces de 40x60 sont situées à l'entrée de ceux-ci, mais aussi aux endroits stratégiques : accueil, épicerie, sanitaires, piscines. Ils présentent plusieurs avantages pour les annonceurs. D'une part ce sont les seuls supports publicitaires à l'intérieur de ces espaces de loisirs, d'autre part les vacanciers, moins sollicités, passent plusieurs fois par jour devant ces affichages. D'après Made In Out, 40 % des vacanciers en hôtellerie de plein air sont des CSP+ ou CSP++.

**Street marketing.** Le groupe Com'Unique s'est, lui, fait une spécialité de la publicité sur les

supports les plus divers : sacs à pain, à pharmacie, sets de table, gobelets, sous-bocks, etc.

«Nous avons vocation à adresser le dernier mètre du consommateur : dans la rue, à l'entrée ou dans les commerces de proximité», déclare Guillaume Guttin. Avec ses vélos Mobiville, le groupe peut aussi mener des opérations de street marketing. «Notre cœur de métier ce sont les communes de moins de 5000 habitants, mais face au retrait des afficheurs le maillage national avec Made In Out prend aujourd'hui tout son sens dans les nombreuses communes de moins de 5000 habitants.» ✦



agence de communication et création graphique -



[agencedecom-balthazar.com](http://agencedecom-balthazar.com) - 04 79 52 17 12

## MindPark invente l'escape game à l'échelle d'une ville

Après avoir ouvert 14 salles d'escape game (en licence de marque), la société lyonnaise de Renaud Both se lance dans un nouveau projet : l'escape game à ciel ouvert.

**Marketing indirect.** Le concept a été testé pendant la Biennale Design de Saint-Étienne en avril 2019. Une application spécifique MindPark a été développée à cette intention. «Le jeu demandait aux joueurs de venir dans le centre-ville, d'interagir avec les commerçants en récupérant des codes ou en déchiffrant des messages sur les vitrines. Il s'agit de marketing indirect.» Différence de taille avec les

salles traditionnelles : ce n'est pas le joueur qui met la main au porte-monnaie, mais la collectivité ou le lieu accueillant le jeu. Objectif : créer du flux.

«Nous reprenons les codes de l'escape game, mais en l'adaptant. Le nombre de joueurs est illimité. On peut commencer, arrêter et reprendre quand on veut», explique le dirigeant de cette entreprise créée en 2016. Un nouveau test doit avoir lieu lors du week-end du 14 juillet, puis de la Foire de Saint-Étienne. MindPark est par ailleurs en discussion avec des centres commerciaux et des clubs de football professionnels. ✦