

Atelier « Innovation et communication »

Cet atelier a pour objectif de présenter aux membres d'Entreprises & Médias cinq start-ups pionnières dans les domaines de la création et de la communication digitale, de l'influence, de l'innovation sociétale et de la performance durable.

Sont intervenus :

- Marine LIBOZ - OFF-WORKS, agence sur-mesure de talents indépendants
- Marion CARDONA - IMPACT+, solutions de mesure et de réduction de l'empreinte carbone de la communication
- Quentin BORDAGE - KOLSQUARE, spécialiste des campagnes d'influence
- Laurence GRANDCOLAS - MAKE IT POSITIVE LAB, collectif d'accompagnement de la transformation positive des entreprises
- Vincent TOUBOUL FLACHAIRE - GOODED, régie responsable et solidaire

OFF-WORKS, agence sur-mesure de talents indépendants

Conséquence de la digitalisation et de la croissance exponentielle des contenus, la spécialisation des métiers révolutionne le secteur de la communication. Dans le même temps, la généralisation du télétravail, le freelancing et le nomadisme soulèvent pour la fonction communication plusieurs questions :

Quelle organisation adopter ? Internalisation, externalisation ? Comment maîtriser les coûts et s'assurer de l'expertise et du renouvellement créatif tout en préservant l'identité de marque ? Comment maintenir la culture d'entreprise quand les modes de collaboration dans les équipes se multiplient ?

Créée il y a cinq ans, OFF-WORKS est la première plateforme dédiée aux expertises communication, marketing et digital pour la réalisation de grands projets ou la satisfaction de besoins ponctuels. L'objectif est de permettre aux clients de redevenir maîtres de la constitution de leurs équipes. Forte d'une communauté de 700 talents et studios indépendants, OFF-WORKS accompagne les entreprises sur les volets de la stratégie, de l'organisation et de l'exécution en communication, marketing ou digital. Aujourd'hui, ce sont plus de 150 expertises référencées sur une même plateforme (planning stratégique, plateforme marque, DA, CR, UX design, e-commerce, SEO, Social media, retail, event, production, shooting, motion, sound design...)

L'innovation technologique d'OFF-WORKS repose sur un algorithme de searching de talents dont les recommandations pourront être examinées par les équipes communication et marketing des entreprises. Les talents indépendants sont recrutés de façon organique, sur la base d'interviews, de leurs références et des qualités propres à leur patte créative. Plus de la moitié d'entre eux sont issus de grandes agences ou de cabinets de conseil. OFF-WORKS est donc capable de constituer des équipes sur-mesure en quelques jours. Un outil collaboratif est à disposition des équipes clients pour échanger sur leurs projets avec les collaborateurs et les talents presentis.



OFF-WORKS accompagne aujourd'hui plus de 200 clients dont ¼ des entreprises du CAC40 pour tout type de projet : du motion design pour une simple vidéo au film publicitaire annuel de grands groupes.

Le business model d'OFF-WORKS est transparent : 17 % en frais de service pour la plateforme et sa fonction conseil et 83 % reversés aux talents indépendants qui fixent eux-mêmes leur tarif.

Cette structure hybride, au croisement d'une plateforme automatisée, d'une agence de communication, d'un cabinet de chasseur de tête, et d'un cabinet de conseil, permet d'identifier des talents en un temps record et d'offrir les meilleurs conseils stratégiques à un coût extrêmement compétitif. OFF-WORKS offre enfin aux services Achats une solution simple de gestion des free-lances, véritable casse-tête administratif et légal pour les grandes entreprises.

Contact :

Marine LIBOZ, PDG

marine@off-works.com

06 10 66 95 48

IMPACT+, solutions de mesure et de réduction de l'empreinte carbone de la communication

IMPACT+ est une solution technologique, un tiers mesureur, qui permet à l'ensemble des acteurs de l'écosystème publicitaire (marques, agences et régies) de prendre conscience de l'impact carbone des publicités en ligne qu'ils diffusent et d'agir efficacement pour le réduire.

60 % des émissions de gaz à effet de serre sont liées à l'utilisation des services numériques. D'ici 2025, ces émissions égaleront celles de l'ensemble du parc automobile mondial. Le secteur de la publicité numérique contribue donc de façon importante aux problèmes environnementaux.

Par ailleurs, les consommateurs sont aujourd'hui de plus en plus exigeants, notamment les plus jeunes : 92 % des 15-24 ans souhaitent que l'impact environnemental des campagnes de communication soit pris en compte. Cependant, le secteur est aujourd'hui démuné, la majorité des professionnels de cette industrie ne savent pas par où commencer.

La mission d'IMPACT+ est ainsi d'accompagner les entreprises dans la réduction de leurs émissions, sur la base d'une méthode adaptée à la complexité technique de l'environnement publicitaire numérique. Le travail a déjà commencé avec ENGIE, L'Oréal, Axa, Danone, Intermarché ou encore Le Groupe la Poste.

Il s'agit dans un premier temps de mesurer l'impact de manière granulaire de sorte d'identifier les différents postes d'émission puis de proposer des recommandations visant à les réduire concrètement et efficacement. En dernier lieu, IMPACT+ propose à ses clients, de compenser les émissions incompressibles par des projets certifiés en agroforesterie, puis de valoriser les actions menées. Ce dispositif est unique en France. La mesure est dynamique et intégrée aux outils de diffusion.



