



CyberCité
More traffic, more business

ISOSKÈLE
Une marque de La Poste



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

06 JANVIER 2022

CYBERCITÉ, AGENCE EXPERTE EN SEARCH & MARKETING DIGITAL, REJOINT ISOSKÈLE, AGENCE SPÉCIALISTE EN DATA MARKETING & COMMUNICATION

Afin de poursuivre sa dynamique de croissance dans le marketing digital, Isoskèle, filiale du groupe La Poste, acquiert la majorité du capital de CyberCité, 1^{ère} agence indépendante française spécialisée en Search Marketing (SEO, SEA, MEDIA et ANALYTICS) et en Social Media avec sa filiale OnlySo.

Cette alliance renforce Isoskèle, pionnier français de l'alliance entre Data Marketing, Marketing Digital et Communication, sur le terrain de la génération de trafic et de l'acquisition, et propose un nouvel ensemble de 91M€ de CA pour 430 collaborateurs.

CyberCité, acteur majeur du Search et du Marketing Digital présent à Paris, Lyon, Chambéry, Nantes, Rennes et Sophia Antipolis, est aussi expert sur la maîtrise des algorithmes des grandes plateformes du web (Google, Facebook, Amazon, LinkedIn, etc.) que sur les stratégies de Content Marketing.

Avec cette nouvelle acquisition, Isoskèle est désormais en capacité d'enrichir son accompagnement des entreprises et des organisations, tant sur la définition de la stratégie que sur son exécution, et ce sur l'ensemble du parcours client : de la notoriété à la fidélisation, en passant par la génération de trafic et l'acquisition.

ARNAUD TOMASI, Directeur de la BU Solutions Marketing de La Poste et Président d'ISOSKELE déclare : *« Ce rapprochement entre ISOSKELE et CyberCité vient enrichir notre ambition de leader en marketing et communication digitale. Ce mouvement stratégique, créateur de valeur pour nos clients et signifiant sur le marché, est un accélérateur pour le développement par La Poste de solutions marketing innovantes et omnicanales ».*

UNE VISION NOVATRICE ET RENFORCÉE QUI RÉPOND AUX ATTENTES DES ANNONCEURS.

Isoskèle, jeune agence fondée en février 2019, fait le pari depuis sa création que le mariage équilibré des approches émotionnelles de la Communication et des approches plus rationnelles du Marketing Digital, permettra aux entreprises et aux organisations d'améliorer significativement et durablement leurs performances business.

Le positionnement d'Isoskèle place donc l'analyse de la data et la connaissance clients au cœur de son approche, pour garantir l'intelligence des ciblages marketing et la pertinence des messages publicitaires, et ainsi développer des liens solides, efficaces et performants entre les marques et leurs cibles.

L'ACQUISITION DE CYBERCITÉ VIENT RENFORCER CETTE PROMESSE.

La force de CyberCité est de générer des audiences larges sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. La force d'Isoskèle est de comprendre ces audiences et de les transformer en clients durables. Cette nouvelle alliance va permettre d'aller encore plus loin dans l'analyse des cibles et des contenus, en mixant l'analytics, la data science, le planning stratégique et les études.

Pour tenir cette promesse, Isoskèle a imaginé une organisation inédite, qui s'articule autour de fonctions d'experts et d'architectes, et qui permet à ses clients d'accéder à des équipes multi-expertises et pluridisciplinaires, capables d'adresser des problématiques globales de façon agile.

Avec l'acquisition de CyberCité, Isoskèle poursuit la construction d'un acteur nouvelle génération du Marketing Digital et de la Communication, en conservant une longueur d'avance.

POUR MANUELA PACAUD,

Directrice Générale d'Isoskèle :

« Ce rapprochement avec CyberCité est presque naturel car nous avons déjà de nombreux clients en commun. Ce mariage de nos savoir-faire va nous permettre de proposer un équilibre parfait entre la puissance de la création publicitaire et l'efficacité du marketing digital. L'acquisition de CyberCité, c'est un projet qui résulte avant tout d'une conviction partagée. Celle que la vraie performance business, c'est celle qui s'inscrit dans la durée. Par exemple, les passerelles que nous allons développer entre les expertises de connaissance client d'Isoskèle et celles de CyberCité nous permettront d'étendre notre champ d'analyse aux données issues du trafic organique et à celles provenant des campagnes publicitaires de Google, Facebook, LinkedIn, Amazon et des autres régies majeures du Web. »

POUR NICOLAS CLARAZ,

Directeur Général de CyberCité :

« Nous sommes fiers de ce rapprochement évident entre deux acteurs qui partagent non seulement les mêmes valeurs d'entreprise, mais aussi les mêmes ambitions pour servir des clients majeurs sur leur marché. La complémentarité de nos offres permet la création d'un acteur français du marketing digital & de la communication de premier plan. C'est une nouvelle étape qui s'ouvre dans l'histoire de CyberCité, après 22 ans d'innovation en tant qu'agence indépendante. »

À PROPOS D'ISOSKÈLE

Isoskèle, élue agence data-driven de l'année, est spécialisée en datamarketing & communication (filiale à 100% de La Poste, 300 collaborateurs, 71 M€ de CA). L'agence est née en 2019 avec une ambition forte : offrir à ses clients une connaissance fine de leurs publics et rétablir un équilibre entre le consommateur et les marques, dans une approche responsable. Ce nouveau modèle d'entreprise, né de l'expertise de la data, fait travailler ensemble plus de 320 talents de culture métier très variée : ingénieurs, stratèges, créatifs, datascientists... En plus d'être le leader français en data quality, 40% de son activité conseil est réalisée auprès d'ONG pour lesquelles Isoskèle lève

environ 60 millions d'euros de dons chaque année. Le groupe collabore également avec de grands retailers et de nombreuses marques de luxe.

