



COMMUNICATION

JBL Com&Cie : 45 ans au service de la communication

Créée en mai 1968, JBL Com&Cie a traversé les décennies pour devenir et demeurer une agence de communication indépendante et tournée vers l'avenir en diversifiant son activité et ses domaines d'expertise pour offrir un accompagnement transversal dernière génération.

“1968, ce n'est pas seulement la révolution en mai, c'est aussi la date du premier écran de publicité à la télévision. C'est un changement de cap exemplaire de la publicité dont l'impact va pouvoir être multiplié par la puissance médiatique de la télévision. C'est le début de la saga des grandes agences de publicité françaises... et celle de JBL”, rappelle Etienne Demouy, directeur général de JBL.

C'est Jean-Louis Desrumaux qui a été le créateur de ce qui était au départ un studio photo installé dans le Vieux-Lille. Avec l'arrivée de la PAO dans les années 70, le studio devient une véritable agence de communication et déménage à Templemars à la fin des années 1990 pour s'agrandir. L'agence compte 40 personnes, a une résonance nationale et même internationale avec son appartenance au réseau européen Eloquence. Des marques comme Tape à l'œil, Norauto, Bulgom, Autovision lui font confiance. Les années 2000 marquent un changement de cap. Jean-Louis Desrumaux se sépare de son associé et recrée une nouvelle agence

qui porte encore le même nom aujourd'hui, JBL Com & Cie. L'équipe renouvelée se concentre autour de 15 à 20 personnes alors que les affaires deviennent plus difficiles.

Une reprise d'entreprise et une nouvelle vision au plus près du marché. C'est dans ce contexte qu'Etienne Demouy, dont l'épouse travaille dans l'agence, apprend que Jean-Louis Desrumaux souhaite transmettre son entreprise. Le jeune directeur marketing, qui avait accompagné le succès d'ETO pendant les neuf années précédentes, y voit là l'occasion de répondre à son envie d'entreprendre. Il rachète l'agence en avril 2007 en autofinancement et commence par la restructurer, accompagné par Jean-Louis Desrumaux. Son décès imprévu dix mois après force Etienne Demouy à voler plus vite de ses propres ailes. Il engage l'agence sur la voie du digital, qu'il connaît bien, abandonne la photo (“*décider, c'est renoncer*”, cite-t-il, réaliste et philosophe) et renouvelle 95% de la clientèle, gardant un seul ancien client. Bien lui en a pris. “*Cette restructuration complète et ce changement de cap avant*



“Un changement de cap avant la crise de 2008 a sauvé l'agence.” Etienne Demouy.

la crise de 2008-2009 ont sauvé l'agence”, analyse-t-il.

Sept ans après la reprise, le jeune entrepreneur est le plus âgé des 14 collaborateurs de JBL Com&Cie et porte un regard lucide sur l'évolution de son entreprise et du marché. “*Nous avons une nouvelle génération de créatifs, de nouveaux clients, une nouvelle vision dont le fil rouge est la créativité. Nous sommes capables de donner une réponse globale à une demande de communication en travaillant sur le fonds et l'ADN de l'entreprise qu'il faut parfois faire accoucher. Car l'essence d'une bonne communication passe par une bonne connaissance de soi*”, souligne le dirigeant. Le déménagement dans de nouveaux locaux à Wasquehal en 2013 symbolise cette nouvelle dynamique qu'Etienne Demouy espère faire durer encore 45 ans et plus en continuant à surfer sur les évolutions du marché de la communication.

Emmanuelle COUTURIER