

Press review.

HOLD-ON!
PRODUCTIONS 
Outdoor Advertising

Management



TEST
EST-CE LE BON MOMENT POUR CHANGER?
EN PARTENARIAT AVEC SWITCH COLLECTIVE

BUREAUX
Que faire des mètres carrés inutilisés?

MARKETING
Comment LinkedIn est devenu le Facebook pro

ENTREPRENDRE
Monter un business, ça peut être sportif!

VIE PRIVÉE
Supervisez votre famille... à distance!

100 IDÉES POUR UN NOUVEAU DÉPART

100 IDÉES POUR UN NOUVEAU DÉPART

CHANGER DE MÉTIER OU DE VILLE,
SE FORMER, OSER RÊVER,
SE RECONVERTIR SANS SE TROMPER,
SE METTRE À SON COMPTE...



BILAN DE COMPÉTENCES 2.0
TOUS LES NOUVEAUX OUTILS POUR SAVOIR OÙ VOUS EN ÊTES



CRÉER SA BOÎTE DANS LES ALPES



DAVID BRUNEAU
Fondateur de Hold-On Productions!

«Je travaille pieds nus dans l'herbe, avec vue sur le massif du Mont-Blanc à Parisien pure souche. David Bruneau quitte en 2005 la capitale et le monde de la télé pour les Alpes, où il a rencontré sa femme. Il y lance sa société de publicité. Du délire, lui assure-t-on alors: «La pub se décide et se fait à Paris.» Mais cet hyperactif ne se laisse pas démonter. Son idée: développer des campagnes d'affichage XXL sur les bus et les façades de bâtiment. Il commence par convaincre les autocaristes de la vallée de Sallanches et le cinéma du coin. Et les annonceurs, avec qui il négocie depuis une cabine téléphonique ou un télésiège, suivent. De quoi étoffer son book et convaincre au-delà de la vallée. Quinze ans après, sa société, Hold-On Productions, est devenue leader mondial du covering de bus touristiques et travaille avec 150 cinémas et les plus gros distributeurs de films. Un ancien cabanon de jardin tient lieu de siège social. Les collaborateurs travaillent à distance. Le patron partage son temps à 20% en déplacement pour développer sa société et 80% au pied des pistes auprès de sa femme et de ses trois enfants. «J'ai découvert ce qu'était la qualité de vie: des petits bouts de vacances au milieu du quotidien», assure-t-il.

Le magazine coach pour progresser dans son job

côtéciné
ciné dvd multimedia



Hold-On Productions ! Un succès grand format

Un bus aux couleurs d'un dessin animé, une affiche de 20, 50 ou 100m² sur la façade d'un cinéma ? David Bruneau est peut-être à l'origine de ces outils de promotion hors-normes... Il y a trois ans, il quitte sa vie parisienne pour créer Hold On Productions, une petite agence de publicité à Sallanches, en Haute-Savoie. Il se lance alors dans l'affichage « très grand format » sur des supports variés. Aux Etats-Unis, ce procédé s'appelle le « total covering ». Ce qu'il propose dans le domaine du cinéma : négocier des espaces d'affichage - en exclusivité - avec les exploitants et les revendre aux distributeurs, qui s'assurent ainsi une visibilité optimale. David Bruneau négocie avec les majors comme Warner Bros, Universal, Paramount, etc. Et surtout, il n'hésite pas à proposer des supports innovants. En plus des façades de bâtiments, Hold On Productions propose de l'affichage sur bus, sur sol, sur cabines téléphoniques, etc. Récemment, la société a même recouvert un hélicoptère à Tahiti, à l'occasion de la promotion d'un film ! « L'avantage de ce système est que je propose aux distributeurs un réseau d'affichage exclusif dans toute l'Europe, et que nous sommes capables, grâce à nos partenaires, d'afficher simultanément à Marseille et à Lille. » détaille David Bruneau. C'est donc une véritable « success story » pour la petite entreprise savoyarde, dont le patron rêve d'un avenir... en grand !

Plus de renseignements sur : <http://holdonproductions.com>



LES FILMS

BON ANNIVERSAIRE HOLD-ON!

La petite agence de Sallanches a bien grandi. Voilà 10 ans que David Bruneau et son équipe habille les façades de son réseau de cinémas indépendants pour le compte des distributeurs. 10 ans de bâches préventives à travers toute la France pour le plus grand bonheur des exploitants.



L'équipe de hold-on pendant leur soirée d'anniversaire.



Bâche Transformers à Sallanches.

le dauphiné
LIBERE

MONT-BLANC

SALLANCHES

Quand Hollywood débarque au Mont-Blanc

Est-il possible de travailler et négocier avec une "major" américaine depuis un petit bureau de Sallanches ? Oui, comme le prouve la façade du ciné Mont-Blanc qui se couvre régulièrement d'affiches annonçant la sortie des grosses productions américaines: de Spiderman à Indiana Jones, en passant par le nouveau Kung-Fu Panda, impossible de les rater en passant devant le cinéma. Derrière ces affiches géantes, il y a un homme, David Bruneau, un ancien journaliste parisien qui a fondé sa société en 2006: «Je loue de l'espace inutile et je trouve des clients intéressés» résume-t-il simplement.

Et ses clients, il va les chercher loin: Warner, Dreamworks ont sauté sur l'occasion: «travailler avec les Américains, ce n'est jamais facile» explique David. «Chaque détail compte, pour les affiches, on mesure au millimètre près». Même s'il se déplace beaucoup, habiter le pays du Mont-Blanc n'est pas vraiment gênant: «Avec Internet et les mobiles, les liaisons sont immédiates et mondiales. Et puis, habiter en face du toit de l'Europe, ça n'a pas de prix».

David a même été félicité par son parrain professionnel, Jacques Séguela, qu'il avait rencontré pour une interview. Un souvenir moral qui donne envie d'aller de l'avant.



S. B. Agence Hold On Productions! Lors de la pose de l'affiche de Kung-Fu Panda.

ARCHITECTURE Un grillon dans une forêt sur le centre commercial d'Étrembières

Une façade très nature



Le grillon de base prendra sa place au-dessus de la forêt en attendant d'être livré et de monter à l'étage. En attendant, on travaille à droite. Fabrice Boncompagni, l'architecte en charge du projet, Alfonso Maligno, l'architecte d'intérieur, et David Bruneau, le gérant de la société Hold On Productions qui a mis le projet à l'abri.

REPÈRES

LE PROJET EN CHIFFRES

- 40 litres d'acier pour faire apparaître la forêt et les toits de verre sur 10 pour protéger la façade des effets du vent.
- La bache bleue mesure 100 mètres de long sur 17 mètres de large.
- 15 000 kg d'acier pour l'ossature métallique.
- 500 mètres de poutres en bois.
- 50 jours de préparation et de travail.
- 400 euros le mètre carré.
- Une équipe de 25 personnes et trois cranes de levage.

UN ARCHITECTE

EXPERIMENTE

Le concept créateur Maligno a conçu l'impact du concept japonais et l'aspect de la façade. Fabrice Boncompagni, l'architecte italien.

Pourquoi un grillon ? «L'idée m'est venue dans un TGV arrêté en rase campagne, j'ai tourné la tête par la fenêtre et j'ai

aperçu cet insecte », lance simplement l'architecte napolitain, ajoutant «avec près de 60 années d'expérience, il suffit parfois de s'appliquer une dizaine de minutes pour visualiser une idée et développer un concept».

Une architecture dynamique liée à l'activité commerciale

Un grillon géant investira donc tout prochainement la verrière du centre commercial. Le chantier est en cours de finalisation: des poutres en bois massif symbolisant le corps du grillon ont été fixées à la façade, dominant à l'ensemble un dynamisme architectural voulant faire écho au rythme de l'activité du centre commercial. Un concept «d'architecture émotionnelle» créant dans l'imagi-

naire des passants un lieu de rencontres et de loisirs agréable.

«Le profil incliné des ouvertures, des vitrines, des fenêtres et surtout de la grande verrière d'entrée nous a suggéré de construire les pieds du grillon de façon à attribuer une forte dynamique à l'ensemble. Cette icône de la nature nous a stimulés à imaginer son environnement en concretisant sur l'ensemble de la façade l'hyper image d'une forêt», continue Alfonso Maligno.

Le savoir-faire de la société Hold-On Productions

Pour imaginer l'entourage de la vie du grillon, le cabinet italien a fait appel au savoir-faire de la société Hold-On Productions (HOP) et de son créateur

David Bruneau. La société sallancharde dont la réputation s'est plus à faire a réalisé la bache représentant une forêt. Spécialisée dans l'affichage grand format, la petite boîte qui monte au pied du Mont-Blanc habille depuis quatre ans les façades des cinémas, des concessions automobiles ou des télécoms à Metz et Chambray.

Travaillant en exclusivité avec les plus grandes enseignes (Lidl, Carrefour, Casino, Paramount, Dynastar ou Mercedes-Benz), David Bruneau ne manque pas d'imagination et a su s'entourer. La réalisation du projet demeure un travail d'équipe. La précision des détails des arbres de la forêt est l'œuvre du graphiste Renaud Camail, du bureau de création lyonnais Raliti qui travaille avec Hold-On Productions.

Yves ROYER-ARRETTI

écran total
L'hebdomadaire des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel

Hold-On Productions!, géant de l'affichage XXL

L'agence de communication grand format, dont le chiffre d'affaires ne cesse de croître, a déjà séduit de nombreux distributeurs.

Depuis cinq ans, Hold-On Productions! habille les façades de plus d'une cinquantaine de multiplexes indépendants dans 300 villes de France avec ses bâches XXL. Avec ces affichages événementiels, la petite société a convaincu les distributeurs, notamment les studios américains, qui trouvent ainsi l'opportunité d'être plus présents dans les salles indépendantes. Ancien journaliste parisien, David Bruneau rejoint la petite ville de Sallanches (Haute-Savoie) en 2005. *"J'ai eu l'idée de proposer aux distributeurs d'installer sur les façades et portes de multiplexes de l'affichage géant. Au cours de mes voyages, je voyais des bus, des façades couverts de publicité. J'ai proposé au multiplexe de Sallanches de tester le concept et, depuis, j'ai des clients dans toute la France"*, explique ce dynamique chef d'entreprise, qui aime à raconter que son aventure a débuté avec, comme seul lieu de travail, la cabine téléphonique du coin.

De l'impression à la pose

Depuis, les affichages XXL de David Bruneau séduisent les distributeurs. Son chiffre d'affaires a atteint le million d'euros en 2011, et il compte dorénavant deux salariés et un réseau de 300 poseurs dans toute la France. L'entreprise annonce une croissance exceptionnelle de 80 % par an, et ce, depuis trois ans. *"Les grandes bâches sont posées en préventif, entre un mois et deux semaines avant l'arrivée dans la salle du film mis en avant. L'exploitant a un affichage préventif gratuit. Je vends cet espace au distributeur, qui a une visibilité exceptionnelle. C'est gagnant-gagnant"*, précise-t-il. Cette forme de promotion est facturée au mètre carré. L'affichage va de 10 m² à 100 m², voire plus quand il s'agit d'habiller sols, poteaux, plafonds... Avec un marché potentiel de plus de 1 000 indépendants, David Bruneau a encore de belles façades à couvrir. *"Nous devenons incontournables, car il devient impossible de sortir un film sans se distinguer et trouver de nouvelles stratégies marketing. L'affichage en grand en est une, qui a un impact indéniable."* Cette agence de communication "extra-large" gère tout, de l'impression à la pose. *"Nous sommes des simplificateurs de vie pour nos clients, nous avons nos propres graphistes et intervenons à toutes les étapes."*



Ancien journaliste parisien, David Bruneau a créé Hold-On Productions! il y a cinq ans.

Hold-On Productions! ne se cantonne pas à sortir à venir, mais peut aussi intervenir avant d'opérations telles que Cineday. La façade n'est en effet que la partie immergée de l'icel de Hold-On Productions!. David Bruneau budgets tels que l'habillage des bus touristes Lyon, Marseille, Bordeaux... Cette régie d'urbanisme a aussi été choisie cet été par Adidas pour des Bleus de retour des JO de Londres. L'avenir s'annonce radieux pour Hold-On qui se tourne vers l'international, avec bureaux à Dubaï et Rio de Janeiro pour le prochain monde de football en 2014 et les Jeux 2016, l'idée étant de couvrir de ses bâches les stades, les cars, etc. L'agence a choisi pour gérer l'habillage des bus impériaux Shanghai, parés de publicités luxueuses du Hold-On Productions! est ainsi présent au Brésil, à Dubaï et en Chine. David Bruneau affichage extra-large oblige! ■■■ E.D.

