



L'ENTRETIEN

L'ENVIE C'EST LE PREMIER MOTEUR POUR ENTREPRENDRE

Devenue cheffe d'entreprise à 30 ans à peine, Laëtitia Dubois est une éternelle optimiste qui aime partager sa vision exigeante du métier avec son équipe, sans pour autant se prendre au sérieux. « Donner envie d'avoir envie », c'est sa définition du leadership et de la réussite entrepreneuriale. Une philosophie de vie qui explique sans doute qu'à l'aube de la quarantaine, cette femme de réseaux soit la toute nouvelle présidente de Mediapilote, un réseau national de 23 agences de communication.



Laëtitia DUBOIS directrice associée et présidente de Mediapilote Photo : © Benjamin Lachenal

Adolescente, vous rêviez déjà d'entreprendre. D'où vous vient cette envie ?

J'ai toujours su que je voulais entreprendre. C'était assez clair dans ma tête que je tenterais l'aventure un jour. Toute petite déjà, tout m'intéressait, j'initiais plein de projets et je les menais jusqu'au bout, ce qui est plutôt une qualité pour créer son entreprise. Par exemple, j'organisais des défilés de mode avec une cousine. C'était quelque chose de sé-

rieux. On fabriquait les vêtements, on définissait un budget, on faisait payer l'entrée. J'organisais aussi des braderies, des pièces de théâtre. J'avais toujours un projet dans un carton.

C'est étonnant car je n'ai pas eu vraiment de modèle d'entrepreneur autour de moi. Mes parents ont eu quasiment le même travail pendant toute leur carrière, comme beaucoup de gens de leur génération. Enfin, si, il y avait mon parrain. Il m'a sans doute inspiré. Il a connu plusieurs expériences professionnelles, ce n'était pas toujours facile, et à chaque fois, il rebondissait. J'ai compris qu'on avait le droit de se tromper et de recommencer, que vivre un échec n'était pas grave. Un jour, il a lancé son activité traiteur. J'étais adolescente et j'ai entendu que ce n'était pas facile de se faire connaître. Alors, j'ai décidé de lui faire des flyers et je lui ai envoyés.

À 30 ans à peine, en octobre 2013, vous créez l'agence de communication yonnaise Mediapilote. Quel est votre parcours ?

J'ai un parcours assez simple qui se concentre autour de deux grandes expériences. En 2005, j'obtiens un diplôme d'études supérieures en management (Desma) à Grenoble école de management. Je réalise mon stage de fin d'études au Puy du Fou et y décroche mon premier emploi. Pendant quatre ans, je travaille sur la stratégie et le plan de communication et je m'occupe des relations presse.

Puis j'ai voulu voir ce qui se passait de l'autre côté de la barrière. Les cinq années suivantes, j'ai rejoint une grande agence de communication vendéenne en tant que directrice clientèle. J'ai monté l'agence de La Roche-sur-Yon et son pôle digital. Le poste me plaisait, j'étais bien mais je me sentais bloquée. Je n'avais pas complètement la main sur la vision d'entreprise, sur ce que je voulais apporter aux équipes. J'avais envie d'un cadre de tra-

vail différent. J'en ai parlé aux associés. Il n'y avait pas à l'époque d'opportunité de s'investir davantage alors j'ai démissionné. Un mois plus tard, je créais l'agence de communication yonnaise Mediapilote.

Que reprenez-vous de ces dix ans de salariat ?

J'ai appris le métier et qu'un engagement, ça se tient. Le milieu professionnel est exigeant : on doit être à la hauteur. J'ai aussi compris que la confiance et l'expertise sont essentiels pour réussir. Ces dix années m'ont donné la base pour me lancer dans l'entrepreneuriat.

En quoi le modèle Mediapilote vous a-t-il séduit ?

Au départ, je ne savais pas si j'allais me retrouver dans un modèle existant. Mais, finalement, le concept Mediapilote cohabitait toutes les cases. Ce que je pensais faire seule, j'allais le réaliser dans une superbe aventure collective, avec le soutien et l'expérience des autres associés. J'allais pouvoir diriger ma propre agence en Vendée, département où j'aime vivre, tout en travaillant au déploiement d'une marque nationale qui ne demandait qu'à grandir. C'est tout ça qui m'a convaincue de rejoindre Mediapilote. Neuf ans plus tard, j'emploie 14 personnes.

Vous êtes présidente de Mediapilote depuis juin 2021. Comment voyez-vous votre mission ?

