

L'agence BLOSSOM

Des RP au coaching

CETTE TOUTE JEUNE AGENCE PROPOSE NON SEULEMENT DES CONSEILS EN STRATÉGIE ET COMMUNICATION, MAIS AUSSI DES FORMATIONS PRATIQUES PERSONNALISÉES DANS CE DOMAINE.



Julien Grégorio

La cohérence. Entre le fond et la forme. Tel est, pour **Laurence de Cecco** (ici avec **Sylvie Treglia-**

Détraz), le principe essentiel sur lequel est fondé tout son travail. Ainsi, quand en automne 2004, elle crée son agence de conseil en stratégie et communication, elle la nomme BLOSSOM et choisit pour logo une fleur rose qui tient à la fois du nénuphar et du lotus. «C'est une fleur qui est structurée pour marquer la rigueur qui se dégage d'une communication professionnelle, et évanescence pour souligner la créativité et l'ouverture», explique-t-elle. Et d'ajouter: «J'aime les fleurs. Pour mille raisons. Elles sont la joie, l'ouverture, l'épanouissement.»

Le petit jeu qu'elle a imaginé autour du mot «sens» pour décrire la manière dont BLOSSOM va assister ses clients, illustre lui aussi cette

recherche de cohérence. L'agence genevoise veut donner du sens à leur stratégie de communication, en ajouter à leurs actions par une démarche conforme à leurs valeurs, et éveiller les sens de leurs interlocuteurs aux moyens de solutions créatives.

naux, le toucher avec des massages et l'ouïe avec de la musique. Et les invités pouvaient aussi composer des bouquets de fleurs.»

Parmi les premiers clients de BLOSSOM, on compte la société d'informatique Unicible. Laurence de Cecco l'a aidée à préciser sa politique vis-à-vis

manière de vendre leurs compétences. BLOSSOM va proposer des formations ciblées et pratiques. Une sorte de coaching. Et pour commencer, un cours sur les relations avec les médias. «Bien des entreprises ont des a priori sur les journalistes et ne savent pas comment s'y prendre afin



C'est encore autour du sens, plus exactement des cinq sens, qu'a été organisée la fête célébrant la naissance de BLOSSOM. «Nous avons imaginé diverses animations qui sollicitaient les cinq sens de nos invités. L'odorat avec des essences de fleurs, la vue avec des œuvres d'artistes, le goût avec des amuse-bouche origi-

des médias et à produire différents documents, dont le rapport annuel et un manuel pour les utilisateurs de produits complexes. «J'aime le défi de vulgariser une information technique ou scientifique.» Chargée de trouver un cadeau d'entreprise, elle a proposé une formule originale: un don à une association en relation avec l'activité d'Unicible, à savoir la fondation Defitech, qui fournit des ordinateurs aux enfants malades, ce qui leur permet de rester en contact avec la vie réelle et leur famille.

Autres mandats: identité visuelle d'un consultant dans l'immobilier, prise en charge des relations presse pour un important projet philanthropique, développement de publications financières pour un groupe de Family Governance, élaboration d'une politique de recherche de fonds pour une association et développement d'un site d'achat en ligne pour un fleuriste genevois. BLOSSOM a également travaillé sur le nom et l'identité visuelle du Musée des enfants du nouveau Centre Paul Klee à Berne. «Nous avons comme contrainte le logo existant du Centre.» Et l'agence genevoise a également développé le journal de ce Musée en trois langues.

Laurence de Cecco et Sylvie Treglia-Détraz, qui l'a rejointe en janvier dernier, ont imaginé une autre

d'établir des relations professionnelles avec eux.» Autre formation: le savoir être du savoir-vivre, où il sera question de tenue vestimentaire, du comportement à adopter avec les clients en Suisse et à l'étranger, des cadeaux à faire ou à ne surtout pas faire, de l'accueil dans l'entreprise, etc.

BLOSSOM est une petite agence et elle souhaite le rester. Ou du moins grandir raisonnablement et de manière maîtrisée. Tel est l'objectif de Laurence de Cecco. «Nous sommes deux seniors à disposition des clients. Travailler avec notre réseau de compétences nous permet de fonctionner avec des styles et des budgets différents, d'avoir plus de créativité et de flexibilité, notamment lorsqu'il faut travailler dans l'urgence, ce qui arrive quand même assez souvent dans notre métier!» BLOSSOM collabore avec des partenaires pour tout ce qui relève de la photo, du graphisme et du développement technique de sites web, ainsi que, bien sûr, pour l'impression des documents. Par ailleurs, Laurence de Cecco a décidé d'offrir en permanence à un étudiant en communication l'opportunité d'une expérience pratique par le biais de stages de six mois dans l'agence.

SOPHIE LAGRANGE

www.blossom-com.ch

Des compétences complémentaires

Laurence de Cecco a fait ses armes dans le monde bancaire. Elle s'est occupée de la communication des banquiers privés Darier, puis de Darier Hentsch & Cie et enfin de LODH (Lombard, Odier, Darier, Hentsch & Cie). «J'ai eu la chance de créer et diriger le département communication de Darier Hentsch & Cie puis de mener toute la mise en place de la communication stratégique de LODH suite à la fusion, notamment pour tout ce qui relevait de la stratégie de marque et de l'identité visuelle.»

Lorsqu'elle quitte la banque, elle s'envole pour Londres où elle rejoint Winkreative, l'agence de Tyler Brulé. Une expérience très enrichissante pendant laquelle elle travaille sur de nombreux projets pour leurs clients internationaux. De retour en Suisse au printemps 2004, elle prépare le projet qui lui tient à cœur depuis longtemps: créer sa propre structure. «J'ai constaté que c'était un marché où il y avait beaucoup de concurrence et de compétences. Mais je pense qu'avec mon parcours et mon réseau de connaissances, j'ai des atouts de taille pour réussir quelque chose.»

Sylvie Treglia-Détraz vient, quant à elle, du monde académique. Elle a été en charge pendant plusieurs années de la communication de l'Université de Genève. Et a rejoint blossom au début de cette année.

Les deux jeunes femmes estiment que leur force, c'est d'avoir travaillé plusieurs années en entreprise, d'avoir fait du management d'équipes et d'avoir couvert tous les aspects de la communication intégrée. Elles fonctionnent de manière interchangeable, tout en ayant chacune sa spécialité, la direction artistique pour Laurence et la rédaction pour Sylvie.