

Un Papillon sur la banquise

Une épicerie tendance Fauchon : voilà comme Nicolas Cornu aimerait que l'on perçoive son agence de création publicitaire. Une épicerie qui s'est installée dans le paysage lyonnais en toute discrétion, il y a cinq ans.

Après une longue expérience comme DA en agence à Lyon et Paris, Nicolas Cornu avait créé Un Papillon sur la banquise avec la volonté d'apporter un soutien créatif aux grandes structures. Un travail de l'ombre effectué pour Jump, Publicis, Compagnie 360 Annecy, ou de plus modestes, comme Et Compagnie.

Mais ce segment ne repré-

sente plus qu'un quart de l'activité. Un Papillon tire l'essentiel de son business d'annonceurs gérés en direct.

Les tout petits clients, comme les restaurants (Café des Anges) ou les architectes (Jacky Suchail), sont traités avec la même élégance que les gros (EM2C, Serge **Magner** Beaumont & Finet).

Le gain en 2007 de SepelCom, du Triangle Part-Dieu ou du Club des entrepreneurs a permis à l'agence (3 permanents) de voir son CA bondir à 370 K€ (+ 40 %). Il oblige son gérant à envisager deux embauches (DA et commercial) et à sortir de son mutisme. Mais sans renier son positionnement d'épicier haut de gamme.