J'ai été nommée présidente sur proposition du comité straté-

gique (Costrat). Depuis que j'ai rejoint Mediapilote en 2013, la marque a bien évolué passant de 5 à 23 agences et de 40 à 150 collaborateurs. Le mode de gouvernance collégial entre directeurs associés n'était plus pertinent, compte tenu de l'étendue géographique de notre réseau et de son volume d'activité. De ce besoin de restructuration est né le Costrat, composé de quatre dirigeants associés dont moi-même. Ce sont ses membres qui m'ont élue jusqu'en 2024.

J'ai été élue sur un programme : « Mediapilote, agence engagée 2023 ». Le premier axe, c'est l'engagement auprès de nos clients ou comment être leur allié dans la construction de leurs enjeux stratégiques. Le deuxième axe a pour ambition de renforcer notre modèle d'engagement auprès de tous nos collaborateurs en leur offrant au moins une formation par an ou en les faisant bénéficier d'un intéressement financier sur les performances de leur agence. Mon troisième engagement, c'est de consolider l'entraide et la solidarité entre agences, via par exemple la mise en place de Codev (comité de développement). Quand l'un d'entre nous a une problématique, il la partage avec d'autres directeurs associés. Dernier point : développer notre engagement RSE. Notre responsabilité sociétale passe par un solide ancrage territorial, par des connections aux réseaux ou via des mécénats ou la Fondation Mediapilote. Mediapilote est ainsi aux côtés du festival Face & si, l'association Ruptur ou Réseau entreprendre Vendée dans

leurs communications respectives. Nous soutenons aussi le projet de tour du monde en voilier de Lionel Régnier, « L'Esprit d'équipe ». Nous partageons des valeurs communes : le dépassement de soi, le collectif et la transmission.

Comment le Covid a-t-il impacté votre activité ?



La communication de proximité, c'est le credo de Mediapilote. Chaque agence s'attèle à être géographiquement proche de ses clients. Ici, l'agence de Rennes.

Au sein de Mediapilote, cette crise nous a ouvert des opportunités, a accéléré des changements majeurs que l'on devait opérer. Nous avons travaillé sur un plan d'actions pour maintenir les agences et offrir un cadre de travail sécurisant et rassurant à nos collaborateurs.

Avec nos clients, nous sommes restés très proches et très actifs en organisant des webinaires autour de la communication de crise. Notre conseil numéro un était de garder le contact, en interne et dans leurs relations commerciales, pour se remettre en mouvement rapidement une fois la crise terminée, et retrouver le sens du travail. Cette période a fait naître beaucoup d'interrogations. Aujourd'hui, nous accompagnons les

marques sur la création de sens, sur la nécessité de revenir à des fondamentaux, de redéfinir leur raison d'être, leur positionnement unique et de co-construire cette démarche avec leurs collaborateurs.

Le slogan de Mediapilote, c'est l'agence « drôlement sérieuse ». Vous-même, vous êtes une éternelle optimiste et très déterminée.



Être sérieux tout en s'amusant, c'est la philosophie partagée entre Laëtitia Dubois et son équipe.

Faire les choses sérieusement sans se prendre au sérieux : ce slogan me correspond parfaitement. Le milieu professionnel est exigeant et on ne maîtrise pas tout. La vie a son lot de surprises mais peut être simple à condition de rendre les choses faciles avec de la bonne humeur. Mon équipe et moi connaissons notre job. Alors, on fait en sorte de passer de bonnes journées sans se créer de nœuds au cerveau. On s'entraide, on soulage les plannings quand il y a besoin. On partage la même vision exigeante du métier et on veut aussi s'amuser. C'est motivant, fédérateur, source de créativité et de confiance.

Vous dites qu'entreprendre, c'est partager une vision et des moments forts en équipe. Quelle dirigeante êtes-vous ?

Il faudrait poser la question à mon équipe (rire) ! J'ai envie d'être une dirigeante accessible, avec du leadership. Je veux donner envie d'avoir envie. L'envie, c'est le premier moteur de ce que l'on veut entreprendre. J'essaie d'être à l'écoute de tous. Il n'y a pas de distance, de hiérarchie entre nous : je dirige mais on est ensemble. Pour l'intégration d'un nouveau membre dans l'équipe, Me-diapilote a mis en place tout un processus d'accueil. Chaque agence, chaque dirigeant, chaque équipe le colore mais les bases sont communes. Quand un nouveau membre rejoint notre équipe, nous lui envoyons un petit message avant son arrivée, nous l'accueillons avec une « welcome box » et un petit-déjeuner en équipe. Je demande à chacun de prendre le temps de l'accueillir, de lui expliquer son métier et le fonctionnement de l'agence. La bonne ambiance au travail, c'est l'affaire de tous.

