

## Aktor Interactive. Le spécialiste du e-recrutement s'exporte bien

Après quelques balbutiements sur internet, l'entreprise a trouvé sa voie : l'agence dédiée au recrutement sur internet emploie aujourd'hui 25 personnes.

Depuis 2000, Aktor Interactive s'est spécialisée sur le marché du recrutement sur internet. Elle enregistre en 2008 5 M€ de chiffre d'affaires, dont 3 M€ réalisés à l'export. Une performance qui lui a valu le trophée Classe Export 2008, dans la catégorie services. « Nos "gros" clients sont des entreprises qui ont des problématiques particulières de recrutement, notamment dans la distribution, les services, les banques et compagnies d'assurances. En Allemagne, où le tissu industriel est plus fort, nous travaillons aussi sur des problématiques de recrutement d'ingénieurs dans des sociétés techniques. Nous intervenons également pour des recrutements internationaux dans plusieurs pays, par exemple pour des compagnies aériennes qui recrutent plusieurs nationalités. »

François de Boutray dirige aujourd'hui une équipe de 25 personnes. Leur but : assurer le conseil, le suivi, la prise en charge des actions et plans médias de recrutement des clients. D'une part sur internet, où l'on dénombre, en France, une cinquantaine de sites de recrutement, dont dix gros acteurs. D'autre part hors internet,

en organisant des salons, speed dating, plans médias presse ou via la conception de sites d'emploi corporate...

### Positionnée sur les emplois pérennes

Aktor Interactive, nouvellement installée dans ses propres locaux de 500m<sup>2</sup>, à Rillieux-la-Pape, connaît un développement soutenu depuis 2004. Auparavant, elle a essuyé les plâtres des balbutiements du marché de l'emploi sur internet. Créée en 1999 par François de Boutray et un de ses amis, la société a d'abord lancé Robopost, un portail d'emploi B to C qui permettait la diffusion automatisée de CV. En 2000, elle a levé 800.000 € et s'est convertie dans l'emploi pour les recruteurs. Mais le retournement du marché en 2001 l'a pénalisée. Les effectifs sont passés d'une dizaine de personnes à cinq fin 2003... La crise actuelle risque-t-elle à nouveau de générer des difficultés ? François de Boutray est prudent, mais optimiste : depuis cet automne, il ressent une hésitation de la part des clients. Mais son positionnement pourrait le mettre à l'abri des aléas du marché de l'emploi. « 95 % des emplois que nous traitons sont des postes en CDI. C'est-à-dire qu'il s'agit d'emplois pérennes, sur des stratégies de long terme. »

Contact : 04.37.60.25.40.  
www.aktor.fr

## Axecibles.

### Une force commerciale à Lyon



● Jimmy Pinto, fondateur d'Axecibles (Roubaix, Lyon).

### La web agency basée à Roubaix se déploie en Rhône-Alpes.

L'agence rhônalpine du groupe Axecibles a ouvert à Chassieu fin décembre. Spécialisée dans l'élaboration de solutions internet globales pour les PME de moins de 100 salariés, la web agency compte une force commerciale de huit personnes à Lyon. « La création graphique reste centralisée au siège à Roubaix », explique le fondateur de l'agence, Jimmy Pinto. Un commercial a testé le marché lyonnais pendant six mois afin de sentir les besoins des entreprises et savoir comment aller plus loin en Rhône-Alpes. « Nous avons déjà quel-

ques clients dans les secteurs du vin, de la mécanique, des services aux entreprises... Nous visons 600.000 € de chiffre d'affaires la première année sur la région lyonnaise. » L'installation de cette force commerciale a nécessité un investissement de 100.000 €.

