

**JEUNES PROS** p.2ANTOINE AUPART
L'info
du ruban**PANORAMA** 2**ANNONCEURS** 8**AGENCES** 10**SERVICES** 12**MÉDIAS** 13**EMPLOI** 14**DÉBLOQUE-NOTES** 16**Fusalp** ouvre une vitrine
des Alpes dans le Marais
p.8**Paprika** rajeunit sa direction
pour ses 30 ans
p.10**ID d'Art** se lance un nouveau
défi avec le Marché
de la mode vintage p.12**EXPOSITION****Jeu de doubles pour
Christophe Pouget.**Le photographe stéphanois a
travaillé avec l'illustratrice
Caroline Balland pour mixer la
photographie et l'illustration
autour de 15 portraits. L'expo-
sition se tient jusqu'au 2 janvier
à l'Appartement 16 (Lyon).**STRUCTURES****GL Events rachète****Jaulin.** Le groupe Jaulin
développe des prestations
d'événements comme la mise
en œuvre de structures
d'aménagements temporaires,
de location de mobilier... Il gère
aussi le Paris Event Center,
Porte de la Villette (CA : 38 M€
avec 240 personnes).

ID d'Art se lance un nouveau défi avec le Marché de la mode vintage

Joli coup pour ID d'Art. En rachetant le Marché de la mode vintage mi-octobre (*InterMédia* n° 1313), la société a pris le contrôle d'un événement bien installé à Lyon. Avec 18000 visiteurs, c'est désormais son plus gros événement en matière de fréquentation. L'acquisition était logique pour la société lyonnaise et sa petite équipe (trois personnes) qui organisaient déjà cinq salons dédiés à la mode, l'art de vivre et la décoration. Dont le principal est le Printemps des Docks, qui attire 10000 visiteurs à La Sucrerie (Lyon). Quant au Salon des créateurs ID d'Art, il est décliné à Lyon, Colmar, Dijon et Annecy.

Repartir de zéro. Pourtant, il y a encore cinq ans la société était quasi absente des écrans radars. À l'époque, ses événements étaient davantage considérés comme artisanaux, et assez peu sélectifs dans les exposants. C'est un trio féminin qui a remis ID d'Art sur les rails : Marie Sciberras, Virginie Convert et Claire Romarie-Poirier. « En 2011, nous avons décidé de repartir de zéro et de moderniser nos événements », se souviennent les deux premières, qui sont associées. Le 1^{er} effort a porté sur le choix des exposants, désormais dénichés sur des événements profes-

**C'est un trio qui a remis ID d'Art sur les rails.**Marie Sciberras (à g.), Virginie Convert (chemise blanche)
et Claire Romarie-Poirier (à d.). Soizic Baratin (pull bleu)
a rejoint l'équipe récemment.

sionnels comme Maison & Objet. Autre chantier : revoir de fond en comble l'image de marque d'ID d'Art. Pour renouveler sa communication, la société a cessé de faire appel à Bruno Théry, et a confié ses affiches à La Petite Fabrique (Lyon).

Défi du vintage. « L'événementiel lié à la mode et la déco est très opportuniste. Il y a beaucoup de "one shot", des salons qui se créent puis disparaissent. Nous

avons voulu au contraire nous installer dans le temps », expose le trio, qui fait depuis peu appel à l'agence de communication Esprit des Sens. Mais le gros dossier du moment est le prochain Marché de la mode vintage (mars 2016). Il faut faire repartir la fréquentation, tombée de 23000 à 18000 visiteurs. Les affiches seront signées Boorbool communication. ➤ **JD**

ID d'Art. Lyon | Création : 2002 | CA (déclaré) : 500 K€ en 2014 | 4 personnes.**H&B food concept
crée une unité de
restauration mobile.**Disponible en deux versions
(solo ou duo), ce stand de
snacking léger et pliable
(ci-dessus) vise notamment le
secteur événementiel. La PME
ligérienne H&B food concept
a conçu ce produit avec deux
designers.**SITEP**L'impression numérique sans limite
INTÉRIEUR / EXTÉRIEUR

Tél. 04 72 65 77 77

DÉCOUVREZ NOTRE
NOUVEAU SITE WEB
www.sitep.frAU SERVICE DE
VOTRE IMAGE
DEPUIS
1962

BÂCHE
TOILE
VINYL
PLV
STICKER
COVERING
DURATRANS
HABILLAGE DE FAÇADES
DECOUPE NUMÉRIQUE
TIRAGE PHOTO
IMPRESSION DIRECTE
LETTRES DECOUPEES
SIGNALETIQUE
AFFICHE
TEXTILE
DRAPEAU
POSTER
KAKEMONO
STAND AUTOPORTANT
FINITION