COMPÉTENCES

DAVID BRUNEAU
DIRECTEUR D'HOLD-ON PRODUCTIONS

Un homme qui voit la vie en Grand

L'affichage publicitaire grand format commercialisé sur les bus, les façades de cinémas, de concessions automobiles et autres supports de communication. Un concept développé par David Bruneau, au sein d'Hold-On Productions. Une nouvelle aventure pour ce fêru de voyages, à l'énergie débordante qui n'en est qu'à ses débuts.

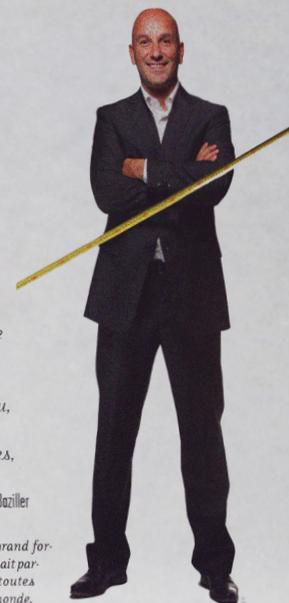
par Pascale Baziller

Ce qui est sûr, c'est que David Bruneau est toujours prêt à escalader des montagnes. Cela tombe plutôt bien, car il a non seulement le goût du risque, mais en plus, il est installé à Sallanches, en Haute-Savoie, avec vue sur la chaîne du Mont-Blanc. Une ville où il a domicilié son entreprise Hold-On Productions, agence de communication spécialisée dans l'affichage grand format. Non pas parce qu'il est natif de la région. Mais en raison du hasard de rencontres et la volonté de changer de vie. « En décembre 2005, j'ai décidé de quitter Paris, raconte David Bruneau, fort de multiples expériences en télévision, en presse écrite, dans le tourisme en France et à travers le monde. La vie nous apprend que vous pouvez repartir de zéro. » Dès son arrivée à Sallanches, il trouve un emploi dans la restauration. Et, c'est là, à plusieurs mètres d'altitude, que lui est venue l'idée de faire de l'affichage grand format. « Tous les jours, je voyais des bus monter et descendre de la station, sans publicité sur leurs flancs. Je me suis souvenu qu'aux États-Unis, les cinémas étaient décorés d'immenses affiches, j'adorais ce concept ! Le rapprochement était tout trouvé, pourquoi ne pas recouvrir les bus d'affichage grand format ? D'autant que le marché de la

communication grand format, qui fonctionnait parfaitement dans toutes les capitales du monde, était très peu développé en France et en province. » Un procédé qui s'appelle le total covering aux États-Unis. Tout s'enchaîne ensuite très vite. Il signe un premier contrat - en exclusivité, toujours un de ses atouts - avec le principal autocariste de la région (parc de 400 bus) et démarche les marques. Et, ça marche, le concept de publicité hors-norme séduit les annonceurs mais aussi les villes (Chamonix, La Plagne...)

IL CRÉE ALORS SA SOCIÉTÉ EN 2007

Il développe alors son expertise auprès d'autres autocaristes et dans les secteurs du cinéma (indépendants), de l'automobile (concessionnaires), des centres commerciaux. « Notre valeur ajoutée est de proposer un réseau d'affichage exclusif dans toute l'Europe et de pouvoir afficher simultanément à Marseille et à Lille grâce à nos partenaires. Depuis 5 ans, je pressens une explosion du marché et cela malgré la crise. Mon chiffre d'affaires a augmenté de 80 % par an, pour avoisiner le million d'euros fin 2011. Et, la prévision pour 2012 est de 2 M€. L'espace et le grand



CHIFFRES

- Grand Format: surface > à 8 m²
- Effectif: 4 personnes
- CA 2009: 350 000 €
- CA 2011: 1 M€
- Répartition du CA: 30 % bus, 30 % cinéma, 20 % automobile et 20 % autres

format sont l'avenir de la publicité et de la communication. Une étude, menée par la société d'analyse des investissements publicitaires MagnaGlobal, révèle que les dépenses des médias de communication de type grand format doivent doubler d'ici 5 ans pour atteindre un peu plus de 5 Mds. » Aujourd'hui, l'homme d'affaires à l'énergie débordante poursuit son ascension et se prépare à franchir de nouveaux sommets. Après Lyon, Marseille, Ajaccio, Nantes, Paris (Cityrama), et bien d'autres villes, de nouveaux contrats se profilent dans d'autres pays européens (Belgique, Grande-Bretagne, Luxembourg, Pays-Bas), en Afrique (Maroc, Tunisie), au Canada, au Brésil et en Chine. L'occasion pour ce fêru d'aventure de parcourir le monde et de nourrir ses ambitions.

HOLD-ON PRODUCTION

Ex-journaliste parisien, il s'installe au Mont Blanc et devient le roi de la pub sur échafaudage

Pas facile de grandir dans une cité des Mureaux, même entouré de l'amour de ses parents, une mère immigrée d'Afrique du Nord et un père OS chez Renault. Et pourtant, David Bruneau n'a pas réalisé son rêve... mais plusieurs ! La preuve, sa vie est un roman, ou presque ! Pour gagner ses 1^{er} salaires, le jeune homme cumule les petits boulots (OS chez Renault, comme son père, pizzaiolo) mais rêve de paillettes en regardant «Ciel, mon mardi». Il campe sur le plateau de l'émission, traîne dans les couloirs des chaînes de télé... tant est si bien qu'il réalise son 1^{er} rêve : devenir journaliste. Pendant 15 ans, il vit la vie dont il a rêvé, celle d'un journaliste parisien à qui tout réussit, collaborant avec les plus grands magazines et chaînes de télé. «J'ai fait plusieurs fois le tour du monde aux frais de TF1», interviewant les plus grands

et ma dernière à 35 ans», s'amuse-t-il. Lui qui a vu ses «parents ramer pour joindre les deux bouts» sait pourtant que cette vie n'est que de la poudre aux yeux. Il rêve de fonder une famille... En 2005, sur un coup de tête, il quitte alors tout pour s'installer à Sallanches, en face du mont Blanc. «Le paradis sur terre. Ici, tout est vert la moitié de l'année... et blanc l'autre moitié». A 35 ans, sans un sou en poche, il se retrouve à servir des crêpes au chocolat sur les pistes de ski pour payer son loyer. «Il ne faut pas avoir peur de se mettre en danger», affirme-t-il. C'est d'ailleurs sur les pistes que lui vient l'idée de créer Hold-On Productions, agence de communication grand format, «pour recouvrir d'affiches les flancs des bus que je

À l'époque, la communication grand format était peu développée en France», se souvient-il. Lui qui a beaucoup voyagé est persuadé que le «total covering» a de l'avenir dans l'Hexagone. Il ne s'est pas trompé ! En 6 ans, il a convaincu les plus grandes entreprises (Orange, Addidas, Mercedes, Warner, Pathé, Universal). Et depuis son bureau, un mazeau (cabane de montagnards) au fond de son jardin, son réseau d'affichage rayonne dans toute l'Europe, générant 1 M€ de CA. «Mon bureau, c'est le monde ! Et l'argent que je gagne, du temps et de la liberté». Alors, comme il le rêvait, il s'occupe de ses enfants de 3 ans et 14 mois, organise des

déjeuners entre amis dans son jardin en face du Mont Blanc... À 43 ans, cet homme à l'enthousiasme communicatif prépare déjà un autre rêve : «Revendre ma boîte pour emmener ma femme et mes enfants en Amérique latine, là où des gens avec de vrais problèmes chantent et dansent».



Olivier Roux

David Bruneau

de ce monde, dont Jacques Séguela, devenu depuis un ami. «Séguela, c'est ma 1^{er} interview à 20 ans...

voyais tous les jours monter et descendre de la station.

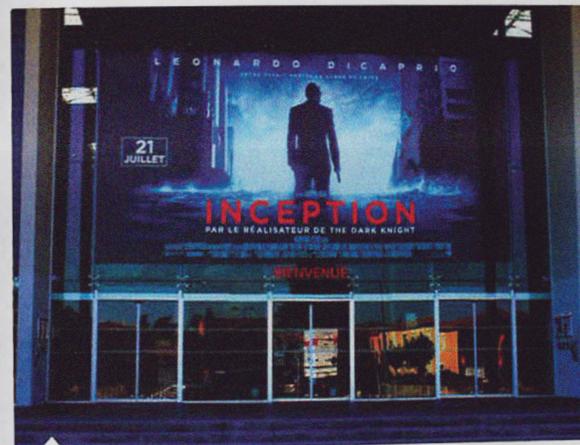
219

L'ÉVÉNEMENTIEL

le magazine de la communication par l'événement

HOLD-ON PRODUCTIONS VOIT GRAND

Elles font tellement partie du décor de nos villes qu'on ne les voit plus forcément comme de la signalétique événementielle, mais les bâches qui figurent sur les façades des cinémas pour nous signaler les sorties à venir dans un mois, font partie de cette famille. Ce n'est pas David Bruneau, fondateur d'Hold-On Productions qui dira le contraire. Sa société, spécialisée dans l'habillage grand format, et parrainée par Jacques Séguéla, habille les façades de plus de 52 multiplexes en France à l'effigie des films de Paramount, Warner Bros ou encore Universal. Hold-On



Hold-On Productions habille la façade de 52 multiplexes en France

Productions s'est notamment mieux fait connaître en recouvrant la façade du centre commercial d'Étrembières (Haute-Savoie) d'une bâche de 2 000 m² qui représente une forêt géante. « La durée de vie limitée de l'encre conduira à une modification de ce paysage imprimé dans moins de cinq ans », précise David Bruneau. La société réalise également de la signalétique grand format pour des concessions automobiles, des entreprises, les télécabines de Megève et de Chamonix, et a installé 18 bâches dans l'aéroport de Genève, pour le dernier Salon de l'automobile suisse. Prochaine étape en discussion : après celui des bus touristiques Cityrama en France, l'habillage des bus qui promènent les touristes à Shanghai et Dubai.

HOP! part à la conquête du Brésil

Joli coup pour la société de la vallée de Chamonix. Hold-On Productions! étend son parc d'affichage sur bus touristiques à Rio et Londres, deux villes qui accueilleront l'une les JO et l'autre l'Euro 2016 cet été. Au Brésil, HOP! commercialisera 50 culs de bus et 10 total covering. En Angleterre, elle a décroché un contrat de 5 ans pour les 100 bus de RATP Dev.

Grand format. Cette activité d'affichage sur bus (généralement à impériale et découverts) pèse désormais 30 % du CA. En huit ans, HOP! a signé avec de nombreuses sociétés en France et en Europe et totalise 500 véhicules. Une gageure pour David Bruneau. Cet ancien reporter de France Télévisions n'a pas hésité à quitter Paris pour Sallanches. Aujourd'hui, il se frotte aux mastodontes JCDecaux et Clear Channel dans l'espace urbain. Pour lui, l'avenir de la publicité est au grand format. « À New York, chaque émission TV a son total covering sur les bus », affirme-t-il. Il compte donc s'étendre encore :



« Nous sommes sur un appel d'offres pour 400 bus à Sydney, et je pars bientôt à New York. »

Home working. Mais Hold-On Productions! ne néglige pas ses premiers marchés : l'affichage pour les centres commerciaux, les concessions et les hôtels (40 % du CA). Sans oublier les cinémas (30 %).

Une autre niche avec 100 ciné-

mas français qu'elle commercialise auprès des distributeurs (Paramount, Universal...) pour annoncer en grand les prochains films.

La petite équipe fonctionne en « home working » (les salariés travaillent de chez eux) et « fabless » (pas de fabrication). C'est la seule façon, pour David Bruneau, d'être là où les autres ne sont pas. ➔

Hold-On Productions! Sallanches (74) | 6 salariés | CA 2015: 1,1 M€.

HOLD-ON PRODUCTIONS ! DAVID BRUNEAU

"400 cinémas sous contrat"

La société de communication Hold-On Productions ! voit les choses en grand. Basée à Sallanches, l'entreprise connaît un développement fulgurant, au point qu'elle s'apprête à ouvrir un troisième bureau à Paris, après Marseille et Lyon. Son concept : habiller les espaces, bus, télécabines, devantures de cinémas ou de centres commerciaux... de publicités grand format. Interview de David Bruneau, tête d'affiche de cette petite entreprise.

Par Laurent GANNAZ

Après avoir multiplié régulièrement votre chiffre d'affaires entre 2008 et 2010, aujourd'hui vous aiguisez les appétits...

