

# Omnipub s'installe sur la toile

*A 25 et 26 ans, Lionel Miraton et Nicolas Dulion gèrent deux sociétés. Ils viennent de lancer un site Internet de vente d'objets publicitaires*



**Lionel Miraton (à g.) et Nicolas Dulion présentent leur nouveau site Internet**

*« Les boutiques d'entreprises ne sont pas le cœur de métier des industriels mais elles véhiculent leur image. »*

**A** l'un l'esprit d'entreprendre, à l'autre la créativité. A eux deux, Lionel Miraton et Nicolas Dulion ont monté Défi Marketing et Omnipub, des sociétés installées à Mauguio (Hérault) et intervenant dans différents domaines, du conseil en communication à la création et la vente d'objets publicitaires.

Et, en novembre dernier, après un an de préparation, ils ont lancé Omnipub.net, un site Internet pour créer et vendre des supports publicitaires et des cartes de visite. Un concept qu'ils ont découvert aux Etats-Unis grâce à iPrint.com, une société américaine qui commercialise essentiellement des cartes de visite on line et cotée au Nasdaq.

Développé sur des fonds propres, omnipub.net, leur site de commerce électronique, ne représente aujourd'hui encore qu'une activité marginale mais « la vente sur Internet se développe de plus en plus », explique Nicolas Dulion, « déjà beaucoup d'entreprises sélectionnent leurs fournisseurs sur le net. Pour l'instant, on démarche encore nos clients hors Internet, de façon traditionnelle, avec des mailing par exemple, pour leur dire "regardez, c'est nouveau" ». Il est vrai que le marché de l'impression publicitaire en ligne est naissant, car les outils technologiques viennent d'être créés.

Lionel Miraton et Nicolas Dulion ne sont âgés que de 25 et 26 ans. Ils étaient encore étudiants en science de gestion, à l'ISEM à Montpellier, lorsqu'ils ont échafaudé l'idée de monter une société spécialisée dans la distribution de supports publicitaires. Ainsi, en avril 1999, pas

encore sortis de la faculté, ils créent Défi Marketing, leur première société et se spécialisent dans "le produit textile", essentiellement des T. shirt publicitaires destinés au secteur touristique, fortement développé en Languedoc-Roussillon. Une société lancée avec les économies de Nicolas Dulion, quelque 100 000 F : « Pendant mes études, j'ai travaillé comme croupier dans des casinos de la région, d'Amélie-les-Bains à Palavas-les-Flots. La nuit au Casino et la journée à la fac. »

Défi Marketing est déjà sa troisième expérience en matière de création d'entreprise. A dix-sept ans, encore lycéen, ce Perpignanais d'origine crée avec un membre de sa famille, la société Navarro entretien, une TPE spécialisée en nettoyage. Puis, tout en poursuivant des études en sciences de gestion, il reprend à Montpellier un salon de coiffure. « J'aime créer des entreprises, explique-t-il, faire progresser des sociétés. La biérarchie est pour moi un carcan. »

En septembre 1999, la saison

touristique passée, « elle nous a montré l'intérêt et les limites du marché », les deux associés étendent le champ d'action de Défi Marketing aux produits d'imprimerie. « On avait bien compris ». Et lancent Omnipub, leur deuxième société, séparant ainsi les tâches entre le produit publicitaire et le conseil en communication d'un côté, et la création graphique de l'autre. « C'est une

*synergie, et aussi une plus grande lisibilité, explique Nicolas Dulion. Cela permet de valoriser le travail créatif », la partie de Lionel Miraton, créateur intuitif et utilisateur très averti des outils informa-*

*tiques : « J'ai reçu mon premier ordinateur à l'âge de sept ans et commencé à programmer à douze ».*

En France, le marché d'objets et d'imprimerie publicitaires représente 17 milliards de francs. Et il n'a cessé de croître ces cinq dernières années. En moyenne les entreprises consacrent 15 % de leurs dépenses publicitaires aux objets promotionnels. Le marché est en pleine expansion. De 500 références

actuellement sur le site, « nous voulons passer à 2000, offrant du sac de voyage à la brosse à dents ». Malgré quelques sites concurrents, ils espèrent tenir bientôt la place de leader du marché.

Après s'être concentrés sur les TPE, les PME, les associations, les deux chefs d'entreprises visent les grands comptes. Ils bouclent actuellement une levée de fonds de 5 MF, avec des business angels régionaux et nationaux : « Ils apportent leurs fonds et aussi des contacts avec les groupes industriels », précisent-ils : « Les boutiques d'entreprises ne sont pas le cœur de métier des industriels. Et pourtant c'est important, car elles véhiculent leur image. »

A.-M.S.

Photo Max BÉRULLIER

**En France, le marché d'objets et d'imprimerie publicitaires représente 17 milliards de F**

## En chiffres

### Chiffre d'affaires.

En 2000, les deux sociétés ont réalisé un chiffre d'affaires de 1,6 MF avec un résultat positif. Le CA prévisionnel 2001 est de 8 MF et de 100 MF pour 2003 ou 2004.

Les deux sociétés emploient aujourd'hui cinq salariés.