

Pub Avenue. Le big bang de l'agence de communication roannaise

● **COMMUNICATION.** Le fournisseur d'objets publicitaires en BtoB, Pub Avenue, refond entièrement sa stratégie de développement. Avec la constitution de deux pôles en France, à Roanne et à Caudry dans le Nord, et le recrutement d'une dizaine de salariés sur la Loire, Pub Avenue se prépare au décollage et vise un chiffre d'affaires de 5 M€ en 2021 contre 1,4 M€ en 2015.

« Aujourd'hui, nous sommes prêts. Nous avons su gérer tranquillement notre développement depuis la création, nous avons su constituer des fonds propres solides (400.000€ de fonds propres actuellement NDLR). Nous pouvons maintenant appuyer sur l'accélérateur ».

Et pour accélérer, c'est toute l'organisation de son entreprise qu'Eric Rosier a décidé de repenser. Il avait créé Pub Avenue (baptisée APS à l'époque) en 2005 à Caudry dans le département du Nord. Positionné sur le négoce d'objets publicitaires, il avait rapidement monté son

propre atelier de marquage. Atelier qui s'est étoffé au fil des années, jusqu'à maîtriser l'ensemble des techniques de marquage, sauf la broderie. Lacune comblée dès 2013/2014 avec la création d'une agence à Roanne équipée d'un atelier de broderie. En 2015, Pub Avenue lance son site e-commerce, désormais unique vecteur de commercialisation. « Nous réalisons beaucoup de petites commandes. Il devenait difficile de gérer deux sites de fabrication, avec des navettes des produits entre les deux unités ».

Investissement d'un million d'euros



« Nous n'avions pas le temps, nous n'étions pas structurés jusqu'ici pour répondre à toutes les demandes de devis », reconnaît Eric Rosier.

Eric Rosier, installé à Roanne avec sa famille, a donc choisi de réorganiser sa société. Avec un pôle développement/marketing/commercialisation à

Roanne et une usine de fabrication à Caudry. Pour ce premier pôle, en cours de constitution, Pub Avenue vient d'emmenager dans 200 m² de bureaux à

Roanne. Dix emplois sont en cours de recrutement (graphistes et commerciaux). « Nous travaillons uniquement via notre site. 100% de nos

clients sont entrants mais j'estime que 40% ne sont pas satisfaits. Nous n'avions pas le temps, nous n'étions pas structurés jusqu'ici pour répondre à toutes les demandes de devis alors nous faisons un tri parmi les plus intéressants. 40%! Cela laisse une belle marge de progression... », reconnaît Eric Rosier. Le siège social et tout l'administratif ont été ramenés sur le Nord de la Loire.

Le deuxième pôle, à Caudry, destiné à la fabrication, bénéficiera dès octobre prochain d'une nouvelle usine. Au total, 1 M€ est investi dans ces opérations, dont 75% par financements bancaires. Le reste étant porté par la PME en autofinancement.

« Nous sommes en cours de finalisation de notre organisation. Nous pouvons maintenant viser les 5 M€ de chiffre d'affaires pour 2021... Nous allons exploiter correctement notre potentiel, travailler notre référencement, développer notre site. Tout est possible désormais », s'enthousiasme le dirigeant.

Stéphanie Gallo

PUB AVENUE

(Roanne)
Dirigeant : Eric Rosier
20 salariés
CA 2015 : 1,4 M€
www.pubavenue.com

● PROFIL

Jean-Yves Ponce. Booster la mémoire de votre PME



« Booster votre mémoire, booster votre entreprise ». Tel est l'intitulé de la formation proposée par Jean-Yves Ponce, expert en technique de mémorisation, qui a fait récemment un passage remarqué dans l'émission de TF1, Les Extraordinaires.

« Petit, j'avais une bonne mémoire ce qui me permettait de ne pas trop bosser à l'école et à la maison. Il me suffisait d'écouter en classe. Mais à partir de la quatrième, cela n'a plus suffi et j'ai commencé à décrocher ». Âgé de 37 ans, Jean-Yves Ponce a depuis palier ses lacunes. Mieux, il est passé maître dans l'art de la mémoire. Titulaire d'un Bac Pro en vente et d'un BTS assistant de direction, celui qui officie depuis 2001 comme documentaliste à l'École Supérieure d'Art et Design de Saint-Étienne, a commencé à s'intéresser aux techniques de mémorisation à partir de 2009, « suite à un documentaire de la BBC sur le champion de la mémoire Andy Bell ».