Oui, deux banques m'ont en effet proposé de participer à une levée de fonds de 2 millions d'euros et deux grosses entreprises souhaiteraient prendre des participations au sein de la société. Pour l'instant, j'ai dit non car je mesure les conséquences que cela peut engendrer. Je n'ai plus envie de cette vie de stress que j'ai connue quand je travaillais dans la presse et la communication à Paris. J'ai construit ma famille et je veux voir mes enfants grandir. Je préfère poursuivre mon développement tranquillement : j'ouvre un bureau à Paris au 1^{er} novembre après en avoir ouvert à Marseille et Lyon.

Pourquoi avoir lancé cette activité ici, en province ?
Il y a 6 ans, j'ai coupé avec ma vie parisienne, après avoir passé 8 ans chez France 2 et France 3. J'en avais un peu marre des heures de bouchon, de voyager en permanence.



"Nos comptes doublent notre chiffre d'affaires en 2011", affirme David Bruneau, le fondateur de Hold-On Productions !

Quand j'ai découvert Sallanches, j'ai été ébloui par la beauté du site. Au début, j'étais au pied du mur, je n'avais plus d'argent et j'en étais réduit à servir des tartiflettes et des crêpes dans des restaurants d'altitude.

Et puis j'ai regardé les bus qui montaient en station : ils n'avaient aucune publicité alors que j'avais vu ça dans le monde entier. Je suis allé voir une compagnie de bus locale avec comme seule recommandation des lettres de Jacques Séguéla, Delarue, Dechavanne et M6 (sic). Au début, les gens ne me prenaient pas au sérieux et puis j'ai finalement réussi à louer des espaces sur les bus de Megève avant d'habiller le palais des sports de la station, puis les transports en commun de Chamonix. J'ai aussi été sollicité pour la campagne de communication de Georges Morand, candidat aux municipales...

Tout de même, il y a un seul entre cet échelon local et l'envergure nationale, voire internationale, qui est la vôtre aujourd'hui.

Comment avez-vous franchi ce cap ?

À cette époque, j'ai constaté que je faisais 80 % de mon chiffre d'affaires au pays du Mont-Blanc. Je me suis dit que si quelqu'un ici décidait de me critiquer, j'étais mort (sic). J'ai donc décidé de me rendre à Paris et de démarcher les grandes marques parisiennes pour qu'elles mettent leurs publicités sur les bus locaux.

J'ai ensuite rencontré Gilbert Baud, le directeur du multiplexe de Sallanches pour lui proposer d'habiller les façades de son cinéma avec les affiches des nouveaux films. Ça a tellement bien marché qu'il a contacté ses amis, à Bourg-en-Bresse, Bourgoin, Marseille. Aujourd'hui, j'ai 400 cinémas sous contrat. À la même époque, j'ai commencé à habiller les télécabines de Chamonix, puis celles de Megève, en faisant, à travers les affiches, une rétrospective des champions de ski de la station. J'ai apporté des idées qu'il n'y avait pas au pays du Mont-Blanc.

Quelles sont les recettes de votre développement ?

J'ai commencé à habiller les bus et ça a pris tellement d'ampleur que je me suis appuyé sur une personne pour s'occuper de cette partie. De la même manière, j'ai choisi quelqu'un pour s'occuper des cinémas, quelqu'un pour couvrir les concessions automobiles... J'installe à chaque fois un chef de secteur qui travaille de manière autonome, chez lui. Je délègue au maximum ce qui me laisse du temps pour m'occuper des grands projets. Ma recette, c'est d'avoir externalisé avant d'avoir commencé mon développement et d'anticiper en permanence.

La maîtrise de la technique est aussi importante...
Je collabore avec Renaud Camut, graphiste. Il travaille sur toutes les images de nos clients, Disney, Mercedes, Gucci, etc. Et fait tout pour les adapter aux différents formats. Je ne pourrais pas exister sans lui. Comme le grand format a explosé, les imprimantes font aujourd'hui cinq mètres de long. Les rouleaux

sont des adhésifs ou des bâches de 2,50 à 5 mètres. On peut s'appuyer sur une grande quantité de matières notamment le micro-perforé, un système extraordinaire, puisque la bâche ou l'adhésif est composé à 50 % de trous, ce qui permet de résoudre la question des entrées de lumière. On dispose aussi d'adhésifs qui résistent à -50 et à +50 °C. La bâche est devenue une façade d'immeuble à part entière, on est passé dans l'ère de la bio architecture.

Quels sont vos projets aujourd'hui ?

Nous sommes en passe de signer des contrats pour habiller des bus à Dubai, un stade de football situé à Montréal sur une surface de 15 000 m², soit deux fois le Stade de France, ainsi qu'un bâtiment à Libreville, au Gabon. Au-delà, le véritable marché est dans la puissance du réseau à développer : il existe plus de 4 000 concessions en France sur plus de 17 marques automobiles, nous avons l'opportunité d'habiller 300 véhicules chez Land Rover, de rentrer chez Norauto pour 220 magasins. Il y a des espaces vides partout.

HOLD-ON PRODUCTIONS ! EN BREF

Activité : environnement publicitaire et communication extérieure grand format.
Année de création : 2007

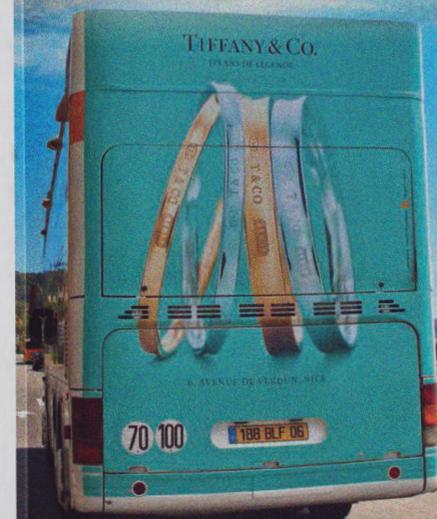
Implantation : Sallanches
Chiffre d'affaires : 480 000€ HT (+82% en 2010 (objectif : 1 M€ en 2011))

EFFECTIFS : 1 salarié, d'autres à venir à la fin de l'année

Répartition du capital : 8 000€. 95% des parts appartiennent à David Bruneau, 5% à Renaud Camut.

Informations **Entreprise**

Une autre lecture de l'économie



Fondée en 2006 par David Bruneau, la société Hold-On Productions ! s'emploie, depuis ses débuts, à jouer la carte du grand format publicitaire en proposant aux annonceurs d'exposer leurs publicités sur 350 bus touristiques en Europe et 100 cinémas à travers toute la France. Une communication XXL qui, selon l'Union des Annonceurs (UDA), aurait atteint 457 millions d'euros d'investissements en 2014 dans l'hexagone sur un marché du grand format qui a, lui, augmenté de + 800 % dans le monde en 10 ans. Journaliste à Paris pendant plus de 15 ans, grand passionné de voyages devant l'éternel, il n'en fallait pas moins à David Bruneau pour passer du côté (rentable !) du support papier et investir un secteur d'activité qu'il considère comme le véritable avenir de la communication. Quels sont les enjeux de ce marché ? En quoi le grand format constitue-t-il un axe primordial de la communication mondiale ? Et comment les équipes d'Hold-On Productions ! ont-elles choisi de conquérir ce marché ? Ne quittez pas, un instant...

Par Julie Cohen

« On n'a jamais été aussi bien sur terre que dans l'espace ». Il y a des moments dans la vie où la luminosité d'un slogan publicitaire caresse l'esprit de ceux qui sont payés pour en trouver, au point de faire naître, en quelques secondes, une phrase aussi percutante qu'inoubliable dans l'esprit de tout un chacun. C'est le cas du constructeur automobile Renault. Lequel, en 1994, entame une nouvelle phase de conquête auprès des automobilistes pour leur vendre les mérites de son emblématique véhicule lancé dix ans plus tôt : l'Espace. Un slogan qui a, de toute évidence, également marqué l'inconscient de David Bruneau, aujourd'hui à la tête de la société Hold-On Productions ! dont les missions se révèlent aussi limpides qu'efficaces. Développer des régies publicitaires sur des espaces non conventionnels tels que des façades d'hôtels, des centres commerciaux, des cinémas, ou des flancs de bus touristiques dans toute l'Europe d'une part, sur un réseau d'une centaine de cinémas indépendants répartis sur tout le territoire national d'autre part. « J'ai fait le tour du monde grâce à mon métier de journaliste. J'ai pu observer que la communication grand format était présente aux quatre coins de la planète et que le 'total covering' s'avérait particulièrement développé », tient à souligner David Bruneau. « En 2005, je m'installe du côté de Megève, après 35 ans de vie parisienne et je constate rapidement que jamais personne n'avait envisagé de réaliser des opérations de communication grand format dans les stations de ski, alors que les touristes viennent du monde entier pour skier sur nos sommets. Il était saisissant de constater que le covering explosait dans le monde entier sauf ici ». C'est là que le déclic s'opère... David Bruneau commence à proposer des contrats d'exclusivité aux sociétés de bus en Montagne afin d'habiller les « Qdebus » aux couleurs de ses clients annonceurs. Pour communiquer en très grand format, les annonceurs sont prêts à débloquer de nouveaux budgets afin de figurer soit à l'arrière d'un bus, soit sur l'intégralité d'un véhicule (c'est ce que l'on appelle : le « total covering »). Le succès est au rendez-vous ! David Bruneau prend naturellement le parti de pérenniser son activité, en signant le même type de contrat avec les autocaristes et de la développer au cœur de nombreuses villes françaises et européennes ainsi que sur les aventures de cinémas à travers la France. « L'idée, c'était vraiment de pouvoir en vivre toute l'année et d'inscrire notre savoir-faire dans la durée. Travailler avec les stations de ski ne peut s'envisager que quelques mois par an. D'où notre parti pris d'investir le territoire dans son ensemble et d'habiller des supports mobiles (les bus) ou fixes (les cinémas) que le grand public fréquente 365 jours par an », commente le fondateur d'Hold On Productions ! Avec un chiffre d'affaires qui augmente chaque année de 82 % entre 2005 et 2011, David Bruneau réussit le pari de « rester en ligne » (« Hold on ») de manière continue avec les annonceurs. Des annonceurs qui se révèlent aujourd'hui disposés à investir des sommes pouvant atteindre plusieurs centaines de milliers d'euros pour vanter, le temps d'une campagne, les mérites de leurs produits ou de leurs films sur les bus comme sur les cinémas. Un marché qui, selon l'ancien journaliste, « explose véritablement. Les marques



Zoom sur Opentour

Marc Saint-Félix,
Gerant OPENTOUR Groupe RATP DEV



Informations Entreprise : Comment avez-vous rencontré les équipes d'Hold On Productions ? Qu'est-ce qui vous a séduit dans leur projet de collaboration ?

Marc Saint-Félix : J'ai rencontré David Bruneau par l'intermédiaire de l'un de mes collaborateurs. J'étais à la recherche d'un acteur en mesure de m'apporter un second souffle pour commercialiser mes arrières de bus sur les villes de Nice, de Lyon et de Marseille. Le dynamisme de David et sa capacité à s'immerger aussitôt dans les spécificités qui étaient les miennes à l'époque m'ont suffisamment séduit pour lui confier les régies des villes oïles.

IE : Quel regard portez-vous sur le développement du Grand Format en Europe et dans le monde ?

MSF : Notre activité touristique nous amène à proposer à nos clients le plus grand format de découverte des lieux visités à 4 mètres de hauteur avec un champ d'observation à 360° (principe du décapotable). Nous appuyons notre visibilité de marque sur la taille de nos bus et sur la surface des espaces pouvant être utilisés pour pouvoir largement communiquer. Il faut dire que les grandes surfaces sont rares dans les métropoles comme dans les grandes villes. Elles se révèlent de plus en plus réglementées. Quant aux sollicitations multiples dont sont victimes les habitants, celles-ci engendrent bien souvent une perte significative au niveau des messages que souhaitent véhiculer les acteurs de la communication. Le grand format, dans sa forme et dans son positionnement, contourne ces difficultés en offrant la surface nécessaire pour être vu, sous réserve de son emplacement et de la qualité de sa réalisation. Ce constat est plus particulièrement vrai sur le continent européen.

IE : Quels sont vos autres projets en matière de communication grand format ?

MSF : Nous venons d'achever la nouvelle livrée de nos bus à impériale (ces bus décapotables sur lesquels nous faisons de la publicité dans toute l'Europe) en intégrant les principes visuels du grand format. Nos futurs projets s'effectueront conjointement avec nos sociétés de régies publicitaires.



3 questions à Jacques Séguéla...

Informations Entreprise : Quel regard portez-vous sur la communication grand format ?

