

édito

La « Webcroissance » de la com

Mediaveille, Intuiti, Le Phare, Ouest Online, Digital Garden... Les – encore jeunes – agences web sont devenues aujourd'hui des marques à part entière, reconnues de la même façon que leurs aînées, dites « 360 ». Ce sont même elles qui affichent aujourd'hui les croissances les plus fortes – souvent à deux chiffres – et des effectifs en hausse régulière. Du côté de la Rennaise Mediaveille, les 15 M€ de chiffre d'affaires ont été atteints en 2016 et le cap de la centaine de salariés sera franchi en 2017. Des résultats spectaculaires, emblématiques d'un marché porteur pour les spécialistes de la communication digitale. Même tendance chez la Nantaise Intuiti, qui poursuit sa marche en avant : une augmentation de 21 % de son CA en 2016 et un premier semestre 2017 qui confirme la tendance, avec une hausse de 40 % par rapport à l'année précédente. Ironie de l'histoire, l'agence web a fait appel à un ancien d'Euro RSCG, Christian Collot, pour mener sa barque, sous l'oeil bienveillant d'un board piloté par les trois associés-fondateurs. Réussite du même

ordre chez Le Phare qui a parié sur l'intégration des compétences techniques avec 16 développeurs sur une équipe de 27 personnes. Dans ce marché en pleine effervescence, les spécialistes tirent également leur épingle du jeu. A Nantes, We Like Travel a connu une croissance de 40 % de son CA en 2015. L'agence dédiée au social media dans le secteur du voyage est née en 2013 et compte déjà 17 salariés. Un développement en partie lié à sa capacité de déploiement sur les marchés étrangers : des filiales en Allemagne et en Angleterre seront d'ailleurs créées dans le courant de l'année. Et les « print natives » ne sont pas en reste : Gulfstream a fait le choix de remettre au goût du jour Digital Garden fin 2015, en créant une structure à part entière et en nommant Vanessa Poirot à sa tête. La filiale 100 % digitale travaille ainsi main dans la main avec sa grande sœur globale, en prenant en charge les dossiers complexes, à base de « data » et de « PIM ». D'autres agences pourraient suivre cette idée pour profiter elles aussi de la « webcroissance » du secteur.

● En bref...

L'Ouest veut son événement « numérique » à Paris

Le Pole Métropolitain Loire Bretagne (Angers, Brest, Nantes, Rennes, Saint-Nazaire) prépare un événement qui se tiendra début 2018 à Paris, avec pour objectif de valoriser la filière numérique du Grand Ouest auprès des actifs parisiens, dans le but de recruter.

Le PMLB recherche actuellement un prestataire pour l'accompagner dans la conception, l'organisation, l'exécution de cet événement ainsi que pour la production des supports de communication qui lui sont rattachés (édition, web, médias).

Charal revoit ses fondamentaux

La marque leader de la viande en France (siège à Cholet - 49) prend un nouveau virage dans sa communication. Après quelques années concentrées sur la communication produits. La nouvelle plate-forme de marque - signée Young & Rubicam Paris - qui recentre le discours de Charal sur le plaisir essentiel, est portée par une nouvelle signature : « Vivons Fort ». Cette ligne, plus affini-

taire, sera déployée à 360° sur tous les médias, physiques et digitaux, ainsi que sur les réseaux sociaux dès le 9 juin, avec la diffusion d'un premier spot publicitaire, également présent sur grand écran du 14 juin au 11 juillet dans 274 salles. Côté affichage, Charal investira à partir du 19 juin 2970 panneaux dans toute la France et dans 101 stations du métro parisien.

Bénéteau vend ses bateaux sur Cdiscount

Bénéteau (85) teste depuis le 17 mai une nouvelle approche de vente en ligne de ses plus petites unités hors-bord, en proposant sur le 'hub nautisme' de Cdiscount 15 Flyer 5.5 SUN-deck à un prix d'appel. Pour Bénéteau, l'exercice pourrait ainsi permettre de toucher une nouvelle typologie de clients constituée essentiellement de particuliers coutumiers de la démarche d'achat en ligne et potentiellement primo-acquérents. Du côté de Cdiscount, cette initiative permet d'étoffer et de valoriser son 'hub nautisme' créé fin 2016 avec une offre de bateau de marque premium, prêt à naviguer. Dans ce dispositif, les concessionnaires Bénéteau restent les interlocuteurs physiques des clients en finalisant la transaction.



