

conseils

corporate

Solving Efeso a de l'Intuition

La société de consulting Solving Efeso a acquis la totalité des parts du cabinet-conseil en stratégie de marque Intuition, fondé en 2000 par Jolanta Bak.

Intuition, cabinet-conseil en stratégie de marque et en innovation (7 personnes pour 1,7 million d'euros de chiffres d'affaires), vient d'être racheté par Solving Efeso International, société franco-italienne de conseil international (350 consultants et 50 millions d'euros de chiffre d'affaires). Fondé en 2000 par Jolanta Bak, après quinze années passées dans le planning stratégique en agences (Ecom, McCann et JWT), Intuition intégrera en janvier le pôle stratégie (corporate, organisation et développement durable) de Solving Efeso, également spécialisé dans la conduite du changement et la stratégie des moyens.



Intuition va intégrer en janvier le pôle stratégie de Solving Efeso. Sa fondatrice, Jolanta Bak, devient vice-présidente de cette activité.

Les deux sociétés ont récemment collaboré sur la transformation du bâtiment abritant la Monnaie de Paris, projet intitulé Métalmorphoses. «L'avenir du conseil se trouve dans une démarche holistique mettant en œuvre des actions associant les pôles corporate, marque et performance, trop souvent gérés indépendamment par les entrepri-

ses avec pour conséquence un énorme gâchis», estime Jolanta Bak, qui devient vice-présidente du pôle stratégie de Solving Efeso. Selon elle, les entreprises ont surtout besoin de conseil sur trois points clés : l'anticipation («on ne spéculé pas assez sur l'avenir, or la croissance est ailleurs»), la transformation («le passage du concept à l'exécution est souvent un problème») et l'engagement («beaucoup de solutions se trouvent au sein des entreprises»).

Gros dossiers en cours

Intuition, qui garde pour l'heure son nom, planche actuellement sur plusieurs gros dossiers, notamment la recherche de nouvelles opportunités de croissance pour un grand groupe de bières et un autre de télécoms, une réflexion sur les véhicules du futur pour un constructeur et le lancement d'une nouvelle marque internationale pour une marque de grande consommation. «Nous avons constaté, cette année, un retour à des projets de fond», déclare, ravie, Jolanta Bak.

Lore Petit