

« C'est pas la taille qui compte ! »

En matière de communication, c'est acté, les gros annonceurs font confiance aux grosses agences. Et si les codes changeaient ? Depuis la création de son agence en 2007, Grégory Lamesta revendique la petite taille de GraphicStyle, un business modèle qui allie investissement humain, créativité, réactivité et liberté.



Zoom sur GraphicStyle, la petite agence de com' qui assure autant (et parfois plus) qu'une grande !

Ni coup de gueule, ni revendication, juste un besoin d'affirmer ses choix et sa conception du métier... Spécialiste de la communication et de la publicité depuis 10 ans, Grégory Lamesta dirige depuis 2007 GraphicStyle, une petite agence de communication. Au fil des années, il aurait pu « faire grossir » son agence mais en a décidé autrement.



"En restant une petite agence, je souhaite privilégier la valeur humaine, la relation entre le client et l'agence au profit du business en lui-même. Bien sûr, je regrette que le plus souvent, les gros annonceurs accordent plus de crédit, sans que ce soit toujours justifié, aux grandes agences, mais heureusement d'autres savent qu'une petite agence peut largement faire aussi bien, voire mieux !"

Contrairement aux agences de communication classiques, dirigées en règle générale par des commerciaux, les agences telle que GraphicStyle offrent en effet une relation directe entre le client et le créatif. Ce fonctionnement permet non seulement des échanges plus constructifs mais aussi de bénéficier pour le client de conseils d'expert et pour l'agence d'une plus grande liberté.

La relation privilégiée permet de s'affranchir des codes, offre une plus grande liberté dans la création.

Un choix osé et remarqué

Même avec sa petite taille, l'agence GraphicStyle compte de nombreuses références, tant locales que nationales ou internationales. Si la majorité des clients de l'agence sont des petites et moyennes entreprises, de gros annonceurs font également confiance à Graphicstyle pour leurs projets de communication. Parmi eux, quelques grands noms : SFR, Keria lumineaire ou encore Go sport.

Pour Grégory Lamesta, cette demande "gros annonceurs/petites agences" a même tendance à s'accroître : *"Pour faire face à la concurrence, les marques doivent être toujours plus créatives et cette créativité n'est pas toujours à la hauteur chez les grandes et anciennes agences de communication."*

D'ailleurs, la diversité de ses clients est un vœu mêlé de fierté pour Grégory Lamesta.

Créer des supports de communication ou de publicités totalement différents, rencontrer des gens différents, dans des secteurs très différents... Voilà ce qui pimente la vie d'une agence ! C'est à la fois un enrichissement incroyable, une inspiration sans limite et un plaisir sans cesse renouvelé.



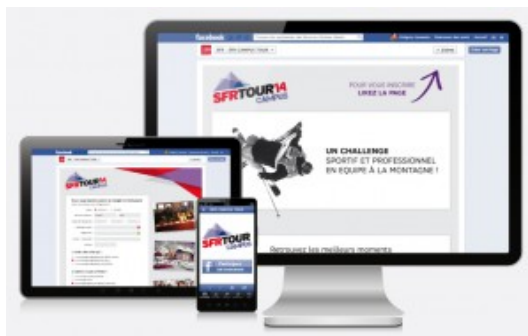
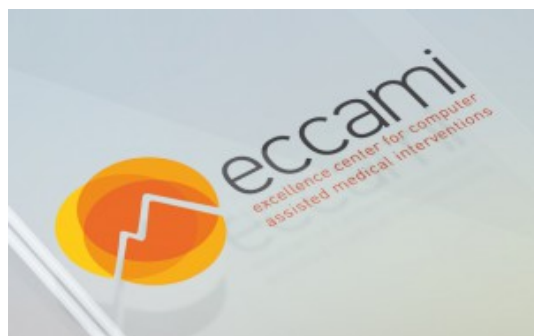
GraphicStyle a d'ailleurs été mis à l'honneur en 2009 dans l'édition Design & Design. Cette parution bi-annuelle a en effet sélectionné les étiquettes des bouteilles d'huile de noix du Domaine du pressoir pour figurer parmi les meilleures créations.

Pour découvrir le book de GraphicStyle : <http://www.graphicstyle.fr/book-agence/>

A propos de Grégory Lamesta et GraphicStyle

Après avoir fait ses premières armes en alternance de 2003 à 2006 dans un studio de création reconnu, notamment dans les domaines du sport et de la mode, Grégory Lamesta poursuit sa carrière de 2006 à 2007 dans une agence de communication ayant pour spécialité l'immobilier. S'il apprend en plus de son métier, la rigueur, l'organisation, les contraintes techniques et commerciales, il ressent pourtant naître une frustration : celle de travailler pour seulement quelques secteurs très spécifiques et de devoir se plier aux codes.

Grégory Lamesta décide donc en 2007 d'assouvir sa soif en création et, pour ce faire, fonde sa petite agence GraphicStyle à mi-chemin entre Lyon et Grenoble. Grâce à son réseau de prestataires indépendants réunis autour de savoir-faire spécifiques et de valeurs communes, GraphicStyle accompagne avec originalité et efficacité ses clients.



Bon à savoir

Graphicstyle s'applique à fournir régulièrement des dossiers thématiques autour du domaine de la communication et du marketing. De l'importance d'un logo professionnel aux clefs d'un site web réussi, en passant par les tarifs pour la création du logo, le choix de son agence de publicité, ou les 10 innovations marketing, divers sujets sont abordés.

Pour en savoir plus sur la philosophie de l'agence et découvrir ses dossiers pratiques : www.graphicstyle.fr/dossiers/

Pour en savoir plus

<http://www.graphicstyle.fr>

<https://www.facebook.com/graphicstyle.fr>

Contact presse

Grégory Lamesta - Mail : graphicstyle.fr/contact/ - Tél. 04 26 03 17 36