#emploi #communication #rennes @Agence_SAU-VAGES recherche 1 CDD web designer UX/UI (H/F) sur Rennes



#Medias #TV Le Vendéen AMP Visual TV rachète les plateaux d'Euromedia et crée « Studios de France »



#emploi #communication #bretagne @bureau-2presse recherche un(e) attaché(e) de Presse (H/F) sur Rennes

Vannes. Arka Studio en croissance

Spécialiste de l'image 3D, Arka Studio (siège à Vannes) connaît une forte progression de son activité. La structure, qui affichait un CA de 2,8 M€ en 2016 contre 1,9 l'année précédente, a profité de la reprise du marché immobilier, qui constitue l'essentiel de sa clientèle. L'entreprise collabore avec la plupart des promoteurs immobiliers - régionaux et nationaux - et réalise pour eux maquettes 3D, illustrations, films 3D, visites virtuelles, sites internet... La structure a également développé, via son pôle R&D, un « configurateur d'appartement » disponible sur le web, qui permet aux futurs propriétaires de choisir les différents aménagements (sols, murs...) de leur bien, une solution adoptée notamment par Bouygues Immobilier. Créé en 1992 par Ludovic Oger, Arka Studio est implanté à Vannes, Cesson-Sévigné et Saint-Herblain. La structure compte 46 personnes.

● En bref...

Digital and Co avance vite

Créée en 2013 à Saint-Nazaire par Sandra Retailleau, l'agence de webmarketing Digital and Co a bouclé son exercice 2016 sur un CA de 1 M€. Une progression très rapide, à l'image des belles réussites de ses consoeurs de l'Ouest. L'agence compte aujourd'hui 9 personnes après les recrutements d'Aurélien Bonnet (ex - Ogilvy) et de Teddy Balair, passé par Mediaveille. Digital and Co accompagne des acteurs régionaux comme Wesco (siège près de Niort - Puériculture), Mondial Box (self stockage - siège à Ancenis - 44), ou encore www.autos.fr (groupe Distinxion - Saint-Herblain). A noter que l'agence organisera la deuxième édition de sa « Baby Foot Cup » le 14 septembre à Saint-Nazaire, dans le cadre de la Digital Week.

Avec CAPA, CAP Image monte en gamme

Après son entrée dans le giron du groupe parisien CAPA en début d'année, Cap Image, rebaptisée CAPA Event (siège à Saint-Nazaire), est résolument « monté en gamme », selon Jean-Yves Couëffé, son directeur général délégué : « Le groupe CAPA nous a apporté une vraie plus value au niveau de l'écriture et de l'éditorial, ce qui permet d'enrichir encore un peu plus nos événements. Nous travaillons main dans la main avec le département corporate de CAPA et son directeur, Jacques Morel. » Un travail en binôme qui sera visible notamment lors du prochain Congrès des Notaires (client historique de l'agence) qui

se déroulera en septembre à Lille. CAPA Event orchestre également le « Banque Pop Tour » pour le compte de la Banque Populaire Atlantique : une série de 6 soirées musicales dans l'Ouest (La Baule, Quimper, Nantes, Trélazé, La Roche sur Yon, Lorient) offertes aux sociétaires de la Banque. A la recherche de nouvelles formes d'événements, l'agence innove à travers son « Lab », au sein duquel elle fait intervenir des start-up. L'agence a notamment mis sur pieds un événement pour Soregor (expertise comptable) qui se déroulera au même moment dans 3 villes différentes.

