

L'agence Asap remporte Panzani et Crédit agricole à l'international

COMMUNICATION. « Ce ne sont que quelques pâtes, Monseigneur. Oui, mais des Panzani ! » En 1994, disparaissait des écrans français l'inoubliable Don Patillo, égérie de Panzani, façonnée chez Havas par le publicitaire Olivier Aubert. Quinze ans après, la marque alimentaire opère un retour aux sources. Panzani quitte en effet JWT, filiale de WPP, et confie ses pâtes et sauces à l'agence indépendante Asap (Aubert Storch Associés Partenaires), cofondée par Anne Storch et Olivier Aubert. Ce dernier entend « redonner à la marque sa fibre populaire et méridionale. Pas question, pour autant, de ressusciter le curé ! » A découvrir en télévision et sur Internet au mois de mars prochain. Entre janvier et novembre 2008, Panzani a investi 16,6 millions d'euros brut dans les médias, selon l'institut TNS. Par ailleurs, Asap qui est l'agence

de la banque LCL, depuis le relancement de l'ancien Crédit lyonnais, a étendu ses prérogatives au sein de la maison mère, le groupe Crédit agricole. L'agence gère désormais l'image de la banque de réseau Crédit agricole à l'international (hors États-Unis). Une campagne plurimédia est actuellement en cours de production. Le budget de communication du Crédit agricole en France demeure piloté par Providence, une filiale d'Havas.

Asap, lancée il y a une quinzaine d'années, annonce 10 millions d'euros de marge brute et revendique une structure courte et légère, avec un maximum de prestations externalisées. En outre, Asap a imposé une certaine patte en impliquant des personnalités artistiques sur des campagnes de marque, devenues des sagas. Ainsi, Jean-Paul Goude a signé, pour Asap, les visuels des Galeries



Cofondateur de l'agence Asap, Olivier Aubert entend redonner à Panzani sa fibre populaire et méridionale. Asap

Lafayette et Jean-Michel Ribes les spots de la Maaf et de LCL. L'agence est actuellement en finale de la compétition du distributeur Auchan. Elle est opposée à l'agence V (DDB France).

SONIA DEVILLERS

EN BREF

AUDIOVISUEL. L'opérateur Orange et le groupe Canal + ont conclu un accord pluriannuel qui autorise Orange à distribuer les chaînes de Canal + et CanalSat sur son offre triple play sur le satellite Astra, destinée aux clients non éligibles à l'ADSL.

DROITS D'AUTEUR. La Sacem encourage le Sénat à augmenter la redevance audiovisuelle. Elle s'inquiète pour les revenus des auteurs, qui dépendent du niveau de ressources des radiodiffuseurs.

PRÉCISION. François Dufour, rédacteur en chef de *Play Bac Presse* et responsable du pôle « presse et société » des États généraux de la presse, précise que le pôle ne demande pas la suppression des droits de veto des journalistes dans les rédactions où il existe déjà, mais s'est prononcé contre un tel droit de veto.