

happycurious rejoint CLAI **pour développer la Corporate Advocacy™**

Paris, le 10 mars 2017 – **happycurious rejoint CLAI sur la base d'une vision commune de la communication corporate et d'une complémentarité de savoir-faire. Ce rapprochement va permettre d'accélérer le développement de leur offre stratégique : la Corporate Advocacy™.**

Consistant à mobiliser, parmi les parties prenantes de l'entreprise ou de l'institution publique, des relais pour la promotion de son image et la défense de sa réputation, la Corporate Advocacy est au cœur du rapprochement de CLAI et happycurious.

Depuis sa création en 2009, CLAI s'est développé rapidement en alliant la qualité du conseil et l'excellence de la mise en œuvre et en plaçant la « Corporate Advocacy » au centre de ses recommandations, et ce en s'appuyant sur toutes les parties prenantes de ses clients.

De son côté, happycurious sait générer la préférence et l'engagement sur le terrain du web social et susciter la « Digital Advocacy ». Décrypter et veiller les systèmes d'opinion sont le fondement de ses savoir-faire. L'offre en intelligence sociale, construite sur l'analyse et la veille, vient ainsi utilement compléter les expertises de CLAI.

Le nouvel ensemble pourra mobiliser des compétences plus larges et accompagnera désormais les entreprises, les institutions et leurs marques dans les trois dimensions de leur stratégie de communication corporate : analyser les enjeux, créer la préférence et assurer la défense auprès de toutes les parties prenantes, tant en conseil qu'en actions.

CLAI poursuit son développement sur le modèle d'un cabinet indépendant. Comptant une équipe d'une trentaine de consultants réunis autour d'un projet entrepreneurial, il est animé par des partenaires, professionnels chevronnés et complémentaires, réunis autour d'un projet entrepreneurial fort, chacun étant responsable d'un certain nombre de clients. Eric Giuily, Président-fondateur de CLAI, Elisabeth Coutureau, Co-Présidente, Stéphanie Barré-Lesauvage et Isabelle Mas, Vice-Présidentes, et Gaëtan Commault, Directeur Associé, sont rejoints par Stéphane Mahon, Vanessa Levy et Laurent de Védelly (fondateurs d'happycurious) respectivement en tant que Vice-Président, Vice-Présidente et Directeur Associé.





Ainsi élargi, le cabinet est doté d'un socle de clients solides et multi-secteurs : Air Liquide, Aesio, Ansa, Alteo, BlackRock, Bureau Veritas, le Conseil National des Barreaux, Constellium, Disneyland, Eight Advisory, Haut Conseil des Biotechnologies, KFC, Lilly France, Mastercard, PayPal, Pierre et Vacances Conseil Immobilier, PMU, Spie, Valeo, The Walt Disney Company France, pour ne citer que quelques-uns de ses clients actuels.

Il a l'ambition de réaliser 4,5 millions d'euros de marge brute dès 2017.

« C'est un nouveau et troisième chapitre qui s'ouvre pour CLAI. Après la phase de lancement, en 2009, marquée par un très rapide et fort développement en communication sensible et de crise, après celle du rééquilibrage autour des missions de promotion de l'image engagée avec l'arrivée d'Elisabeth Coutureau en 2014, le regroupement avec les équipes d'happycurious va nous permettre d'élargir significativement la palette de services offerte à nos clients et d'accélérer notre croissance dès 2017 », déclare Eric Giully.

« Nos savoir-faire sont très complémentaires de ceux de CLAI », déclare Stéphane Mahon. « Notre regroupement correspond à un renforcement mutuel avec le socle commun d'une très forte culture des clients et du résultat ».

A propos de CLAI

CLAI construit sa forte croissance en conseillant ses clients, entreprises et institutions publiques, dans trois dimensions essentielles de leur performance : l'analyse de leurs enjeux, la promotion de leur image et la protection de leur réputation. Décrypter les situations et les positions, créer la préférence et assurer la défense, par la Corporate Advocacy – tels sont les domaines d'intervention de CLAI, qui s'appuie sur 10 expertises reconnues :

- > intelligence sociale, veille de tendance et de perception
- > stratégie de communication, plates-formes de marque et création de contenus on et off line,
- > campagnes publicitaires, chartes identitaires,
- > relations médias on et off line,
- > affaires publiques,
- > communication de crise,
- > stratégie digitale, e.influence, acculturation digitale,
- > communication interne, de réorganisation et de mobilisation,
- > communication financière,
- > coaching & media training.

Cabinet indépendant, CLAI compte une trentaine de collaborateurs et fait appel à un réseau de partenaires experts. CLAI a été élue Agence corporate de l'année en 2012 et en 2014 et ses équipes ont été récompensées par deux Top Com d'argent, en 2013 pour Mastercard dans la catégorie relations publiques et en 2016 dans le cadre d'une mission sur la marque SPIE.