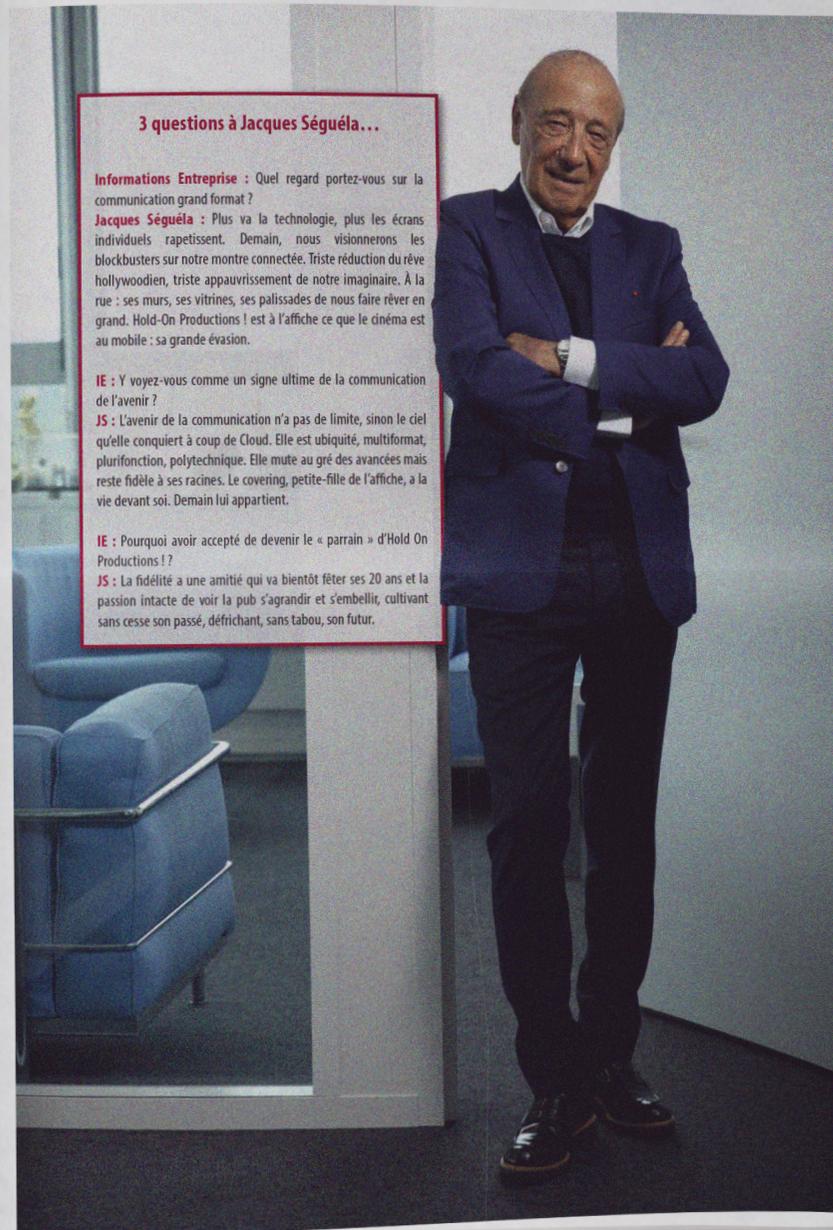
Jacques Séguéla : Plus va la technologie, plus les écrans individuels rapetissent. Demain, nous visionnerons les blockbusters sur notre montre connectée. Triste réduction du rêve hollywoodien, triste appauvrissement de notre imaginaire. À la rue : ses murs, ses vitrines, ses palissades de nous faire rêver en grand. Hold-On Productions ! est à l'affiche ce que le cinéma est au mobile : sa grande évasion.

IE : Y voyez-vous comme un signe ultime de la communication de l'avenir ?

JS : L'avenir de la communication n'a pas de limite, sinon le ciel qu'elle conquiert à coup de Cloud. Elle est ubiquité, multiformat, plurifonction, polytechnique. Elle mute au gré des avancées mais reste fidèle à ses racines. Le covering, petite-fille de l'affiche, a la vie devant soi. Demain lui appartient.

IE : Pourquoi avoir accepté de devenir le « parrain » d'Hold On Productions ?

JS : La fidélité à une amitié qui va bientôt fêter ses 20 ans et la passion intacte de voir la pub s'agrandir et s'embellir, cultivant sans cesse son passé, défrichant, sans tabou, son futur.



Informations Entreprise

Une autre lecture de l'économie

ont désormais tendance à délaisser les supports de communication classiques (presse, radio) pour jouer la carte du XXL en se jetant sur ceux de l'outdoor ».

~ Les joies d'être proprio ! ~

Bien sûr, David Bruneau le sait. Il n'est pas le seul à investir le marché de la communication grand format. Aussi, pour développer son activité et s'assurer de pouvoir placer les publicités de ses clients toute l'année partout en France et en Europe, il a, dès le départ, pris un parti : celui de posséder l'espace et donc de se positionner en tant que propriétaire de contrats sur les espaces vides en signant des exclusivités avec les autocaristes et les exploitants de cinémas. « Il existe deux manières de fonctionner dans notre domaine d'activité », explique le dirigeant. « D'un côté, il y a ceux qui abordent le marché en proposant à leurs clients d'habiller leur façade, dans une bataille de prix hyper concurrentielle. De l'autre, il y a ceux qui, comme nous, réalisent 80 % de leur chiffre d'affaires dans l'espace et qui en créent avec des emplacements vides au départ. Et comme l'espace publicitaire s'avère de plus en plus rare dans les villes, nous sommes très peu à pouvoir proposer cela. Chez Hold-On Productions !, nous sommes propriétaires de TOUS les espaces que nous commercialisons en régie publicitaire. Sur un marché du marketing terrain XXL, il est aujourd'hui essentiel d'être propriétaire des espaces si l'on souhaite se démarquer dans le monde de la publicité ». Une posture d'autant plus rentable qu'aujourd'hui en France comme dans toutes les métropoles du monde, force est de constater que les villes intègrent de plus en plus la notion d'espace (publicitaire) dans leur architecture. « L'avenir de la publicité passe inéluctablement par le grand format. Et l'avenir

du grand format, c'est l'espace. Celui qui possède le mur pour poser une bâche a toutes les cartes en main pour développer son activité. C'est ainsi que des multinationales sont aujourd'hui amenées à nous solliciter dans toute l'Europe ». C'est le cas du groupe Hôtel du Louvre. Sa directrice marketing, Audrey Forissier estime, en effet, que la publicité grand format dispose d'un aspect grandiose, certes, mais colle surtout parfaitement à l'image de marque du groupe pour lequel elle œuvre. « Cela nous permet d'être présents là où se situent nos clients investisseurs. Il s'agit d'une opportunité de communication intéressante et différente pour une chaîne d'hôtels internationale telle que la nôtre dans la mesure où nous avons besoin d'augmenter notre notoriété tout en générant du trafic sur notre site web. Dans ce cadre, Hold On Productions ! nous a permis de réaliser rapidement une

campagne dans toute l'Europe au travers d'un seul et même interlocuteur capable de manager aussi bien ce qui a trait au graphisme que ce qui relève de la production, de l'impression, de la pose et de la gestion de l'espace ». Et David Bruneau de conclure : « Aujourd'hui, nous pouvons réaliser la totalité des éléments d'une campagne clef en main, dans 300 villes de France et 10 pays d'Europe car nous disposons de l'exclusivité ». « Et si le véritable luxe, c'était l'Espace ? », se demandait le constructeur automobile Renault dans les années 2000. ▀



Management

BIEN VIVRE SON JOB

Dossier Créer sa boîte en partant de rien

► se transforme alors en bête à concours. Objectif: décrocher les prix destinés à soutenir les jeunes pousses prometteuses. Lemon Tri remporte ainsi le prix Moovjee (5 000 euros), le prix Talents Ile-de-France (1 800 euros) et le concours du Réseau Entreprendre (30 000 euros). De jolies sommes complétées par un prêt bancaire de 42 000 euros garanti par Oséo. Et pas question de s'arrêter en si bon chemin: il y a un mois, la start-up était encore sélectionnée parmi huit lauréats régionaux de la catégorie «services» du prix Talents. Avec 8 000 euros de récompense à la clé.

Se faire payer d'avance

Vendre des meubles sur Internet, oui, mais avec quel argent? Aline Buscemi ne disposait que des 2 000 euros qu'elle et son associé avaient mis au pot pour partir en Chine démarcher des fournisseurs. Pour faire venir un premier conteneur en France et lancer son site, elle réalise un emprunt personnel de 15 000 euros. Une fois la mise en ligne effectuée, les deux créateurs sont dépassés par le succès. L'acheminement d'un second conteneur se révèle nécessaire. «Heureusement, les internautes payaient à la commande, raconte Aline Buscemi. Ce qui nous a permis de récupérer tout de suite le cash qui nous manquait pour payer les fournisseurs.» De fil en aiguille, Aline réussit à financer quatre conteneurs. Aujourd'hui, après trois ans d'autofinancement, Miliboo.com réalise un chiffre d'affaires de 3,5 millions d'euros, emploie 30 salariés et vient de lever 2,5 millions d'euros auprès du fonds Auriga Partners.

Fondateur de Hold-On Productions!, une société d'affichage grand format, David Bruneau (lire l'encadré ci-contre) a lui aussi joué la carte du paiement rapide. Il a

Un chèque encaissé plus tôt que prévu peut sauver une boîte

réussi à amadouer le comptable de son premier client, Paramount Pictures France, qui lui a envoyé un chèque un mois plus tôt que prévu. «Ce qui m'a permis de payer l'imprimeur et de louer les nacelles élévatrices», se souvient-il.

Transformer ses salariés en associés

En 2008, Eyméric Pierron fonde avec un copain d'enfance NeoNett, société bretonne de nettoyage de voitures sans eau. Les deux amis investissent chacun 2 000 euros, obtiennent un prêt à taux zéro de 7 000 euros et empruntent 12 000 euros à la banque. Des sommes suffisantes pour s'implanter à

Rennes mais pas pour se développer ailleurs. «Les déplacements sur le parking des entreprises à Saint-Malo nous coûtaient trop cher pour être rentables», explique Eyméric Pierron. Les associés proposent alors à l'un de leurs salariés de partir créer une succursale à Saint-Malo. «Il a investi 4 000 euros, et nous 20 000», détaille Eyméric Pierron. Rebelote à Brest, Nantes et bientôt Quimper et Saint-Brieuc: le partenaire apporte de 5 à 20% du capital, la société mère complète. Aujourd'hui, NeoNett prévoit de réaliser 2,7 millions d'euros de chiffre d'affaires et emploie 60 salariés. Et compte même essayer ailleurs qu'en Bretagne. ■

Marie-Madeleine Sève



David BRUNEAU
FONDATEUR
DE HOLD-ON
PRODUCTIONS!

"J'ai lancé mon entreprise d'affichage sans l'aide d'aucune banque ni d'aucun fonds"

"A 35 ans, j'ai quitté Paris pour Sallanches, en Haute-Savoie, sans un sou. Je vivais dans un HLM avec 400 euros des Assedic. Hold-On, mon entreprise d'affichage grand format, je l'ai lancée tout seul, sans l'aide d'aucune banque ni d'aucun fonds. Pendant trois ans, j'ai passé des nuits blanches à m'occuper de ma comptabilité

et à démarcher des clients depuis une cabine téléphonique. Au début, je montais moi-même sur les nacelles élévatrices pour poser des bâches à plus de 30 mètres de haut: j'avais une peur bleue! Mais la période des vaches maigres est finie: je prévois de réaliser 1 million d'euros de chiffre d'affaires en 2011."

cōtēciné
ciné dvd multimedia



Hold On Productions La belle vie en grand format !



Les débuts

Avant de s'intéresser de près au monde du cinéma, il a démarré sa carrière dans le journalisme à Paris. Des chroniques de « Combien ça coûte » à des reportages à Moscou ou à Tel Aviv, il a ainsi parcouru le globe avec la capitale comme point d'attache principal. Jusqu'au jour où, à l'âge de 35 ans, il découvre la douceur de vivre de la Haute-Savoie et particulièrement de la petite ville de Sallanches. Et c'est là, en partant de rien (une cabine de téléphone et quelques adresses pour tout bagage), qu'il développe son idée issue de son expérience de voyageur et des supports publicitaires qu'il a pu découvrir dans d'autres pays. Grâce à l'aide de premiers clients qui lui font confiance, comme Gilbert Baud, l'incontournable exploitant savoyard, il propose l'habillage en grand format de façades de cinémas par le biais de bâches publicitaires géantes. C'est ainsi que, le 20 septembre 2007, naît « Hold On Productions » créé par l'intrépide David Bruneau.

