

Auchan retient les agences V et ASAP en finale

Sonia Devillers

16/12/2008 | Mise à jour : 19:26 |  [Ajouter à ma sélection](#)

Le budget de communication publicitaire du distributeur était géré jusqu'ici par l'agence CLM/BBDO.

Le distributeur Auchan retient les agences de communication V (filiale de DDB France) et ASAP (agence indépendante) en finale de la compétition pour la gestion de son budget publicitaire.

CLM/BBDO (Omnicom), qui pilotait l'image du distributeur jusqu'à présent, s'avère donc éliminée et perd ainsi l'un de ses budgets structurants. Le groupe BBDO France conserve toutefois, par le biais de sa filiale Proximity BBDO, la gestion des actions de marketing relationnel du distributeur. Young & Rubicam (WPP) est également écartée de cette finale. Auchan laisse désormais un peu moins d'un mois aux deux finalistes pour peaufiner leur ultime présentation. Le vainqueur devrait être désigné avant la fin janvier.

Les deux agences qui s'affrontent aujourd'hui présentent des profils on ne peut plus antithétiques. V se veut une agence à la facture très créative et très exigeante. Elle se trouve codirigée par Christian Vince, le directeur de création qui a conçu les campagnes Bon Marché et Samaritaine. A ses côtés, Luc Wise est l'un des planneurs stratégiques les plus recherchés de sa génération. De son côté, ASAP est l'une des rares agences indépendantes, en France, à gérer des budgets de poids (Galeries Lafayette, LCL,...). Son cofondateur, Olivier Aubert prône des campagnes populaires et efficaces et revendique des processus de travail résolument en rupture.