CHEZ THURIA L'INNOVATION PORTE SES FRUITS !

DOSSIER DE PRESSE

WE ARE thuria

WE CREATE WHAT YOUR CUSTOMERS LOVE

WE ARE thuria

Dimension humaine, respect, transparence, honnêteté… c'est de la proximité avec nos clients que naît la qualité de notre travail. Depuis 1989, j'ai toujours eu à cœur de partager mes convictions avec l'équipe : Thuria a une culture client très développée ! Et si beaucoup d'agences le disent, peu l'illustrent au quotidien.

L'agence compte aujourd'hui 15 compétences différentes pour une vingtaine de personnes. L'enjeu ? Construire une équipe stable aux profils complémentaires, capable de coller au plus près des besoins du marché et des évolutions du marketing et de la communication. Parfois complexe à gérer, cette concentration est aussi un atout clé : c'est de cette diversité que naissent notre réactivité et notre capacité à revoir notre copie. Thuria est enfin un clin d'œil au mont Turia en Tarentaise. Originaire d'Alsace-Lorraine, je suis venu en Savoie pour les montagnes. Créer une agence à la campagne était en soi un pari. J'aime les terrains d'aventure et les nouveaux challenges, créer de nouvelles opportunités et susciter l'innovation.

Thuria, c'est une profession de foi : il est question ici d'ascension et d'humilité. C'est une belle ambition.

ÉDITO BY VINCENT THIÉBAUT

#Dynamique

THURIA, AGENCE HORS DES SENTIERS BATTUS

Agence conseil en communication située en Savoie, Thuria récolte aujourd'hui les fruits de plus de 25 ans d'engagement aux côtés de ses clients. À l'origine du succès, une démarche d'innovation constante. À la clé, un positionnement d'agence experte sur les enjeux du tourisme.

SOUS LE SIGNE DE L'OUVERTURE

Implantée à proximité d'Albertville un an avant les JO et naturellement partenaire de nombreuses stations et offices du tourisme des deux Savoie, Thuria revendique une réelle expertise dans le secteur du tourisme. Ses compétences ?
Stratégie, digital, retail design, communication. Au fil des ans, l'agence a patiemment creusé son sillon : ouverture d'un bureau à Annecy (Up, agence spécialisée sur la stratégie et le conseil), création d'un établissement secondaire Grand-Est à Strasbourg (spécialisée dans le digital), création du studio t.lab à Londres (motion design et direction artistique)…

Désormais, Thuria a acquis une expertise conseil et digitale reconnue qui lui offre un rayonnement au-delà de ses bassins d'ancrage naturel. Si l'agence a tissé un réseau de clients en Rhône-Alpes et Alsace-Lorraine, elle « exporte » aussi son savoir-faire sur la France entière. Elle accompagne ainsi les marques Wichard et Profurl en Bretagne, Europrestim à Paris, l'Inmed (institut de neurosciences dépendant de l'Inserm et du CNRS) à Marseille.

Sortir des sentiers battus, c'est aussi faire le pari de l'innovation. Chaque année l'agence engage un budget R&D pour tenter de nouveaux développement. Un pari risqué, mais payant : désormais, la croissance de Thuria s'écrit aussi avec le digital.

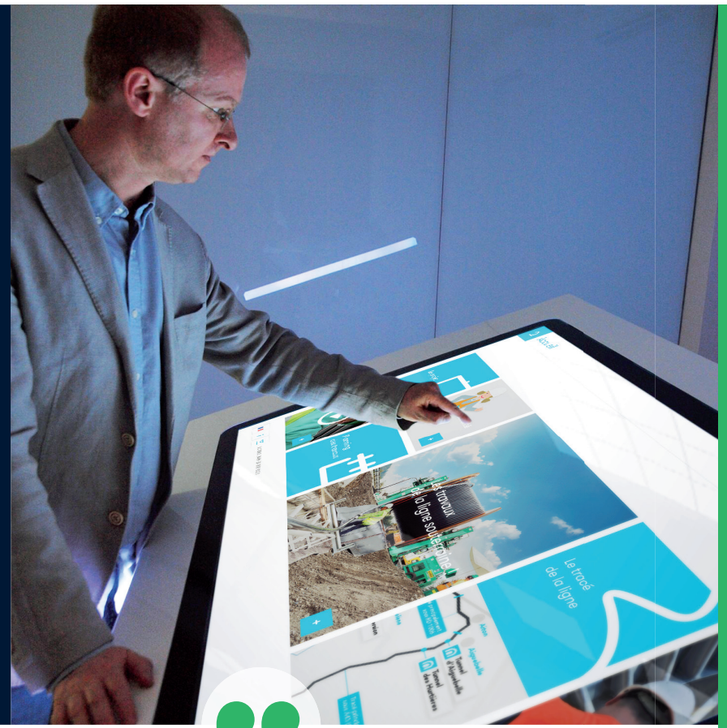
L'agence Rhône-Alpes développe son activité digitale pour des clients historiquement print et revendique une expertise pointue en retail design au service de grandes stations ou exploitants (Les Arcs, Val-Thorens, Courchevel, Méribel). Membre du club des entreprises de l'Université Savoie Mont Blanc et de l'association Outdoor Sport Valley en Haute Savoie, elle a récemment rejoint le cluster Montagne, avec pour ambition de participer à cette aventure unique en France.