La société dispose d'un centre de recherche en connaissance des publics (20 spécialistes en études comportementales, statistiques, data science, planning stratégique) qui a lancé en 2020 deux indicateurs de référence : le baromètre de la reconnaissance client et le baromètre de la générosité des Français.

Multi-récompensée (plus de 50 prix créatifs en moins de 3 ans, source : monpalmares.com), Isoskèle apparaît dans le top 30 des 500 agences de communication françaises (source Stratégies 2020). Sa dirigeante, Manuela Pacaud, s'est vue décerner le titre de Dirigeante de l'Année dans le secteur de la communication et prône un « marketing raisonné », prenant en compte la recherche d'authenticité exprimée par les consommateurs et le développement de campagnes respectueuses de la part des marques.

Les principaux clients du groupe sont : Hello Bank, Allianz, Nespresso, Orange, Renault, Société Générale, Vinci Immobilier, Tryba, But, Fondation des Hôpitaux de Paris, Institut Gustav Roussy, Secours Populaire, Club Med, L'OREAL luxe, Engie, Handicap International, PSA, Bouygues Telecom, BMW, La Prévention Routière, Total Direct Energie, Sage, Amazon, Maisons du Monde, Aéroport Nice Cotes d'Azur, etc.

Isoskèle est tiré du grec isos « égalité » et skelos « jambes », et signifie « deux jambes parfaitement équilibrées », en allusion à son positionnement de réconciliation de la communication et du marketing.



À PROPOS DE CYBERCITÉ ET D'ONLYSO

CyberCité (groupe de 130 collaborateurs créé en 1999, 20 M€ de CA) est une agence spécialisée en Marketing Digital, experte sur le Search (SEO/SEA).

Son objectif ? Propulser le business de ses 700 clients, en France et à l'international, en mettant en œuvre des stratégies d'acquisition et des dispositifs digitaux performants, pérennes et rentables.

Chez CyberCité, près de 130 spécialistes répartis dans 6 agences régionales font converger leurs expertises dans une ambiance humaine et décontractée.

De la stratégie à l'opérationnel, l'agence accompagne ses clients dans l'acquisition d'audience et la génération de business, grâce à ses 6 pôles de compétences : SEO, SEA & Médias, Social Ads, Content Marketing, Data Analytics & Conversion, Recherche & Développement.

Sa force ? Une culture technique SEO, SEA et la maîtrise des plateformes telles que Google, Facebook et Amazon. Et ce depuis les débuts de l'agence, et déployée aujourd'hui grâce à un mix de personnalités aux atouts pluriels et singuliers.

Pour CyberCité, le marketing digital doit être stratégique, convergent et humain et pour cela, l'agence croit à la pertinence d'une expérience créative autant que performante.

Ainsi, les expert(e)s CyberCité aiment réinventer leur métier chaque jour pour stimuler le potentiel business de leurs clients, à travers des dispositifs de plus en plus personnalisés et engageants.

Les principaux clients de CyberCité : Air France, GRDF, Culligan, GEFCO, Orpi, Cuisines Aviva, Le Temps des Cerises, Besson Chaussures, Laboratoire Urgo, Laboratoire Famadem, Top Office, Stef, Les Ménuires, Les Portes du Soleil, Boiron, Aldes, Vattenfall, Akena Vérandas, Sanytol, etc.



Située à Villeurbanne, l'agence OnlySo fait partie du groupe CyberCité.

OnlySo est une agence résolument social first ! Sa mission est d'accompagner les marques et les entreprises dans leur stratégie et leur ambition social media, durablement. L'équipe d'experts co-construit, orchestre et rend visible leur identité et prise de parole sur les médias sociaux.

Les principaux clients d'OnlySo : Cegid, Orpi, SoCoo'c, La Vie Claire, Culligan, Mobaipa, Isispharma, Casanis, Duvel, Chouffe, Lafuma Mobilier, etc.

CONTACT PRESSE

Ophélie Tata (Responsable Marketing & Communication)
otata@cybercite.fr / 04 78 41 03 33

DÉCOUVREZ LES DERNIERS LIVRES BLANCS !

Pour qu'amateurs et professionnels s'en sortent dans la jungle du digital, l'agence CyberCité publie régulièrement des livres blancs, à télécharger gratuitement sur <https://www.cybercite.fr/livres-blancs.html>

NOS RÉFÉRENCES

Air France, Renault Trucks, Orpi, GRDF, Vattenfall, Mikit, Akena Veranda, Cuisines Aviva, Culligan, Cultura, Bouchara, Botanic, le Temps des Cerises, Natalys, Fragonard, Corolle, Groupe Lafuma, Bébé9, Méribel, Les Ménuires, Portes du Soleil, La Plagne, Apicil, Audika, Laboratoires URGO, Sanytol, Maxoutils, Coyote, Aoste, Lustucru...



Informations, publications et cas clients sont disponibles sur le site : www.cybercite.fr