Vous êtes présidente de Femmes Cheffe d'entreprise Vendée depuis mars 2021 et engagée dans de nombreux réseaux professionnels. En quoi est-ce important ?

Ce nouveau mandat FCE Vendée, c'est la surprise puisque je ne me suis pas présentée. J'ai été élue à la sociocratie. Il n'y avait pas de candidates officielles. Chacune inscrivait le nom de la personne de son choix et il se trouve que mon

nom a recueilli le plus de voix. Je suis membre de l'association depuis quatre ans seulement mais je me suis sentie portée alors j'ai accepté.

J'appartiens à deux autres réseaux : Réseau entreprendre Vendée (Rev) et l'association Ruptur autour de l'économie bleue. Tous sont des lieux d'échanges et d'entraide. J'y vais pour sortir de mon univers de la communication et rencontrer des professionnels ayant un regard différent sur le rôle de dirigeant ou sur des sujets sociétaux. Ce partage d'expériences vient me nourrir intellectuellement. En tant que cheffe d'entreprise, c'est important pour moi de m'impliquer sur mon territoire, de donner de mon temps bénévolement, notamment en témoignant de mon métier et de mon parcours auprès des jeunes.

Entreprendre quand on est une femme ou un homme, est-ce si différent aujourd'hui ?



Le réseau Mediapilote emploie 140 personnes au sein de ses 23 agences de communication.

Je ne sais pas. Il y a autant de façons d'entreprendre que d'individus. Personnellement, je n'ai pas eu de difficultés à entreprendre parce que je suis femme. Je ne me suis pas mis non plus de freins car je pense que tout est possible. Je sais

que ce n'est pas le cas pour toutes les femmes, qui doivent parfois redoubler d'efforts pour faire leurs preuves en raison de leur sexe. C'est un sujet dont on parle beaucoup au sein du réseau FCE Vendée. Ce qui est rassurant, c'est que je rencontre beaucoup de jeunes filles de 20 ans hyper motivées qui ne se posent plus ces questions-là. Elles osent davantage et abordent l'entrepreneuriat de façon décomplexée et à pied d'égalité avec les hommes.

Syndrome de l'imposteur ou charge mentale : comme le collectif Sista*, pensez-vous que les journalistes posent toujours les mêmes questions aux femmes entrepreneurs ?

ENCADRÉS DE L'ARTICLE

Oui, c'est vrai. Et en même temps, les médias ont pris conscience de ces maladrotes et essaient globalement de limiter ce genre de questions. Ces stéréotypes sont tellement ancrés en nous que c'est difficile de ne pas tomber dans le piège. Je pense à ces chefs d'entreprise qui, gentiment, disent : « Ah, je suis très content de travailler avec des femmes compétentes. D'ailleurs, j'en ai nommé dans mon Co-dir... ». C'est maladroit car on n'entendra jamais une dirigeante souligner l'inverse. Il faut toujours rester vigilant sur la place des femmes dans l'entreprise, mais poursuivons cette réflexion avec les hommes. Œuvrons à davantage de mixité ensemble. Ne met-

tons pas trop la pression aux hommes car ils sont parfois perdus sur la manière dont ils peuvent s'adresser aux femmes dirigeantes. ■

Propos recueillis par Marie LAUDOUAR

*Collectif dont la mission est de réduire les inégalités de financement entre femmes et hommes entrepreneurs. Sista est à l'origine en mars 2022 d'une campagne vidéo intitulée « Et si on posait les mêmes questions aux femmes et aux hommes ? »

“ « J'AI COMPRIS QU'ON AVAIT LE DROIT DE SE TROMPER ET DE RECOMMENCER, QUE VIVRE UN ÉCHEC N'ÉTAIT PAS GRAVE. »

“ « J'AI ENVIE D'ÊTRE UNE DIRIGEANTE ACCESSIBLE, AVEC DU LEADERSHIP. IL N'Y A PAS DE HIÉRARCHIE AVEC MON ÉQUIPE : JE DIRIGE MAIS ON EST ENSEMBLE. »

MEDIAPILOTE, 20 ans au service d'une communication de proximité

Mediapilote est une marque fondée en 2001 par Pierre Rochouane et appartenant au groupe Copylot. Aujourd'hui, 23 agences - dont deux en Loire-Atlantique (Nantes et Saint-Nazaire) et deux en Vendée (Les Herbiers et La Roche-sur-Yon) - se partagent la marque. Chaque agence reverse une partie de sa marge au groupe Copylot dont elle est aussi actionnaire. Mediapilote emploie 140 collaborateurs dont 20 % sont associés et affiche une croissance de 25 % par an depuis dix ans. En 2021, son chiffre d'affaires a été de 13 M€.

