



# Trois lettres pour communiquer autrement

**L'entreprise est dans l'impasse ? Le regard neuf et affûté, Sandrine Eyrolles examine, ausculte, pose un diagnostic. Une vraie compétence économique, des idées plein la tête : c'est l'expertise SEY.**

Nicolas MAHEY (CLP)

**R**ien ne va plus au royaume de la com. « Les affiches quatre par trois, les prospectus, c'est fini tout ça », lâche Sandrine Eyrolles, tête pensante de l'agence SEY. La jeune femme l'affirme, les règles du jeu ont changé. Il faut penser la communication différemment.

Sa méthode : l'immersion. « Mon créneau, c'est d'aller voir sur place, identifier les besoins. Aller plus loin dans l'intégration de tous les paramètres de l'entreprise pour trouver la stratégie qui va marcher. C'est pour cela que je me définis comme un prestataire de services en recherche et développement plus qu'une simple agence de com. SEY, c'est un outil pour permettre à l'entreprise de passer un cap. »

Et pourtant, la com, elle connaît. Bac puis BTS « arts appliqués », ex de l'agence Cadratin à Tulle, qu'elle envisage un temps de racheter après sept années de bons et loyaux et services. Mais une autre opportunité se présente. Et voilà la jeune femme promue chargée de communication à la chambre de commerce et d'industrie (CCI) de la Corrèze. Un poste en prise directe avec le monde de l'entreprise.

« Tout d'un coup, ce n'était plus le même métier. Je suis entrée de plein fouet dans un univers qui, jusque-là, m'était assez étranger, avec ses problématiques bien particulières. Pas question d'y appliquer les méthodes de la régie publicitaire classique !

Pour répondre aux demandes des entrepreneurs ou des industriels, il me fallait une vision plus globale. Comprendre les enjeux financiers, le cadre juridique, les ressources humaines, les process de fabrication, etc. A cette échelle, il est nécessaire de s'approprier tous les mécanismes pour être en mesure d'apporter les bonnes propositions. C'était un défi. J'ai appris sur le tas », raconte Sandrine Eyrolles.

De son propre aveu, un métier passionnant. Mais pas sans inconvénients.

« Après avoir fait tout le travail de diagnostic en amont, émis des préconisations, il fallait tout oublier et passer la main à une agence privée qui se chargeait de la réalisation concrète du projet. Et parfois (souvent !) pas du tout comme je me l'étais imaginée ! Pour une créative comme moi, c'était trop frustrant. »

Une certaine lassitude finit par s'installer. « Me mettre à mon compte me traitait déjà dans la tête depuis au moins deux ans avant que je me décide à passer à l'acte. Entre-temps, j'ai même failli racheter une agence de communication que sa directrice venait de mettre en vente. Ça ne s'est pas fait – même si nous avons convenu d'en reparler... sourit-elle, l'air d'en avoir déjà trop dit. L'été dernier, j'ai finalement quitté la CCI pour intégrer un bureau à Initio. » Initio : l'hôtel d'entreprises dont elle a – ironie du sort – activement participé à la mise en place, en 2008. « Le nom et le logo, entre autres, c'est moi ! », s'amuse-t-elle.

Voilà pour le parcours. Passons maintenant au concret. Car reconnaissons-le, « stratégie et design de développement », ça fait quand même beaucoup de mots compliqués. Dans la plaquette de l'agence, édifiante, une définition : « Le designer de communication est acteur de l'économie. Il



emprunte à l'art pour remplir la mission qu'on lui assigne. Il écoute, analyse et crée une image de marque à partir des données de l'entreprise : identité visuelle, décoration intérieure, packaging, catalogue, etc. » Pas encore assez clair ? Prenons un exemple.

Sandrine Eyrolles a notamment déjà collaboré avec les accordéons Maugein : renouvellement du logo, gamme d'accessoires dérivés, ouverture de la boutique éphémère des Nuits de nacre.

## De la théorie à la pratique

Sandrine Eyrolles travaille actuellement pour une entreprise familiale implantée à Saint-Viance depuis 1850. Après avoir racheté d'autres entreprises dans son domaine d'activité bien particulier – quasiment de l'ordre de la niche –, l'entreprise continue à assurer un chiffre d'affaires stable, mais peine à trouver des perspectives de développement. Le marché est saturé. La clientèle pas assez diversifiée. « Allo, madame Eyrolles ? On ne sait pas comment faire. » C'est à ce stade que SEY intervient. Hop ! En voiture, direction Saint-Viance. Visite de l'entreprise, examen des produits, coup d'œil sur les chiffres, et surtout des questions. « Je croise toutes les données recueillies ; je réfléchis. L'objectif, dans ce cas précis, est de revenir avec un produit nouveau, qu'ils savent faire, qu'ils savent vendre, et auquel on adosse une technologie nouvelle. Un produit qui intéressera une clientèle plus large, familiale, touristique. Actuellement, nous en sommes aux prototypes. Si le produit est validé, on passera au développement de la production, avec ses contraintes propres : il faudra peut-être encore adapter. Avant la dernière étape, la commercialisation. » Alors, merci qui ?

Ils sont déjà quelques-uns à avoir bénéficié des services de l'agence SEY. Les accordéons Maugein, avec

le renouvellement du logo, la gamme d'accessoires dérivés ou l'ouverture de la boutique éphémère des Nuits de nacre ; l'Association limousine des industries alimentaires, détentrice de la marque « Produit en Limousin », avec la refonte complète de leur plan de communication pour 2015 ; La Table gourmande, fabricants corréziens de pâtés de pommes de terre : nouveau logo, nouvelle identité plus locale, plus artisanale.

Également au nombre de ses clients, le kinésithérapeute briviste Cédric Gouffier. « Son père avait créé l'école du dos et inventé un procédé de prévention des pathologies dorsales dans l'entreprise. Cédric a développé l'activité. Je l'accompagne dans sa démarche commerciale : mieux atteindre sa cible, savoir mettre en avant des arguments forts, aborder le marché de l'industrie ; pour cela, notamment, nous avons préparé sa participation au salon Sepem-Industries\* en septembre, avec son équipe. Et ça donne déjà des résultats. »

Pour le coup, pas le temps de s'enivrer quand il faut sauter aussi allègrement d'un contexte à un autre. « Oui. C'est parce que c'est varié que c'est intéressant », confirme Sandrine Eyrolles. « J'aime m'imprégner de tous ces univers différents pour m'en inspirer et en changer souvent », reprend-elle. Mais attention : pas question d'oublier pour autant ! Cette femme-là, elle a des idées plein la tête, on vous dit... »

\* Salon des services, équipements, process et maintenance.



## SEY en chiffres

SEY, c'est une SARL au capital de 5 000 euros, dans laquelle le mari de Sandrine est associé à hauteur de 20 %. « Le gestionnaire, l'aspect comptable, c'est lui », sourit la jeune femme. La moitié du capital a couvert les besoins en matériel, l'autre moitié constituant la trésorerie. « En tant que prestataire de service intellectuel, on a peu de charges. La location du bureau à Initio, services compris, est de 300 euros par mois. »

Objectif de chiffre d'affaires : 70 000 euros la première année, avec une progression prévisionnelle de 20 000 euros chaque année, à l'horizon 2019.

Sandrine Eyrolles envisage rapidement une première embauche : « Un profil plutôt orienté production, infographiste, designer. Débutant. Avec un chiffre d'affaires de 80 000 euros, ce serait possible », prévoit la jeune chef d'entreprise.