

Communiqué de presse

Le 04/12/2017

Sopexa, une agence qui se renouvelle

Nouvelle stratégie, nouveaux métiers et désormais une nouvelle adresse !



Sopexa, l'agence de communication 100 % Food, Drink & Lifestyle, aborde une nouvelle étape de sa transformation stratégique, commerciale et organisationnelle en emménageant dans de nouveaux locaux, au 28 rue Feydeau, dans le 2^{ème} arrondissement de Paris.

Une évolution stratégique

Depuis près de 60 ans, Sopexa n'a cessé d'évoluer, pour anticiper les marchés et dénicher les tendances, de se transformer et de développer ses compétences, afin de toujours mieux accompagner ses clients à travers le monde.

Sous l'impulsion de Jean-René Buisson, Président du Directoire de Sopexa, cette évolution s'est encore accélérée ces trois dernières années. Tout d'abord commercialement, puisque l'agence a diversifié ses clients pour inclure des marques privées aux côtés des marques collectives. Elle a également ouvert son

activité aux annonceurs d'origine internationale.

Puis d'un point de vue organisationnel : pour soutenir ce développement, deux nouvelles implantations - Sopexa Africa et Australie - ont été lancées et de nouveaux pôles d'expertises spécifiques ont été créés ou renforcés : Nutrition/Santé, Shopper Marketing, Affaires européennes, Stratégie créative & Planning stratégique, en France et au sein de ses 27 agences implantées à l'international.

Cette évolution, enfin, s'est traduite par un changement au niveau de l'actionnariat de l'agence, avec, fin 2016, l'entrée de Hopscotch Groupe et Comexposium, dans son capital.

Ces choix stratégiques et commerciaux ont été plus qu'encouragés puisqu'entre 2016 et 2017, le chiffre d'affaires réalisé avec les clients internationaux de l'agence a progressé de 25% alors que son taux de fidélisation auprès de ses clients historiques est maintenu - à date - à 68 % en 2017.

Un nouvel environnement de travail pour une nouvelle organisation

Avec la mise en place de cette nouvelle dynamique stratégique et managériale, il était nécessaire de repenser l'environnement de travail pour l'adapter à des équipes évoluant de plus en plus en mode projets, sur des campagnes de communication multi pays, notamment. L'agence a donc choisi des locaux situés au cœur de Paris, dans le quartier d'affaires de la Bourse, la nouvelle « place to be » des aficionados de Food & Drink. Ainsi, ce sont dans des espaces très ouverts, organisés en mode « Flex office », plus propices au travail collaboratif, que les équipes ont pris place.

« Ce déménagement est un signe de plus du renouvellement de l'agence, dont la nouvelle culture d'entreprise intègre à la fois ses valeurs clés - la passion pour son univers gourmand, la créativité et l'ouverture internationale - et son agilité. Les équipes sont aujourd'hui en ordre de marche pour accompagner leurs clients toujours plus efficacement dans un environnement de travail agréable et dans lequel elles seront fières de les accueillir », commente **Jean-René Buisson**.



La FoodTech chez Sopexa

Qui n'a pas entendu parler de ces jeunes startups foodtech qui bouleversent les codes du food et révolutionnent la façon de nous alimenter et de nous approvisionner ? Spécialiste de la communication alimentaire, Sopexa est dénicheur de tendances et d'innovations Food & Drink. C'est pourquoi l'agence a choisi de faire appel à la Foodtech française pour ses nouveaux locaux ! Pour commencer : Eklo et son mini potager, qui lui permettra de faire déguster des fruits & légumes produits par aquaponie made by Sopexa, en partageant un verre de vin de D-Vine, dont la machine permet d'offrir un verre d'un excellent cru à une température idéale de dégustation. D'autres suivront, bien sûr...



Eklo et son mini potager

Nouvel univers visuel

Enfin, pour traduire graphiquement son renouvellement, Sopexa adopte de nouveaux visuels identitaires traduisant son univers, celui de la communication internationale Food, Drink, et Lifestyle. L'agence a travaillé avec l'artiste nord-américain Stephen McMennamy, spécialiste de la « combophoto », qui a imaginé des photomontages originaux, véritables métaphores visuelles de ce à quoi elle s'emploie au quotidien : l'art de sublimer les produits alimentaires dans le monde entier.



Plus de visuels sur demande : ghislaine.plus@sopexa.com

A propos de SOPEXA :

L'Agence Internationale de Communication et de marketing 100% Food, Drink et Lifestyle.

Sopexa accompagne les entreprises, marques, collectivités et institutions dans leur développement et leur stratégie de communication et d'influence. Avec ses 250 experts multiculturels implantés sur les marchés, à l'écoute des tendances et proches des prescripteurs locaux, elle intervient dans 64 pays à travers des prestations de conseil, stratégies santé-nutrition, trade & shopper marketing, RP & création de brand content, événements et conception créative. Pour plus d'information : <http://www.sopexa.com> et sur Twitter @GroupeSopexa