



*L'équipe dirigeante,
de gauche à droite :*
Frans,
Lilith,
Lucas,
Bérangère,
Margot,
Antoine.

Rosbeef! devient HOMERUN

Nouvelle gouvernance, renforcement international, affirmation de son positionnement : **Rosbeef! change la donne et change de nom.**

Plus qu'une nouvelle identité, c'est un renforcement sans précédent pour l'agence indépendante autour d'une nouvelle gouvernance et d'une affirmation stratégique : conjuguer création et conseil pour aider les marques à gagner en pertinence, en iconicité et en rentabilité.

"Quand on joue au-delà des limites du terrain, ça rapporte plus de points" — au baseball, c'est ce qu'on appelle un "homerun"... et c'est à la fois la philosophie de l'agence depuis sa fondation en 2006 par Frans McCabe et Antoine David... et son nouveau nom à compter d'aujourd'hui.

Le contexte : une industrie entière qui doit se repenser.

C'est un fait qu'il faut regarder droit dans les yeux : la relation client - annonceur doit être complètement repensée dans un modèle "MarCom" qui montre ses limites. Les marques se sentent coincées dans une boucle infinie où la seule issue semble être de dépenser toujours plus pour être plus compétitives. Plus de canaux, plus de points de contacts, plus de contenus, plus de budget... En miroir, les agences font de leur mieux pour fournir toujours plus dans des cadres au mieux "iso", au pire "restreints". Mais en définitive, dans cette course effrénée, quelle place pour la création de valeur ?

“Nous croyons que les marques ne doivent pas simplement faire plus, mais faire mieux. En clarifiant leur raison d’être et en la rendant culturellement pertinente, elles peuvent capter l’attention et générer de la croissance sans se perdre dans la surenchère médiatique” — explique Lilith Peper, CSO.

Une approche qui dépasse largement la publicité traditionnelle.

HOMERUN confirme ainsi une vision native de l’agence, résolument stratégique et hybride : il s’agit d’aider les marques à se développer en jouant sur 2 leviers de façon simultanée.

L’innovation : en les aidant à créer de la valeur par des preuves tangibles – nouveaux produits, nouveaux services, marketing efficiency, nouvelles architectures de marque et business models.

La communication : en leur permettant d’activer cette valeur de manière impactante – publicité, contenu, social et influence, expérientiel, UX et tech, branding et architecture commerciale...

“Ce va-et-vient, entre innovation et communication, entre rationnel et émotionnel, entre réassurance et surprise, a toujours été la marque de fabrique de l’agence. On n’a jamais cessé de transcender la publicité pour parler de marques : comment les faire grandir, comment les ancrer dans l’époque, comment imaginer pour elles de nouvelles opportunités business. Aujourd’hui, on l’affirme un peu plus fort.” — explique Lucas Varone, CIO.

Avec ce changement de nom, HOMERUN revendique un modèle où création et conseil travaillent main dans la main, inspiré des approches de cabinets stratégiques, mais ancré dans l’exécution créative. Les clients (Bel, French bee, Brasseries Kronenbourg, TGV Lyria, EDF...) ne s’y trompent pas et se plaisent à penser, au-delà des campagnes, à l’avenir de leurs marques main dans la main avec l’agence.

Une gouvernance renforcée pour accompagner cette ambition.

HOMERUN marque surtout une nouvelle étape dans sa structuration avec l’arrivée de **4 nouveaux associés** :

- **Bérangère Schehl**, chez Rosbeef! depuis 7 ans, est nommée **DGA** et **Chief Operating Officer**, en charge de la structuration opérationnelle de l’agence.
- **Lucas Varone**, également en charge de la business unit “United” (dédiée au sport), déploie son approche intrapreneuriale en devenant **DGA** et **Chief Innovation Officer**.
- **Lilith Peper**, arrivée il y a un an après avoir fait ses armes chez Braaxe et Havas Play, est nommée **DGA**, **Chief Strategy Officer**.
- **Margot Helfter**, ex-BETC Fullsix, créative émérite et primée, jurée dans de nombreux festivals, a rejoint l’agence en tant que **Chief Creative Officer** en septembre 2024 pour diriger le studio créatif.

Ensemble, ils auront la charge de diriger le quotidien de l’agence, mais aussi d’en donner les grandes directions. **Frans McCabe**, co-fondateur, prend lui un poste de Chairman tout en développant un projet IA intégré qui sera dévoilé au second semestre. **Antoine David** reste CEO et se projette sur le développement international.

Un ancrage international renforcé.

Nommé en effet, en parallèle de ses fonctions, directeur EMEA au “board” de WPI (Worldwide Partners) — le plus grand réseau d’agences indépendantes au monde, Antoine renforce les partenariats stratégiques de HOMERUN avec ses agences soeurs. Dans la foulée de pitches remportés entre autres avec LG2 (Canada), MRB (Suisse) ou Advance (Danemark), l’agence intensifie ainsi des alliances qui lui donnent accès à des expertises de pointe en branding, design, architecture commerciale, digital et data notamment. Preuve de cette accélération : HOMERUN annoncera très prochainement un rapprochement capitalistique avec un groupe indépendant international.

Nouveau site web

www.homerun.today



Film de lancement

www.homerun.today/new



Photo HD des dirigeants

www.homerun.today/boss



Vidéo “C’est quoi un homerun ?”

www.homerun.today/homerun



À propos de HOMERUN

Fondée en 2006 sous le nom de Rosbeef!, HOMERUN est une agence indépendante qui aide les marques à conjuguer innovation et communication pour gagner en pertinence culturelle. Basée à Paris et connectée au réseau international WPI, l’agence accompagne des clients comme Bel, EDF, French bee, Brasseries Kronenbourg, La Monnaie de Paris, TGV Lyria... Son approche hybride mêle conseil stratégique et excellence créative pour faire émerger des marques fortes, actuelles et rentables.

Contact Presse

Ethel Bachellerie 06 62 79 19 21
ethel.bachellerie@yahoo.fr

HOMERUN

6 bis, rue Richard Lenoir, 75011 Paris
www.homerun.today