Trois ans plus tard, fort de nombreuses lectures sur le sujet, Jean-Yves Ponce met au point sa propre technique de mémorisation, synthèse des différentes méthodes étudiées à travers le monde. « Cette boîte à outils pour mémoriser tous types d'informations », il décide d'en faire un ouvrage "Napoléon Joue de la cornemuse dans un bus". Boudé par les maisons d'éditions, le livre sort finalement en édition à la demande. « Depuis, j'en ai vendu plus de 10.000 exemplaires via mon blog Potion de vie et Amazon », précise l'intéressé. Profitant de sa notoriété grimpante, le documentaliste à la mémoire extraordinaire a donc décidé de proposer ses services aux entreprises via une formation d'une journée. « Un service client pour qui on n'est plus qu'un simple numéro mais une personne sur laquelle on a mémorisé des informations, c'est un vrai avantage concurrentiel. Idem pour des commerciaux. Cela leur permet de bâtir une relation plus rapidement et d'être plus impactant. Sans parler des salariés que l'on envoie en formation et qui deux mois après ont tout oublié », justifie Jean-Yves Ponce, qui entend bien proposer cette formation partout en France.

Gilles Cayuela

Kosmoss. Studio Qooq se lance dans le business development

● **CONSEIL.** Julien Legat s'associe à Studio Qooq pour fonder Kosmoss, une société de conseil interdisciplinaire combinant design management et business development.

Studio Qooq étend son champ d'action. L'agence de design stéphanoise fondée en 2007 par Sylvain Vallier s'associe à l'entrepreneur Julien Legat (ex-Coursiers verts, Probikeshop), qui va prendre 30 % des parts de l'entreprise, pour former Kosmoss, une agence dédiée au développement économique. Studio Qooq disparaît donc au profit de la nouvelle structure Kosmoss.

Ce repositionnement doit lui permettre de séduire des clients de plus grande taille. Les ETI sont notamment dans le viseur des associés. Toutefois, les dirigeants restent discrets sur leurs objectifs chiffrés.

« Nous avons eu très vite la conviction que nous devons prendre de la hauteur, souligne Sylvain Vallier. Souvent, lorsqu'un client nous confie un sujet il y a une autre problématique en amont. Et à ce stade, le design ne suffit plus ».

Dans cette perspective, la structure, qui compte cinq permanents, s'est donc adjoint de nouvelles compétences externes, notamment dans les domaines du webmarketing, de la production de contenus... Elle espère avoir constitué un noyau de 10 à 15 collaborateurs permanents ou freelances à l'horizon 2020. Parallèlement, des accords stratégiques doivent également être passés avec des partenaires nationaux sur des métiers connexes tels que les res-



Julien Legat (au centre) prend 30 % des parts de l'entreprise.

sources humaines.

« Design du dernier kilomètre »

L'objectif est de proposer aux entreprises une approche interdisciplinaire combinant à la fois design management et business development. « Le design est trop important pour être confié aux seuls designers », cite Julien Legat.

Les dirigeants de Kosmoss ne veulent pas réduire la notion de design à ce qu'ils appellent le « design du dernier kilomètre », celui qui n'intervient qu'en toute

fin de processus. « Avec notre approche, le client n'a pas besoin de recomposer lui-même un écosystème qui lui permette de répondre à sa problématique », précise Sylvain Vallier. Kosmoss entend fonctionner en mode projet, avec un responsable par mission, donc un interlocuteur unique pour chaque client. « Nous voulons mettre en place une vraie dimension partenariale avec le client et ne pas être un simple sous-traitant », assure Sylvain Vallier.

L'entreprise compte parmi ses clients des noms tels que Thalès

Angénieux, Obut et Grosfillex. Kosmoss, qui dispose d'un bureau créé il y a quelques mois à Lyon par Studio Qooq, envisage également de disposer bientôt d'une adresse en Haute-Loire.

Yann Petiteaux

GRUPE KOSMOSS

(Saint-Étienne)
Dirigeants : Sylvain Vallier et Julien Legat
Effectif : 5 salariés
CA 2015 : NC
www.kosmoss.fr