

ENTREPRISES

Activistes du Web

Internet. Reprise en 2001 par Laurent Constantin, Acti affiche un taux de croissance de 1 600 % sur dix ans ! L'agence Web lyonnaise vise le Top 10 français et la place de numéro un en Rhône-Alpes, soit un chiffre d'affaires de 10 M€ et 120 salariés.

« L'avenir du Web, c'est le Web. Dans cinq ans, tout sera sur téléphone et en vidéo », promet Laurent Constantin, directeur d'Acti. Dans ces conditions, pas question de s'éparpiller, notamment vers la communication généraliste. Le métier de l'agence lyonnaise, c'est Internet et ça le restera. Reprise par son dirigeant en 2001, la PME lyonnaise s'est tournée vers une clientèle privée, principalement les entreprises de plus de 50 salariés, à qui Acti propose un panel complet de services, de la création de sites aux applications mobiles, en passant par le référencement, des campagnes online de conquête, la e-réputation, le marketing social et viral et même les jeux Facebook. Des stratégies Web réalisées sur-mesure. De la e-haute-couture en quelque sorte...

Résultat : 1 600 % de croissance en dix ans ! L'entreprise lyonnaise, qui a toujours autofinancé son développement, est passée de 120 000 € de chiffre d'affaires en 2001 à 2,2 M€ en 2011. « Nous avons grandi à deux chiffres par an minimum, avec une rentabilité à deux chiffres par an minimum », précise le dirigeant d'Acti, aujourd'hui dans le Top 3 des agences Web rhônalpines. C'est une entreprise gérée en bon père de famille, mais avec cette capacité d'innovation liée à Internet ». Laurent Constantin s'est entouré d'une équipe jeune (26 ans de moyenne d'âge), composée de stratégies Web, consultants, analystes, webdesigners, ingénieurs et développeurs. « Nous recrutons des jeunes qui ont fait de bonnes écoles, avec un solide bagage et une expérience à l'international », dévoile le directeur.

Des profils difficiles à trouver sur le territoire lyonnais. « Je rêve que les pouvoirs publics soutiennent la créa-



tion d'une école du Web à Lyon, explique Laurent Constantin. Aujourd'hui, le recrutement est un vrai frein à la croissance. Mais l'entrepreneur reste ambitieux. Objectif : intégrer le Top 10 français et devenir n° 1 en Rhône-Alpes, où se battent 200 agences, dont 90 % ont moins de cinq salariés. « Il y a de la place, en région, pour une agence à 120 salariés et

Acti réalise le site de la conférence internationale du Web (World Wide Web 2012), le plus grand événement mondial du secteur, qui se tient du 16 au 20 avril prochains à Lyon.

10 M€ de chiffre d'affaires, assure le dirigeant. La crise va nous aider, car une agence sur trois est en difficulté ».

Après deux années passées à surveiller le marché, Acti s'attend donc à voir le mouvement de concentration démarquer. La PME lyonnaise compte bien sur la croissance externe pour acquérir de nouvelles compétences et de nouvelles tech-

nologies. En revanche, l'export n'est pas encore au programme. « Il y a tellement de quoi faire en France. Seulement 5 % du marché est exploité. Les entreprises son peu ou mal équipées », avoue Laurent Constantin. Acti compte bien jouer de son savoir-faire pour s'imposer.

FLORENT ZUCCA

Un dirigeant atypique

Avant de reprendre Acti, Laurent Constantin a passé cinq ans chez Handicap International, où il a développé le fameux sac à sapin.



PHOTO : D. R.
Laurent Constantin, directeur d'Acti.

Avant l'aventure Acti, Laurent Constantin ne connaissait pas grand chose au Web. Et pour cause. En 1995, plutôt que de manier les armes, le jeune Lyonnais décide de réaliser son service militaire au civil, chez Handicap International. Le diplômé d'école de commerce signe pour deux ans. Il restera cinq ans. Au sein de l'association lyonnaise, Laurent Constantin assure le développement et la promotion du sac à sapin. Un succès phénoménal. Aujourd'hui, c'est 400 articles

de presse et près de 700 000 sacs à sapin vendus par an. « C'est devenu un produit d'appel », s'amuse le spécialiste du marketing, qui se souvient de « cinq années passionnantes » et d'une « grande liberté d'action ».

En 2000, Laurent Constantin cède aux sirènes du privé et part pour Toulouse, où il devient directeur général adjoint de Consoshop, premier concept de boutique entièrement dédiée aux offres promotionnelles gratuites. Il ne restera qu'un an. Poussé

par sa fibre entrepreneuriale, il revient à Lyon et reprend Acti, une agence Web fondée en 1998 par deux associés, dont un seul est resté aux commandes. Dès 2002, Laurent Constantin acquiert 100 % des parts, revend 25 % à des actionnaires externes, renouvelle complètement l'équipe et repositionne l'agence, alors tournée vers le monde associatif, vers une clientèle privée. Une vision qui s'est avérée payante.

F. Z.

ACTI S'OFFRE UNE UNIVERSITÉ

Depuis le mois de juin dernier, Acti est centre de formation agréé. L'entreprise lyonnaise a donc imaginé une « Acti University » qui propose aujourd'hui six modules de formation sur les thèmes de la stratégie de mobile marketing (tablettes, smartphones), le personal branding et la e-réputation, Facebook et les marques, médias sociaux et BtoB, médias sociaux et marques BtoC, et l'accessibilité et l'ergonomie numérique. « Cela correspondait à une vraie demande de nos clients et nous l'avons ouvert à tout le marché », se félicite Laurent Constantin, directeur d'Acti. La PHE nourrit de fortes ambitions pour son activité de formation, qui doit représenter 5 % du chiffre d'affaires en première année, soit 100 000 €. Pour le dirigeant, aucun risque de se tirer une balle dans le pied. « La formation génère du business, assure Laurent Constantin. Plus le client connaît le Web, plus il consomme du Web et plus il revient vers nous ».