



L'Art Publicitaire a écoulé l'an dernier 10 000 packs de cartes de vœux inspirés du patrimoine lyonnais.

PRESSES

Mâcon Imprimerie investit en offset.

L'imprimerie vient d'acquérir une KBA RA106 (5 couleurs). Mâcon Imprimerie, qui est dirigée par Alain Gonther, a réalisé en 2008 un CA de 5 M€ avec 32 permanents.

SON

Les Producteurs font de la radio pour Restaumarché.

Pour le compte de Good and Food, l'agence de production sonore vient de réaliser les spots d'une campagne radio pour la chaîne de restaurants des Mousquetaires. Pour le compte d'Euro RSCG 360, l'agence lyonnaise accompagne le changement de l'enseigne Champion en Carrefour Market (identité sonore et spots radios) et prépare le changement de Shopi en Carrefour Contact. Enfin, Les Producteurs viennent d'œuvrer sur les musiques des spots TV de Mobalpa (pour Jump) et Toupargel (pour Publicis Cachemire).

L'Art Publicitaire se rêve un destin national dans l'édition

L'Art Publicitaire existe depuis plus de 50 ans. Cette entreprise graphique de Villeurbanne a survécu à toutes les révolutions de l'imprimerie et reste l'une des plus réputées de la région. Pourtant, en dix ans, la moitié de son activité traditionnelle a disparu avec le virage numérique. Elle a dû s'aventurer vers de nouvelles activités comme le packaging et diversifier sa clientèle. D'abord prestataire des agences, elle travaille désormais à 65% pour les annonceurs.

Du coup, « nous sommes moins fragiles qu'à la fin des années 90 », assure Éric Gangloff, le patron de cette société qui a bouclé 2008 avec un CA de 1,5 M€.

Diversification. Si la compographe constitue les deux tiers de son activité, le reste est désormais assuré par une diversification dans l'impression puis l'édition. Depuis 2006, cette activité grossit de 20% par an.

Côté impression, L'Art Publicitaire vient d'acquérir une presse numérique HP 3050 (coût : 200 K€)

qui sera dédiée aux papiers de créations (rapports de gestion, invitations...).

Cette maîtrise de la production lui permet de multiplier ses propres éditions sous la marque Lion Six. Un premier livre, *Lyon Belle de Nuit*, s'était retrouvé en rupture de stock. « Cela nous avait convaincus qu'il existe un marché pour l'édition régionale », analyse Éric Gangloff.

Édition régionale. Pas seulement de livres, mais aussi de calendriers, agendas, cartes postales... Tous produits richement illustrés par la photographe Martine Leroy et pour lesquels l'impression numérique est idéale. Aujourd'hui, les *Éditions Lion Six* sont référencées dans les principales librairies et grandes surfaces de la région.

Ce succès a incité L'Art Publicitaire à dupliquer en 2009 ses cartes en Alsace et en Provence, tout en visant un développement national avec des produits d'édition d'actualité. + OV



Optiweb
par **bemore**

Mise à jour de votre site web
Création de trafic

Contact : jean.remy@bemore.com, tél 04.72.56.95.00

Copy-Top s'implante à Lyon

Ce groupe parisien d'impression numérique a ouvert cette mi-mars deux agences à Lyon, en presque île et à la Part-Dieu. C'est la première implantation en province de cette enseigne qui exploite une trentaine de sites à Paris et en Île-de-France, avec quelque 140 salariés pour un CA d'un peu plus de 18 M€, réalisé pour l'essentiel avec des entreprises.

Trois implantations en 2009.

« Nous nous installons à Lyon pour nous rapprocher de clients avec lesquels nous travaillons déjà avec notre site marchand », explique Yann Tabakian, le directeur marketing de Copy-Top, qui vise trois autres implantations cette année, dans autant d'autres grandes villes. Toutes les agen-

ces de l'enseigne sont autant de sites de production. L'offre couvre toute la chaîne d'impression numérique et offset tous formats (bâches comprises), mais les outils multimédias, le e-mailing... Ses agences sont installées dans les quartiers d'affaires. À Lyon, elles emploieront six personnes en tout au départ.

