

ERRATUM

Drive choisie par Volkswagen Financial Services.

Et non pas par Volkswagen comme écrit par erreur dans nos colonnes [InterMédia n°1417]. L'agence lyonnaise doit optimiser la stratégie digital retail de la marque pour le marché français.

SOCIAL MEDIA

Insign accompagne Leboncoin. L'agence lyonnaise a produit un audit, organisé des ateliers d'idéation et formé les community managers du premier site de vente entre particuliers en France.

WEB

La Haute Sociétés optimise Intersport. L'agence grenobloise a apporté son expertise sur l'optimisation du consumer journey à l'enseigne de retail de sport.

Trenta signe la communication corporate et produits de R2C.

L'agence a réalisé le plan d'action commercial de cet acteur national de la restauration collective. Une communication print et digitale déclinée également sur des supports de PLV en magasin.

COVERING

Melbourne habille le tram de Genève.

L'agence lyonnaise a réalisé la campagne de Wellness Sport Club pour son implantation dans la ville suisse. Une campagne en noir et blanc visible sur les transports en commun de la ville.

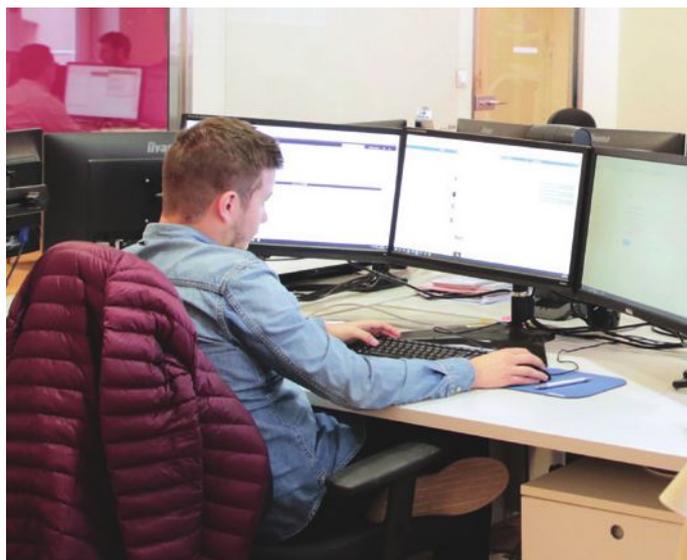
Bolero connaît une croissance soutenue dans l'analyse de la data

François Pinochet a le sourire. Près de 14 ans après le lancement de son cabinet de conseil spécialisé dans la collecte et l'analyse de la data, le Lyonnais vient de dépasser la barre symbolique des 5 M€ de CA.

«C'est près de 25 % de croissance en un an», affirme-t-il. Un résultat lié aux mutations initiées en 2013 avec la vente de son studio web à Acti [InterMédia n° 1208].

Taille critique. «La data est enfin au cœur des stratégies des annonceurs, mais c'est un phénomène très récent. Cela fait moins de deux ans que les directions ont saisi que c'était primordial pour le développement du business», explique François Pinochet.

La période s'annonce donc propice pour le cabinet qui s'est mis en ordre de marche dans cette perspective depuis 2013. «En nous débarrassant du studio, nous avons pu nous libérer d'un poids pour être crédibles comme cabinet-conseil auprès des clients et des agences.» La crédibilité de l'agence est également passée par une remise à plat de son fonctionnement et l'atteinte d'une taille critique. Aujourd'hui, le cabinet compte 45 collaborateurs, contre 18



Selon Bolero, l'analyse des data est enfin au cœur des stratégies des annonceurs.

en 2014. «L'idée était de recruter massivement en amont pour se donner le temps de former nos consultants à nos méthodes et être prêts aujourd'hui», relate François Pinochet. Avec 80 % des clients et prospects de Bolero installés dans la capitale, le bureau parisien a particulièrement grossi. Caroline Faillet, l'associée de François Pinochet, y dirige un tiers des effectifs du cabinet.

Toujours plus. François Pinochet mise désormais sur 10 M€ de CA d'ici deux ans. Il entend également passer à 80 collaborateurs.

«Pour atteindre cet objectif, nous allons senioriser nos équipes, continuer à structurer notre lab qui traite les données», annonce François Pinochet. D'ici cet été, une dizaine de recrutements sont déjà prévus. ✦

Cabinet Bolero. Création : 2004 | Siège : Lyon | CA 2017 (annoncé) : 5 M€ | 45 permanents, dont 17 à Paris.

Dowino initie le jeune public à la chorégraphie

Comment faire découvrir aux adolescents la danse et son processus de création ? La Maison de la Danse a choisi d'y répondre par un sérieux game. Elle a fait appel au studio lyonnais de création digital Dowino. Et elle a investi 80 k€ dans le projet.

Game design. My Dance Company propose au joueur de devenir chorégraphe et de monter sa compagnie. Les codes du jeu

vidéo sont repris avec la scénarisation du parcours, un univers graphique soigné, un système de cumul de points.

Pédagogie. Pour débloquer des options, affiner ses choix artistiques et préparer son spectacle, le joueur est invité à visionner des vidéos. Une centaine de vidéos du fonds Numeridance de la Maison de la Danse est accessible. Le jeu, gratuit, est disponible en ligne

sur mydancecompany.fr. Avec ce nouvel outil, Dowino démontre son savoir-faire dans les projets pédagogiques. La start-up de huit salariés (chiffre d'affaires 2017 : 525 k€), basée au Pôle Pixel, a déjà travaillé avec EDF Smart Electric Lyon pour un jeu vidéo de sensibilisation aux économies d'énergie [InterMédia n°1384]. Ou avec Prévention MAIF pour une vidéo interactive de prévention des risques sur Internet. ✦

