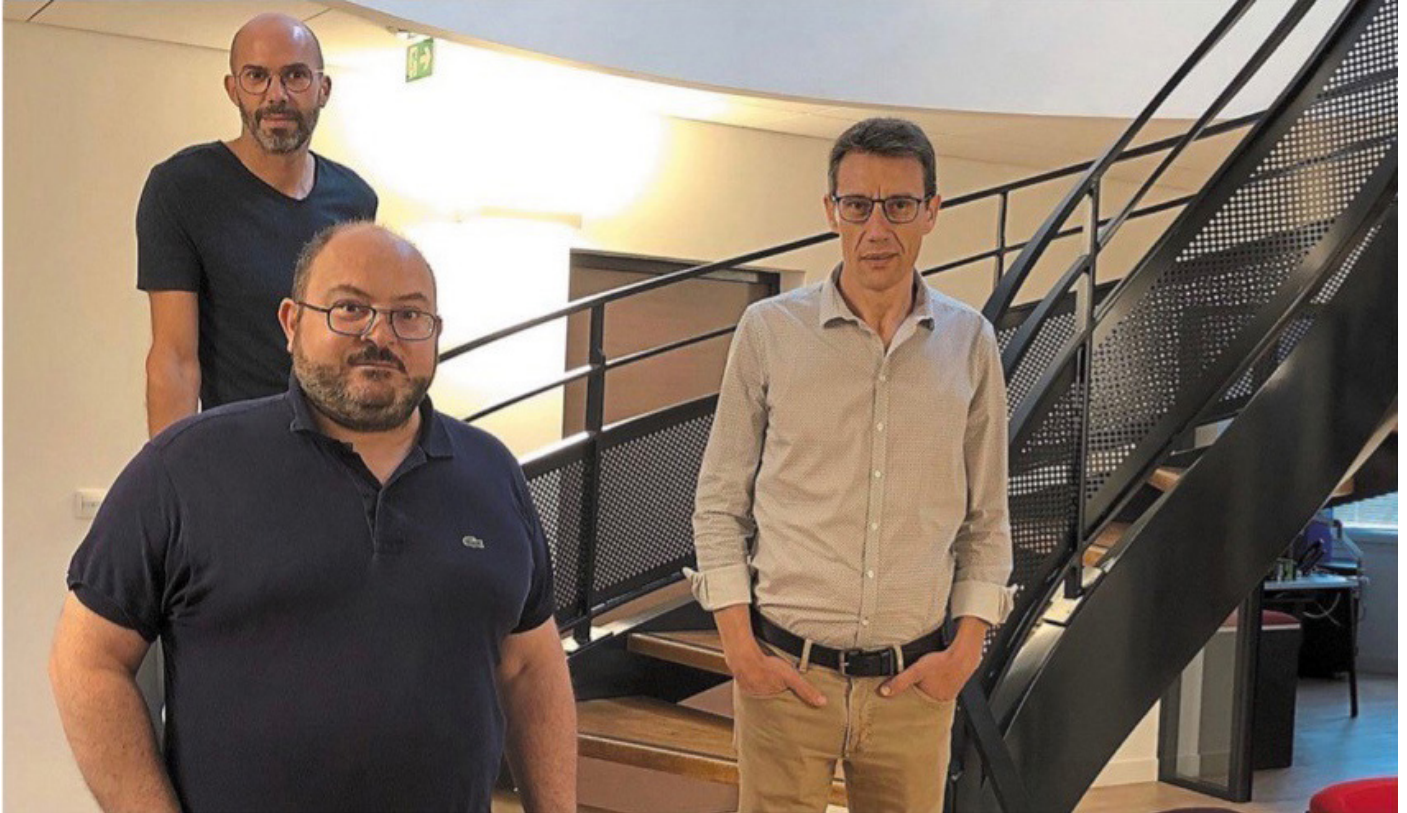


Apotamox : Le digital sur-mesure

La petite agence web mancelle présidée par Jean-François Simon a fait du chemin depuis sa création en 2008. Spécialisée dans l'accompagnement digital, elle compte parmi ses principaux clients des groupes aussi prestigieux que Volkswagen, L'Oréal et rayonne dans le monde entier.



Le Mans, août 2020. Jean-François Simon (président, devant), Laurent Mottais (directeur général) et Fabien Pichot (directeur création, derrière) dirigent la société Apotamox avec succès.

