

Alexandre communication

fonctions de chargée de animation de la communi-
lu pôle de compétitivité
en début d'année.
auparavant chargée de
ation Europe du groupe
Aterials, où elle a tra-
dant environ treize ans.
Alexandre est par ailleurs
d'une maîtrise en lan-
gères appliquées.
el, le pôle de compétiti-
dis a pour ambition de
er les nouvelles technolo-
nergie, composante du
ement durable.

ndis.fr

ville du service

Donville a été nommé le
emier au poste de respon-
service communication de
de Voreppe.
il vient du Conseil géné-
ère, où il travaillait en
chargé d'études depuis
s postes liés aux services
ité et informatique.
de la région parisienne,
lômé de l'Institut de la
cation et des médias
as et doté d'un master en
ation d'entreprise.
ce Emilie Besnard à ce
tie à La Réunion sur des
similaires.

ppe.fr

nouvelle dical



xxone et Virginie Durand,
alisation dans la santé.
res pharmaceutiques et

The Cake Agency. Le gâteau comme objet de communication

Après une solide expérience
dans des agences de commu-
nication parisiennes et qua-
tre enfants, Ariane Zenker
se lance dans la création de
gâteaux personnalisés publi-
citaires.

Un gâteau, c'est synonyme de fête,
de gaieté, de gourmandise... Et si
en plus, ils pouvaient avoir de la
personnalité pour faire passer un
message? C'est ce qu'a décidé de
créer Ariane Zenker avec The cake
agency.

« Je trouve dommage qu'une entre-
prise ou une agence qui dépense
beaucoup d'argent pour organiser
un événement se retrouve avec les
mêmes choses à manger que son
concurrent! Or, la personnalisation
des gâteaux est un concept qui exis-
te déjà aux États-Unis et en Angle-
terre », explique la créatrice.

Le gâteau décoré du logo de l'entre-
prise ou de tout autre message
publicitaire peut donc devenir un
véritable objet de communication.

Une créativité de publicitaire

D'ailleurs, The cake agency est bien
référéncée comme une agence de
communication et non comme une
pâtisserie! Même si les gâteaux à
images s'adressent autant à des
professionnels qu'à des particuliers.
« Je fonctionne vraiment comme
une agence, explique Ariane Zen-
ker. C'est pourquoi je ne veux pas
que les gens commandent directe-
ment en ligne. Je préfère discuter
avec eux pour que l'on soit créatif
en fonction du contexte, de l'évène-
ment, etc. »

Et ça marche déjà! En effet, avant
de créer sa société, Ariane Zenker a
pu tester son concept durant près
de deux ans d'abord chez Saatchi et
Saatchi puis au sein d'une société



● Ariane Zenker compte déjà des références comme Kiri, Ariel, Becton & Dickinson, 20 minutes...

de portage. Une expérience qui per-
met aujourd'hui à The cake agency
d'afficher quelques références de
poids à l'instar de Kiri pour son nou-
veau logo, de 20 minutes lors de
son déménagement ou de Becton &
Dickinson pour sa nouvelle charte.

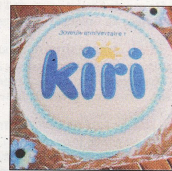
« Par exemple, lors d'une réunion,
on peut imaginer des mini cakes à
l'effigie de chaque participant, ajou-
te-t-elle. Lors d'un salon, je peux
proposer des pâtisseries individuel-
les pour que chaque visiteur profite
du message. Le gâteau peut aussi
servir de carton d'invitation original
qui ne passe pas inaperçu! »

Une créativité publicitaire qu'Ariane
Zenker doit sûrement à ses quator-
ze ans passés à Paris et à l'étranger
en agences de communication d'en-
vergure internationale, chez DMBB
puis chez Saatchi & Saatchi.

Mais à 38 ans, cette diplômée d'éco-
le de commerce voulait créer sa
société. Arrivée à Grenoble l'été der-
nier pour suivre son mari, elle a
accouché de son quatrième bébé à
l'automne!

Une pâtisserie familiale "maison"

« Avec le déménagement et la nou-
velle naissance, j'ai dû faire une
petite pause dans le projet de créa-
tion, confie-t-elle. Aujourd'hui, je
redémarre vraiment l'activité.
D'ailleurs la rénovation de notre
maison a complètement intégré
l'agence avec la mise en place d'un
laboratoire de fabrication de
gâteaux. Entre 15.000 et 20.000 €
ont également été investis pour
l'achat de matériel comme le four,
le congélateur, etc. »



Néanmoins, si le matériel est profes-
sionnel, les recettes d'Ariane Zen-
ker peuvent être qualifiées de pâtis-
serie familiale maison.

« En fait, j'adore faire des gâteaux
un peu kitch à l'américaine, racon-
te-t-elle. Mais les recettes sont des
valeurs sûres comme des fondants
au chocolat, muffins, fudge cake...
qui n'ont certes rien à voir avec une
pâtisserie gastronomique élabo-
rée! » Quant à l'image, elle est ins-
crite sur une plaque de sucre spécia-
le. En tout cas, pour avoir goûté,
c'est vraiment succulent!

