



## Le nouveau nom et les ambitions de Mediapilote

Changer de nom, ce n'est pas qu'une affaire de communication. Enfin, c'est ce que croit Thierry Duchon, directeur général de Copylot, la nouvelle maison mère des agences de communication Mediapilote, marque fondée à Cholet. Appelée jusqu'ici SAM, pour Société anonyme Mediapilote, la holding adopte une nouvelle dénomination depuis le mois d'octobre pour rassembler sous un même étendard l'ensemble de ses marques associées.

Car, depuis cinq ans, le groupe s'est étoffé, avec les créations de Odiens (conseil média et web marketing), Evidens (études de marchés), Sequens (communication audiovisuelle) et, le dernier né, Frennly (conseil en transformation digitale).

« S'appeler SAM n'avait plus de sens. On a voulu renommer la structure pour lui conférer une existence propre », pointe Thierry Duchon. Il affirme que « la réalité du groupe a devancé ce changement de nom ». La transformation ne devrait pas avoir de conséquences d'un point de vue organisationnel.

Une nouvelle étape, donc, dans la vie de cette entreprise dont la première agence a ouvert en 2001, à Cholet. La toile du réseau s'est ensuite étendue à Angers, puis à Laval, Rennes ou encore Nantes, en absorbant des agences de communication indépendantes ou en créant de nouvelles entités. Le groupe compte aujourd'hui 21 agences implantées principalement dans le Grand Ouest, de la Vendée à la Normandie. « De plus en plus d'agences nous rejoignent. C'est difficile aujourd'hui d'être indépendant. C'est presque une question de survie de se mettre en réseau », assure Thierry Duchon.

Mediapilote s'est spécialisée depuis son origine dans la communication sur Internet. « Au début, il suffisait d'y être. Désormais, il faut être trouvé », sourit Thierry Duchon, parmi les fondateurs de la société.

Le Mayennais de 54 ans se targue de



Thierry Duchon est directeur général de Copylot, la nouvelle entité regroupant Mediapilote et ses marques associées.

rassembler dans le même groupe, au travers de ses 140 salariés, tous les métiers de la communication : des directeurs artistiques, des planneurs stratégiques, des graphistes, des développeurs web, des chargés d'études marketing, etc. « Pour faire un site internet qui donne des résultats, il faut une quinzaine de métiers. Aucune agence n'a tout cela », souligne-t-il.

### Atteindre les 1 000 salariés

Et c'est là que réside la force de Copylot, d'après lui : associer un maillage territorial fin garantissant une proximité avec la clientèle, à une expertise digne des grands groupes, en s'appuyant sur les compétences spécifiques à chaque agence, comme celle de Cholet, où les salariés de Mediapilote ont l'habitude de travailler avec des entreprises du secteur de la mode. « Environ un tiers de nos dossiers est traité par deux ou trois agences ensemble », compte le directeur général.

Entre juin 2019 et juin 2020, l'entreprise a enregistré une croissance de 20 % de son chiffre d'affaires, malgré les crises sanitaire et économique. Ses dirigeants se tournent désormais vers le Finistère, les Deux-Sè-

vres et l'ancienne Basse-Normandie où ils cherchent à s'implanter. Copylot nourrit de grandes ambitions en espérant atteindre les 1 000 salariés en 2030, avec toujours pour mot d'ordre d'être « la plus experte des agences de communication de proximité ».

Hugo BOSSARD

### À SAVOIR

#### Une marque née à Cholet en 2001

L'agence Mediapilote de Cholet, située zone de l'Écuyère, est historiquement la première du réseau à avoir vu le jour, fondée en 2001. Elle est aujourd'hui dirigée par Sabrina Fontaine et compte 11 salariés répartis en trois pôles : le conseil client, la direction artistique et la création web. L'agence travaille avec des PME et des grands groupes du Choletais, notamment du secteur de la mode.

Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 14 octobre 2020



**PLAYSIR AGAIN !**  
LE PLAISIR DE SE RETROUVER



#CBFAMILY