

Bluespirit Lausanne

Ma petite entreprise ne connaît pas la crise

VOICI UN AN QU'OLIVIER TEKINLI-GRANGIER A OUVERT L'ANTENNE ROMANDE DE BLUESPIRIT. IL VIENT DE GAGNER DES CLIENTS COMME HENNIEZ ET FERRERO KINDER POUR DES CAMPAGNES BTL



Alors que le CV d'Olivier Tekinli-Grangier le destinait plutôt à des structures multinationales (R.J. Reynolds, Japan Tobacco, British American Tobacco, Swatch Group, Dell, Nestlé), voici qu'en 2008, il tente la voie de la PME en ouvrant à Lausanne une agence de communication. «Je connaissais Gerry Flückiger, CEO de l'agence Bluespirit à Zurich, raconte-t-il. Lorsqu'il m'a proposé d'ouvrir une succursale en Suisse romande, je me suis immédiatement dit: pourquoi pas? J'avais envie de passer du côté des agences. Avec mon parcours de marketeur et mon expérience client, je sais parfaitement ce qu'attendent les marques et je connais les erreurs qu'il ne faut pas commettre.»

Ainsi, le 1er avril 2008, il ouvre l'antenne romande avec «zéro mandat».

Il loue un bureau dans le quartier du Flon: une table, un ordinateur et c'est tout. Il a tout à apprendre et ne se décourage pas pour autant. Méthodique, il attaque la prospection du marché comme un chercheur d'or sûr de trouver un jour le bon filon. Son atout: l'agence Bluespirit qui travaille pour quelque 25 clients nationaux (Bell, Orange, Novartis, Marionnaud, etc.) et internationaux (Sloggi, Canon, Heineken, Nestlé, BAT) et fait partie du BSW leading agency. Un positionnement qui est très éloigné de l'agence créative. En effet, cette structure se veut le lien entre le Trade Marketing et la publicité. «Nous développons des stratégies et concepts créatifs qui assurent la communication optimale entre les producteurs, les distribu-

teurs et les consommateurs. Un USP qui nous différencie des autres 1300 agences basées en Suisse, mais qui est mal connu en Suisse romande.»

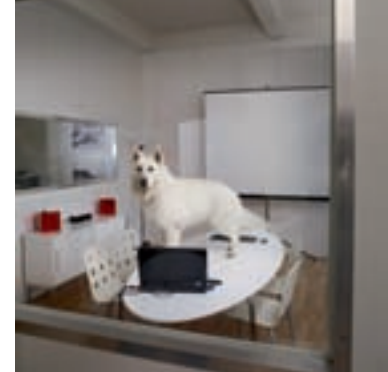
Rachat de l'agence Zufferey

Ayant deux ans pour réussir son pari et ne voulant laisser passer aucune chance, Olivier Tekinli-Grangier réagit à une annonce qu'il lit en juillet 2008 dans *com.in*. L'agence montreuusienne Zufferey est à vendre. Reprendre sa clientèle (SDent, Pharmacies Capitol, Promov, Coop Suisse romande, Gruyère Tourisme, Vacherin Mont d'Or, Arval) est une manière rapide d'acquérir du business local. Un accord est trouvé afin que les clients acceptent de travailler avec Bluespirit. «Tout le monde a accepté de nous suivre et des clients dormants sont en train de redevenir actifs», se réjouit-il.

Une équipe (un AD, une account et un graphiste) est rapidement constituée. Du Flon, l'agence s'installe à la rue Sébeillon 9b. Infatigable, Olivier Tekinli-Grangier ne relâche pas la pression. Il contacte inlassa-

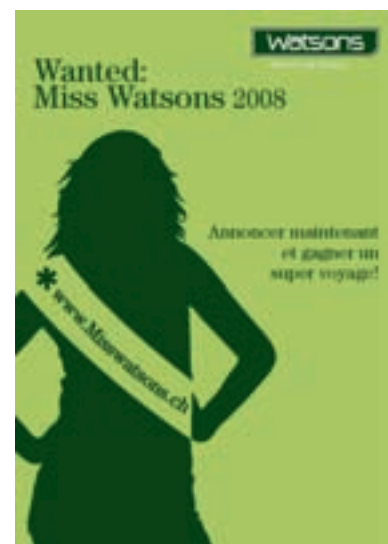


blement les entreprises. Son but est d'être invité à participer aux pitches. C'est chose faite avec Nestlé Waters qui cherche une agence pour concevoir la prochaine campagne BTL pour Henniez. Un mandat remporté en février dernier. «Nous devons concevoir la communication à destination des canaux de distribution ainsi que la logistique pour le POS.» Un domaine qu'il maîtrise parfaitement. Et puisqu'une bonne nouvelle ne vient jamais seule, Bluespirit Lausanne vient également de remporter le pitch de Ferrero Kinder pour la customisation des Duty Free des aéroports durant la Coupe du Monde de Football 2010. Un gros mandat.



Et la crise?

Des engagements en vue? «Restons prudent. Pour l'instant, je préfère



parler de collaborations ponctuelles. Je ne veux pas trop m'emballer et charger la barque.» Craint-il la crise? «Notre positionnement plus BTL qu'ATL nous préserve. Les marques sont à la recherche de solutions quantifiables. Et quoi de plus mesurable que le lieu de vente? Pour moi, cette



crise est avant tout une correction du marché.» Mais, surprenant dans la bouche d'un ex-marketeur, les idées ne seront pas le seul objet de ses soins. Olivier Tekinli-Grangier tient à ce que l'exécution soit irréprochable. «Lorsque j'étais du côté client, j'ai trop vu de promesses non tenues et de travaux de qualité moyenne. Je ne commettrai pas cette erreur.»

VICTORIA MARCHAND

» www.bluespirit.ch

