



MEDIAPILOTE SE PRÉPARE À UN NOUVEAU DÉCOLLAGE

L'agence de communication Mediapilote, créée à Cholet, est aujourd'hui présente dans tout le Grand Ouest, à Paris et dans les Hauts-de-France. Avec 140 personnes, elle veut continuer son développement et mailler le territoire national en conservant proximité et réactivité.

Déjà présente dans le Grand Ouest, les Hauts-de-France et à Paris, la société de communication Mediapilote, basée à Cholet, s'est fixé pour objectif d'être présente dans les deux tiers de l'Hexagone d'ici fin 2022. Un plan de trois ans pour créer de nouvelles agences ou intégrer des structures existantes. « En 2013, le premier plan consistait à devenir 10 agences, puis le second à ne faire qu'un avec une culture d'entreprise commune, complète Pierre Rochouane, président et fondateur de Mediapilote. Ensuite, il s'agissait d'atteindre la maturité avec davantage d'outils et de compé-

tences, de bâtir un réseau de proximité, à moins de 40 minutes de nos clients, avec une offre s'appuyant sur toutes les compétences des collaborateurs du groupe et au besoin de celles d'indépendants. Par exemple, dans les agences de Saint-Nazaire et Paris, des gens sont spécialisés dans les relations presse et on peut faire appel à eux dans tout le réseau. » Un réseau fort aujourd'hui de 140 personnes dans 21 agences, chacune étant indépendante et liée par le capital à une société centrale, la SAM Mediapilote. « Le holding compte une vingtaine d'actionnaires, précise Pierre Rochouane, et on peut

l'intégrer lorsqu'on crée son agence ou que l'on rejoint le groupe. 40 % des agences qui nous ont rejoints, dans le cadre d'une succession ou pour s'adosser à une structure plus importante, avaient plus de 20 ans d'expérience. Certaines ont gardé leur nom et le plus souvent, le dirigeant est resté en place. »

COUVRIR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Avec 12 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019, Mediapilote, dont la première agence a ouvert en 2001 à Cholet, travaille à 80 % pour des PME de tous secteurs, de l'industrie à l'agroalimentaire en passant par les banques, les mutuelles ou les assurances. La société compte aussi un volet de clients institutionnels et a développé quatre marques correspondant à quatre métiers : conseil en communication, plans média et web marketing, vidéo et événementiel et études marketing. « Dans notre secteur, une trentaine de métiers se sont créés ces dernières années et nous intégrons toujours de nouvelles compétences pour mettre en œuvre tous les types de communication, ajoute Pierre Rochouane. À 20 millions d'euros de chiffre d'affaires, nous devrions avoir couvert le territoire français. Nous intégrerons aussi d'autres métiers, comme la signalétique, la construction de stands ou encore la photo. »

Pour lancer son nouveau plan de trois ans, Mediapilote veut maintenant se consolider : la société centrale va se doter d'une nouvelle identité, un cabinet l'accompagne dans son développement, 100 000 euros ont été investis dans le coaching des managers et une « directrice du capital humain » a été recrutée. « Parallèlement, nous allons développer d'autres marques pour d'autres services, complète Pierre Rochouane, et nous voulons aussi renforcer l'unité entre nos différentes agences. Notre modèle, c'est la proximité, grâce à 140 personnes potentiellement mobilisables. Nous misons beaucoup sur cette intelligence collective. »

Olivier Hamard

Le Journal des Entreprises-Mars 2020



NOUVELLE SAISON,
NOUVEAU
REBOND!
#CBFAMILY

