



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Avec « LIP vous réussit »,
LIP change d'identité et
accélère son développement
en France et à l'international**





Un maçon, une aide-soignante, un chauffeur poids lourd, un technicien du nucléaire ou un ingénieur ne se recrutent pas de la même manière. Chacun évolue dans un univers avec ses propres codes, ses contraintes, son vocabulaire et ses exigences.

C'est sur cette conviction que [LiP](#) a construit son modèle depuis plus de vingt ans : pour bien rapprocher une entreprise et un professionnel, encore faut-il comprendre réellement leur métier.

Le groupe indépendant d'intérim et de recrutement affiche une ambition claire : poursuivre son développement en France et à l'international pour atteindre le milliard d'euros de chiffre d'affaires à horizon 2030.



 LiP vous réussit

Une nouvelle identité pour rendre visible un modèle construit sur la spécialisation

Plus qu'un changement esthétique, cette évolution doit permettre à LIP de mieux faire comprendre ce qui structure son activité depuis sa création en 2005 : la spécialisation par métier.

Le groupe organise son activité autour de plusieurs grands univers : **BTP, dont les espaces verts ; Industrie & Nucléaire ; Transport & Logistique ; Tertiaire, Commerce & Ingénierie ; Médical & Santé, dont la petite enfance et le paramédical ; Hôtellerie & Restauration.**

Cette organisation sectorielle ne repose pas uniquement sur une segmentation commerciale. Chaque agence est spécialisée afin que ses équipes connaissent les réalités professionnelles des candidats comme celles des entreprises qui recrutent.

Le réseau s'appuie sur **des équipes implantées localement et des recruteurs concentrés sur leur univers métier.**

Le site du groupe recense aujourd'hui plus de 190 agences et décline ses activités selon ces différentes expertises.

La nouvelle identité vise ainsi à rendre plus lisible une conviction historique : **la précision doit primer sur le volume.**

Pour LIP, recruter ne consiste pas à placer le plus rapidement possible un profil disponible. Il s'agit de **comprendre suffisamment bien un poste, un environnement de travail et un parcours professionnel** pour rechercher le placement juste.

Cette approche concerne aussi bien les entreprises que les professionnels.



Notre promesse est simple : valoriser chaque métier, défendre chaque parcours. Le travail autour de la marque et son identité ne crée pas cette différence. Il la rend enfin visible.

Fabrice Faure, Fondateur et Président du Groupe LIP

« LIP vous réussit » : installer une promesse commune aux professionnels, aux entreprises et aux collaborateurs

La nouvelle signature « **LIP vous réussit** » traduit cette recherche d'une réussite partagée.

Pour un professionnel, celle-ci passe par la **possibilité d'être considéré au regard de son savoir-faire, de son expérience et des réalités de son métier.**

Pour une entreprise, elle repose sur la **capacité du recruteur à comprendre précisément son besoin et à sécuriser ses recrutements.**

Et pour les collaborateurs, c'est **synonyme de motivation, de reconnaissance pour leur ouvrir des opportunités de carrière et de parcours professionnels.**



LIP, spécialiste de l'intérim et du recrutement par secteur : nous accompagnons ceux qui travaillent et ceux qui recrutent pour réussir ensemble.



Cette signature doit progressivement s'installer dans la mémoire du grand public comme dans celle des décideurs. L'objectif est multiple :

- Développer la notoriété de LIP
- Associer plus fortement la marque à la spécialisation métier et au placement juste
- Renforcer sa préférence de marque
- Créer un lien plus direct avec les intérimaires, les candidats et les entreprises.

La nouvelle identité sera visible sur l'ensemble des points de contact du Groupe.

Le **nouveau site** est déjà en ligne. **Dès septembre 2026, une campagne de communication d'envergure** accompagne ce lancement : prise de parole dans les médias, **affichage, radio, télévision et réseaux sociaux.**

Le travail graphique engagé poursuit la même logique de simplification. Le logo conserve notamment l'éléphant associé historiquement à LIP, tout en adoptant une expression plus simple et contemporaine. Pour le groupe, ce symbole reste associé à la solidité, à la longévité et à la capacité d'avancer ensemble avec assurance.

L'humain et le digital, sans les opposer

Cette évolution de marque précise également la place accordée au digital dans le modèle LIP.

L'objectif n'est pas d'automatiser la relation entre candidats, intérimaires, recruteurs et entreprises, mais d'**utiliser les outils numériques pour fluidifier et sécuriser les différentes étapes du parcours.**

C'est pourquoi le groupe a développé LIP STAFF, sa plateforme digitale intégrée, qui regroupe trois briques : une application mobile intérimaire, un portail client et un ERP en agence. Déployée à ce jour dans les agences médical, hôtellerie-restauration et transport de voyageurs, la plateforme sera étendue progressivement à toutes les agences au premier trimestre 2027.