Le développement

Depuis cette époque, sa petite entreprise « ne connaît pas la crise », et au contraire, se développe d'année en année. En plus des bâches et des dais « grands formats » qui recouvrent les multiplexes (52 sites à ce jour), les centres commerciaux, les concessions, les parkings et même les télécabines (normal,

dans une région où le ski est roi!), Hold On Productions habille également les bus décapotables de tourisme qui sillonnent la montagne mais également les villes comme Genève, Lyon, Marseille, Bordeaux ou Paris. En tout, ce sont plus de 750 véhicules (pour l'instant, mais le chiffre augmente chaque mois) qui servent ainsi de support à des campagnes publicitaires orchestrées par des clients prestigieux. Parmi eux, bien sûr, les distributeurs sont en première ligne, qui font désormais confiance à la société de David Bruneau pour optimiser la visibilité de leurs sorties sur ces supports originaux. Une des autres originalités proposées par l'entreprise savoyarde est qu'elle est capable de poser des affiches de toutes tailles sur tous les supports comme le verre, le métal, le béton, etc. avec des matériaux aussi différents que « les pleins », le micro-perforé ou l'adhésif en vitrophane. Bien entendu, le réseau des supports s'est lui aussi étendu et Hold On Productions intervient dans plus de 300 villes à l'heure actuelle. Après la France, la société s'est par ailleurs intéressée à d'autres marchés, travaille maintenant dans toute l'Europe et s'attaque même aux villes de Shanghai, Rio ou Dubaï...



Un juste équilibre

Que manque-t-il encore à David Bruneau pour compléter sa réussite ? Bien sûr, plus grand sera le nombre d'exploitants et de distributeurs qui feront appel à ses services, plus efficace encore seront les prochaines campagnes de marketing utilisant ce vecteur. Mais, s'il est très attaché au développement de sa société pour qui il prépare de nouveaux projets, c'est dans sa vie privée que David Bruneau trouve le vrai bonheur. Sa famille, ses amis, le ski, son bureau situé juste à côté de sa maison, liés à la qualité de vie qu'il a découvert dans cette région sont autant d'atouts qu'il n'échangerait pour rien au monde...

Plus de renseignements sur www.holdonproductions.com ou par téléphone au 06 83 71 47 31.



SALLANCHES

David Bruneau voit l'affichage en grand !

Basée à Sallanches, Hold-on productions est spécialisée dans l'affichage grand format. Warner Bros, Adidas ou Mercedes sont les clients de la société de David Bruneau, un ancien journaliste de TFI reconverti.

Une fusion historique des écoles catholiques



Les trois anciennes structures se retrouvent sous une seule bannière, celle de l'établissement catholique sallanchard. Le but : mutualisation et meilleure lisibilité de la société. P. 24

CHAMONIX

Tarif des forfaits : la mairie a enfin son mot à dire

P. 27

De Kung-Fu Panda à Harry Potter, David Bruneau voit les affiches en grand

Warner Bros, Adidas ou Mercedes : les noms des clients de l'entreprise sallancharde Hold-on productions, spécialisée dans l'affichage grand format font rêver. À sa tête David Bruneau, ancien journaliste de TFI et M6.

Où que vous soyez dans la vallée, vous êtes sûrement passé devant une affiche d'Hold-on productions. Les grandes affiches du Ciné Mont-Blanc de Sallanches, c'est eux. Les télécabines du côté de Megève et du Mont d'Arbois, c'est eux aussi. Les bus de Chamonix également. Les grandes affiches sur le garage Mercedes à Cluses encore eux. Impossible de les rater. Il faut dire que la société de David Bruneau est spécialisée dans l'affichage grand format, même très grand format !

« La honte de ma vie ! »
 Pourtant rien ne le prédisait à choisir cette voie. Encore moins à s'installer à Sallanches en 2005. « C'est le hasard des rencontres qui m'a fait quitter Paris. Mais Sallanches, je ne savais même pas où c'était ! », se souvient-il.

Les débuts sont difficiles pour l'ancien journaliste de M6 et TFI. Alors que quelques mois plus tôt, il côtoyait le gratin de la télévision, d'Ardisson à Dechavanne en passant par Drucker, il se retrouve sans boulot. Il accepte de devenir serveur à Plain-Jeux. Le gratin de la télé laisse place au gratin de pommes de terre et à la tartiflette. Un contraste saisissant. L'homme, alors âgé de 35 ans,



Les bus de Chamonix font partie des 200 bus habillés par Hold-on productions. La société de David Bruneau orne également les cinémas de France de bâches grand format à l'effigie des films de Warner Bros ou Paramount.

enchaine une autre saison hivernale, à Megève cette fois. Un jour, il se retrouve à devoir servir des anciens collègues de TFI. « Ils me demandaient tous : "David, qu'est-ce que tu fais ici ?" » Lui répond direct : « J'ai changé de vie ! » Il le confie sans mal aujourd'hui, ce jour-là a été « la honte de ma vie. Vis-à-vis des autres, mais aussi de moi-même. Je ne suis demandé si je n'avais pas raté ma vie. »

« Mont-Blanc in touch »

David Bruneau a « toujours voulu écrire ou gagner sa vie en écrivant ». Il rebondit et monte bientôt, à Sallanches, son agence de conseils en communication. La Compagnie du Mont-Blanc est l'une des premières sociétés à lui faire confiance. « Il cherchait un slogan. J'ai tapé à leur porte. » Lui qui a parcouru le monde sait que beaucoup veulent toucher le Mont-Blanc avant de mourir. Un point de départ qui permet à David Bruneau d'imaginer très vite le slogan « Mont-Blanc in touch » et

les 25 pages de recommandation qui l'accompagne. L'idée séduit. Et à depuis été déclinée sur tous les supports de communication de la CMB. La campagne de Georges Morand, la communication et la recherche de partenaires au FIEP de Sallanches ou au château des Rubens occupent bientôt les journées de David. Mais des rêves de ne pas mettre tous ces œufs dans le même panier, il souhaite se diversifier. « Je voyais les bus monter en station avec aucune publicité. » Une surprise pour ce Parisien d'origine qui a voyagé dans le monde entier. « Je me suis dit, il y a quelque chose à faire. Aux États-Unis, voir les cinémas décorés, c'était un truc que j'adorais. Je me suis dit : "C'est ça qu'il faut que je fasse ici". »

Harry Potter

En plus des bus, il songe donc rapidement à habiller le cinéma de Sallanches. Aussi incroyable que cela puisse paraître, il lui a suffi d'un coup de fil pour convaincre Warner Bros.



La société de David Bruneau orne également les cinémas de France de bâches grand format à l'effigie des films de Warner Bros ou Paramount.

Paramount, Universal, Gaumont ou UCC suivront. David Bruneau habille depuis des cinémas dans la France entière « et tout ça depuis Sallanches », n'est-il pas peu fier d'annoncer. Shrek, Harry Potter, Kung-Fu Panda ou Megamind en ce moment sont quelques-unes des séries ciné qui se sont accompagnées d'un affichage géant d'Hold-on productions. HOP habille aujourd'hui 30 multiplexes, 13 marques automobiles (dont Mercedes, Peugeot ou Ford) et 200 bus. Joli pied de nez : ceux de Megève font partie du lot. Les marques de sport ont suivi le mouvement. Adidas, Nike et Salomon en tête. Et le groupe Rossignol. « Avec Dunastar, ce sont les marques de mon enfance... », explique-t-il tout sourire. C'est lui qui a habillé le site sallanchard. Autre chantier en cours : le changement total de la façade du centre commercial d'Etrembières. « C'est une grande forêt de 2 000 m². La pose vient de commencer et se poursuivra jusqu'en février.

« Quand je repense à ma "période tartiflette", même moi, je n'y crois pas ! », glisse ce fils d'ouvrier. La vie parisienne ne lui manque pas. Tout juste admet-il que lorsqu'il se rend à la capitale, il se donne toujours deux heures pour marcher dans les rues.

Bientôt l'étranger ?

Les affaires marchent bien. La branche conseils en communication a été abandonnée pour se reconstruire sur l'affichage. Hold-on productions devrait réaliser cette année un chiffre

d'affaires de 750 000 €. La société vient d'ouvrir un bureau à Marseille. Mais reste à taille humaine. David Bruneau a pour sous-traitant un parisien basé à Paris, un comptable à Annemasse, une attachée de presse, un imprimeur à Courbevoie et un poseur avec une équipe de 100 personnes. Bien sûr, il y a aussi un graphiste Renaud Camut, basé à Lyon, conçoit toutes les images depuis cinq ans. Il n'est d'ailleurs pas rare que les deux hommes travaillent des nuits entières pour faire aboutir des projets. Mais toujours avec passion. Aucune façade n'est trop grande pour les deux hommes. « Je n'ai jamais le sentiment de travailler. J'ai beaucoup de chance. » Conquérir des marchés étrangers, David Bruneau y pense. Des propositions arrivent de Maranello, Casablanca ou Amsterdam et Bruxelles. Représent une phrase de Jacques Séguéla, son ami et parrain d'HOP, David Bruneau conclut : « Mont-Blanc, c'est le monde ! »

ALEXANDRA COLLONNE

www.holdonproductions.com



La façade de Shopping Etrembières va être habillée d'abris. Le projet est en cours. Cette simulation graphique permet de voir le chantier terminé, sans doute en février.

FORMAT **XXL** communiquer en grand



Hold-On Productions

Roulez jeunesse!

L'agence de communication et de production, spécialisée dans les façades de cinéma, mais aussi les bus et tout autre objet roulant, voit les choses en grand.

C'est depuis Salanches (74) que David Bruneau gère le développement de l'entreprise qui, après une première levée de fonds en avril 2014 avec Calao Finance puis une deuxième en juillet 2014, en prépare une troisième afin de se donner les moyens de ses ambitions. « Une chance, et un cap important pour une société créée en 2006 dans un chalet en face du mont Blanc par un Parisien qui avait quitté Montmartre... Nous avons développé notre réseau de cinémas avec aujourd'hui plus de cinquante cinémas en France, et la régie exclusive sur les bus touristiques dans seize villes

(Paris, Lyon, Marseille, Nantes, Ajaccio, Bastia, Reims, Caen, Amiens, Bordeaux, Toulouse, Biarritz, Montpellier, Nice, Strasbourg, Bayonne). Ce qui permet à un annonceur de s'offrir une vraie visibilité sur tout le territoire. »

Bon voyage!

La PME est en mesure de gérer un projet de A à Z : de la conception des visuels à la simulation sur site, puis de la production sur tout type de matières jusqu'à la pose. La France ne semble pas être une aire de jeu suffisante pour Hold-On Productions, qui vient de s'ouvrir à l'Europe avec un contrat qui lui permet de mettre le pied

ou plutôt les roues, dans dix-sept villes européennes : Rome, Londres, Moscou, Madrid, Barcelone, Berlin, Dubaï, Cologne, Francfort, Munich, Genève, Milan, Florence, Grenade, Malaga, Séville, Hambourg. Autre corde à son arc, Hold-On Productions assure la mise en valeur intérieure et extérieure des hôtels. « Le grand format vit une mutation avec une évolution incroyable. Nous sommes sur le bon marché ! A présent référencés auprès du groupe des hôtels Accor, grâce à notre réactivité, nous intervenons dans toute la France, sur près de 300 villes. » ■

communiquer en grand

FORMAT XXL



Hold-On Productions

Une pluie de médailles

Les athlètes français, de retour des JO de Londres, ont descendu les Champs-Élysées dans des bus All bleus, décorés par Hold-On Productions. Bain de foule.

David Bruneau, à la tête de l'agence de communication grand format, Hold-On Productions, ne cesse de franchir de nouveaux sommets ! Il a non seulement conquis la région du massif du Mont-Blanc, où il s'est installé en 2007, mais aussi l'Hexagone, et même bien au-delà... L'actualité de sa PME est maintenant internationale ! Elle est d'abord étroitement liée aux jeux Olympiques de Londres cet été : « Nous avons été choisis pour habiller les bus de notre régie publicitaire à Nice par la mairie et à Paris par l'agence de pub du groupe Adidas. » Le concept développé par cet ancien journaliste qui ne manque ni d'énergie ni

de talent est de commercialiser l'affichage publicitaire grand format sur les bus, les façades de cinémas, les concessions automobiles et les centres commerciaux.

L'aventure de Rio à Shanghai...