### Une deuxième agence en projet

Déjà présente à Lille, Paris et Reims, Axecibles entend appliquer les mêmes recettes à Lyon. « Les PME ont encore plus besoin que les autres entreprises d'internet, argumente Jimmy Pinto. Nous considérons que cet outil est un moyen et non un objectif et travaillons sur la stratégie commerciale et de communication de la PME. Le référencement et le suivi du référencement sont des points tout particulièrement pris en compte par Axecibles. » Annonçant 2.500 clients dans 100 secteurs d'activités et un chiffre d'affaires 2008 de 5,8M€ (70 % de marge brute) pour 95 personnes employées par le groupe, les recettes du Nord semblent de bon aloi. Si la clientèle d'affaires lyonnaise fait écho aux méthodes de l'agence de communication, Jimmy Pinto envisage déjà d'ouvrir une deuxième entité à Lyon au premier trimestre 2010.

Tél. : 0.826.10.10.40.

# France 3. La rédaction s'adapte aux soirées sans pub

Formats plus longs, décalages horaires... la rédaction de France 3 Rhône-Alpes Auvergne a dû revoir ses pratiques pour coller aux impératifs de la suppression de la publicité après 20 h.

« L'information est la colonne vertébrale de la chaîne, dont les maîtres mots sont la proximité et le maillage. » Pour Patrick Darroze, directeur régional de France 3 Rhône-Alpes Auvergne, l'information est et doit demeurer la vocation première de la chaîne, dont le journal de 19 h a atteint, en 2008, 30 % de part d'audience. Avec la suppression de la publicité après 20 h, la grille des programmes a été réaménagée : le temps d'antenne de l'information locale est passé de 7 à 10 minutes, celui de l'information régionale de 19 à 26 minutes, et un nouveau rendez-vous de 5 minutes a vu le jour au cours du Soir 3, vers 22 h 45. « Les formats étant plus longs, nous avons repensé l'écriture des sujets, avec des variations de rythmes différents », précise Alain Astarita, rédacteur en chef de France 3 Rhône-Alpes. Les émissions accordent ainsi plus de place à des invités sur les pla-



● Patrick Darroze, dir. régional de France 3 Rhône-Alpes Auvergne (photo : Nicolas Robin/France 3).

teaux, par exemple. A priori, tout journaliste à qui l'on octroie des minutes supplémentaires pour s'exprimer devrait être ravi... Dans les faits, ce n'est pas si simple car les moyens, eux, n'ont pas évolué. Cela se traduit parfois par des attentes en studio de montage, ou un "tout image" pour le Soir 3 qui doit être bouclé au moins deux heures avant sa diffusion faute de techniciens disponibles en horaires plus tardifs...

La direction régionale dispose de 40 M€ de budget, stable pour le moment. « Il devrait être reconduit à l'identique, avance Patrick Darroze. Mais il est trop tôt pour tirer les leçons de la mise en œuvre de la suppression de la publicité. » Il semble

en effet que les chaînes de la TNT tirent plus bénéfice de la mesure que TF1 et M6. Alors que l'avenir de France télévisions (combien de chaînes perdureront à terme ?) est dans le flou, la direction régionale a les yeux rivés sur internet, la télé de demain.

### Vers la web TV

Une "web TV éprouvée" a été étudiée en Alsace. À terme (mais quand ?), la généralisation de cette formule de média global aux 24 implantations régionales de la chaîne nécessitera une nouvelle approche éditoriale et l'acquisition de nouvelles compétences. Déjà, le site internet régional a pris de l'ampleur : avec 20 millions de pages vues en 2008 et 5 millions de visiteurs, c'est « le plus consulté de tous les sites régionaux de France 3 », se félicite Patrick Darroze. On y trouve bien sûr les émissions diffusées sur la chaîne, mais aussi des productions spécifiques qui ne sont que partiellement reprises à l'antenne. Les prémisses d'un nouveau mode de télévision, dont le modèle économique est en pleine refonte.