L'agence Grand-Est affiche quant à elle une culture plus tech et nativement digitale. Deux histoires différentes et des stratégies complémentaires.

#Innovation

CULTURE DIGITALE & RETAIL DESIGN

Le point de convergence des multiples projets qu'accompagne Thuria ? L'expérience utilisateur, en digital comme sur le point de vente. Un fil rouge qui permet la synergie entre les agences Grand-Est et Rhône-Alpes.



LA R&D, UN PARTI PRIS EXIGEANT

L'agence Rhône-Alpes a acquis une expertise réelle en matière d''expérience utilisateur au point de vente. Un atout sur lequel capitalise l'agence Grand-Est, qui prolonge la démarche sur le digital : des metrics et data permettent aujourd'hui d'identifier finement les besoins via l'analyse des comportements des utilisateurs.

Dans le portefeuille de clients de Thuria, beaucoup d'acteurs institutionnels du secteur touristique, dont l'univers est bien loin de celui des start-ups. L'idée est de faire collaborer ces deux mondes, via la démarche d'innovation : l'agence Grand-Est propose ainsi une autre manière de penser.

Fondée sur une culture très tech, elle déploie des applications et environnements orientés user experience qui contribuent à tisser entre usagers technophiles et grands acteurs institutionnels de nouvelles relations... en temps réel.

Être positionnés comme une agence très tech est un parti pris exigeant qui nécessite pour rester performant une démarche de veille constante.

L'agence Grand-Est consacre beaucoup de temps et d'énergie à la R&D, avec une culture profondément geek. Résultat ? Les clients apprécient la capacité de l'équipe à transformer un cahier des charges complexe en interface user friendly, aussi facile d'utilisation pour les équipes qui l'administrent que pour les utilisateurs.

La collaboration entre l'agence Grand-Est et le CRT Lorraine est à ce titre exemplaire. Sensible au digital et à l'innovation, le CRT a participé activement à la phase R&D de beaux projets digitaux :

- Ulys©, dispositif digital de vitrines numériques qui répond à une problématique d'affichage d'informations touristiques en dehors des heures d'ouverture des OT (voir page 8).
- Un moteur de recherche touristique (hébergements, restauration, activités) en temps réel qui permet d'obtenir un résultat de recherche avant même la fin de la requête, sur le même principe que Google. Une promesse très user friendly sur mobile...

> Thuria réussit le mariage entre ce qui se fait de mieux dans les start-ups françaises, le secteur institutionnel, le e-tourisme et les flux de données.
> Un système encore beta, mais très prometteur qui nous a poussés en termes de technologie.”

UNE DÉMARCHE GAGNANT-GAGNANT

Loin du modèle des SSII qui rendent les clients dépendants de « leur » agence, Thuria propose une collaboration gagnant-gagnant : un CMS open source qu'elle adapte aux besoins de chaque client.En somme, du sur-mesure qui offre au client une double garantie : une démarche d'amélioration continue tout en gardant la maîtrise de son projet.

Poussée à innover, l'agence garde son niveau. Et les nombreux clients fidèles à l'agence le sont non par obligation... mais par choix.

- DIVERSIFICATION -

t.LAB

STUDIO DE CRÉATION ET LABORATOIRE DE TENDANCES

t.lab illustre bien la démarche d'ouverture et de veille de Thuria. L'idée : créer un laboratoire de tendances centré sur le marketing et le graphisme, compétences sur lesquelles les anglais sont à la pointe. « Ma démarche a toujours consisté à construire sur la base de nouvelles expériences et à mobiliser les nouveaux acquis au service de la création », explique Antoine Thiébaut. Implanté à Londres, le directeur artistique de t.Lab évolue dans un univers graphique foisonnant et relaie auprès de Thuria des idées émergentes qui nourrissent la démarche de création de l'agence.

Un appel d'air pour toute l'équipe.