« Notre valeur ajoutée est de proposer un réseau d'affichage exclusif dans toute l'Europe et de pouvoir afficher simultanément à Marseille et à Lille grâce à nos partenaires. Depuis cinq ans, je pressens une explosion du marché et cela malgré la crise. »

Et ça marche... Hold-On Productions vient d'élargir son tour de France en signant les bus touristiques de Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux, Nantes, Ajaccio, Bastia, Nice, et prochainement Monaco. Enfin, et sûrement le plus

important, la société installe ses bureaux à Rio de Janeiro en janvier 2013 pour préparer les événements des marques à l'occasion de la Coupe du monde de football 2014 et des JO de 2016. Au programme : bâches, habillage de façades, covering de bus... « Et, last but not least, nous venons de décrocher la gestion en exclusivité de la régie des bus à impériale de Shanghai, au cœur de la Chine qui explose. Nous ouvrons également notre bureau dans ce pays dès Noël 2012 ! » HOP voit grand !

C. M.



communiquer en grand

FORMAT XXXL

Hold-On Productions!

De plus en plus haut

Tout quitter pour gagner la montagne. C'est l'aventure qu'a tentée David Bruneau. À la tête de l'agence de communication grand format, Hold-On Productions, il a non seulement conquis le massif du Mont-Blanc mais aussi l'Hexagone, et encore plus loin. Rencontre avec un chercheur d'espaces.

Illustration: M. P. / M. P.

La soif des grands espaces. C'est tout d'abord parlant à David Bruneau. Cet homme jeune, qui a notamment travaillé avec TF1 et L'Espresso en 2005, dit tout plaisir pour prendre le large, du côté de la haute montagne. « Mais qui était un peu paranoïaque dans l'âme, je lui ai dit, par le hasard de la vie, pour m'installer à Sallanches dans une petite

station touristique en Haute-Savoie », relate-t-il avec amusement, et toujours un brin d'autoironie dans la voix à cause de ce lieu austère. Entre Montmorency et le mont Blanc (Et lorsque David, comme on se surprend facilement à l'appeler, se remuait, à 30 ans, à servir des berlingots à Megève, il se demandait s'il a choisi la bonne ville. Inauguration, la question n'est plus de long terme.



« Il y a une question d'ordre à faire », a-t-il dit, au début de l'entretien. « Avec sa force de persuasion, et le soutien de ses parents, les frères Jacques et Jean-Louis, rencontrés dans son enfance et de qui il a hérité, David Bruneau parvient à convaincre son père et son grand-père de l'installer sur les bords de l'Isère, puis en installant le

Forest Shopping en Haute-Savoie

Il y a bien un projet chez David Bruneau, et c'est une aventure plus que commerciale. Forest Shopping est un projet d'investissement en Haute-Savoie. C'est un projet qui s'est lancé en juin 2011, et qui vise à créer un nouveau pôle commercial et touristique dans la région. Forest Shopping est un projet qui vise à créer un nouveau pôle commercial et touristique dans la région. Forest Shopping est un projet qui vise à créer un nouveau pôle commercial et touristique dans la région.

Une première ascension

Il s'agit de partager quelques instants avec David pour discuter de l'été comme une fête... ou de partager les idées d'été en 2011. « C'est l'histoire de la fondation de la société de communication, sortie de projets en projets, puis, de son sommet, tombe une idée... »

Chercheur d'espaces

David Bruneau décide d'être plus son entreprise par vent et à retourner les lieux, grandes villes, de Paris à Marseille, en passant par Lyon, Nice, Angoulême et Clermont-Ferrand. C'est là que David Bruneau a trouvé son espace de travail. En effet, après avoir convaincu le directeur du magasin de Sallanches d'habiter le local avec les autres des très grandes marques, Hold-On Productions a réussi à louer le local.

J'ai tout quitté, par le hasard de la vie, pour m'installer à Sallanches dans une petite station touristique en Haute-Savoie

« C'est un projet qui vise à créer un nouveau pôle commercial et touristique dans la région. Forest Shopping est un projet qui vise à créer un nouveau pôle commercial et touristique dans la région. Forest Shopping est un projet qui vise à créer un nouveau pôle commercial et touristique dans la région.

MADE IN SALLANCHES



David Bruneau-Poussard



Paris, le 14 avril 2016

LES HÔTELS KYRIAD PARADENT POUR RÉAFFIRMER LEUR POSITIONNEMENT ET LEUR CONFORT

Alors que la tenue de l'Euro 2016 va drainer un afflux supplémentaire de visiteurs et de supporters dans les principales villes de France, **KYRIAD** investit l'arrière des bus touristiques pour valoriser la densité de son réseau d'hôtels 3 et 4 étoiles et mettre l'accent sur le confort de ses chambres.

*« Chez Kyriad, les appuis-tête sont bien plus confortables ». C'est par cette accroche inattendue et inventive, écrite sur un visuel d'oreiller, que les passants et les automobilistes circulant à Paris, Marseille, Lyon et Lille seront sensibilisés à la promesse de marque **KYRIAD**.*

Imaginée par l'agence POK et déployée par Hold-On Productions, cette campagne entend mettre l'accent sur la puissance du réseau des **240 hôtels KYRIAD** non-standardisés et présents partout en France, mais également soutenir le positionnement de la marque sur la catégorie 3 et 4 étoiles en fondant son message sur sa promesse de confort.

En tout, **39 bus** paraderont aux couleurs de la marque dans les artères les plus touristiques de Paris, Lille, Lyon et Marseille, entre le 10 avril et le 10 juillet pour la capitale et entre le 10 juin et le 10 juillet pour les villes de province.

Cette campagne poursuit celle initiée fin 2015 en presse, où une série de 4 annonces pleine page dévoilait l'univers et le design particulier d'une chambre **KYRIAD**. Chaque visuel présentait des phrases décalées et accrocheuses, en lien avec l'univers de la nuit, brodées sur un oreiller confortable.

Réalisation :
Agence POK
Président et Directeur de la Création :
Frank PRALONG
Directeur Artistique :
Céline GANICHOT
Conceptrice-Rédactrice :
François FAURE
Responsable Annonceur :
Cédric GIRARD





Kyriad
HOTEL



Cliquez ICI pour télécharger les visuels

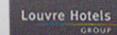
A propos de Kyriad



Plus de confort, moins de conformisme. Avec 243 hôtels en France, **Kyriad** a été la première marque hôtelière dès sa création en 2000, à garantir la qualité d'un hôtel de chaîne associée au charme de la diversité d'un hôtel indépendant, grâce à un système de Franchise. Leader sur son segment de marché, Kyriad conserve une âme de challenger et une capacité à innover et à surprendre dans son produit et sa communication.

www.kyriad.com/fr

A propos de Louvre Hotels Group



Louvre Hotels Group est un acteur majeur du secteur de l'hôtellerie mondiale, dont le portefeuille compte aujourd'hui plus de 1 100 hôtels, représentant une capacité totale de plus de 95 000 chambres dans 48 pays. Il dispose d'une offre hôtelière complète allant du 1 au 5 étoiles et compte 6 marques : Première Classe, Campanile, Kyriad, Tulip Inn, Golden Tulip et Royal Tulip.

www.louvrehotels.com/fr

A propos de Hold-On Productions



Hold-On Productions! est le spécialiste de l'affichage grand format et du street marketing sur des espaces non conventionnels.

Leader Européen du covering Bus, Hold-on Productions! s'appuie sur un réseau de plus de 500 bus en Europe et proposera des bus au Brésil durant les JO de Rio 2016.

Voyez les choses en GRAND !

Que ce soit des façades de cinémas, d'hôtels ou de magasins, mais aussi toute sorte d'objet roulant, osez vous montrer en GRAND !
Hold-On Productions s'occupe de votre projet de A à Z, de la conception et simulation de vos visuels par ses équipes de graphistes, la production sur tous types de matières jusqu'à la pose de la réalisation grâce à son réseau national & international.

www.holdonproductions.com



CALAO FINANCE

Interview de David BRUNEAU, Président de HOLD ON PRODUCTIONS!



HOLD ON PRODUCTIONS! est spécialisée dans la communication extérieure avec l'affichage grand format sur des espaces non conventionnels.

Localisation : Rhône-Alpes CA 201 : < 5 M€ Effectif : 9

La société est une participation du FIP Art de Vivre & Filère Bois et du Mandat de Gestion ISF Conseil Privé.

 **Hold-On Productions!**
Communication GRAND FORMAT

Expliquez-nous en quelques mots votre activité...

Nous sommes une société de communication spécialisée dans le media « outdoor » Grand Format. Ce que l'on a coutume d'appeler le « Out Of Home ». Nous coordonnons les éléments constitutifs d'une campagne de communication afin de proposer une offre clé en mains à nos clients. Par exemple, le « covering » de bus en ville, les grandes baches sur les échafaudages pendant les travaux, ou les affiches géantes sur les façades de cinémas multiplexes. C'est notre cœur de métier. Nous avons construit une régie publicitaire sur un réseau d'indépendants dans le cinéma et les transports bus.

Quels sont vos principaux clients ?

Nous avons développé 5 grands secteurs d'activité en réseau. Automobiles, Hôtels, Montagne, Cinéma, Bus. Pour chacun nous travaillons avec les grands acteurs du secteur. Par exemple, les 15 principaux constructeurs dans le secteur automobile (Mercedes, Citroën, Peugeot, Fiat, etc.), pour lesquels nous habillons les façades de concessions avec des visuels de leurs nouveaux modèles. Pour les Hôtels, nous travaillons avec l'ensemble des marques du groupe ACCOR (Ibis, Mercure, Novotel, Sofitel, etc.) et les marques du groupe Hôtels du Louvre (Kyriad et Golden Tulip, par exemple). Même démarche dans le cinéma, nous travaillons pour les grands groupes majors de cinéma US et Européens : Universal, UGC, Paramount, Warner Bros, Studio Canal, Pathé, Gaumont, etc...

Où sont basées vos équipes ?

La spécificité de notre société, c'est qu'elle a été construite sur le principe du « home working ». Chacun travaille de chez



Bus de la régie anglaise d'Hold on Productions!

lui depuis le 1^{er} jour. Le chargé de production est à Nice, l'assistante commerciale à Annecy, le manager des ventes UK à Londres, le siège en région Rhône Alpes, et les prochains commerciaux seront probablement basés au Brésil, à Rio et aux États-Unis à New York. J'ai toujours défendu l'idée que tout le monde pouvait travailler de n'importe où, et ça marche !

Hors Europe, nous réaliserons une campagne forte sur Copacabana pendant les JO de Rio, en août 2016

Quel est votre atout majeur face à la concurrence ?

Je pense que nous avons su nous démarquer car nous avons basé notre développement sur l'espace publicitaire. Nous signons des contrats d'exclusivité sur les emplacements qui intéressent nos clients, et nous les revendons habillés d'une campagne de publicité. Ainsi nous avons décidé, il y a 5 ans, de ne plus nous battre sur le seul levier « prix » avec la concurrence. Nous sommes donc les seuls à proposer un réseau Européen de bus par exemple, et c'est ce qui fait qu'aujourd'hui des agences du monde entier nous appellent. Pour moi, l'avenir de la pub est dans l'espace.

Quelle est votre politique de développement en France et à l'export et vos projets pour 2016 ?

Les portes s'ouvrent à chaque fois qu'on les pousse ! et le développement de demain est à l'international. Le principe est de signer une exclusivité dans le pays, ou le continent, puis apporter avec nous, les expertises de tous les autres domaines. Ainsi, nous disposons de contrats permettant de proposer des campagnes publicitaires dans 14 pays d'Europe et 40 des plus importantes villes. A titre d'exemple, nous avons signé la coupe d'Europe dans toutes les villes où il y a des matchs. Hors Europe, nous réaliserons une campagne forte sur Copacabana pendant les JO de Rio en août 2016. Notre stratégie est de poursuivre notre adossement à de grands partenaires français présents sur les 5 continents, et partir avec eux à la conquête des pays. Par exemple, nous venons de signer un contrat de régie publicitaire à Londres avec Ratp Dev jusqu'en 2020 pour une régie de 100 bus... Notre prochaine étape : l'Australie !

Finyear

The Financial Year Journal
Finyear

**THE FUTURE OF FINANCE, TRANSACTION,
REPUTATION AND TRUST**

HOLD-ON PRODUCTIONS, participation de CALAO FINANCE

CALAO FINANCE annonce que sa participation HOLD-ON PRODUCTIONS ! spécialiste de la communication publicitaire grand format accélère le développement de sa régie « Bus » en Europe continentale, de LONDRES à MOSCOU en passant par ROME

CALAO FINANCE annonce qu'HOLD-ON PRODUCTIONS ! spécialisée dans les solutions d'affichages extérieures grands formats, participation de ses Fonds d'investissement, déploie sa régie « Bus » en Europe avec plus de 40 villes réparties dans 8 pays, soit 350 bus.