C.P.

http://rhone-alpes-auvergne.france3.fr

### FRANCE 3 RHÔNE-ALPES AUVERGNE EN BREF

La chaîne régionale est présente sur douze départements au travers de treize implantations. Ses éditions régionales sont réalisées à Lyon, Grenoble et Clermont-Ferrand ; Saint-Étienne dispose d'un bureau d'information locale. Elle emploie 340 permanents, dont 130 journalistes pour 1.400 heures de programmes. Son budget est de 40 M€. Outre l'information, France 3 Rhône-Alpes Auvergne réalise une grille de programmes variée : magazines culturels, cinéma, sport, C'est mieux le matin, Chroniques d'en haut, Goûtez voir, Côté jardin. Le siège lyonnais abrite aussi une filière production de 87 personnes, équipée d'une unité de vidéo mobile haute définition. Cette entité réalise huit téléfilms par an, des documentaires et des magazines.

## MotaRALp. Un magazine qui roule pour les motards

Un nouveau magazine de moto tourisme vient de voir le jour en Rhône-Alpes.

Stéphane Villoud est un motard qui ne trouvait pas de magazine moto correspondant à ses attentes. Il a donc décidé de le créer ! « C'est un vrai pari, concède le jeune homme. Je lance MotaRALp, un bimestriel de moto tourisme régional, un concept qui existe à l'étranger mais pas en France. Mon idée est d'investir sur ce qui fédère les motards, c'est-à-dire un état d'esprit, des valeurs, le partage d'une

passion. J'occulte l'aspect technique et segmenté très bien représenté par ailleurs. »

Ainsi, MotaRALp s'adresse aussi bien aux femmes qu'aux jeunes, aux conducteurs de quads que de 125 centimètres cubes, et leur propose des rencontres, des balades, de la prévention... « Je veux promouvoir une image apaisée et positive des motards, parfois mal perçus et à juste raison. Il s'agit aussi de créer des passerelles avec les institutionnels, les collectivités territoriales, les acteurs du tourisme, pour qu'ils prennent en compte la

population des motards. »

### Un budget serré

Le premier numéro, sorti en janvier, a été tiré à 6.000 exemplaires et distribué sur 1.000 points de vente en Rhône-Alpes. Le créateur compte tirer jusqu'à 12.000 exemplaires en été. Vendu à 4,50 € pour le lancement puis à 4,90 €, le magazine devrait vivre des ventes et des abonnements, mais aussi, pour 20 % des recettes, des annonceurs régionaux. « Les concessionnaires locaux n'ont pas de support alors que la concurrence s'accroît.

Ils ont besoin de communiquer ! » Lancé avec un budget de 80.000 €, dont la majorité d'apport personnel et un prix de 6.000 € du Défi jeune, le magazine aura un « budget serré » pour la première année. Mais Stéphane Villoud, après un an de préparation de son projet, table sur un chiffre d'affaires de 230.000 € pour 2009, en maîtrisant ses coûts.

Anne-Gaëlle Metzger

Contact : 04.76.32.42.75.  
www.motalalp.fr

**www.envoidefichier.com**  
un clic pour l'expéditeur, un lien pour le destinataire

**Gain de temps, Gain d'argent**

- Transfert de fichiers totalement intégré au poste de travail
- Compression automatique avant expédition
- Aucune limite de taille et tout format de fichier
- Utilisez votre lecteur de mail et votre carnet d'adresses




**Gain de sécurité, Gain de tranquillité**

- Fichiers cryptés et protégés par mot de passe
- Optimisation des bandes passantes
- Administration réduite et simplifiée
- Compatible tout type de ligne et configuration réseau

**A partir de 5 € par mois**

**Sous forme d'abonnement ou complètement intégré à votre réseau**

**EnvoiDeFichier s'adapte à toutes les configurations et à tous vos besoins**

**Contactez-nous au 0 820 39 35 66** (coût d'un appel local)

EnvoiDeFichier est une solution de la société  

C'est le moment de vous abonner au Journal des Entreprises !

**SPÉCIAL TARIF RÉDUIT**

**39 € TTC**

au lieu de 52 € TTC (TVA 2,10%)

Renseignements au : 02 40 35 39 34  
ou : diffusion@lejournaldesentreprises.com