IMPACT+ permet une réduction adaptée au plan média, à ses besoins et objectifs. La solution permet de prendre conscience de l'impact, de contribuer à la neutralité carbone et de valoriser les efforts en matière de communication responsable.

Un accompagnement qui, sur certains projets, a permis une réduction de 42% des émissions sans impacter les performances média voir même en les améliorant sensiblement (+4% sur l'objectif média).

Contact :

Marion CARDONA, DG

marion@impact-plus.fr

07 83 89 29 74

KOLSQUARE, spécialiste des campagnes d'influence

La mission de Kolsquare est de permettre à toutes les marques d'accéder au potentiel du « KOL (Key Opinion Leader) marketing ». Kolsquare est éditeur d'une solution SaaS d'influence marketing. La société, créée fin 2018, dispose de 40 experts et accompagne plus de 250 clients. L'entreprise analyse plus de 2 milliards de comptes pour un reach de près de 3 milliards de consommateurs. Kolsquare est une entreprise à mission qui veille au développement d'une influence responsable.

Pour accompagner ses clients, Kolsquare propose un outil puissant qui permet de coordonner les efforts des équipes marketing et communication et de renforcer leur stratégie d'influence. La solution, basée sur les dernières mises à jour des technologies Big Data, A.I. et Machine Learning, prévoit le partage simultané des informations à un ensemble de collaborateurs définis. L'entreprise peut ainsi monter en compétence plus rapidement. L'objectif est de proposer, entre autres services, un portefeuille de KOL agrégé pour toute la société afin de faciliter toutes les mesures de performances.

L'outil enregistre 100 % des actions d'influence marketing. Les indicateurs clés de performance sont harmonisés et centralisés. L'ambition est de renforcer la position concurrentielle de l'entreprise, d'accroître sa notoriété, son attractivité et ses ventes.

Qu'en est-il pour la communication corporate ? Kolsquare accompagne également les entreprises dans leur communication corporate, le plus souvent avec des influenceurs aux communautés plus spécifiques, appelés également micro-influenceurs, permettant d'activer des campagnes institutionnelles.

Contact :

Bérengère WEBER, directrice Marketing et Communication

berengere.weber@kolsquare.com

06 71 39 25 64



MAKE IT POSITIVE LAB

Make it Positive Lab réunit les expertises de trois structures : MySezame, qui développe des formations sur les sujets d'innovation sociale et de business à impact à destination des dirigeants et de leurs équipes, Publicis, troisième groupe mondial en communication, et WeDemain, média pionnier sur les sujets de l'environnement et des innovations technologiques.

La mission de Make it Positive Lab est d'aider les entreprises de passer du Purpose à l'action. A l'heure où la transformation positive des entreprises doit passer par une transformation culturelle, Make it Positive Lab se propose de former les communicants à la conduite du changement et à la communication responsable grâce à une technologie robuste en micro et adaptive learning. L'outil s'adapte aux appétences et au niveau de connaissance de chacun. Chez Orange par exemple, 500 communicants ont pu découvrir ces parcours d'e-learning dédiés à la communication responsable. Un kick-off engageant et des ateliers d'approfondissement ont également été organisés et une revue éditorialisée est en cours de publication.

Make it positive Lab s'appuie sur 3 piliers :

- Faire comprendre à tous qu'il est possible d'intégrer l'impact social et environnemental au cœur des modèles d'affaires,
- Faire aimer en s'inspirant de pionniers dans ces transformations,
- Faire agir, passer à l'action et permettre à chacun d'appliquer cela dans son métier.

Contact :

Laurence GRANDCOLAS, Fondatrice

laurence@mysezame.fr

06 31 49 64 77

GOODEED

Goodeed est une entreprise à vocation sociale qui conjugue impact social, écologique et solidaire, et rentabilité. Goodeed intervient dans le secteur de la publicité pour répondre au besoin croissant qu'expriment les collaborateurs, consommateurs et politiques en faveur de l'engagement des marques.

Goodeed permet aux entreprises de verser un don à une association pour toute publicité diffusée et vue sur les réseaux sociaux. Don effectif à partir d'un taux de complétion de 20 secondes. 60% du budget investi par l'entreprise revient alors à l'association partenaire quand les 40 % restants servent au bon fonctionnement de Goodeed, solution qui a déjà aidé au financement de plus de 200 associations et de 400 projets.

Ce format publicitaire est aujourd'hui disponible sur les plateformes TV, DOOH, OOH, et bientôt radio. Les publicités qui génèrent des dons (en moyenne, 50 000 euros par entreprises) retiennent davantage l'attention du consommateur et sont plus à même d'inciter à l'achat et profitent à l'image de marque.



Goodeed a permis de collecter plus de 3 millions d'euros pour des projets solidaires grâce à plus de 200 annonceurs engagés. Goodeed est enfin très attentif aux engagements des annonceurs partenaires dont l'approbation est soumise à l'association.

Contact :

Vincent TOUBOUL FLACHAIRE, PDG

vincent@goodeed.com

06 08 37 59 60