HOLD-ON PRODUCTIONS, participation de CALAO FINANCE, est une PME française spécialisée dans l'affichage grand format sur des espaces non conventionnels (cinémas, hôtels, centre commerciaux, bus touristiques, etc.) et leur monétisation. La force de la société est notamment de transformer des supports inutilisés en de véritables espaces publicitaires ou de communication.

La société connaît un fort développement car les annonceurs abordent de plus en plus la communication de manière globale et pas uniquement digitale. En effet la communication dite classique est complémentaire de la communication digitale, les deux recourant d'ailleurs à l'analyse des fameuses big data, car elles touchent le public d'une manière différente, complémentaire et interactive.

Le déploiement européen de la régie « bus touristique » permet aux annonceurs de couvrir l'Europe avec un seul interlocuteur

Depuis 2008, avec notamment les bus touristiques « à impérial », la régie publicitaire bus d'HOLD-ON PRODUCTIONS ! couvre les principales villes françaises de PARIS, LYON, MARSEILLE, NICE, BORDEAUX, TOULOUSE, NANTES, AJACCIO ou BASTIA. Ses clients annonceurs sont des grands comptes comme par exemple EUROPE 1, FRANCE BLEU, GUESS, HARD ROCK CAFE, INTERSPORT, KIABI, KUONI, MINELLI, MSC CROISIERES, PARC ASTERIX, QUECHUA ou encore UNIVERSAL.

Aujourd'hui, la régie publicitaire des Bus HOLD-ON PRODUCTIONS ! se déploie en Europe. C'est dorénavant une flotte de 350 bus répartis dans plus de 40 villes, au travers de 8 Pays d'Europe, à la disposition des annonceurs qui peuvent désormais communiquer avec un interlocuteur unique en capacité de réaliser des poses dans toute l'Europe.

HOLD-ON PRODUCTIONS ! propose maintenant ses services dans les villes de LONDRES, BARCELONE, MUNICH, MOSCOU, ROME, MADRID, MILAN, DUBLIN, GENEVE, BERLIN, SEVILLE, MALAGA, HAMBOURG, COLOGNE, GRENADE, FLORENCE et FRANCFORT.

Le spécialiste français de l'affichage grand format sur des espaces non conventionnels

Au côté de sa régie « bus » HOLD-ON PRODUCTIONS ! dispose en France d'un réseau de plus de 50 cinémas indépendants en régie exclusive (Pour le compte de UNIVERSAL, PARAMOUNT, GAUMONT, WARNER, PATHE...), des concessions automobiles (MERCEDES, JEEP, FORD, CITROËN, PEUGEOT...) ou des façades de boutiques et centres commerciaux (UNIBAIL, OMEGA, KLEPIERRE, KAPORAL, MORGAN...).

La société réalise aussi des habillages outdoor et indoor d'hôtels (chaînes IBIS et MERCURE du GROUPE ACCOR) ou de télécabines (notamment à CHAMONIX et MEGEVE). La surface d'affichage varie d'une dizaine à plusieurs centaines de m².

A propos d'HOLD ON PRODUCTIONS !

La société, implantée en Rhône-Alpes, a été fondée en 2008 par David BRUNEAU qui a évolué dans la communication à la fois en tant que journaliste chez TF1, France TV, M6 ou encore Paris Match et également dans le marketing opérationnel chez Cartier. Le développement de la société bénéficie de l'accompagnement financier et opérationnel des Fonds d'investissement de CALAO FINANCE.

www.holdonproductions.com

A propos de CALAO FINANCE

CALAO FINANCE est une société de gestion de capital investissement indépendante agréée par l'Autorité des Marchés Financiers (FCPI, FIP, Conseil en investissement, FCPR/FPCI). Fondée et dirigée par Eric GAILLAT et Rodolphe HERBELIN, la société réunit une équipe d'une vingtaine de professionnels de l'investissement et d'experts sectoriels. Les fonds conseillés ou gérés par CALAO FINANCE participent au financement de près d'une cinquantaine de sociétés françaises, sur deux grands univers thématiques : l'art de vivre et le luxe d'une part, les activités stratégiques et l'efficacité énergétique de l'autre. CALAO FINANCE a reçu le Prix MORNINGSTAR "Emerging Manager Best Practices" 2014 catégorie actif réels/capital investissement.

www.calaofinance.com

Funds

magazine

Funds

magazine

Premier magazine

de la production, la gestion et la distribution de fonds

CALAO Finance investit dans Hold On Productions !

AOF - 15 mai 2014

(AOF / Funds) - Calao Finance entre, via les fonds qu'il gère, au capital de la société française Hold On Productions !, spécialiste de l'affichage grand format et du street marketing sur des espaces non conventionnels. Cette société propose des solutions d'affichage extérieur de supports de communication grand format et la monétisation d'espaces publicitaires combinant affichage de support et régie publicitaire. Sa force est notamment de transformer des supports inutilisés ou atypiques en de véritables espaces publicitaires ou de communication.

Implantée en région Rhône-Alpes, Hold On Productions ! a été fondée 2008 par David Bruneau, qui a eu un parcours atypique, source de créativité évidente. Il a en effet évolué dans la communication à la fois en tant que journaliste chez TF1, France TV, M6 ou encore Paris-Match et également dans le marketing opérationnel chez Cartier International.

Hold On Productions ! se positionne sur l'affichage extérieur via quatre types principaux de supports : les cinémas, les bus, les concessions automobiles, les façades d'immeubles et, depuis le début, la Montagne avec l'habillage des télécabines de différentes stations de ski comme Chamonix et Megève (Haute-Savoie).

BOURSIER.COM

BOURSIER.COM

**Calao Finance : sa participation Hold-on Productions !
se déploie de Londres à Moscou**



(Boursier.com) — Calao Finance annonce qu'Hold-on Productions ! spécialisée dans les solutions d'affichages extérieures grands formats, participation de ses Fonds d'investissement, déploie sa régie "Bus" en Europe avec plus de 40 villes réparties dans 8 pays, soit 350 bus.

Hold-on Productions !, participation de Calao Finance, est une PME française spécialisée dans l'affichage grand format sur des espaces non conventionnels (cinémas,

hôtels, centre commerciaux, bus touristiques, etc .) et leur monétisation. La force de la société est notamment de transformer des supports inutilisés en de véritables espaces publicitaires ou de communication.

Hold-on Productions ! propose maintenant ses services dans les villes de Londres, Barcelone, Munich, Moscou, Rome, Madrid, Milan, Dublin, Genève, Berlin, Séville, Malaga, Hambourg, Cologne, Grenade, Florence et Francfort.

DAVID BRUNEAU FONDATEUR ET DIRIGEANT DE HOLD-ON PRODUCTIONS!

Spécialisée dans l'affichage publicitaire grand format, l'entreprise Hold-On Productions!, qui célèbre cette année ses dix ans, est en pleine ascension : une croissance à deux chiffres, un développement en Europe et à l'international et le lancement d'un nouveau concept avec le groupe AccorHotels.

Par Pascale Baziller

Crée il y a dix ans par David Bruneau, **Hold-On Productions!** poursuit son ascension à un rythme soutenu. Basée à Sallanches, en Haute-Savoie, avec vue sur le mont Blanc, la société spécialisée dans l'affichage publicitaire grand format commercialisé sur les bus, les façades de cinéma et autres supports de communication a démarré avec un premier contrat en exclusivité avec le principal autocariste de sa région. Très vite, le concept de « total covering » (« full wrap », en anglais), alors peu développé en France, remporte un franc succès auprès des annonceurs (concessionnaires automobiles, centres commerciaux...) et des stations de ski (Chamonix, La Plagne...). Depuis sa création, le chiffre d'affaires affiche une croissance annuelle à deux chiffres. Avec une activité en pointe en 2016 avec le marché du **Louvre Hôtels Group**, qui lui a confié l'habillage de 10 bus pour promouvoir les hôtels **Golden Tulip** pendant les Jeux olympiques de Rio de Janeiro et celui de 100 bus aux couleurs des hôtels **Kyriad** (dispositif dans dix pays européens) pour le Championnat d'Europe UEFA de football. Grâce à ses partenaires, l'entreprise intervient sur toute la France et est présente dans 10 pays d'Europe (15 villes) et à Rio de Janeiro (Brésil). Si Hold-On Productions! a commencé avec les métiers de la production grand format les six premières années de son exercice, elle a effectué



un virage dans sa stratégie de développement il y a quatre ans. « Nous réalisons aujourd'hui 96% de notre chiffre d'affaires en vendant de l'espace aux annonceurs en signant des contrats d'exclusivité avec des autocaristes et des propriétaires d'immeubles pour exploiter des façades, explique David Bruneau, fondateur et dirigeant. La forte demande montre que c'est un marché qui ouvre de belles perspectives. À cet effet, nous lançons un nouveau projet avec le groupe **AccorHotels**, propriétaire de 900 bâtiments en France et 4 000 dans le monde. Le principe repose sur l'habillage du pignon des hôtels du groupe avec des bâches événementielles vendues à des annonceurs. Le premier contrat a été signé avec la régie d'**Ibis** pour le site **i-run.fr**, partenaire du **Run in Lyon (marathon)** qui se déroulera le 1^{er} octobre prochain. Une bâche de 140 m² à l'image d'**i-run.fr** habillera pendant un mois le pignon de l'hôtel Ibis à Lyon. Nous avons également signé avec de nouveaux hôtels dans plusieurs métropoles françaises. » L'entreprise travaille également sur d'autres projets, parmi lesquels un partenariat d'échanges croisés avec un des leaders américains du total covering et le développement du marché à Mexico (Mexique). En parallèle, elle se prépare pour la Coupe du monde de football 2018, qui se déroulera en Russie (du 14 juin au 15 juillet 2018). Une flotte de 50 véhicules sillonnera les villes hôtes qui accueilleront les matchs.

“
L'ENTREPRISE
PRÉSENTE SUR
TOUTE LA FRANCE
SE DÉVELOPPE À
L'INTERNATIONAL
”



Hold-On Productions !

« L'AVENIR EST DANS L'ESPACE! »

En douze ans, le petit poucet de la pub est passé de l'habillage de cinémas en France au covering de bus dans toute l'Europe. Et déjà dans quelques-unes des plus grandes villes du monde. Et HOP !

HOP est une régie publicitaire qui a toujours su associer l'espace à une prestation globale qui intègre la réflexion marketing, online-offline, la conception graphique, l'impression tous supports, la pose et la dépose. All included... Au départ, dès 2007, son fondateur David Bruneau l'a dédié à tous types d'habillages : façades

de cinémas, télécabines en stations de ski, façades d'hôtels, vitrines de magasins, avant de « voir les choses en grand » et de s'orienter quasi exclusivement vers le covering de bus et de se spécialiser dans l'OOH.



« En 2014, avec l'arrivée d'investisseurs au capital, nous avons proposé un objectif très ambitieux : devenir leader en signant des contrats de commercialisation avec nombre d'autorités en France et en Europe afin de disposer d'une offre à plus grande échelle. » Cinq ans plus tard HOP collabore avec les plus grands groupes de cars et de bus dans le monde. Et à l'horizon 2020, la société française pourra se positionner pour devenir leader du covering OOH transit sur bus en Europe. Son inspiration vient des États-Unis, et plus

Objectif 2020 : devenir leader du covering de bus en Europe

particulièrement de la société Vector Media qui gère depuis 25 ans les publicités sur bus dans tout le territoire américain. L'affichage mobile ne manque pas d'atouts bien qu'il ait été jusqu'à la négligé par les grands afficheurs. Il est qualitatif avec des livraisons premium au cœur des villes et aux abords des sites touristiques et il touche ainsi un public souvent CSP+... Il est impactant face à un affichage statique d'autant plus que la tendance actuelle est à la rarefaction des panneaux en centre-ville. Il offre également la possibilité d'associer à l'OOH une campagne virale, de diffuser de la vidéo sur les mobiles grâce au wifi disponible gratuitement à bord de réseaux de bus ou de multiplier la puissance en associant des opérations type concours online ou street marketing diffusés par les réseaux sociaux. Enfin, il permet de belles créations innovantes (affichage électroluminescent, 3D, etc.). « Nous offrons aux annonceurs l'opportunité de déployer facilement et rapidement une campagne forte au niveau européen ou international avec un seul contact commercial. »

Une offre déclinable selon les besoins

Le succès semble au rendez-vous et ne cesse de s'amplifier mais pour en arriver là, il a fallu que David Bruneau et ses équipes aillent démarcher de nombreuses entreprises indépendantes et rencontrer les acteurs locaux dans 30 pays afin

ÉTENDRE SA TOILE...

