

ADVENN

Le Groupe Télégramme devient ADVENN et affirme sa nouvelle dimension

Un nouveau nom pour incarner la dimension acquise par ce groupe indépendant et solide, qui s'est profondément transformé au cours des deux dernières décennies. Devenu un écosystème d'expertises et de marques, **ADVENN** réunit des entités fortes autour de trois piliers complémentaires : les Médias, l'Emploi, l'Événementiel. Une identité propre pour refléter la réalité du Groupe aujourd'hui et accompagner ses ambitions de développement.

Avec 1 330 collaborateurs et 280 M€ de chiffre d'affaires, ADVENN réunit aujourd'hui des entreprises et plus de 30 marques reconnues sur leurs marchés, parmi lesquelles Le Télégramme, Hellowork, OC Sport, Rivacom, la Route du Rhum-Destination Guadeloupe, les marathons de Nantes ou de Genève, ou encore Les Francofolies de la Rochelle et Le Printemps de Bourges.

Un changement de nom pour refléter la réalité du Groupe

À partir des années 2000, le Groupe a engagé une stratégie de diversification et s'est ainsi progressivement développé dans de nouveaux métiers - emploi, recrutement, événementiel, sport, culture et communication. Son ancrage territorial et la notoriété du journal Le Télégramme ont constitué un véritable atout pour accompagner cette phase de développement.

Vingt-cinq ans plus tard, le Groupe est pleinement diversifié : 65% de son chiffre d'affaires sont désormais issus de ses activités hors médias. Plusieurs de ses entreprises occupent par ailleurs des positions de premier plan sur leurs marchés.

Si l'ancrage régional de la marque Le Télégramme constitue un socle solide, l'essor des autres activités appelle à présent une identité plus globale du groupe. Sans effacer ses racines, ADVENN offre désormais une identité commune propre à transformer la diversité de ses marques en levier d'impact. Elle permet notamment de distinguer clairement le Groupe et Le Télégramme et de redonner au journal toute sa place en tant que marque média.

« ADVENN reflète ce que nous sommes devenus. Le Télégramme est à l'origine de notre histoire et reste un actif essentiel du Groupe. En près de 25 ans, nous avons bâti un écosystème d'activités et de marques qui sont aujourd'hui devenues des acteurs majeurs sur leurs marchés. Il était naturel que le Groupe dispose désormais de sa propre identité. ADVENN nous permet d'affirmer cette nouvelle dimension, de donner davantage de force à chacune de nos marques et de poursuivre notre développement tout en restant fidèles à ce qui nous caractérise : notre indépendance, notre capacité d'action et notre vision de long terme. », **Jean-Baptiste Pavin**,
Directeur général du Groupe ADVENN.



Un nouveau nom tourné vers l'action et l'avenir

ADVENN puise son identité dans un double ancrage, breton et sémantique. Le nom fait écho à l'"Aven", rivière bretonne, mais aussi au verbe « advenir », qui évoque le mouvement et le passage de l'intention au résultat.

Court, singulier et facilement identifiable en France comme à l'international, ADVENN conserve un lien avec ses racines bretonnes à travers son double « n ». Cet ancrage se retrouve également dans son identité visuelle : le « E » du logo faisant un écho discret au drapeau breton.

ADVENN

« ADVENN est un nom qui nous projette et traduit notre état d'esprit : agir, entreprendre et faire grandir nos projets dans la durée. Il porte nos racines bretonnes autant que notre volonté de poursuivre notre développement. Nous restons également, dans chacune de nos branches, acteurs et témoins de la réalité des territoires où nous sommes présents. C'est aussi ce qui nous rassemble derrière Advenn », ajoute Jean-Baptiste Pavin, Directeur général d'ADVENN.

Des marques fortes au service des ambitions du Groupe ADVENN

ADVENN organise ses activités autour de trois grands secteurs, chacun porté par des marques reconnues sur leurs marchés :

- **Médias** : incarné par la bannière « Le Télégramme Médias », qui affirme la place centrale du journal Le Télégramme tout en reflétant la diversité des activités de la branche : Bretagne Magazine, Tébéo, Viamédia. Le journal conserve son nom, son indépendance éditoriale, son ancrage et sa mission d'information.

- **Emploi** : porté par Hellowork, acteur digital n°1 français de l'emploi, du recrutement et de la formation.

- **Événementiel** : rassemble OC Sport, INpacte, Cap Événementiel et Rivacom pour l'organisation de grands événements tels que La Route du Rhum - Destination Guadeloupe. ADVENN intervient également dans la production de festivals comme les Francolies de La Rochelle ou le Printemps de Bourges

L'ambition d'ADVENN reste inchangée : faire de chacune de ses activités un leader ou un référent sur son marché. Le Groupe poursuit ses investissements, développe des partenariats et saisit de nouvelles opportunités de croissance. Cette dynamique peut également l'amener à explorer de nouveaux marchés, comme l'illustre l'acquisition récente de l'hôtel 4 étoiles Le Grand Bé à Saint-Malo.

Sous la présidence d'Édouard Coudurier, ADVENN inscrit son développement dans une vision de long terme, avec la volonté de consolider ses activités tout en faisant émerger de nouveaux relais de croissance.

À propos d'ADVENN

Advenn est un groupe indépendant et innovant qui opère dans 3 secteurs d'activité:

- **Médias** : presse, vidéo, digital, TV, régie publicitaire, Le Télégramme, Bretagne Magazine, Le Mensuel de Rennes, Tébéo, Tébésud, Viamédia. Une information indépendante au service des lecteurs, des internautes et des téléspectateurs, une panoplie de services B to B pour la communication des entreprises.

- **Emploi** : via sa filiale Hellowork, acteur digital n°1 français de l'emploi, du recrutement et de la formation dont la mission est d'accompagner les actifs dans leur vie professionnelle et les recruteurs, employeurs, formateurs sur leurs enjeux RH, de recrutement et de formation.

- **Événementiel** : s'appuie sur OC Sport, marque de référence du Groupe dans l'événementiel et le divertissement, qui conçoit, détient, produit et organise de grands événements en France et à l'international, notamment dans la course au large et les sports outdoor. Autour d'OC Sport, Cap Événementiel, INpacte, OC Events et Rivacom apportent leurs expertises en production événementielle, activation, communication et accompagnement des marques. ADVENN est par ailleurs présent dans la production de grands festivals musicaux, notamment Les Francolies de La Rochelle et Le Printemps de Bourges.

Chiffres clés ADVENN : 1330 collaborateurs

- 1330 collaborateurs

- 280M€ de CA

Site web : www.advenn.com

Contacts presse :

Groupe ADVENN : Marion Virlogeux m.virlogeux@groupe-telegramme-services.fr 06 61 65 71 03

Rivacom : Mathilde Roger mathilde@rivacom.fr 06 89 62 47 67