# L’entreprise du mois : l’EFFET PAPILLON, "nous nous considérons comme des partenaires des entreprises et pas seulement comme des fournisseurs"

mardi 15 septembre 2009, par lpe

Créée en 2001, l’agence niortaise s’est développée, essentiellement depuis 2005, avec la création d’un second site à **Angers** (printemps 2006) et le transfert de son siège social de Parthenay à Niort.
Elle regroupe aujourd’hui une équipe de **9 collaborateurs permanents**. **Le 1er octobre 2009 l’agence ouvrira son troisième site au sein du Parc d’ESTER à Limoges**, d’où elle suivra avec une plus grande proximité ses clients limousins (au premier rang desquels on trouve le Conseil général de la Haute-Vienne, qui a retenu l’Effet papillon sur appel d’offres il y a quelques mois pour concevoir et développer sa communication institutionnelle).

### Une rentrée pleine de nouveautés !

Plus développée, plus structurée, l’agence a choisi de se doter d’une **nouvelle identité visuelle**. Sobre et impactant, le nouveau logo se décline déjà sur l’ensemble des supports développés pour les différentes typologies de clients.

Fin septembre, l’Effet papillon mettra en ligne son nouveau site Internet www.effetpapillon.fr
« *Plus promotionnel dans son expression graphique, il est avant tout conçu de sorte à ce que nos différents clients (entreprises, acteurs publics, institutions) y trouvent un espace privilégié* », commente **Jean-Christophe CHEYMOL**, directeur associé basé à Angers et responsable des projets multimédia. « *Notre nouveau site Internet traduit également notre volonté de nouer **des relations plus étroites avec nos clients**. L’actualité de l’agence en page d’accueil, notre lettre d’Info en téléchargement, la possibilité de s’abonner à notre newsletter, toutes ces petites attentions sont autant de preuves que nous entendons nous rapprocher de tous ceux pour qui la communication est un enjeu stratégique, marchand ou institutionnel.* »

## Que propose l’Effet papillon aux PME et TPE ?

Si l’Effet papillon a su, dans les premières années de son existence, capitaliser sur une forte culture "acteurs publics", le nombre de PME qui lui font confiance ne cesse aujourd’hui de croître. **Fabien CHEYMOL**, directeur associé et responsable de l’agence en Poitou-Charentes, explique cette évolution logique : "*Crise ou pas crise, grandes ou moyennes, les entreprises ont bien compris que **la communication est un levier de développement puissant**, au même titre que l’investissement dans*

*l’outil de production ou que le recrutement de nouveaux collaborateurs.* »

Il est vrai que, dans une conjoncture incertaine, les PME sont nombreuses à s’interroger sur leur stratégie de communication … quand elles en ont une.
Très souvent, (trop souvent encore), les entreprises sollicitent les agences pour des missions ponctuelles. Cela revient à demander à un architecte de bâtir un édifice sur un terrain dont on ne connaît ni les caractéristiques géologiques, ni l’environnement physique.

« *Nous amenons un nombre important de dirigeants qui nous exposent leur problématique à prendre conscience du fait qu’une communication « payante » ne peut s’appuyer que sur des modèles économiques sains et clairement définis.*
*C’est en cela qu’une agence peut et doit être un partenaire avant d’être un fournisseur. Bousculer la vision « autocentrée » d’une PME, c’est à la fois notre rôle et notre devoir.*
*Une fois que s’est instauré un dialogue dans la confiance, notre intervention revêt les habits du partenariat où chacun est gagnant* ».

## La communication d’entreprise, ok. Mais, pour quoi faire ?

Sans notoriété affirmée, sans capital-image solide, une entreprise vendra moins facilement ses produits, sauf à raisonner sur des cas particuliers (marchés de niche, …). En outre, cette même entreprise connaîtra plus de difficultés à attirer des talents, à mobiliser des partenaires ou des réseaux indispensables à sa croissance.
**La communication joue un rôle d’accélérateur au service de l’entreprise**. Elle permet d’agir sur la notoriété pure et dure, mais aussi sur la perception plus ou moins qualitative de la marque et des produits, ou encore sur tout ce qui participe à faciliter le déclenchement de l’achat.

Ici entrent en jeu les savoir-faire de l’agence en matière d’accompagnement stratégique, créatif et opérationnel. Accompagner, cela signifie dérouler tout un processus exigeant, qui va aller de l’écoute active à la mise en œuvre d’actions concrètes (par exemple : création d’une identité visuelle, définition d’un positionnement, d’un « territoire de marque », création des outils et supports de commercialisation tels que plaquettes, brochures, catalogues).

« *Nous plaçons l’imprégnation au cœur de notre démarche professionnelle ; c’est la raison pour laquelle*

*nos missions s'inscrivent dans la durée ; il faut d'abord prendre le temps de bien connaître l'entreprise, ses produits, ses collaborateurs-clés, les enjeux de son marché. Accompagner dans le temps, c'est savoir anticiper avec le chef d'entreprise les mutations successives que connaît toute PME, et aussi savoir détecter les opportunités* ».

**Quelques références de l'agence :**

- INTERVET (laboratoires Schering-Plough)
- La BOUCHERIE (Restaurants)
- ThyssenKrupp (ascenseurs)
- VMP (menuiserie industrielle)
- COFINGEST
- ATELIERS DE LA CHAINETTE
- THIBAUDET Immobilier
- UFOP (cabinet de formation basé à Niort)
- ALLTUB

- SEOLIS (la marque a été créée par l'Effet papillon)
- ADEME
- Villes de Niort, d'Angers, de Saumur, …
- Conseil général de Maine et Loire
- Conseil général de la Haute-Vienne
- Angers Loire Métropole

- Chambre Régionale des Huissiers de Justice
- Fédération régionale des Maisons Familiales Rurales

Venez découvrir notre book sur www.effetpapillon.fr !

***Si tout comme l'Effet Papillon vous souhaitez à travers un publi-reportage, être "l'entreprise du mois", cliquez ici.***