Gen'K, une croissance insolente pour la bonne fée des points de vente

POUSSÉE. Installée à Nice depuis trois ans, l'agence de marketing digital a quintuplé son chiffre d'affaires depuis sa création. Son fondateur Thibault Villette ne compte pas s'arrêter en si bon chemin : il prévoit de doubler la taille de l'entreprise à l'horizon 2022.

Un cadre qui quitte le confort d'un grand groupe pour se mettre à son compte, le pitch est de plus en plus fréquent. La qualité du scénario, en revanche, varie selon les acteurs. Pour Thibault Villette, le film a tout l'air d'un blockbuster. Fin 2015, il crée à Paris Gen'K -comme Génération FacebooK-, une agence de conseil en transition digitale, qui se mue six mois plus tard en agence de communication digitale : "*en plus du conseil, mes clients avaient aussi besoin de production, d'opérationnel*". Rapidement, il décide de quitter Paris : Marseille ou Nice, son cœur balance, mais c'est la capitale azuréenne qui obtiendra ses faveurs. Il s'y installe donc en septembre 2016, avec dans ses bagages son salarié parisien. D'abord en coworking puis, au fil des recrutements, il acquiert ses propres locaux rue Alberti, achat indispensable pour loger l'équipe de 17 personnes.

Gen'K Conseil aujourd'hui ? "*Une agence de marketing digital orientée points de vente -franchises, groupes, groupements-, avec pour mission de mettre en avant le potentiel de chaque magasin en local, sur sa zone de chalandise, par opposition à la communication de marque*". L'entreprise utilise la géolocalisation pour promouvoir les offres des enseignes, notamment via les réseaux sociaux mais aussi sur Waze ou par des campagnes d'emailing et d'envoi de SMS. Ses clients ? Restaurants, magasins de meubles, de matériaux, dix enseignes au total pour 2.000 points de vente sur toute la France, dont 600 McDo. "*La stratégie de départ était d'aller chercher les franchisés un par un. Le siège a fini par m'appeler*", sourit Thibault Villette. Gen'K est depuis largement recommandée par ces grands comptes via leurs centrales de référencement. Les points de vente ont le choix entre plusieurs forfaits de 200 à 1.000€ mensuels

La team Gen'K devrait doubler sa taille d'ici trois ans. Et d'après Thibault Villette, nos grandes écoles de commerce sont un bon vivier...

comprenant la modération des contenus et la création de campagnes, reporting inclus pour en prouver la valeur ajoutée en espèces sonnantes et trébuchantes. Troisième activité hors forfait, l'achat média compte pour 30% du chiffre d'affaires, qui s'élevait à 400.000€ sur le premier exercice et atteindra 2,5M€ cette année.

Sortir de la dépendance

Après quatre ans d'existence, Thibault Villette entend doubler la taille de son entreprise d'ici 2022 en gagnant dix nouveaux grands comptes. "*Actuellement, McDonald's et Gedimat représentent 50% de notre chiffre d'affaires. Il faut sortir de cette dépendance*", justifie l'entrepreneur, qui compte bien séduire des enseignes azuréennes, success stories de nos rivages. Au programme, campagne marketing et recrutement de commerciaux. Et si l'auto-financement était de mise jusqu'à présent, Thibault Villette change son fusil d'épaule et se tourne vers la Région, Réseau Entreprendre et les banques pour financer son développement. "*L'objectif est de faire de Gen'K la référence du marketing point de vente local*". 35M€ de CA et 35 salariés, donc, en 2022, et aussi la structuration du système d'information. Thibault Villette a d'ailleurs cofondé une société dédiée qui développe Wekolo, son propre logiciel d'optimisation de la gestion des réseaux sociaux. 1M€ investis sur trois ans pour à terme pouvoir vendre le logiciel... dont Gen'K Conseil, qui gère aujourd'hui 50.000 pages sociales, est évidemment le premier utilisateur.

LIZZA PAILLIER

Kick Off en option tous terrains

AUDIOVISUEL. La société de production s'émancipe de son domaine de prédilection -le foot- pour s'aventurer sur de nouveaux terrains de jeu en France et à l'étranger.

● Dix ans après sa création, Kick Off change de capitaine. Pour marquer le coup, l'éditeur de contenus a donné rendez-vous à ses partenaires et sympathisants à Nice, le 26 novembre, pour une soirée passage de témoin. Cédric Messina, fondateur du projet, lâche les rênes à Yannick Faraut, nouveau directeur. L'occasion de plonger dans la genèse de Kick Off et ses débuts en 2010 quand la société assure la conception du site web des Aiglons, puis la chaîne OGC Nice TV, "*une collaboration hyper performante*" juge avec le recul Cédric Messina, aujourd'hui accaparé par une autre écurie, My Coach. Il transmet une entreprise pimpante : 600.000 € de CA et 10 salariés. Yannick Faraut s'est fixé pour objectif de transformer Kick Off en société de production à part entière, ouverte à tous les sports. "*Ce qu'on a fait récemment avec un tournage en Jordanie dans un camps de réfugiés syriens, pour le compte de Peace and Sport. On essaie d'avoir un intérêt pour toutes les pratiques, du curling à la haute montagne, tout en étant agiles. Kick Off, c'est une boîte tous terrains.*" Le leitmotiv ? "*Raconter de belles histoires, sous forme de documentaires ou de courtes vidéos adaptées aux réseaux sociaux.*" Basée à Nice, dans le quartier du port, l'équipe espère à l'avenir multiplier les collaborations, sans toutefois négliger son partenaire historique : "*l'OGC Nice reste un client hyper-important et une super vitrine. C'est aussi notre laboratoire pour essayer des nouveaux formats auprès d'une communauté très réactive.*" Un tremplin... olympique.

Kick Off dispose du "savoir-faire technique et humain pour réaliser tous types de contenus sur le sport" assure Yannick Faraut (en blanc).

PIERRE-OLIVIER BURDIN

À SUIVRE

CAP 7 DÉMARRE À VILLENEUVE-LOUBET

Aux commandes de cet aménagement d'envergure pour redynamiser le secteur des Maurettes (derrière Marina Baie des Anges), le groupement Icade/Resides Etudes, avec Jean-Philippe Cabane aux croquis pour ce lot 1. Un lot qui entre dans un plus vaste projet, baptisé Cœur de Maurettes, portant sur la requalification de 3 hectares au passé industriel, soit 5 lots à construire pour ramener de l'offre immobilière en bordure de Vaugrenier, sous enseignes Erilia et Logis Familial côté bailleurs sociaux. A noter que Cœur de Maurettes va bénéficier de son propre collecteur d'eaux pluviales paysager, à la charge des opérateurs privés, pour un montant de 5,2M€. Cap 7, premier jalon du projet, proposera à livraison 300m² de locaux municipaux cédés à la collectivité, 2.500m² de surfaces commerciales avec 120 places de parking privatisées, et une résidence hôtelière seniors haut de gamme de 93 appartements gérée par Reside Etudes (31.000 logements actuellement en portefeuille en France).