

UN LABORATOIRE ÉTHIQUE

SWEETIREBELS DE L'AGENCE TWIST

COMMUNICATION

ARTICLE ÉCRIT PAR
VICTORIA MARCHAND

L'AGENCE TWIST A CRÉÉ UN STUDIO DE DESIGN ATYPIQUE, QUI VISE À LANCER UNE COMMUNAUTÉ GÉNÉRATRICE D'IMPACT SOCIAL INTÉGRANT DES JEUNES CRÉATIFS EN FIN DE FORMATION ET DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP MENTAL DOTÉES DE TALENTS ARTISTIQUES. UNE NOUVEAUTÉ EN SUISSE ROMANDE.

Tout le monde peut prétendre travailler de manière éthique, encore faut-il le prouver. Partant de ce constat, Yves Portenier, fondateur de l'agence Twist, et son associée Isabel Montserrat, spécialiste en responsabilité sociale en entreprise, ont cherché la manière d'ouvrir leur agence de communication à cette problématique. Pour ce faire, ils se sont inspirés d'une expérience originale imaginée à Barcelone : *La casa de Carlota*, un studio de design qui réunit des étudiants et des personnes ayant un handicap.

ON EST CRÉATIF OU ON NE L'EST PAS !

« Le digital a profondément changé la manière de communiquer, analyse Isabel Montserrat. Les consommateurs attendent de la proximité, de la transparence de la part des marques. Il faut repenser la manière de faire de la publicité. C'est ce que nous voulons faire en mélangeant



des publicitaires avec des personnes ayant des talents créatifs mais étant totalement hermétiques, en raison notamment de leur handicap, aux notions de marché et de marques. L'idée est de revenir à l'essence du message. » C'est donc sur ce concept que le studio SweetRebels a été conçu en parallèle à l'agence Twist. « Le but n'est pas de créer une structure à moindre coût, précisent ces deux professionnels. Nous ne sommes pas un ONG mais bien une entreprise. » Pour autant, pas question de faire n'importe quoi. « Nous sommes passés par des institutions afin de trouver des jeunes handicapés ayant un intérêt pour le dessin.

Nous en avons sélectionnés cinq et nous les retrouvons pour des ateliers deux après-midis par semaine. Ils sont rémunérés et peuvent en tout temps arrêter. » La direction artistique se fait sous la houlette d'Yves Portenier, un DC senior. « Cette approche est très exigeante, commente-t-il,

car on ne peut juste présenter le brief et attendre des idées. Mais le résultat est très enrichissant pour tous les participants et surtout très novateur pour les marques. » Soucieuse de garder une approche éthique, Isabel Montserrat a entamé un processus de certification de l'agence et du studio. « Notre but est de proposer une meilleure intégration des jeunes diplômés et des personnes exclues du marché du travail en raison de leur handicap, ou de leur provenance ; en effet, la prochaine étape sera d'intégrer des réfugiés qui ont une formation de graphiste. On ne peut prôner à tout moment que la société digitale soit participative et ne pas l'appliquer dans le réel. »

PREMIERS MANDATS

47 degrees, qui organise des vols paraboliques, est le premier client de SweetRebels. « Il s'agissait de concevoir le logo pour cette société qui propose des vols en apesanteur. Le résultat est à la hauteur des attentes : aucune agence n'aurait imaginé



faire la sélection des idées et les traduire en concept publicitaire. Une démarche qui demande du temps, mais qui apporte une énorme satisfaction à tous les participants. » Au-delà de l'approche humaine, peut-on parler de niche de marché ? Yves Portenier est très clair à ce sujet. « Je pense qu'il y a une place pour un tel studio car les marques vont devoir de plus en plus montrer leur côté éthique. SweetRebels est un laboratoire qui permet de sortir des sentiers battus et d'oser communiquer autrement. » Mais il ne s'agit pas de se donner bonne conscience. « Cette démarche est très exigeante pour les marques, car elles doivent se montrer à la hauteur des idées de ces jeunes créatifs. »

WWW.SWEETREBELS.CH
WWW.TWIST.CH

proposer sur le logo le bonhomme qui représente l'euphorie que l'on ressent lorsque l'on défie les lois de la gravitation. Le client a adoré. » Actuellement, les Sweet Rebels planchent pour une étiquette pour la marque de jus de fruits valaisanne Opaline, qui souhaite lancer une gamme de limonade. « Nous avons pu proposer plusieurs pistes, la validation et le choix par le client sont encore en cours. » Force est de constater que l'on est bien loin des traditionnels calendriers de Noël de certaines institutions. « Ce n'est pas à la marque de s'adapter mais bien l'inverse », recadre Yves Portenier. Cela représente un travail de direction artistique pour

TWIST : UNE AGENCE NYONNAISE

Yves Portenier a un long parcours de DC, fonction qu'il a exercée dans des réseaux internationaux (Saatchi & Saatchi Genève), en agence locale (Rive Gauche), ainsi qu'au sein de sa propre agence (Angebault-Portenier Communication, Twist). Désormais installé à Nyon, il privilégie le modèle d'une petite structure pouvant s'appuyer sur un réseau de professionnels. Ses clients actuels sont : ASP, Clinique Générale Beau- lieu, Induni, Elsa, Ensemble Hospitalier de la Côte.