Vanessa Genin

The Cake Agency en bref

- Prévision CA 2007 :
4.000 à 5.000 € par mois
- Effectif : 1
- Tél. : 06.86.17.63.79.
- www.thecakeagency.com

Télégrenoble. Une progression dans les clous

Née en octobre 2005, Télégre-
noble vient d'annoncer sa pre-
mière mesure d'audience :
129.200 téléspectateurs par
semaine. Un chiffre encoura-
geant pour cette première
télé locale du groupe Anten-
nes locales.

En octobre 2005, Télégrenoble était la
première télé locale lancée par le
groupe Antennes locales, une filiale
de Hersant Média (France Antilles).
Depuis, six autres chaînes ont rejoint
le groupe, à l'instar de Paris Cap,
Téléorléans et Téléalsace. Du coup,
Télégrenoble a servi de laboratoire
d'essai pour ses petites sœurs.
« Nous avons testé le modèle édi-
to-



sjets qui tournent en boucle.

« Nous venons aussi de lancer Terri-
toires, commente le directeur géné-
ral. Une opportunité de communi-
cation pour les collectivités locales.
Nous réfléchissons aussi à du télé-
chat avec des produits locaux... »

Une TV de médiation

Loin des sujets racoleurs, la chaîne
joue ainsi la carte de la proximité en
traitant des préoccupations des
citoyens locaux; sujets de société, du
sport, de la culture, du patrimoine, de
la politique... « On est une TV de
médiation, insiste Francis Raux. L'ob-
jectif est d'échanger sur les événe-
ments qui touchent la ville. » Certains
programmes sont parfois réalisés en

Le Journal des Entreprises Mai 2007

The Cake Agency . Le gâteau comme objet de communication

Après une solide expérience dans des agences de communication parisiennes et quatre enfants, Ariane Zenker se lance dans la création de gâteaux personnalisés publicitaires

Un gâteau c'est synonyme de fête, de gaieté, de gourmandise... Et si en plus, ils pouvaient avoir de la personnalité pour faire passer un message ? C'est ce qu'a décidé de créer Ariane Zenker avec The Cake Agency.

« Je trouve qu'une entreprise ou une agence qui dépense beaucoup d'argent pour organiser un événement se retrouve avec les mêmes choses à manger que son concurrent ! Or, la personnalisation des gâteaux est un concept qui existe déjà aux Etats Unis et en Angleterre », explique la créatrice.

Le gâteau décoré du logo de l'entreprise ou de tout autre message publicitaire peut donc devenir un véritable concept de communication.

Une créativité de publicitaire

D'ailleurs, The Cake Agency est bien référencée comme une agence de communication et non comme une pâtisserie ! Même si les gâteaux à image s'adressent autant à des professionnels qu'à des particuliers, « je fonctionne vraiment comme une agence, explique Ariane Zenker.

C'est pourquoi je n'en veux pas que les gens commandent en ligne. Je préfère discuter avec eux pour que l'on soit créatif en fonction du contexte, de l'événement, etc... »

Et ça marche déjà ! En effet, avant de créer sa société, Ariane Zenker a dû tester son concept durant près de deux ans d'abord chez Saatchi puis au sein d'une société de portage. Une expérience qui permet aujourd'hui à The Cake Agency d'afficher quelques références de poids à l'instar de Kiri pour son nouveau logo, 20 minutes lors de son déménagement ou Becton & Dickinson pour sa nouvelle charte. « Par exemple, lors d'une réunion, on peut imaginer des mini cakes à l'effigie de chaque participant, ajoute-t-elle. Lors d'un salon, je peux proposer des pâtisseries individuelles pour que chaque visiteur profite du message. Le gâteau peut aussi servir de carton d'invitation, original qui ne passe pas inaperçu ! »

Une créativité publicitaire qu'Ariane Zenker doit sûrement à ses quatorze années passées à Paris et à l'étranger en agence de communication d'envergure internationale, chez DMB&B puis chez Saatchi & Saatchi.

Mais à 38 ans, cette diplômée d'école de commerce voulait créer sa société. Arrivée à Grenoble l'été dernier pour suivre son mari, elle a accouché de son quatrième enfant à l'automne !

Une pâtisserie familiale « maison »

« Avec le déménagement et la nouvelle naissance, j'ai dû faire une petite pause dans le projet de création, confie-t-elle. Aujourd'hui je redémarre vraiment l'activité. D'ailleurs la rénovation de notre maison a complètement intégré l'agence avec la mise en place d'un laboratoire de fabrication de gâteaux. Entre 15.000 et 20.000€ ont également été investis pour l'achat de matériel comme le four, les congélateurs, etc ? » Néanmoins si le matériel est professionnel, les recettes d'Ariane Zenker peuvent être qualifiées de pâtisserie familiale maison.

« En fait, j'adore faire des gâteaux un peu kitch à l'américaine, raconte-t-elle. Mais les recettes sont des valeurs sûres comme des fondants au chocolat, muffin, fudge cake... quoi n'ont certes rien à voir avec une pâtisserie gastronomique élaborée ! » Quant à l'image, elle est inscrite sur une plaque de sucre spéciale. En tout cas, pour avoir goûté, c'est vraiment succulent !

Vanessa Genin

The Cake Agency en bref Prévision CA 2007 : 4.000 à 5.000 € par mois Effectif : 1 Tél : 06 86 17 63 79

www.thecakeagency.com