



COMMUNIQUÉ DU GROUPE SUD OUEST

Bordeaux, le 15/06/2026

Le Groupe Sud Ouest (GSO) accélère sa transformation B2B et dévoile sa nouvelle identité “Transformer la confiance en impact”

Historiquement ancré dans le paysage médiatique, le Groupe Sud Ouest (GSO) officialise sa transformation profonde en un groupe de communication global à 360°. Adossé à une puissance de diffusion unique grâce à ses médias et porté par une nouvelle gouvernance, GSO dévoile sa stratégie B2B offensive axée sur l'international, l'innovation technologique et l'accélération événementielle.

“La région Nouvelle-Aquitaine est un territoire puissant ; notre rôle est d'en amplifier le rayonnement”, affirme **Olivier Cotinat**, Président-directeur général du Groupe Sud Ouest. *“Avec notre nouvelle signature “Transformer la confiance en impact”, nous mettons notre puissance de frappe technologique, créative, audiovisuelle et événementielle au service de la croissance des entreprises. Face à l'hégémonie des plateformes globales, choisir GSO, c'est faire le choix de la souveraineté économique et démocratique : chaque partenariat avec notre Groupe renforce le tissu économique local et soutient une information libre et donc la liberté.”*

Trois ambitions stratégiques pour propulser la croissance des entreprises

Afin de concrétiser cette ambition, GSO modernise l'intégralité de son écosystème avec **un nouveau logo, une nouvelle identité graphique, un nouveau site corporate** et surtout une **nouvelle signature “Transformer la confiance en impact”**.

Cette signature traduit la nouvelle stratégie B2B qui va se déployer autour de **trois axes** de développement :

1. L'ambition internationale : traduire l'audience en opportunités business

La région Nouvelle-Aquitaine attire chaque année plus de 3 millions de visiteurs internationaux. Pour permettre aux acteurs économiques d'activer ce levier de croissance, GSO prend un virage historique : dès le **4ème trimestre 2026, les contenus seront disponibles en quatre langues (anglais, espagnol, allemand en complément du français)**. L'objectif est de rendre encore plus visible l'actualité de nos entreprises et d'offrir un relais de croissance inédit aux filières massivement tournées vers l'export, comme celle du vin ou le tourisme.

2. L'innovation technologique

GSO place la technologie et la data au cœur de sa transformation avec notamment une innovation développée intégralement en interne : le **GéoPass**. En définissant un périmètre GPS précis (un campus, une clinique, un stade...), les entreprises peuvent offrir à leurs collaborateurs, clients ou partenaires un accès aux contenus en mode abonnés des médias du groupe, sans friction ni authentification contraignante. Déjà adopté par le réseau de centres d'imagerie **IMAGIR**, ce dispositif exclusif a vocation à s'étendre aux grands événements sportifs et corporate. Et d'autres innovations verront le jour comme une nouvelle plateforme permettant d'accéder à l'inventaire des audiences du groupe, en temps réel.

3. L'accélération événementielle

Déjà solidement positionné sur l'ensemble des formats événementiels, GSO fait de l'expérience physique son principal vecteur d'engagement. **Le groupe annonce un objectif ambitieux : tripler le nombre d'événements produits** (B2B, B2C, sportifs, culturels, d'influence) sur des zones à fort potentiel. Cet objectif résonne particulièrement avec la **raison d'être du groupe : informer, relier, mobiliser**.

La force d'un groupe diversifié

Le Groupe Sud Ouest (GSO) capitalise sur une audience mensuelle de **12 millions de personnes** et l'expertise de près de **400 journalistes** pour accélérer sa diversification.

Cette stratégie s'appuie sur la puissance de titres de presse (Sud Ouest, Charente Libre, La République des Pyrénées, Dordogne Libre, Le Résistant, Haute Gironde, La Dépêche du Bassin), de ses verticales thématiques (Placéco, Terre de vins, Raffut), ainsi que sur ses actifs numériques et ses chaînes de télévision (TV7, TVPI). GSO a accompagné **plus de 7 000 entreprises** en 2025 et compte accélérer avec cette nouvelle approche commune mobilisant un maillage d'expertises pointues :

- **Une production audiovisuelle d'envergure** : le groupe est devenu un acteur clé de la vidéo à travers ses chaînes TV locales TV7 et TVPI, ses activités de correspondance de presse (via Digivision). Mais cette expertise s'est décuplée avec les capacités de production de sa filiale Écrans du Monde qui rayonne aux niveaux national et international sur tous les formats et qui signe des succès majeurs pour de nombreuses chaînes de

télévision et plateformes, (de la captation du concert de SCH à la série "Kerviel : Un Trader, 50 Milliards" diffusée sur HBO Max, en passant par le documentaire sur Thomas Pesquet "Objectif France") et qui réalise également des films d'entreprise via Grand Angle Corporate.

