

TÊTES DE COM

Margot Bertrand arrive chez Maatch. Âgée de 24 ans, la jeune femme intègre l'agence après y avoir effectué son alternance. Par ailleurs, l'agence de RP lyonnaise vient d'intégrer le traiteur Serge Magner à ses clients.

TÊTES DE COM

Léa Humbert intègre Nouveau Monde. Elle est responsable du développement au sein de l'agence lyonnaise. Elle occupait un poste similaire chez Insign.

Matthieu Nédey rejoint Strada Marketing. Il devient directeur artistique au sein du pôle stratégie et développement de l'agence de marketing opérationnelle lyonnaise. Il était précédemment à la tête de son propre studio de création graphique Kuki.

Julie Briand revient chez Saatchi et Saatchi. L'ex-attachée de presse de Géraldine Musnier retrouve l'agence pour laquelle elle avait déjà travaillé entre 2005 et 2007. Elle a entre temps œuvré pour Actitudes, Cision ou encore la CNR.

ÇA CHANGE

L'agence roannaise C comme Com devient Éditions les 3 du Duo. Axel Plasse a dû plier sous les injonctions d'une agence parisienne du même nom. La structure roannaise édite notamment le bimestriel gratuit *Le Bruit qui court en Roannais* (15 000 ex.).

IDENTITÉ VISUELLE

Clermont Auvergne Tourisme change d'image. La marque de promotion touristique vient de dévoiler sa nouvelle identité visuelle. Elle est signée de l'agence clermontoise Médiafix.



Webmedia RM évolue vers la communication globale

« Je veux me diversifier en devenant une agence de communication », explique Rémy Masse, le dirigeant de WebMedia RM à Saint-Chamond.

L'entreprise est spécialisée dans l'acquisition de trafic, notoriété, emailing, SEA, jeux-concours et labellisée Google Partner. Pourquoi ? « En étant capable d'intervenir sur les achats print, télé etc., nous pourrions proposer des plans média multicanaux et avoir ainsi accès à des clients de taille plus importante. »

Si le groupe de Rémy Masse travaille déjà pour TF1, le Crédit Agricole, Voyage Privé, etc., il fait néanmoins l'essentiel de son chiffre d'affaires avec des PME. Pour aller plus vite, une croissance externe est envisagée dans les 3 ans. « Racheter une agence de la région nous permettrait d'asseoir beaucoup plus rapidement notre portefeuille clients. »

De Nice à Saint-Chamond. WebMedia RM compte 20 salariés pour un CA annoncé à 3,5 M€ en 2017 et prévu à 5 M€ en 2018.

La société a été créée à Nice puis déplacée en 2012 dans la Loire, département d'origine de Rémy Masse. « Je voulais revenir dans la région. Saint-Chamond m'a fait



une offre intéressante sur le parc Novaciéries. »

L'agence appartient au groupe PHVRM, un ensemble d'une dizaine de sociétés appartenant toutes au même dirigeant et œuvrant dans le web marketing. « Le groupe a grossi au fil des diversifications, avec de nouveaux actionnaires pour chacune. » WebMedia RM est désormais une des têtes de pont de PHVRM.

Rachat à Lyon. Elle s'est développée de façon importante en juin dernier, avec le rachat de

l'agence lyonnaise FL Interactive (10 salariés ; CA : 1,5 M€). « Cette agence était positionnée depuis dix ans sur des métiers similaires, notamment l'affiliation et les jeux-concours. Cette acquisition a représenté un investissement lourd, autofinancé, mais elle nous a permis d'avancer vite. » Si FL Interactive a retenu l'attention de Rémy Masse, c'est aussi parce qu'elle fonctionne exclusivement avec une rémunération à la performance. Une pratique que le groupe de Rémy Masse a adoptée depuis sa création. ✦

PHVRM. Siège : Saint-Chamond | Effectif : 55 salariés | CA 2017 : 11 M€

CliQéo génère du business pour les TPE et libéraux

Les artisans, les commerçants, les professions paramédicales... ont besoin d'une visibilité locale. Mais les agences s'intéressent peu à ces clients aux faibles budgets. C'est pourtant le choix de CliQéo.

4 000 clients. L'agence parisienne, créée en 2012, leur propose une offre de web marketing dédiée, bâtie autour de la

création d'un site vitrine, d'une stratégie de référencement et d'un suivi des performances. Elle compte 4 000 clients en France. L'offre d'entrée de gamme est à 180 €/mois.

En septembre dernier, CliQéo (90 personnes et 5,4 M€ de CA) a ouvert un bureau à Lyon. Un directeur de zone et 5 commerciaux couvrent le marché régional et ont signé une cin-

quantaine de clients. Avec une certaine efficacité. Parmi eux, le magasin d'accessoires automobiles Silver Auto a enregistré 74 appels et 37 clics sur son onglet boutique sur 30 jours.

Un vitrier-serrurier villeurbannais comptabilise 27 appels sur un mois et l'avocat en droit pénal Benoît Courtin s'est hissé en 2^e position sur Google MyBusiness et a reçu 62 appels. ✦