



HUNGRY AND FOOLISH

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PARIS, LE 31 AOUT 2016
EMBARGO JUSQU'AU 5 SEPTEMBRE 2016

DÉCOUVREZ HUNGRY AND FOOLISH

La nouvelle agence conseil en culot stratégique et créatif

Début Septembre, une nouvelle agence conseil en culot stratégique et créatif verra le jour : **Hungry and Foolish**. Après 10 années de croissance et de succès, **Vincent Barbate** et **Matthieu Reinartz** n'ont pas hésité à clore le chapitre Ledouze pour en écrire un tout nouveau avec Hungry and Foolish.

Plus qu'un nom d'agence, c'est un état d'esprit et une promesse faite aux collaborateurs, partenaires et clients de l'agence. **La promesse de construire les marques sur des actes, pas des annonces**. La promesse de valoriser l'impertinence, dans le ton mais aussi dans l'approche. La promesse de travailler en co-création avec ses clients.

**HY
FH**

Une agence 100% indépendante qui ambitionne de challenger les meilleures

Cette nouvelle agence 100% indépendante, ambitionne de venir challenger les meilleures, et se donne tous les moyens pour y parvenir. Forte d'une équipe de **40 collaborateurs**, elle peut également s'appuyer sur un portefeuille de clients consolidé (ex-Ledouze) parmi lesquels **BNP Paribas, Jack Daniel's, General Electric, Winamax, Philips, Michelin, Bosch, Ada, LeCab**, etc. Et plus récemment, **Biocoop** et **Heinz**.

Pour mener à bien ce projet entrepreneurial, le comité de direction a été musclé avec l'arrivée de **Marc Audrit** (ex VP Monde en charge de la Creative Excellence chez Western Union) au poste de **Head of Creative and Strategy** ; et celle de **William Regitz** (ex Directeur du Développement chez Rosapark) au poste de **New Business Director**. Ces arrivées complètent le comité de direction déjà composé de **Jean-Benoist Werth** et **Josselin Martin** (DGA-associés), et de **Vincent Barbate** et **Matthieu Reinartz**, cofondateurs.



De gauche à droite : Vincent Barbate, Josselin Martin, Marc Audrit, Matthieu Reinartz, Jean-Benoist Werth, William Regitz

Hungry and Foolish lève 1,2 million d'euros pour financer son projet de croissance

Hungry and Foolish lève **1,2 million d'euros** (1/3 augmentation de capital, 1/3 de dette bancaire et 1/3 de financement bpifrance) pour financer son projet de croissance sur 24 mois. Un investissement qui prend notamment la forme d'un **nouvel espace de travail et de création au cœur de Paris** (600 m² en Flex Office au 69 Boulevard Haussmann) conçu conjointement par 2 cabinets d'architectes (**Artdesk** et **Desjeux Delaye**) pour répondre aux nouveaux enjeux du travail collaboratif (et inspiré des startups californiennes).

Hungry and Foolish, c'est bien plus que le nouveau nom d'une agence, c'est un état d'esprit qui oblige chacun (collaborateurs et clients) à ne jamais se reposer sur ses lauriers, à toujours se challenger, à adopter des logiques de progrès sans idées préconçues. Les titres des deux co-fondateurs en sont un bon exemple : Matthieu Reinartz est CEO - **Chief Entrepreneur Officer** (entreprendre vs exécuter) ; Vincent Barbate est CCO - **Chief Culture Officer** et garant de cette culture d'entreprise.

« Nous avons commencé cette histoire il y a 10 ans, comme deux jeunes entrepreneurs tout juste sortis de l'école. Nous sommes aujourd'hui 40 collaborateurs et nous pilotons une croissance à 2 chiffres. Mettre fin à une aventure comme Ledouze pour se réinventer totalement est une prise de risque. Mais le plus grand risque pour nous aurait été de ne pas en prendre. C'est ce que nous préconisons chaque jour à nos clients, mais c'est une réalité que peu d'agences de communication adoptent finalement pour elles-mêmes. C'est ça Hungry and Foolish. » partagent Matthieu Reinartz et Vincent Barbate.

« Le paradoxe est que les clients sont souvent devenus plus agiles que leurs agences »

Ce lancement est aussi l'occasion pour **Hungry and Foolish** d'imposer sa façon unique d'appréhender les problématiques de communication : une approche des marques en tant que molécules, où chaque composante (point de contact) impacte et nourrit la marque dans son ensemble ; une conviction que les marques du 21^e siècle se construisent sur des actes plus que sur des annonces (le story-doing préféré au story-telling) ; une méthode de co-création des campagnes avec ses clients.

« Nous sommes dans une ère de changement constant : celui qui s'évertue à dire qu'il est impossible de faire quelque chose est de plus en plus souvent interrompu par quelqu'un qui est occupé à l'accomplir. La tension entre des organisations optimisées pour la linéarité et un monde devenu tout à fait imprévisible a désormais atteint un point de rupture. Le paradoxe est que les clients sont souvent devenus plus agiles que leurs agences » ajoute Marc Audrit, Head of Creative and Strategy.

Vous aussi, vous êtes insatiable ?
Plus d'infos sur hungryandfoolish.paris

Ou prenez contact avec :

William REGITZ

01 85 08 20 09 - wr@hungry.paris (ou) wr@foolish.paris

Dimitri HOMMEL-VIKTOROVITCH

01 41 10 21 57 (ou) 06 98 20 77 12 - dhommel@agence79.com

QUELQUES CHIFFRES

CA 2015 : 4,4 M €

Marge Brute 2015 : 3 M €

Croissance 2015 vs 2014 : + 50%

EBE : 600 K€

Effectif 2016 : 40 personnes

