

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25 juin 2020

NETCO Group  
premier groupe  
de communication  
indépendant en France  
et en Belgique  
devient **.becoming**®

Huit ans après avoir engagé sa transformation et son développement, cet acte fort révèle un groupe leader qui s'est construit en toute discrétion. Bien plus qu'un changement de nom, il montre **les résultats et les promesses d'une vision entrepreneuriale** impulsée depuis 2012 par son Président **Christophe Levyfve** pour *aider les marques à améliorer la vie des gens*. Et unifie sous une même marque 16 entreprises, 3 métiers (l'entrepreneurship, l'innovation/tech et la communication), 460 collaborateurs et plus de 5 millions de **.becomers**.

Présent à **Paris, Lille et Bruxelles**, **.becoming**® va se développer rapidement localement, en France et en Belgique, et dans le Nord de l'Europe.

NETCO Group est né en 1985 et s'est construit autour d'une offre capable d'apporter, à côté de la publicité traditionnelle, des services multidisciplinaires de communication.

En devenant **.becoming**<sup>®</sup>, l'entreprise indépendante révèle une transformation accomplie pour se situer aujourd'hui **à la confluence de l'entrepreneurship, de l'innovation/tech et de la communication.**

Sous la houlette de Christophe Levyfve, son Président depuis 2012, le groupe s'est fortement développé passant de 50 à **+700 clients** et de 45 à **460 collaborateurs**, grâce à une organisation agile capable d'entreprendre le rayonnement et la croissance des marques, en la fondant sur leur utilité pour améliorer la vie des gens.

Ce changement de nom intervient ainsi pour couronner de nombreuses années de progression et d'actions réalisées. Pour Christophe Levyfve « *Nous avons mis 8 ans à concevoir la marque **.becoming**<sup>®</sup>. Parce qu'avant de la communiquer, il fallait l'entreprendre* ». Cette dynamique souligne la volonté du groupe de mettre l'emphase sur la croissance d'un acteur atypique du marché de la communication, par les **actes utiles et concrets** qu'il entreprend pour les marques et avec ceux qui les font. Un modèle inédit centré sur l'entrepreneurship et l'innovation. Avec aujourd'hui comme KPI **5.230.000 .becomers.** 5.230.000 personnes à la vie améliorée grâce à une marque.

**.becoming**<sup>®</sup> a atteint aujourd'hui une taille critique dans son écosystème, et prévoit malgré la crise du COVID de conforter **62 M€ de chiffres d'affaires en 2020**. Il regroupe 16 entreprises, présentes entre Paris, Lille et Bruxelles, et se positionne sur l'ensemble de la **chaîne de valeur des marques qui veulent compter dans la vie des gens**. De l'« l'entrepreneurship », - avec une écurie de 120 jeunes entrepreneurs réunis sous une entité baptisée **.becoming**<sup>®</sup> **with Youth** - à tous les métiers de la communication, en passant par l'innovation et la tech. Chacune des entreprises du groupe va conserver son nom et se présente désormais sous la bannière et marque ombrelle **.becoming**<sup>®</sup> (en annexe organigramme du groupe).

## **Un président entrepreneur pour construire un groupe solide leader dans le Nord de l'Europe**

A 47 ans, Christophe Levyfve, le président de **.becoming**<sup>®</sup>, a fait toute sa carrière chez NETCO Group où il entre en 1995, avant d'en devenir associé, puis propriétaire, en 2012, à l'issue d'un LBO après la cession définitive par ses fondateurs (biographie en annexe).

Depuis, le groupe n'a cessé de croître, par **croissance externe et organique (10 à 15% de croissance moyenne par an)**. Avec toujours la volonté d'insuffler sa forte culture entrepreneuriale et ses fondamentaux : l'accompagnement des marques et des entreprises dans leur vision et leurs projets, la création de leviers de croissance grâce à l'innovation et la tech, et la transformation d'une réputation en sujets de conversation et d'engagement grâce à toutes les communications.

