



Lucca bouscule le monde des RH avec une nouvelle campagne de publicité qui place l'humain au cœur de la technologie RH

Avec sa signature « L'humain a de la ressource », Lucca rappelle qu'une bonne gestion RH s'appuie sur l'innovation technologique, mais ne s'en contente pas.



Paris, le 11 septembre 2023 - [Lucca](#), éditeur de solutions RH et finance annonce aujourd'hui le lancement de sa nouvelle campagne publicitaire « *L'humain a de la ressource* », développée par son agence [Steve](#).

Une campagne qui met en lumière la mission de Lucca : simplifier le quotidien des collaborateurs, managers et responsables RH tout en augmentant l'efficacité et l'engagement des équipes. L'occasion pour Lucca de rappeler sa vision : **le futur des RH est humain.**

Car si les solutions Lucca permettent d'automatiser bon nombre de tâches administratives fastidieuses et répétitives, c'est bien le collaborateur qui est au centre de sa raison d'être : concevoir des logiciels avant tout pour ceux qui les utilisent et non ceux qui les achètent.

« *Steve a su toucher juste à la fois sur le plan créa et sur le positionnement de la marque. Ils ont compris là où nous souhaitions être emmenés mais surtout comment, avec cette idée d'univers rétro-futuriste inspiré des films SF cultes des années 60. À l'heure où tout le monde parle d'IA et fantasme un futur incertain, nous avons choisi de désacraliser le sujet de façon décalée en rappelant que l'automatisation existe déjà depuis un bon petit moment. Et pour aller jusqu'au bout de la démarche du contre-pied créatif, les planches ont été réalisées à l'ancienne, c'est-à-dire dessinées et peintes à la main.* » explique Céline Bitauld, Directrice de la Communication de Lucca.

Une campagne d'affichage inspirée de la pop culture



La campagne détourne l'imagerie rétro-futuriste pour casser les codes de la communication RH traditionnelle et faire de Lucca le plus humain des logiciels RH.

« Chez Steve nous croyons au pouvoir de la pop culture pour rendre les marques plus populaires, et c'est encore plus vrai pour des marques « techniques » ou BtoB. Le rétro-futurisme parle à tout le monde et ça permet à Lucca d'émerger et de créer encore plus de liens avec ses utilisateurs » déclare **Guillaume Lartigue, co-Président et Directeur de la Création de Steve.**

Steve a fait appel à l'illustrateur britannique **Mark Thomas**, dont le travail novateur et imaginatif a capturé l'essence même de cette campagne en combinant subtilement le côté rétro futuriste et l'univers RH.

La campagne orchestrée en média par l'agence **Redpill Media** sera diffusée en affichage et TV (versions 15sec animées), à partir du 11 septembre et sera complétée par un dispositif digital.

Visuels de la campagne disponibles [via ce lien](#)

A propos de Lucca

"L'humain a de la ressource."

Créé en 2002, Lucca est un éditeur de solutions en ligne pour augmenter l'efficacité et l'engagement des collaborateurs. Les solutions Lucca résolvent les principales problématiques de gestion administrative et RH : gestion temps et activités, notes de frais, administration du personnel, entretiens annuels, ainsi que la mesure du bien-être au travail. Plus de 5000 PME/ETI françaises et internationales, comme Deezer, Michel et Augustin, Square Habitat, Gaumont-Pathé, Mazars, ou encore Pernod Ricard, ont choisi les solutions Lucca pour améliorer l'efficacité et l'engagement de leurs collaborateurs... La société Lucca compte plus de 450 salariés en France (Paris, Nantes et Marseille), en Espagne et en Suisse. Elle a connu une croissance de ses abonnements de 43% en 2022 et a levé 65 millions d'euros auprès de One Peak en série A. En février 2023, Lucca rejoint la cohorte de la French Tech 120. Plus d'informations sur: <https://www.lucca.fr>

Contacts Presse

Sophie Artonne : sophie@sophieartonneconsulting.com - 07 81 33 29 83

Nathalie Merle : nmerle@nmc-communication.com - 06 14 19 96 29