

Économie Bourgogne

Communication. Depuis sa création en 1989, Album a le vent en poupe.

Album, le goût de la com

De ses débuts en 1989, l'agence de communication Album a réussi à se faire une place et un nom, en particulier dans la restauration commerciale et le culinaire.

Heureusement qu'Apple a créé le Mac + , cet ordinateur qui a révolutionné le monde de la mise en page et de l'édition, car sinon, l'agence de communication mâconnaise Album n'existerait peut-être pas aujourd'hui. En 1989, Maxime Massa s'est donc lancé avec un graphiste dans l'aventure de la communication. « Cette petite machine », se souvient-il en parlant de ce fameux Mac+, « permettait de faire de la mise en page rapidement ». Très vite l'agence a grandi et changé. De l'édition print, elle a été bien plus loin, en apportant aussi du conseil et en s'occupant de toute leur stratégie de com'. « Avec nos clients, nous sommes là pour révéler leurs valeurs, en racontant, avec eux, une histoire juste et vraie. »

Des clients fidèles

Installée au cœur de l'axe Paris-Lyon,

l'agence travaille avec dans ces deux villes, mais aussi dans la région mâconnaise. « Nous avons des clients fidèles depuis 20 ans », se plaît à dire Maxime Massa. A 80 %, la clientèle d'Album est régionale et à 20 % nationale, mais ces derniers pèsent énormément. Malgré la crise, contrairement à beaucoup d'autres agences qui ont souffert, Album est passé juste à côté. L'agence a réalisé l'an passé un chiffre d'affaires en progression de 20 % et s'élevant à 1 million d'euros avec seulement une dizaine de salariés. Dans cette réussite, la devise de l'entreprise ni est sans doute pas pour rien « Toujours satisfaire nos clients à 120 % ». Depuis quelques années, Album est devenu une référence dans la communication dans la restauration commerciale, notamment en décrochant le marché avec les frères Blanc et les restaurants Clément . En peu temps, ils ont dépoussiéré leur image, notamment en parlant de restaurant d'hôte. Avant de véhiculer ce message à l'extérieur, il a fallu

passer par la formation de l'ensemble du personnel de la chaîne pour tenir cette promesse. La campagne de pub des Mâconnais s'est ainsi retrouvée dans toutes les stations de métro parisien. Pour Noël, c'est avec Seb et ses boutiques Home and cook qu'Album sera à l'honneur dans les vitrines. Les terres secrètes des vignerons de Prissé, c'est également eux, tout comme la promotion de l'union des producteurs de vins du Mâconnais. Voilà une agence qui a bon goût et plein d'avenir.

ndesroches@lejsl.fr