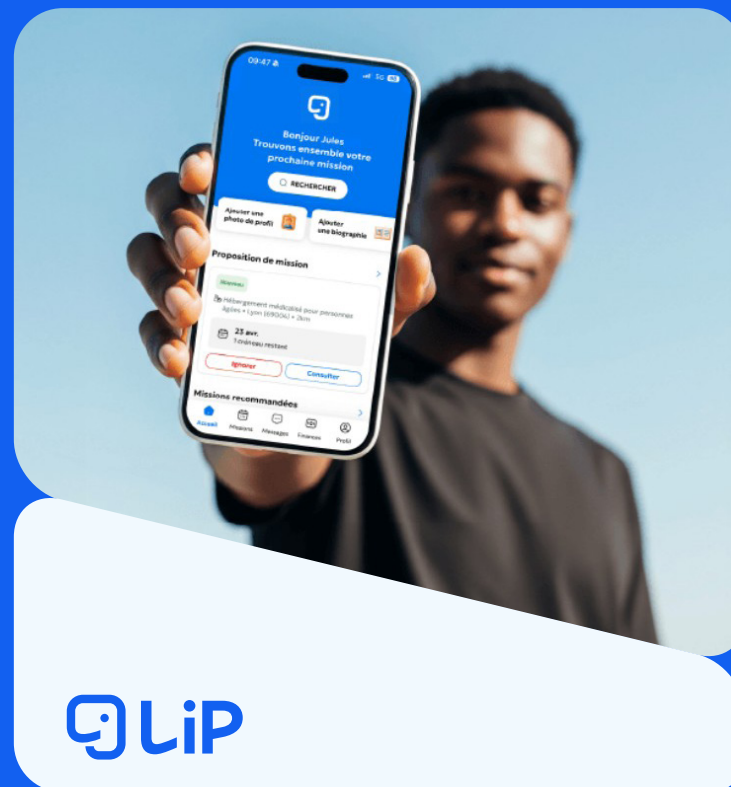
L'écoute, le conseil, la compréhension d'un métier et l'accompagnement restent portés par les équipes.

Le groupe résume cette articulation par une ligne simple : **le digital doit faciliter ; l'humain doit comprendre et accompagner.**

Cette complémentarité figure désormais explicitement parmi les principes portés par la nouvelle plateforme de marque.

Elle s'inscrit dans trois valeurs

- 1 **La confiance**
- 2 **L'ambition**
- 3 **L'esprit d'équipe.**



La confiance se traduit par la volonté de **bâtir des relations durables** avec les intérimaires qui confient leur parcours à LIP comme avec les entreprises qui lui confient leurs recrutements.

L'ambition est le moteur de la réussite. Elle **favorise la progression individuelle et collective et la reconnaissance des expertises.**

L'esprit d'équipe place enfin l'objectif commun au-dessus des individualités, avec l'idée qu'**une mission réussie résulte de la rencontre entre un professionnel engagé, une entreprise exigeante et un recruteur capable de comprendre les deux parties.**



Une identité qui accompagne une nouvelle phase de croissance

Créé en 2005 à Lyon par Fabrice Faure, LIP a franchi les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires dix ans après sa création. Le groupe a depuis poursuivi son développement tout en conservant son indépendance et son organisation autour de métiers spécialisés.

En 2026, cette croissance se poursuit en France, notamment par le renforcement de son maillage et des opérations de développement comme les acquisitions du Groupe Altitude et de VNH Resources. Ces opérations s'inscrivent dans l'objectif annoncé d'atteindre **1 milliard d'euros de chiffre d'affaires d'ici 2030**.



Le développement dépasse également le marché français. LIP indique avoir engagé **une phase d'expansion stratégique vers l'Est de l'Europe** (Croatie, Serbie, Allemagne), **avec l'intention de reproduire localement son modèle** fondé sur la spécialisation, la proximité terrain et la connaissance des métiers.

La nouvelle identité accompagne donc autant **une transformation de l'image qu'un changement d'échelle**.

Si l'image de LIP évolue, ses fondamentaux demeurent. En installant « **LIP vous réussit** », le groupe cherche à **faire connaître plus largement ce qui constitue son modèle** : des agences spécialisées, des recruteurs proches du terrain, une recherche du placement juste et une articulation entre outils digitaux et accompagnement humain. Cet engagement s'accompagne par une démarche RSE ancrée dans le terrain et les actions concrètes du quotidien.

Une manière de rendre plus visible, à l'échelle nationale puis internationale, une conviction présente depuis sa création : **connaître le métier est la première condition pour bien recruter.**



vous réussit

Pour en savoir plus

Site web