- **Communication de pointe et responsable** : GSO conçoit des stratégies de marque responsables et des dispositifs sur mesure et s'est positionnée en pionnière en intégrant nativement dans ses offres l'influence marketing locale (via sa régie publicitaire Sud Ouest Publicité et son agence Eliette).
- **Leadership événementiel et expérientiel** :
 - **Création d'expériences et d'événements grand public** : GSO à travers sa filiale Côte Ouest pilote des rendez-vous incontournables (Bordeaux Fête le Vin, le tournoi de tennis Primrose, ou encore le Caraïbos Lacanau Pro). Le groupe excelle également à décupler l'impact d'un événement à l'image du succès du Crunch Creator (42 000 spectateurs au stade Atlantique Bordeaux Métropole et 1,2 million de spectateurs sur les réseaux). Cette force de frappe se déploiera à nouveau lors du Festival Pagaille, organisé à Bordeaux les 28 et 29 août 2026 avec *The Cure* en tête d'affiche.
 - **Mise en relation business et animation de réseaux d'entreprises** : le groupe conçoit des formats diversifiés pour développer les réseaux de partenaires et de clients comme des soirées de networking, conférences, tables rondes, masterclasses, ou remises de prix majeures (Prix de l'Économie Néo-Aquitains, Rencontres Sud Ouest-TV7). Il accompagne également les acteurs économiques pour valoriser leurs engagements concrets, notamment à travers des salons dédiés aux solutions RSE (salons Résolution portés par le média Placéco).
 - **Organisation de rendez-vous dans le secteur viticole** : GSO imagine des événements pour le grand public (salons Bordeaux Tasting et Champagne Tasting à Paris), ainsi que des moments d'échange clés pour la filière (concours, rencontres et trophées) organisés par sa marque média Terre de Vins.
 - **Communication et engagement autour des valeurs du sport** : le groupe a dans son ADN la capacité à fédérer les passionnés et engager les communautés locales ou nationales en organisant des cérémonies de récompenses très suivies, du sport amateur jusqu'au plus haut niveau (Oscars du Sport, Étoiles du Rugby amateur, et la cérémonie nationale des Étoiles du Rugby Féminin avec Raffut).

Une gouvernance alliant innovation tech et ancrage patrimonial

Ce virage d'envergure est incarné par un binôme exécutif complémentaire, alliant culture de l'innovation et expertise :

Olivier Cotinat, Président-Directeur Général de GSO, serial-entrepreneur de la tech et pionnier de l'*open innovation depuis 20 ans en France et aux États-Unis*, il insuffle à GSO une culture de l'agilité, de l'innovation et du développement international. Enseignant en entrepreneuriat et innovation pluridisciplinaire en France à l'**ESSEC** et à l'Université de **Stanford** (USA), sa vision est le moteur du déploiement technologique, data et B2B du Groupe Sud Ouest.

Christophe Galichon, Directeur général délégué de GSO et Directeur général de Sud Ouest, supervise notamment l'ensemble des activités médias du groupe et conduit leur transformation digitale. Fin connaisseur du tissu économique régional et garant historique des valeurs d'humanisme et d'indépendance du média, il assure la solidité opérationnelle et le lien indéfectible avec le territoire, sécurisant la continuité des valeurs historiques de GSO face aux défis de demain.

À propos de GSO (Groupe Sud Ouest) :

Acteur majeur des médias et de la communication en France, le Groupe Sud Ouest associe puissance éditoriale et expertises métiers à 360°. À travers ses activités de presse, d'audiovisuel, d'événementiel et de conseil data/digital, GSO propose des solutions de communication globales au service de la performance économique et de la souveraineté territoriale.

Chaque jour, **1,5 million** de personnes s'informent et sont reliées entre elles grâce aux marques médias du Groupe Sud Ouest. Celui-ci compte cinq quotidiens payants (**Sud Ouest, Charente Libre, La République des Pyrénées, Dordogne Libre et L'Éclair**) qui représentent une diffusion totale de plus de 250 000 exemplaires par jour, pour une audience mensuelle de 20 millions de visiteurs uniques et 160 millions de pages vues sur ses sites et ses applications mobiles. Le Groupe compte 42 000 abonnés numériques et 140 000 abonnés print. Il possède trois hebdomadaires en Gironde (**La Dépêche du Bassin, Le Résistant et Haute Gironde**), le média économique **Placéco**, ainsi qu'une maison d'édition, les **Éditions Sud Ouest**. Il développe une stratégie audiovisuelle autour de ses télévisions **TV7 et TVPi**, ainsi que de **Digivision** (société de production et agence de presse TV) et **Écrans du Monde** (groupe référent en production audiovisuelle, captation de spectacles vivants et correspondance de presse TV). Le Groupe a également développé une activité d'agence de communication et de contenus : l'agence **Eliette** et une activité événementielle autour de l'agence **Côte Ouest**. Avec **Terre de Vins**, il est un acteur majeur de la verticale Vin, il anime aussi les communautés rugby avec **Raffut**.

Contact presse :

Carole BENTA – Responsable Communication GSO
c.benta@sudouest.fr 06 10 38 90 42

[Espace Médias \(Visuels, Logos & Kit Corporate\) : accessible ici](#)