

LE CRIEUR PUBLIC, LA PREMIÈRE AGENCE DIGITALE ET MÉDIA SPÉCIALISÉE BTP A 20 ANS !



Rendez-vous sur le site des 20 ans du Crieur Public

Partenaires de la première heure, clients de longue date ou plus récents, premiers pas et projection vers l'avenir... Découvrez sur ces pages web quelques bribes de l'histoire de l'agence, les témoignages et anecdotes de tous ceux qui vivent autour du Crieur Public depuis 20 ans, partagent avec l'équipe les enjeux du secteur, côtoient sur ce marché si spécifique.



2025 marque un tournant durable pour le Crieur Public, l'agence lyonnaise de conseil en stratégies digitales et médias spécialisée dans la communication des marques du bâtiment. Pour son 20^e anniversaire, l'agence atteint un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros pour 25 collaborateurs, après quatre années de croissance continue.

Cet anniversaire est aussi l'occasion de revenir sur deux décennies d'accompagnement de clients engagés dans la transformation du secteur, tels que Aquilus, Cluster Éco Bâtiment, Coverguard, Descourd & Cabaud, Femat, Fundermax, GL events, Installux, Leborgne, Myral, Saint-Gobain, Stanley Black & Decker ...

Avec cette dynamique positive, le Crieur Public se projette désormais dans la recherche de nouveaux locaux à Lyon pour accompagner son développement et répondre aux défis de demain.



Le « **crieur public** », c'est celui qui, installé sur la place publique, capte l'audience de ses cibles pour leur raconter une histoire et leur transmettre un message. L'analogie est évidente avec les enjeux média et digitaux de l'agence de communication : choisir les bons mots, transmettre un message, se positionner au bon endroit... pour obtenir une audience optimale.

UN MODÈLE UNIQUE SUR LE MARCHÉ

L'alliance de l'expertise métiers (média et digitaux) et de la spécialisation sur un secteur en pleine dynamique, le bâtiment, fait l'unicité de son offre.

L'équipe de « Crieurs » déploie des stratégies digitales et média pour ses clients positionnés sur l'ensemble de la chaîne : maîtres d'ouvrage, maîtres d'œuvre, industriels-fabricants, entreprises de la construction, distributeurs, organisations professionnelles et organisateurs d'événements.

Objectif : accroître leur visibilité, leur crédibilité et leur business.



« Notre première force, c'est notre modèle d'intervention. Optimisé et utile pour les marques que l'on accompagne de manière transversale sur les métiers de la communication.

Notre seconde force, c'est l'humain. Bien sûr, quelle agence ne le dirait pas ? Mais nous sommes fiers en 20 ans d'avoir construit et entretenu des relations fortes et fidèles avec nos clients. Nous grandissons avec eux, au fil des années nous avons la chance d'expérimenter ensemble. La communication, c'est ni plus ni moins qu'une question de relations. »

Arnaud Delattre, directeur général

Clients de la première heure ou récemment convaincus par les expertises de l'agence, l'équipe de Crieurs compte sur :

AQUILUS
BCB
CLUSTER ECO
BATIMENT
COVERGUARD
DESCASYSYSTEM
DUCERF
EQUIPEMENTIERS
DE L'AMEUBLEMENT
FRANÇAIS
FRD-CODEM
FUNDERMAX

GL EVENTS
GROUPE GÉOTEC
GROUPE INSTALLUX
HEIWA
LEBORGNE
LMC
MOB
MONDELIN
MYRAL
NOVELLINI
PETZL PRO

PRODESCA
PROPELLET
ROTO
S&P
SEPIC
TOITS DE PROVINCE
TIMBELA
UNICEM
UNISO
WEDI
XELLA



« J'ai senti de la part du Crieur une compréhension de notre métier, une appréhension du milieu de la construction. Cela m'a rassuré. Le Crieur connaît le monde du bâtiment, son fonctionnement, ses rouages. Ce que j'ai trouvé intéressant, c'est cet accompagnement «universel», pluridisciplinaire... Cette cohérence, cette visibilité sur le temps long, c'est eux qui nous l'apportent »

[Retrouvez ici l'interview de Thibaut Chastagnier, Groupe Ducerf](#)

2020, L'ANNÉE BOOSTER POUR L'AGENCE

Mi-mars 2020. Le confinement est décrété pour l'ensemble du territoire français. Passés l'étonnement et la réorganisation délicate des entreprises, les secteurs qui tournent autour de la maison, du jardin, du bricolage ont tout naturellement le vent en poupe.

Pour le Crieur, c'est un accélérateur.

Avec un chiffre d'affaires multiplié par 2, et nécessairement une équipe passant de 10 Crieurs à 20.



« Durant le confinement, nous n'avons jamais autant été sollicités. Nos clients touchaient des sujets d'importance pour les Français : la maison, le bricolage, le jardin, le cadre de vie. Bien communiquer est devenu capital. **Nous nous sommes réinventés, nous avons imaginé de nouveaux formats, de nouveaux process, nous avons organisé des conférences de presse en ligne, etc.** Cela nous a poussé à nous transformer pour nous et nos clients. »

Yoann Laurent, directeur éditorial associé

Le Crieur se structure en repensant sa communication interne et même l'organisation de l'équipe pour faciliter la circulation d'information à 20 personnes.