Vous avez dit Kamoulox ? Non rien à voir avec l'hilarante parodie de jeu télévisé rendue célèbre par Kad et Olivier. Apotamox : la dénomination se veut pour le moins curieuse mais tout à fait sérieuse.

Elle sonne comme le nom de la fameuse bataille... d'Appomatox, signant la fin de la guerre de Sécession en avril 1865 aux États-Unis. Aucun lien non plus, indique pourtant le président Jean-François Simon.

«À l'origine, le nom a été inventé pour faire penser à une solution curative (au plan numérique) et donc à une sorte de médicament. Et par le plus heureux des hasards, il se trouve qu'un médicament Apo-Tamox existe finalement réellement au Canada», dévoile le patron de 48 ans.

Activité 50 % automobile, 50 % beauté

Apotamox est née en 2008 de la fusion de deux sociétés sarthoises : Atlantis, petite agence officiant dans le web – qui n'en était qu'à ses balbutiements – et Gefiro, une entreprise d'informatique collaborant tout spécialement avec le concessionnaire Volkswagen au Mans, dirigé alors par Jacques Robineau, disparu en janvier 2014.

Les clients de «l'agence mancelle» sont aujourd'hui dispersés aux quatre coins du globe. «Dans une cinquantaine de pays, sauf aux États-Unis et en Chine», spécifie le sourire aux lèvres Jean-François Simon, entouré de Laurent Mottais, directeur général (51 ans) et Fabien Pichot (43 ans), directeur du pôle création, tous membres de l'équipe de direction.

La petite entreprise qui emploie à l'heure actuelle 42 salariés ne connaît pas la crise. L'agence installée depuis 2014 rue des Marais, quartier Monthéard au Mans, dégage un chiffre d'affaires d'environ 5 millions d'euros annuels et est toujours en phase de recrutement.

Intégrateurs, développeurs web, graphistes, web-designers et autres chefs de projets aux missions transversales... Les profils recherchés sont du genre hautement qualifiés et «polyvalents».

Mais comment décrire l'activité générale de l'entreprise ? «Pas facile», reconnaît avec humour le boss. «Nous sommes une agence de transformation digitale, des experts du numérique sur-mesure : du développement technique, du design et de la création web. Nous cherchons à allier esthétique et ergonomie, avec beaucoup de technologies derrière », tente de vulgariser Fabien Pichot.

Plusieurs marques phares de L'Oréal

Quant à la clientèle, elle se concentre dans deux secteurs majeurs. «Notre activité repose à 50 % sur l'automobile et à 50 % sur la beauté», synthétise Laurent Mottais. Deux mastodontes industriels : d'un côté Volkswagen donc, en tant que client originel numéro 1 ; et de l'autre, le géant des cosmétiques : L'Oréal.

«Nous concevons tous les catalogues des tarifs des entretiens pour les concessions du groupe Volkswagen depuis plus de 20 ans. Nous disposons d'un pôle spécifique au sein de la société, consacré à la partie automobile», poursuit le directeur général.

«Quant à L'Oréal, nous sommes entrés par la fenêtre, s'amuse Jean-François Simon, en 2004-2005. La marque La Roche Posay a fait appel à nous pour créer un nanosite (minisite internet) pouvant se décliner à tous les pays. Nous devions nous charger seulement de la partie technique au départ. Mais finalement, on a récupéré tout l'aspect graphique. Puis, de fil en aiguille, l'ensemble des sites internet à l'international. Nous sommes tombés au bon moment », reconnaît-il.»

Les Poulets de Loué et O2 parmi les clients locaux

«Le web comme premier vecteur de développement à l'international pour les grandes firmes. Apotamox a su rendre ses services indispensables.»

À présent, l'agence mancelle gère aussi les dispositifs digitaux (ordinateurs, tablettes, mobiles) de Vichy notamment, et de l'ensemble des marques de la division Cosmétique Active (produits en vente en pharmacie) du groupe L'Oréal.

Localement, l'entreprise sarthoise reste pourtant assez méconnue. Certaines entreprises comme les Poulets de Loué (plus ancien client) ou O2 (en voisin) profitent toutefois de son expertise depuis des années pour développer leurs applications numériques.

--

Alexis Babin pour le Maine Libre - 22 septembre 2020