UP

AGENCE CONSEIL ET CRÉATRICE D'EXPÉRIENCES

Thuria est naturellement sur le terrain. En amont, Up aligne depuis 2013 analyses, études, benchmark. L'agence conseil a vocation à écouter les utilisateurs de sites web touristiques et e-commerce pour décrypter et dessiner les nouvelles interactions entre usagers et acteurs du tourisme.

Gestion de la relation client, fidélisation off et online, analyse et parcours client, concept store et digitalisation du point de vente... L'ADN de Up est orienté 100% marketing. L'enjeu : faire de chaque relation une expérience immersive porteuse de valeur ajoutée pour les acteurs touristiques comme pour leurs clients utilisateurs.

Pour prendre de la hauteur, il n'y a pas que les sommets...

Organisation

DU CHANGEMENT... DANS LA CONTINUITÉ

Si deux directeurs d'agence secondent désormais le dirigeant-fondateur Vincent Thiébaut à Marthod et Strasbourg, Thuria garde son cap – et son gérant.

LUDOVIC GRIGNON

JÉRÉMY MAY

Après 25 ans à la tête de l'agence, il était temps de passer la main sur la gestion opérationnelle : « j'ai envie et besoin de prendre du recul, d'installer des têtes bien faites et plus jeunes au service de nos clients. Je ne quitte pas le navire et reste pour ma part garant des valeurs de l'agence », souligne Vincent Thiébaut.

Entrepreneur dans l'âme, il assure l'avenir de l'agence avec de nouvelles têtes et de nouvelles inspirations. Intégrés à l'agence depuis longtemps, Ludovic Grignon et Jérémy May dirigent respectivement l'agence Rhône-Alpes et l'agence Grand-Est. Il s'agit donc non pas d'un changement de direction mais d'une évolution dans la structure et le management de l'agence.

Un gérant, une agence historique, un nouvel établissement secondaire, une filiale dédiée à la stratégie et au conseil, un studio londonien : Thuria a pris du galon sans perdre son cap.

Economie

THURIA, ACTEUR ET MOTEUR DE LA DYNAMIQUE ÉCONOMIQUE LOCALE

Impliquée sur son bassin de vie, innovante dans le secteur du tourisme, Thuria est une PME qui joue pleinement son rôle d'acteur économique régional. Tant en Rhône-Alpes que dans le Grand-Est.

Implantée depuis 25 ans en Savoie, Thuria est une PME à la campagne. Un parti pris fort pour une agence de communication qui joue clairement le jeu de la proximité.

Discrète mais constante dans son développement, Thuria s'appuie aujourd'hui sur une équipe de 22 personnes (13 à l'agence Rhône-Alpes, 9 à l'agence Grand-Est, 1 à Londres) avec un turn-over très faible pour le secteur des métiers de la communication. Si l'équipe est stable, le dirigeant veille à accompagner chacun pour partager les valeurs qui sont à l'origine de l'agence. Le créneau de Thuria, ce sont les développements sur mesure. Et si l'agence est réputée parfois plus chère que ses concurrents, elle est aussi plus innovante. « Nos prix sont des prix de marché, souligne Vincent Thiébaut. Quand un client cherche la création d'une démarche qualité à long terme, nous sommes la bonne agence, pas s'il ne cherche qu'un prix : nous ne vendons pas notre âme ».

Et la démarche « paie » : Thuria compte 60 clients actifs et affiche un CA en croissance, représentant 1,5M€ pour 2015.
L'ouverture de l'agence Grand-Est à Strasbourg il y a 4 ans fait écho aux origines de Vincent Thiébaut, l'Alsace-Lorraine : une manière de rendre un peu de la richesse locale créée sur sa terre d'adoption. Chaque année, l'agence invite l'ensemble de ses clients à participer à la Thuria Cup, rencontre sportive amicale au Golf de Méribel, client fidèle depuis 2001. Une autre manière de renvoyer la balle.

Quelques références clés

TERRAIN DE JEU

Stratégies de marque, problématiques de territoire, enjeux marketing : Thuria s'engage aux côté d'acteurs du monde institutionnel, de l'industrie, des services et du tourisme. Focus sur 3 missions à forte valeur ajoutée.

RTE

2014 > Appel d'offre d'envergure sur 4 ans.

PROJET > Projet Savoie-Piémont, interconnexion des réseaux électriques France-Italie.

PRESTATION > Stratégie de communication, mise en œuvre et suivi du plan de communication pluriannuel.

TEMPS FORT > Développement et scénographie d'une exposition en 2018 à la Galerie Eurêka, réalisation d'un film institutionnel, exposition itinérante, opération auprès des scolaires...