« Cette évolution a généré des besoins de structuration de nos équipes. **Ce fut un gros challenge de passer en peu de temps de 10 personnes à 20 personnes !**

Et puisque la nature humaine a tendance à siloter les compétences, il était essentiel pour nous au contraire de faciliter et verticaliser l'information. Nous avons mis en place un management intermédiaire pour encourager le leadership et avons eu recours à des formations à la communication interpersonnelle pour faciliter nos échanges. »

Morgane Lieutet, directrice média

LE TERRAIN COMME BOUSSOLE

Pour rester au plus proche des besoins du marché, connaître le métier de ses clients (presque) autant qu'eux et mobiliser une audience particulièrement attentive sur tous les canaux, les équipes du Crieur Public sont régulièrement sur le terrain.

Chez ses clients, à l'occasion de visites, de tests, d'interviews, d'explorations. Sur les salons pour une immersion au contact du marché, clients ou non.

Afin de profiter des discours et visions des différents acteurs, s'alimenter et alimenter toute la chaîne, pour partager une vision commune.

Quelques événements incontournables pour l'agence : le Mondial du Bâtiment, BEPOSITIVE, EnerJ-meeting, Bâtir pour le Climat, Artibat, Pollutec, etc.



« Quand on arrive chez un client en étant spécialisé dans son univers métier, on sait lui parler. On a plus d'assise, et lui plus confiance. On arrive mieux à intégrer la stratégie des cibles.

Parler taloches, pose de murs, carreaux de salle de bain, outils avec des professionnels, c'est plus sincère et percutant si on parle leur langage, si on connaît leurs habitudes et leur métier. »

Arnaud Delattre, directeur général

2025 > 2030, L'ÉLAN D'UN PROJET DURABLE

Un CA de près de 2M€, 25 collaborateurs au cœur de la Villa Josiane, un lieu atypique en bords de Saône (Fontaines-sur-Saône), qui offre un cadre de vie unique à l'agence. Voici l'état des lieux à fin 2024.

Mais... Malgré son cadre idyllique, cette Villa Josiane verra en 2025 l'équipe du Crieur Public chercher un nouveau lieu capable d'accueillir le développement de l'agence. **Comme un nouvel élan, soutenu par une réflexion profonde sur son positionnement, ses engagements et la suite à donner à l'aventure.**

« Notre réflexion porte sur la suite à donner à notre histoire et il est certain qu'elle sera engagée et durable. » confie Arnaud Delattre « Nous avons su grandir, nous avons su trouver une place unique sur le marché, fidéliser nos clients, construire des histoires humaines véritablement enrichissantes et heureuses avec eux.

La suite ? Faire de la communication l'outil de ceux qui font avancer notre monde vers le positif ».

Arnaud Delattre, directeur général

L'AVENTURE CEC

Depuis 2023, l'agence a décidé de faire participer ses cadres à la CEC, Convention des Entreprises pour le Climat.

L'enjeu est double : proposer un modèle d'entreprise plus en phase avec les valeurs de son équipe, mais aussi avec l'évolution de son marché.

« Nos clients industriels sont particulièrement challengés sur leurs démarches RSE. Les diagnostics énergétiques contraignants sur l'immobilier et le bâtiment, la dépendance énergétique qui nous effraie chaque hiver, les crises sanitaires et guerres si proches de nous. Nous sommes positionnés sur un marché où il devient vital de penser réemploi, recyclabilité, optimisation d'impact et performance environnementale.

Certains ont pris un virage fort cette année, comme l'entreprise Myral avec une solution efficace et décarbonée, dont nous accompagnons la communication et le développement depuis 13 ans.

Nous avons grandi avec eux sur ces sujets.

Et force est de constater que nous nous sommes entourés de clients tous volontairement engagés dans cette démarche. Nous voulons être sur la même longueur d'onde demain, et nous y croyons fermement. »

Arnaud Delattre, directeur général

Qu'est-ce que la CEC ?

« Créée en décembre 2020, la CEC est une association d'intérêt général dont la vocation est d'organiser des parcours de prise de conscience et de transformation pour décideurs économiques.

La Raison d'Être de l'Association :

"Rendre irrésistible la bascule d'une économie extractive vers une économie régénérative d'ici 2030".

L'agence dessine en ce début 2025 les dernières lignes de sa feuille de route à horizon 2030. Une feuille de route économique, sociétale et environnementale qui embarque tout le Crieur Public vers un modèle plus durable.



Contacts presse

Morgane Lieutet
morgane.lieutet@lecrieurpublic.fr
06 71 10 86 52

Arnaud Delattre
arnaud.delattre@lecrieurpublic.fr
06 61 24 31 59

www.lecrieurpublic.fr

20ANS!