

## CLAP DE FIN

**Jamond et associés a été liquidée.** Fin de partie pour la société lyonnaise, connue sous la marque Hautefeuille. Elle avait été placée en redressement judiciaire en février 2016.

## RÉALISATIONS

**Carré Noir pour CFG Bank.** L'agence de design (groupe Publicis) a refondu la plateforme de marque de la banque d'affaire. CFG Groupe devient ainsi CFG Bank et adopte la signature :

« Un signe, une exigence ». Diplomatic Cover déploie le dispositif digital et réalise la campagne de lancement.

## E-magineurs pour Bouygues Construction.

Pour promouvoir la nouvelle signature de la marque « Shaping in a better life », l'agence a conçu un spot digital. Les habitants de plusieurs continents sont mis en scène en train de dessiner les ouvrages réalisés par le groupe (la Philharmonie de Paris, le Pont Hong Kong-Zhuhai-Macao...). Réalisateur : Rafael Ferré Sentis

## Phasme crée le visuel de « Vagabondages théâtre ».



Il s'agit d'un nouveau client pour l'agence, un spectacle de théâtre à la Maison Ferber, à Caluire (69). Le public déambulera à l'extérieur et à l'intérieur de la maison où il découvrira des formes théâtrales. Pour appuyer le côté ludique de la représentation, Phasme a misé sur un visuel très coloré où l'on découvre la maison Ferber.

# Ecedi L'agence web qui développe des plateformes d'intérêt général

Chaque année, plusieurs millions de Français font des dons en ligne durant la soirée du Téléthon. Ces transactions sont gérées par Ecedi. Depuis 15 ans, cette web agence basée à Paris et Grenoble s'est forgée une solide réputation dans le monde associatif (65 % de son CA) et le secteur public (30 % du CA). Ecedi aime les logiciels novateurs. « Quand nous nous sommes lancés, il n'existait rien pour gérer le contenu d'un site de manière automatisée comme WordPress. Nous avons donc mis au point notre propre logiciel », explique Sylvain Bruyas, le directeur technique. Ecedi a aussi développé un outil de collecte en ligne, E-Donate. Il est utilisé par ses clients historiques : Amnesty International, Sidaction, l'UNESCO, Vaincre la mucoviscidose...

**Secteur public.** Créée à Paris en 2001, Ecedi a ouvert à Grenoble 10 ans plus tard. Le directeur d'Ecedi, Mathieu Delemme, originaire de Voiron (38) voulait s'investir en Rhône-Alpes. Depuis, Ecedi a collaboré avec la Région pour qui elle a conçu le site « Je crée en Rhône-Alpes ». Côté national, l'agence a gagné la Société du Grand Paris pour qui elle a déployé sa plateforme participative, Dialoguons.fr. Elle permet aux citoyens de poser des



**Audrey Buffières (à droite) pilote la stratégie de l'agence grenobloise aux côtés de Sylvain Bruyas, qui se présente comme un architecte technique.**

questions en ligne, de recueillir des statistiques.

En œuvrant dans l'intérêt général, l'agence a conçu une solution d'accessibilité des sites web pour les personnes handicapées. Une obligation pour les sites publics. « Elle comprend des lecteurs vocaux, une protection des données des utilisateurs, des pages plus rapides à charger... », souligne Sylvain Bruyas. Peu à peu, Ecedi élargit ses compétences au secteur privé avec des clients comme Lonely Planet ou Nivéa (sites vitrines).

**Open source.** Toutes les solutions de l'agence sont développées en open source. « Cette démarche nous correspond, toute une communauté de développeurs fait évoluer nos logiciels », souligne Audrey Buffières, la directrice conseil.

Dans la même logique, Ecedi a créé le Collectif Plus qui rassemble une vingtaine d'experts : des UX designers, des pros de Google Analytics et du SEO, etc. Chaque semaine, un membre vient partager sa compétence.

✦ MM

**Ecedi.** Siège : Paris (25 salariés), une agence à Grenoble (10 salariés) | CA 2015 annoncé : 3,4 M€ | CA 2014 : 3 M€ | RN 2014 : 177,4 K€.

## Groupe Kosmoss parie sur le design thinking

Nouveau départ pour l'agence de design stéphanoise Studio Qooq. Elle s'est associée avec l'entrepreneur Julien Legat pour créer l'agence Kosmoss (cinq permanents). Celle-ci ne proposera plus seulement du design, mais aussi du conseil stratégique.

Kosmoss se positionne dans la tendance du design thinking, qui consiste à utiliser les outils des designers pour résoudre des problématiques stratégiques ou

d'innovation plus larges. Un positionnement que justifie Sylvain Vallier, le dirigeant de Kosmoss : « Trop souvent, les annonceurs se préoccupent de design au dernier moment, en toute fin de la création du produit. C'est ce que j'appelle le design du dernier kilomètre. »

### Label Observateur design.

L'agence a élargi son volant de compétences en constituant un réseau de spécialistes (webmar-

keting, production de contenu...). Des partenariats vont être noués avec des acteurs des ressources humaines.

Kosmoss aimerait séduire des clients de plus grande taille, notamment des ETI. L'entreprise, qui dispose depuis quelques mois d'un bureau à Lyon, a déjà travaillé avec Thalès Angénieux, Dodie et Grosfillex. Elle a obtenu un label Observateur design 2016 pour la création de la nouvelle ligne de bagagerie Obut. ✦