EN SAVOIR PLUS > Consulter l'étude de cas RTE sur www.thuria.com

S3V (SOCIÉTÉ DES 3 VALLÉES)

Mise en place 2015-2016, renouvellement sur la saison 2016-2017.

PROJET > Yéti Park, un renforcement de la stratégie de séduction de la cible famille à Méribel.

PRESTATION > Conception et scénographie d'une expérience-ski immersive au sein du Yéti Park, la plus grande zone ludique ski-luge des Alpes. Conception, réalisation et implantation de l'ensemble des attractions déployées.

TEMPS FORT > Pilotage de 8 sociétés et 10 corps de métiers différents, parmi lesquels des partenaires issus du monde des décors de cinéma et de théâtre. Une première sur un domaine skiable.

EN SAVOIR PLUS > Consulter l'étude de cas Yéti Park sur www.thuria.com

CRT LORRAINE

2013 > déploiement du dispositif digital.

PROJET > Vitrines numériques en Lorraine, un dispositif d'écrans dynamiques disponibles 7j/7 et 24h/24.

PRESTATION > Développement d'ULYS©, expérience client unique en matière de services et de navigation, via une technologie multi-écrans. Grâce à son smartphone, le visiteur «pilote» directement un écran d'affichage dynamique et sélectionne les informations de son choix, dans la langue de son choix (coordonnées, itinéraires, disponibilités d'un hébergement...).

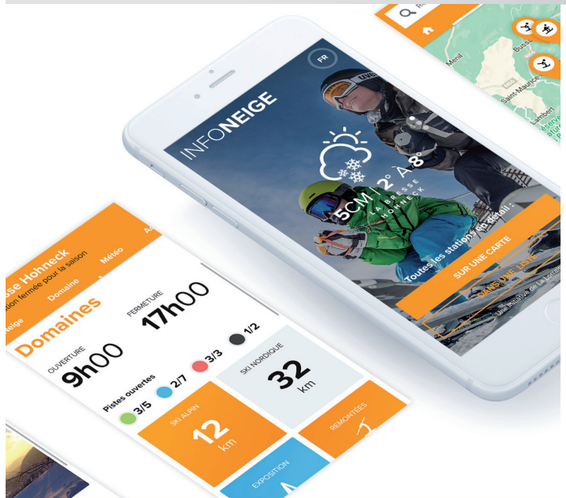
TEMPS FORT > Parce qu'un affichage dynamique est 3 fois plus regardé qu'un affichage statique et que 50% des touristes sont connectés en vacances, Thuria innove en obtenant une certification destinée à manipuler des flux touristiques. L'agence développe alors un puissant outil de valorisation du territoire permettant l'accueil de jour comme de nuit en dehors des offices du tourisme.

EN SAVOIR PLUS > Consulter l'étude de cas Ulys© Vitrines numériques sur www.thuria.com

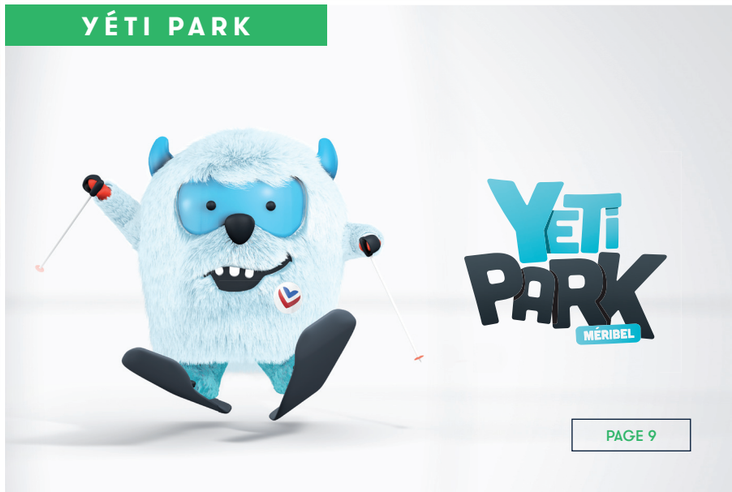
- Motion design de présentation
- **Largeur de l'espace : 3 mètres**

RTE

CRT LORRAINE



YÉTI PARK



Call me maybe

Agence Rhône-Alpes

ZI le Bois Rond
73400 MARTHOD
tél. 04 79 37 65 98
fax. 04 79 37 66 17
info@thuria.com

DIRECTEUR D'AGENCE

Ludovic GRIGNON

Agence Grand Est

Val Parc - 18 rue du parc
67205 OBERHAUSBERGEN
tél. 03 88 12 66 17
contact@thuria.com

DIRECTEUR D'AGENCE

Jérémy MAY