L'Agence Type, nouvelle structure au Mans

Depuis 2012 à la tête de son studio graphique au Mans, Chloé Bergerat vient de créer l'Agence Type (SARL). Elle s'entoure pour l'occasion d'un chef de projet, Jean-Philippe Pedret, et d'une graphiste, Estelle Pannier, dans ses locaux mancaux. « Une nouvelle identité qui donne lieu à de nouveaux supports et un positionnement plus clair en communication globale », selon l'agence



#Nantes. L'asso France Vélo Tourisme cherche un prestataire pour la conception de sa nouvelle plateforme web



#Nantes Moswo accompagne le lancement de Livli (groupe Soregor)



#Appel d'offres. Le Centre Hospitalier Loire Vendée Océan cherche une agence pour Audit / Accompagnement strat de com

Nantes. Peppermint s'installe chez Augural / Strateo

Après différentes expériences en agence et en freelance, Cécile Tasquer (ex - Nobilito), Sophie Langlois (ex - The Links) et David Mahé (DA Freelance) créent l'agence Peppermint à Nantes.

La société a officiellement été constituée en mars dernier et est actuellement « incubée » au sein des bureaux de l'agence Augural / Strateo.

• Décryptage

Retail.

L'innovation dans tous les rayons

Annoncée il y a quelques mois, l'innovation du chausseur Eram (49) baptisée « Atelier 27 » fait ses premiers pas auprès du grand public à Nantes les 16 et 17 juin, dans sa boutique de la rue Guépin. Cette nouveauté dans l'univers du retail propose aux clientes de personnaliser leurs paires de chaussures via la technologie de l'imprimante 3D. Pour mener à bien ce projet, Eram s'est associé avec l'agence de design Unistudio et la start-up Neuronal Motion, toutes deux basées à Lille.

Le principe : à partir du modèle de base (une sandale à talon, en cuir bleu irisé), la cliente choisit via le configurateur parmi deux largeurs de talons, quinze couleurs et matières (pailletée, phosphorescente dans l'obscurité...) et une vingtaine de motifs (imprimés, reliefs, rayures, etc...), laissant la possibilité de créer plus de 500 combinaisons différentes, et à terme plusieurs milliers.

Toujours dans le groupe Eram, la marque Gémoo teste quant à elle Wiigo, un robot chariot qui assiste les clients en portant leur shopping à leur place. Cette pépite technologique intègre

notamment des capteurs infrarouges qui lui permettent de se déplacer et de suivre le client avec fluidité. L'enseigne collabore également avec des start-up, notamment Askanna, qui, grâce à une tablette fixe en cabine et en mobilité pour les conseillères mode, permet de se prendre en photo et de poser une question à une communauté qui répond en temps réel.

Avec ces innovations, les retailers n'ont cessé de pousser un peu plus loin le bouchon de l'originalité, afin de surprendre leurs clients et se différencier de la concurrence. Reste à savoir si les tests seront concluants pour un déploiement global

Dans un style plus classique, l'affichage dynamique en boutique poursuit sa marche en avant : Saga Cosmetics (44) vient d'équiper une quinzaine de ses boutiques de totems multi-écrans placés en vitrine et d'écrans situés au-dessus des linéaires. Accompagnée par Caméléon (Marketing point de vente – Saint Herblain), l'enseigne relaie ainsi des messages promotionnels et la mise en avant de produits, le tout géré par un logiciel de diffusion.

Com & Médias.

Prochains rendez-vous

7 juillet 2017

Grand Prix Com&Médias. Les prix récompensant les meilleures campagnes de l'année seront remis lors d'une cérémonie au Château des Ducs de Bretagne, devant 200 invités.

www.cometmedias.com/grandprix2017

Octobre 2017

Com&Médias prépare la 9ème édition du Guide de la com de l'Ouest (Bretagne - Pays de la Loire). Il sera diffusé en octobre prochain (3000 ex) auprès des décideurs com de l'ouest, des réseaux professionnels et sur de nombreux salons et événements.

Plus d'infos :
Stéphanie Durand
s.durand@cometmedias.com
02 30 09 04 12

3 octobre 2017

3ème édition de la Matinale XXL à Nantes. Au programme : 12 ateliers com / marketing de 30 minutes, espace démo...

<https://www.cometmedias.com/matinaleXXL/>

Rejoignez la communauté !

Infos, recrutements, appels d'offres, événements...

Nouvelle offre...

Com & Médias