

Vaucluse

Hebdo

Le magazine de l'économie

ANNONCES LÉGALES | ENCHÈRES IMMOBILIÈRES | APPELS D'OFFRES | ATTRIBUTIONS |

Legal digital

ANNONCES & FORMALITÉS

DÉCOUVREZ NOS SERVICES SUR
www.legal2digital.fr

INP | TPB | Régional | Le Républicain | VAR | Vaucluse Hebdo

N° 4177

JEUDI 05 SEPTEMBRE 2024

0,65 €

mesinfos.fr/vaucluse-hebdo.fr

DOSSIER

L'AGENCE S LAURÉATE DU JANUS DE LA MARQUE



VAUCLUSE

**VentouxMan séduit
les sportifs
venus de toute part**

CARPENTRAS

**Sophie Valor
a ouvert une boutique
vintage**



AGENCE-S, LE DESIGN AU SERVICE DE LA CROISSANCE DES ENTREPRENEURS



CE RISES

L'Agence-S vient de remporter le Janus de la marque. Fondée en 2011 par Caroline Boutet et Simon Rodriguez, l'entreprise basée à Avignon est spécialisée dans le design global. Un levier de croissance pour les entreprises.

L'Agence S, implantée à Avignon, est dirigée par Simon Rodriguez et Caroline Boutet, les fondateurs de la société créée en 2011.

C'est le Graal du design. L'Agence-S a obtenu cet été le Janus de la marque. « Nous attendions d'avoir le projet le plus pertinent pour nous présenter », confie Caroline Boutet et Simon Rodriguez, dirigeants et fondateurs de l'agence avignonnaise de conseil et création en design global. Ce projet, c'est celui de la création de l'identité de marque du domaine Jòlibois, plus grand domaine oléicole de France en culture bio, situé à Eyguières dans les Bouches-du-Rhône. Plusieurs critères sont pris en compte pour obtenir ce label d'excellence récompensant les entreprises et collectivités qui s'inscrivent durablement dans une démarche de progrès au service de

l'économie, de la cité et du vivant. « Ils jugent l'efficacité économique ainsi que l'éthique. » Côté économique, même si les produits Jòlibois ont été lancés en janvier, « nous avons rapidement eu un retour. La marque était endormie depuis 20 ans mais elle a su émerger tout de suite dès le lancement. Nous avons beaucoup de preuves à apporter ».

La candidature du binôme s'est d'abord faite sur dossier. S'en est suivie une présentation orale « où nous avons été confrontés à un jury composé de 20 experts de l'écologie, de l'ingénierie, du design, etc. qui nous ont ensuite fait un retour écrit », expliquent les deux entrepreneurs, tout juste décorés du prix.

« Qui a déjà eu le Janus ? Seulement les plus

grandes agences ! Qu'une agence locale, même si elle fait partie d'un groupe [Saguez & Partners depuis 2016, NDLR], l'ait obtenu est une reconnaissance de notre travail. »

Des artisans du territoire

La reconnaissance d'une démarche engagée depuis 2011 et la création de l'entreprise. Dès le début, Caroline Boutet et Simon Rodriguez se positionnent comme des « artisans de marque » et affirment leur ancrage dans les territoires. « On ne trouvait qu'à Paris des agences de design global et de marque. » « Avoir un pied dans les territoires nous permet de ne pas être déconnectés de ce qui se passe en région », affirment ceux qui ont auparavant travaillé pendant une vingtaine d'années au sein d'agences parisiennes. « Cela nous confère une proximité avec nos clients, une connaissance de leurs problématiques qui est rassurant. »



« Qui a déjà eu le Janus ? Seulement les plus grandes agences ! Qu'une agence locale, même si elle fait partie d'un groupe [Saguez & Partners depuis 2016, NDLR], l'ait obtenu est une reconnaissance de notre travail. »



© Mathias del Cistia

Agence-S et domaine Jòlibois ont obtenu le Janus de la marque pour la création de l'identité de ce plus grand domaine oléicole bio de France.

