

Une agence « drôlement sérieuse »

Depuis 2001, l'agence de com' Mediapilote, créée à Cholet par Pierre Rochouane, a fait des petits...

Fabien LEDUC

fabien.leduc@courrier-ouest.com

L'image de Cholet Basket est entre leur main, tout comme celle d'une trentaine de partenaires du club. Des réseaux sociaux d'Hexa au logo du groupe automobile Jean Rouyer en passant par les catalogues Terre de Marins ou la communication de Nantes Métropole, Mediapilote Cholet soigne l'image et la popularité des « marques ». Les prestations varient d'un client à l'autre. Certains souhaitent créer un site d'e-commerce, se faire connaître sur les réseaux sociaux, envoyer une newsletter, réaliser une brochure ou être mieux référencé sur les moteurs de recherche.

L'agence, qui compte environ 250 clients « à 80 % choletais », est composée de 11 collaborateurs : community manager, web designer, directeur artistique, développeur, Intégrateur, responsables clientèles... « Nous n'étions que six ou sept quand je suis arrivée en 2008 et nous recherchons actuellement un directeur artistique et un intégrateur pour renforcer l'équipe » précise Sabrina Fontaine, directrice conseil et gérante de l'agence choletaise. Les chiffres d'affaires parlent pour elle : l'exercice 2012/2013 pèse 1,025 million d'euros contre 450 000 € il y a six ans.

« Une réponse humaine et professionnelle »

« On aurait pu faire grandir Cholet à 30, 40 ou 50 personnes mais on voulait garder une agence à taille humaine et grandir avec les petites entreprises qui nous font confiance » ajoute la Saumuroise qui a rejoint la barque Mediapilote, devenue paquebot, après huit années dans une agence nantaise. « J'ai appris ce que je ne voulais pas faire en matière de management », assène la jeune femme de 37 ans. Contrairement aux « grosses agences », Mediapilote s'ouvre à tous



Cholet, rue de Terre-Neuve, parc de l'Écuyère, 29 décembre. Une partie de l'équipe qui devrait bientôt s'étoffer...

les secteurs d'activité et à toutes les tailles d'entreprises : « Nous préférons capitaliser sur une multitude de clients plutôt que quelques gros clients, on assure un suivi de clientèle et on essaye de mesurer leur retour sur investissement quand c'est possible... » Pragmatique, lorsque les demandes d'un client l'exigent, le réseau Mediapilote forme une équipe en puisant dans les compétences des différentes agences : « Nous offrons la meilleure réponse à nos clients, humaine et professionnelle ». Et si une relation avec

un client ne se révèle « pas respectueuse et pas enrichissante », Sabrina Fontaine n'hésitera pas à éconduire l'indélicat. « Remise en question et humilité » priment dans cette entreprise « en mode agile » selon la directrice, évoquant le réseau social d'entreprise interne, l'implication des associés dans des commissions « qui profitent à tous » ou encore « les formations continues, les entretiens et les stages de développement personnel annuels ». Adossé à un logo rouge qui rappelle graphiquement le logo bleu de

Google +, leur nouveau slogan est accrocheur : « L'agence drôlement sérieuse ». Pierre Rochouane, président du directoire de la holding Mediapilote (lire aussi ci-dessous), montre d'ailleurs l'exemple en se mettant en scène avec auto dérision et cette promesse : « La seule chose avec laquelle on ne plaisante pas, c'est le résultat. »

La holding choletaise en croissance continue



La directrice conseil de l'agence de Cholet est aussi associée fondatrice de la holding.

Mediapilote est née en 2001, sous l'impulsion du Choletais Pierre Rochouane.

« C'était l'explosion de l'internet mais déjà, il s'est dit que pour ne pas mourir, il devait mettre en place un logiciel qui permette au client de gérer lui-même la mise en ligne des corrections et des contenus qui prennent beaucoup de temps dans le cas contraire » explique Sabrina Fontaine, associée au projet en 2008. Cette solution permet au client de conserver son historique au fil des mises à jour sans avoir à réinvestir dans un nouveau site. Une stratégie gagnante puisqu'en 2010, Mediapilote devient une holding et les agences de Cholet et

d'Angers des SARL. « Après diverses créations, fusion acquisition et rachats, le réseau compte aujourd'hui 11 agences » ajoute la directrice conseil de l'agence de Cholet, par ailleurs responsable de la commission communication du réseau. Après Rennes, Laval et Le Mans en 2011 d'abord, puis Vannes l'année suivante, La Roche-sur-Yon fin 2013, Nantes début 2014 et, il y a un mois, La Rochelle a précédé le rachat de Trademark. Cette société spécialisée en promotion des ventes est basée à Caen et réalise avec ses 10 salariés un million d'euros de chiffres d'affaires. Elle devrait, avec les bureaux de Montpellier et Paris, devenir la 12^e agence de la holding.

Près de 65 collaborateurs

Avec cette acquisition, ce réseau d'agences devrait démarrer la nouvelle année avec près de 65 collaborateurs. Pierre Rochouane, président du directoire, devrait donc aussi voir son chiffre d'affaires gonfler plus encore. Sur l'exercice 2013/2014, Mediapilote affichait un chiffre d'affaires de 3,3 millions d'euros, en hausse de 12 %. Déjà, son exercice 2012-2013 affichait une croissance de 20 % avec un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros, contre 2,5 millions d'euros pour l'exercice précédent... Cette croissance est continue depuis la création de la holding.

► Talent. Ils sont « drôlement sérieux »

L'agence de communication Mediapilote, née en 2001 sous l'impulsion du Choletais Pierre Rochouane et spécialisée dans les supports internet, compte une douzaine d'adresses. Après avoir notamment créé, fusionné ou racheté à Angers, Nantes, Rennes et Le Mans, la holding étend depuis la fin de l'année 2014 son « territoire » jusqu'à La Rochelle et Caen. Avec cette dernière acquisition, ce réseau d'agences démarquera l'année avec près de 65 collaborateurs, une croissance à deux chiffres et un nouveau slogan : « L'agence drôlement sérieuse ».



Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 14 janvier 2015