**.becoming®** a su depuis une dizaine d'années créer des partenariats durables avec de grandes entreprises au rayonnement national ou international, comme Les boulangeries Paul, Bonduelle, Vrai, Roquette, Lesaffre, de nombreuses enseignes de groupes de distribution comme Carrefour, Decathlon, Leroy Merlin, Mobivia, Bebat, ou le leader européen de l'endive Perle du Nord. Et compte aujourd'hui plus de 700 clients avec qui **.becoming®** travaille en moyenne depuis **5,7 ans**.

Une des forces de **.becoming®** est d'avoir lancé en 2017 une **société d'entrepreneurs** baptisée **.becoming® with Youth**. Cette filiale fonctionne avec ses clients sur le modèle novateur de la co-entreprise et propose grâce à son **écurie de 120 jeunes entrepreneurs** de moins de 35 ans **un shot entrepreneurial™** au service des marques qui ont un enjeu de changement ou de relais de croissance. **.becoming® with Youth** parle industrie, finance, supply chain... et fonctionne par « bande » de trois ou quatre « Youthers » dans des missions de 40 à 50 jours. Les Youthers délivrent des résultats concrets au plus près des problématiques de développement des entreprises.

Avec **.becoming® with Youth**, **.becoming** est en train de créer un nouveau modèle d'entreprise. Et ce qui doit devenir à 3 ans la plus belle écurie entrepreneuriale d'Europe avec un guichet mondial dans 70 pays.

La singularité du modèle économique de **.becoming®** repose également sur une approche « **business partners** ». Génétiquement entrepreneuriale. Autrement dit, de conseillers payeurs, partenaires opérationnels et engagés des marques dans leurs succès comme aussi dans les moments difficiles. Les agences proposent en partie le règlement de leurs honoraires aux résultats (success fees), avec des objectifs et des indicateurs de performance et d'efficacité adaptés à chaque business. Et toujours « le nombre de personnes à la vie améliorée » en KPI structurant à côté des KPI business.

Christophe Levyfve, président du groupe qui co-préside par ailleurs la Région Europe d'**icom**, le réseau mondial indépendant d'agences de communication (95% des marchés couverts avec près de 90 entreprises de référence dans plus de 70 pays) précise « *Ce qui intéresse **.becoming®**, ses collaborateurs, et toutes nos parties prenantes, c'est de **donner des ailes*** »

**aux marques et à leurs projets pour le bien de leurs propres parties prenantes** et de l'environnement. *Jamais les défis n'ont été aussi difficiles à relever pour les entreprises, quand on sait que 76% des européens attendent des marques qu'elles soient d'abord utiles et améliorent concrètement la vie des gens. .becoming® s'est mis en **ordre de marche depuis 2012** – et pas il y a 3 mois - pour offrir une promesse authentique, généreuse et durable d'accompagner le devenir des marques dans toutes leurs dimensions. Pour qu'elles comptent vraiment dans la vie des gens. Il est de notre devoir désormais de le faire savoir au plus grand nombre »*

A Lille, les 180 collaborateurs du groupe ont récemment été regroupés à **GARAGE**, dans un **lieu unique de commerce et d'innovation**. 3 800 m<sup>2</sup> d'espaces atypiques de bureaux pour entreprendre, ateliers pour prototyper, et commerces, restaurants, pour tester, expérimenter. En vrai. Avec les gens... Ce concept novateur GARAGE illustre la vision et la déclinaison du « business model » original et visionnaire de **.becoming®**.

Le groupe est dans une forte dynamique de développement et est en cours d'acquisition de structures au Royaume Uni et en Hollande. Des **hubs régionaux** « les ruches » sont également en cours d'ouverture dans les principales villes de France et de Belgique.

**.becoming®** se donne pour ambition d'atteindre les 70 M€ en 2021.

