



Celize

Les monuments sur leur trente-et-un



Spécialiste de l'habillage urbain et événementiel grand format, Celize développe des services innovants, inventés par son énergique fondateur.

Celize intervient pour valoriser le patrimoine urbain pendant la durée de travaux de construction ou de rénovation. Ce qui a amené la PME, au fil du temps, à intégrer diverses compétences, voire à pratiquer différents métiers : habillage urbain (d'échafaudage, affichage au sol, sur des palissades ou sur totems), habillage retail (affichage grand format, vitrine, sol...), financement publicitaire et mécénat, plate-forme d'achat.

La PME affiche une progression de 40 % en 2012... « Une croissance basée sur notre approche industrielle et sur notre capacité d'innovation, je crois, précise Stéphane Rein, son directeur, spécialiste en conseil en stratégie et marketing. *L'affichage grand format est géré par les sociétés qui assurent les travaux... ça ne fonctionne pas, ce n'est pas leur métier. Nous proposons une approche différente, qui intègre les codes marketing, l'esthétique, le message et sa mise*

en scène. L'habillage est considéré comme un média supplémentaire dans un plan de communication... » Celize est organisée comme une petite usine autour de trois pôles : la centrale d'achat, la gestion de projet et la régie publicitaire. Les projets sont industrialisés et rendus accessibles à tous. « Nous investissons beaucoup afin de pouvoir demeurer créatifs autour d'un processus très fort d'ingénierie

industrielle. » De plus, Celize a mis en place un système de capitalisation du savoir-faire de l'entreprise : « *On apprend en outre de nos erreurs, pour ne pas les répéter, pour progresser.* » Une croissance également liée à une demande de plus en plus exigeante : l'habillage urbain de qualité se développe, car il permet de valoriser un immeuble ou un monument historique tout en communiquant sur l'actif, sa rénovation, son histoire, sa valeur patrimoniale. « *Pour une commune, par exemple, ce peut être l'occasion de communiquer avec les habitants sur l'évolution des travaux, de réduire les nuisances de ravalement et d'intégrer plus harmonieusement les travaux au sein de la ville.* »

Des solutions clés en main

Une spécificité de Celize réside dans sa capacité à proposer une solution clés en main. « *Nous concevons le projet, assurons le repérage, la conception graphique, prenons en charge les autorisations administratives,*



puis la production du support et son installation sur site. » Une garantie et une sécurité pour un donneur d'ordres qui n'a alors à traiter qu'avec un seul interlocuteur. Une autre originalité de l'entreprise est sa capacité à rechercher des financements pour l'opération d'affichage. « *Pour des monuments historiques ou des ouvrages contemporains à forte visibilité, nous sollicitons des annonceurs*



« Nous proposons une approche différente, qui intègre les codes marketing, l'esthétique, le message et sa mise en scène. »

et agences média, comme l'autorise la loi, pour trouver un complément de financement publicitaire. Nous explorons également les possibilités de mécénat et avons un partenariat exclusif avec la Fondation du patrimoine. »

Jamais en panne d'idées... qui se transforment ensuite en innovations concrètes, Stéphane Rein a inventé en 2011 la palissade mobile communicante : Mobilize. Un produit adaptable en hauteur (2 à 4 mètres), montable et démontable, type Ikea, sans fixation au sol mais résistant au vent, d'un encombrement minimum. « *Une palissade sans discontinuité de message, installée rapidement par deux personnes et qui peut être déplacée sur d'autres chantiers, conservée...* » Comme pour les totems, Celize propose une solution flexible d'achat ou de location. Autre innovation : l'impression sur bois (brevétée), qui a conduit Celize à opter pour des palissades écocertifiées.



« *Je suis beaucoup sur le terrain afin de trouver de nouvelles idées, de nouvelles solutions et les adapter aux besoins de nos clients.* » En interne, l'équipe intègre architectes et ingénieurs. Pour Stéphane Rein, le grand format, qu'il considère comme de l'affichage temporaire, arrive aujourd'hui à un tournant, car les clients veulent d'autres solutions que les bâches classiques. « *Ils attendent du "beau" à tous les niveaux de leur communication. Nous essayons d'apporter de la créativité dans une approche plus globale, autrement dit de la création de valeur.* » ■

Habillage urbain quatre étoiles

Le centre commercial de la Toison d'Or augmentait sa superficie de 60 % et se rénovait pour se positionner comme le centre de référence de la région Bourgogne. Afin de créer un accueil haut de gamme, il s'est adressé à Celize pour concevoir une entrée temporaire durant les travaux et un cheminement pour conduire les visiteurs, avec un mot d'ordre : « *Le shopping continue!* ». Les contraintes étaient fortes : en termes de conditions d'accessibilité et de sécurité, de qualité de communication. « *Nous avons utilisé du bois certifié pour créer un cheminement abrité de 90 mètres de longueur, pensé la déco florale et un éclairage scénique qui reflètent l'image de modernité et de raffinement du centre.* »