■ ■ ■ Mais l'Agence-S n'est pas non plus déconnectée de Paris puisque depuis 2016, elle compte comme actionnaire minoritaire (20 %), le groupe Saguez & Partners, dont elle est la filiale sud. « Ce sont eux qui nous ont sollicités. Il s'agit d'un enrichissement mutuel : nous leur apportons un retour direct avec notre vision régionale, quand eux nous apportent certaines expertises », détaille Simon Rodriguez. En fonction des typologies de projets, des équipes mixtes peuvent être constituées. Quant au choix plus spécifique d'Avignon, il n'était pas spécialement stratégique à la base « mais il l'est devenu » grâce à la proximité de grandes villes via le TGV par exemple. Par contre, le choix des bureaux de l'Agence-S, en hypercentre, est une volonté affirmée : « Cela nous permet d'être dans une dynamique citadine, de nous enrichir de la culture, de toutes ces choses qui nourrissent nos esprits. Nous ne pourrions pas nous installer en extérieur. »

Un chiffre d'affaires stable malgré la conjoncture

L'Agence-S compte six salariés à Avignon. Récemment intégrée au sein de l'équipe, Chantal Colombel, directrice clientèle, est quant à elle basée dans le Sud-Ouest afin de développer l'agence du Pays Basque à La Rochelle. Elle est également en charge de la



« Nous ne sommes pas une agence de communication. Nous ne proposons pas un message événementiel qui dure quelques mois. Nous accompagnons des entreprises qui veulent devenir des marques. »

partie architecture d'intérieur. « Cette structure entre sept et dix personnes nous paraît juste. Nous ne cherchons pas à aller au-delà. Nous avons des envies de croissance raisonnée. » En 2023, le chiffre d'affaires avait augmenté de 25 % par rapport à l'année précédente (500 000 euros en 2022).

« Cette année, nous espérons tenir ce chiffre malgré le ralentissement du premier trimestre 2024 lié à une baisse de la demande, des appels à projets. Nous avons vu une légère relance au deuxième trimestre et sommes prêts pour une éventuelle accélération en septembre. »

Des solutions plurielles

Les entrepreneurs tiennent à le rappeler : « Nous ne sommes pas une agence de communication. Nous ne proposons pas un message



Création de l'identité de marque du traiteur Agis.

© Agence-S

événementiel qui dure quelques mois. Nous accompagnons des entreprises qui veulent devenir des marques. »

En ce sens, l'agence traite principalement avec des PME ou ETI et moins avec des TPE ou indépendants.

« Nous nous adressons à des entreprises qui veulent devenir une marque. Cela signifie qu'elles souhaitent devenir un repère pour ses usagers et clients. Cela demande donc une certaine puissance. »

Parmi sa vingtaine de clients par an, en moyenne, l'Agence-S compte aussi bien des entreprises issues de l'hôtellerie, la restauration, la gastronomie que des services, du conseil, de la mobilité. « Nous sommes multi-secteurs. Cela nous permet d'avoir une connaissance transversale des usages. Nous pouvons être amenés à trouver des similitudes et apportons un nouveau regard en utilisant d'autres codes. »

Un design efficace

L'Agence-S intervient ainsi sur plusieurs domaines : stratégie, création de noms, design de marque, packaging, édition ou encore design d'espace et commercial. « Bien penser les flux dans une boutique peut être un vrai gain de rentabilité. Faire revenir le consommateur est un challenge avec Internet. En cela, la démarche globale est intéressante », plaident ceux qui attachent par ailleurs une grande importance à la question du retour sur investissement. « Nous réalisons un audit en N+1 ou +2 de tous nos projets pour savoir s'ils ont été porteurs pour le développement du chiffre d'affaires. Et c'est le cas pour presque l'ensemble



A l'inverse d'une agence de communication qui produit un message ponctuel, une agence de design global œuvre à la création d'une identité de marque en intervenant sur plusieurs domaines.

© Agence-S

de nos clients. Par exemple, Agis souhaitait être plus visible en grande distribution : l'objectif était atteint en N+1. »

En attendant, l'Agence-S compte bien continuer à œuvrer pour un « design efficace, qui n'est pas là pour faire joli mais qui accompagne les entreprises dans leur développement. Que nous ayons un rôle d'utilité ».

- Karen Sarrazin



« Nous nous adressons à des entreprises qui veulent devenir une marque. Cela signifie qu'elles souhaitent devenir un repère pour ses usagers et clients. Cela demande donc une certaine puissance. »