

Cayenne Communication visuelle

# L'avenir appartient à ceux qui osent!

**JEAN-CHRISTOPHE DELISLE A DÉMARRÉ, VOICI HUIT ANS, AVEC ZÉRO CLIENT. AUJOURD'HUI, SON AGENCE RÉALISE DES CAMPAGNES RÉGIONALES ET S'APPUIE SUR UNE BELLE IMAGE DE MARQUE. LA PREUVE QUE C'EST POSSIBLE.**



«Le matin, je ne viens pas travailler, mais me faire plaisir, en espérant du même coup satisfaire mes clients avec mon travail.» Jean-Christophe Delisle, qui a fondé Cayenne Communication Visuelle en 2000, se voit comme un créatif pur dont le moteur est le plaisir de créer.

Ici pas de plan de carrière, Cayenne est née sur un coup de tête. «Je me suis dit: j'essaie! Et je me suis lancé.» Après un apprentissage chez Trio, puis des expériences accumulées dans plusieurs agences et chez des publicitaires romands, notamment auprès d'Alphonse Garcia, il se retrouve à 30 ans à une croisée des chemins. «Publicis Lausanne venait d'éclater en mille morceaux et j'étais un de ces éclats de verre. C'est alors que je me suis donné un coup de pied aux fesses pour tenter l'aventure de l'indépendance.» Après l'expérience des grandes structures, créer sa propre agence signifiait pour Jean-Christophe Delisle acquérir de l'autonomie et retrouver un rapport plus direct avec les clients. Contre toute attente, il s'installe dans une arcade, au cœur du village paisible de Lutry.

«Lausanne est à dix minutes en voiture. Je n'ai pas besoin d'être dans un milieu urbain. Ici, c'est moi qui donne le rythme.» Pour le nom de son agence, il ne veut utiliser ni son patronyme, ni un mot anglophone comme c'est alors très à la mode. Il cherche quelque chose qui symbolise sa philosophie du métier et choisit Cayenne. «Cela représente bien l'agence: petite mais forte! Le piment est un condiment que l'on rajoute dans un plat pour en relever le goût. Une métaphore que l'on peut parfaitement appliquer au monde de la communication.»

## La Loterie Romande, Edipresse et les autres...

Les annonceurs ne tardent pas à venir goûter aux services épicés miton-



nés par Jean-Christophe Delisle. Ils arrivent d'horizons divers, ce qui enchante le patron de Cayenne. Pas de secteur spécialisé, ni de demandes standard, mais une variété de mandats qui lui permettent de passer



avec gourmandise de l'institutionnel à la publicité, de la PLV au spot radio ou TV. Parmi ses clients de la première heure, on peut citer la Loterie Romande, tant pour la communication produit que pour la communication institutionnelle. Par exemple, Cayenne a réalisé le spot TV pour le Rento, qui fête ses 5 ans, et l'agence planche actuellement sur les pro-

participe, donne son avis avec franchise», souligne-t-il. Une manière de travailler que reflète l'aménagement des locaux: une grande table de 10 m<sup>2</sup>, au milieu de l'arcade, équipée de tous les branchements informatiques, sert de bureau commun et accueille les réunions avec les clients.

Ceux-ci apprécient cette atmosphère et, selon Jean-Christophe Delisle, se



chains bulletins de Swissloto qui seront lancés en 2009.

Edipresse fait également régulièrement appel à Cayenne, notamment pour le lancement des produits dérivés et des annonces pour *24Heures*, *La Tribune de Genève* et *Le Matin*. Un mandat qui comprend aussi le lancement de sites Internet partenaires comme le récent site russo-phone [www.nashagazeta.ch](http://www.nashagazeta.ch). On peut encore citer le programme officiel du Paléo Festival, l'image de Gastrovaud, l'ouverture du Léman Centre de la Coop, et des travaux pour un fabricant de stores, une entreprise d'étanchéité et des producteurs de produits primeurs.

## Une affaire de couple

En 2001, Jean-Christophe Delisle a été rejoint par sa femme Jo, une graphiste rencontrée chez Trio, et deux ans plus tard, il a engagé une typographe, Pia-Lise Pittet. Depuis 2006, il collabore en outre avec Alain Robert, un graphiste free-lance illustrateur et Web master. «Une petite équipe, mais qui réunit toutes les compétences pour mener à bien les projets de A à Z et où tout le monde



reconnaissent dans l'esprit qui anime Cayenne. «Nous avons la chance d'être petits et de pouvoir compter sur des clients qui nous font confiance avec des campagnes importantes», ajoute-t-il. Pas de temps mort dans la vie de Cayenne, au point qu'à l'image des cordonniers les plus mal chaussés, l'agence de Lutry ne dispose que depuis quelques jours d'un site digne de ce nom!

SOPHIE LAGRANGE

» [www.cayenne.ch](http://www.cayenne.ch)