Réseau France : 30 villes, 311 bus, population en centre-ville de près de 5 M d'individus
Réseau Europe : 130 villes, 608 bus, population en centre-ville de plus de 72 M d'individus
Développement international : 66 villes, 1 438 bus, dont New York, Shanghai, Beijing, Dubaï, Hong Kong, Singapour, Moscou, Sydney, Cape Town, Rio, Mexico...

de construire l'offre HOP et de pouvoir la décliner en fonction des besoins des annonceurs. « Nous avons énormément investi ces dernières années chez HOP pour accompagner la croissance et accélérer notre développement. Notre politique du « first mover » impose de toujours acquiescer des marchés avant les autres et dans le même temps, afin d'obtenir les clients de plus en plus tôt. » Hold-On Productions collabore ainsi avec Business France à travers le monde, pour toucher des prospects dans 20 pays à l'international dont la Chine, et plus récemment l'Inde...

Un média riche d'un fort potentiel

L'équipe a conservé la taille humaine de ses débuts pour travailler en mode agile mais dans certains pays ou pour de grosses opérations comme à Rio de Janeiro lors des Jeux olympiques 2016 au Brésil ou à Moscou l'an dernier pour le coupe du Monde de Football 2018 en Russie, HOP allie un collaborateur sur place qui gère l'ensemble des opérations afin de garantir la qualité du travail dont les détails d'impression et de pose. « La communication out of home est en pleine croissance et le bus est un média très efficace dont le ROI est prouvé et l'OOH bus y apporte une dynamique supplémentaire. » Fin 2018, le groupe JCDecaux signalait d'ailleurs, pour la première fois en Europe depuis 30 ans, une régie de pub sur les bus. La régie publicitaire ardennaise des bus de RATPODEV « l'Opinion Tour Paris » (INL) bus touristiques qui alimentent la capitale. « Pour nous, chez Hold-On, l'arrivée du numéro 1 mondial sur le marché du bus touristique est sans aucun doute un signal fort du potentiel de ce média de niche qui se développe à la fois. « Il faut s'y attendre, l'offre globale « tout compris » de HOP avec sa capacité à couvrir les plus grandes villes du continent Européen en même temps commence à susciter de l'intérêt chez les plus grands afficheurs. A suivre... »



© HOP - HOLD-ON - OCTOBRE 2018

全车覆盖广告 中国品牌欧洲推广计划的新“宠儿”

2019-09-16 16:12:08 来源: 中央广电总台国际在线 编辑: 郑恩雯 责编: 陈晨

国际在线消息: 作为欧洲新兴不可或缺的宣传方式, 户外全车覆盖广告逐渐成为中国品牌国际化发展的重要工具。大疆、OPPO、锦江国际、青岛啤酒、伊利集团等中国品牌相继利用此方式吸引欧洲受众的注意。

七八月份的酷热席卷了巴黎的大街小巷, 而此时, 一辆承载着青岛啤酒广告的巴士, 正穿梭于法国巴黎的各个角落, 为人们带来清爽之气。

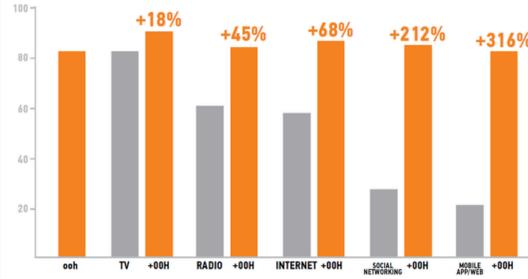


载有各大中国品牌宣传的巴士行驶在法国及欧洲其他国家的街道上

越来越多的中国品牌选择全车覆盖广告这种宣传模式并取得了巨大成功。伊利集团选择在2018年的莫斯科世界杯期间, 用这种广告模式推销其瓶装酸奶; OPPO在罗兰·加洛斯和温布尔登网球公开赛期间, 用这一模式向巴黎和伦敦成千上万的路人推销新手机; 大疆也确定了将在欧洲的年底推广活动中采用这一模式……

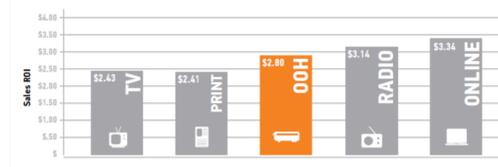
巴士围绕市中心和旅游景点行进, 因此这种宣传方式的效果十分显著。再则, 欧洲的广告监管政策使市中心固定广告面板的数量越发稀缺, 其覆盖范围越来越小, 而移动巴士广告比静态广告更好地解决了这一问题。

全车覆盖广告还可以将病毒式传播与户外广告的宣传活力相结合, 通过巴士上的免费无线网络传播手机视频, 也可以用于创新艺术创作(比如电致发光显示屏、3D画面等)。若是将全车覆盖广告纳入整合性媒体宣传计划, 可使电视广告覆盖范围增加18%, 使移动广告覆盖范围增加316% (来源: 美国接触点研究, 2012年的媒体行为研究所)。



户外广告的增加可将覆盖率提高300%

据澳大利亚营销咨询公司 (Brand Science) 称, 全车覆盖广告能够提供高投资回报。每消费1美元用于户外广告, 产生的营业额是2.80美元。户外广告是一种非常有效的媒体, 其投资回报率已得到了广泛的认可, 而户外巴士广告则为其带来了更多的活力。



户外巴士广告投资回报

“Hold-On Productions于2018年首次涉足中国品牌。这几个月以来, 我们和中国企业的合作获得了成功。我们十分荣幸能在欧洲乃至世界范围内与中国的这些大品牌合作。” Hold-On Productions的首席执行官大卫·布鲁诺说。至此, 他已经帮助青岛啤酒和其他中国品牌成功在巴黎、伦敦等欧洲城市进行了产品宣传。“我们已经开始着手为几个中国品牌准备欧洲2020世界杯期间在欧洲13个国家的营销活动。” (图片来源: Hold-On Productions)

全车身覆盖广告，中国品牌欧洲推广计划的新“宠儿”！

日期：2019-09-05

全车身覆盖广告，中国品牌欧洲推广计划的新“宠儿”！

作为欧洲新兴不可或缺的宣传方式，户外全车身覆盖广告渐渐成为中国品牌国际化发展的重要工具。大疆、OPPO、锦江国际、青岛啤酒、伊利集团等中国品牌相继利用此方式吸引欧洲受众的注意。

七八月份的酷热席卷了巴黎的大街小巷。而此时，一辆承载着青岛啤酒广告的巴士，正穿梭于法国巴黎的各个露台，为人们带来清爽之气。

越来越多的中国品牌选择全车身覆盖广告这种宣传模式并取得了巨大成功。伊利集团选择在2018年的莫斯科世界杯期间，用这种广告模式推销其瓶装酸奶；OPPO在罗兰·加洛斯和温布尔登网球公开赛期间，用这一模式向巴黎和伦敦成千上万的路人推销新手机；大疆也确定了将在欧洲的年底推广活动中采用这一模式……

巴士围绕市中心和旅游景点而行进，因此，采用这种宣传方式的效果十分显著。再则，欧洲的广告监管政策使市中心固定广告面板的数量越发稀缺，其覆盖范围越来越小，而移动巴士广告比静态广告更好地解决了这一问题。

全车身覆盖广告还可以将病毒式传播与户外广告的宣传活力相结合，通过巴士上的免费无线网络传播手机视频，也可以用于创新艺术创作（比如电致发光显示器、3D画面等）。若是将全车身覆盖广告纳入整合性媒体宣传计划，可使电视广告的覆盖范围增加18%，使移动广告的覆盖范围增加316%（来源：美国接触点研究，2012年的媒体行为研究所）。

据澳大利亚营销咨询公司（Brand Science）称，全车身覆盖广告能够提供高投资回报。每消费1美元用于户外广告，产生的营业额是2.80美元！户外广告是一种非常有效的媒体，其投资回报率已得到了广泛的认可，而户外巴士广告则为其带来了更多的活力。

“Hold-On Productions!于2018年首次涉足中国品牌。这几个月以来，我们和中国企业的合作获得了成功。我们十分荣幸能在欧洲乃至世界范围内与中国的这些大品牌合作。”Hold-On Productions!的首席执行官大卫·布鲁诺说道。至此，他已经帮助青岛啤酒和其他中国品牌成功在巴黎、伦敦等欧洲城市进行了产品宣传。“我们已经开始着手为几个中国品牌准备欧洲2020世界杯期间在欧洲13个国家的营销活动。”

Hold-On Productions!

Hold-On Productions! 被认为欧洲移动广告领域的领导者之一。她也因其提供的整合性业务，成为广告商最喜欢的传播公司之一。她擅长将巴士上的广告空间与综合性业务相结合，其中包含集线上、线下于一体的营销思维、平面设计、全媒体材料打印、安装和拆卸、照片和视频报道。覆盖着品牌巨幅移动广告的旅游巴士穿梭于欧洲各大城市中心帮助品牌推广。Hold-On Productions! 拥有2,000多辆巴士，可以在欧洲35个国家84个城市帮助您进行广告宣传活动。





全车身覆盖广告，中国品牌欧洲推广计划的“宠儿”!

国际市场周刊 2019-09-09

作为欧洲新兴不可复制的宣传方式，户外全车身覆盖广告逐渐成为中国品牌国际化发展的重要工具。大疆、OPPO、锦江国际、青岛啤酒、伊利集团等中国品牌相继利用此方式吸引欧洲受众的关注。

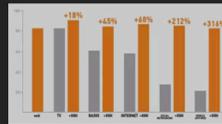
七八月份的酷热席卷了巴黎的大街小巷，而此时，一辆承载着青岛啤酒广告的巴士，正穿梭于法国巴黎的各个露台，为人们带来清凉之气。

越来越多的中国品牌选择全车身覆盖广告这种宣传模式并取得了巨大成功。伊利集团选择在2018年的莫斯科世界杯期间，用这种广告模式推销其瓶装酸奶；OPPO在荷兰、加洛新和温布尔登网球公开赛期间，用这一模式向巴黎和伦敦成千上万的路人推销新手机；大疆也确定了将在欧洲的车展推广活动中采用这一模式……



巴士围绕市中心和旅游景点而行驶，因此，采用这种宣传方式的效果十分显著。再则，欧洲的广告监管机构使市中心固定广告位的价格越来越高，其覆盖范围越来越小，而移动巴士广告位则更好地解决了这一问题。

全车身覆盖广告还可以将病毒式传播与户外广告的宣传活力相结合。通过巴士上的免费无线网络看手机视频，也可以用于创新艺术创作（比如电致发光显示器、3D壁画等），若能将全车身覆盖广告纳入整合性媒体宣传计划，可使电视广告的数量增加14%，使移动广告的数量增加314%（来源：美国接触点研究，2012年的媒体行为研究）。



▲图1：户外广告加入可获得流量最高300%

据澳大利亚营销咨询公司（Brand Science）称，全车身覆盖广告能够提供高投资回报。每消费1美元用于户外广告，产生的营业额是2.80美元！户外广告是一种非常有效的媒体，其投资回报率已得到了广泛的认可，而户外巴士广告则为其带来了更多的活力。



▲图2：户外巴士广告投资回报

“Hold-On Productions!于2018年首次涉足中国品牌。这几个月以来，我们和中国企业的合作获得了成功。我们十分荣幸能在欧洲乃至世界范围内与中国的这些大品牌合作。” Hold-On Productions!的首席执行官大卫·布鲁诺说。至此，他已经帮助青岛啤酒和其他中国品牌成功在巴黎、伦敦等欧洲城市进行了产品宣传。“我们已经开始着手为几个中国品牌准备欧洲2020世界杯期间在欧洲13个国家的营销活动。”

Hold-On Productions!

Hold-On Productions! 被公认为欧洲移动广告领域的领导者之一。她也因其提供的整合性业务，成为广告商最喜欢的传播公司之一。她擅长将巴士上的广告空间与综合性业务相结合，其中包含集线上、线下一体的营销思维、平面设计、全媒体材料打印、安装和拆卸、照片和视频报道。覆盖着品牌巨幅移动广告的旅游巴士穿梭于欧洲各大城市中心帮助品牌推广。Hold-On Productions! 拥有2,000多辆巴士，可以在欧洲35个国家84个城市帮助您进行广告宣传活

动。

媒体联系：

David Bruneau 全球商务负责人

Mail: david@holdonproductions.com



微信扫一扫
关注该公众号

HOLD-ON PRODUCTIONS!
Outdoor Advertising

international network



David Bruneau

+33 (0)6 83 71 47 31

david@holdonproductions.com