

Portrait: cosmic à Neuchâtel

Un esprit d'ouverture

FONDÉE IL Y A VINGT ANS À ZÜRICH ET DIX ANS À BERNE, COSMIC AFFICHE SES AMBITIONS NATIONALES PAR L'OUVERTURE RÉCENTE D'UN BUREAU À NEUCHÂTEL. SUZANNE SCHERER, SA DIRECTRICE, TRAVAILLE EN ÉTROITE COLLABORATION AVEC LES DEUX AUTRES MEMBRES DU GROUPE.



Une trentaine de collaborateurs. Un budget 2008 de 4 millions de francs pour les trois sociétés. cosmic se définit elle-même comme une agence de taille moyenne, plutôt généraliste, mais prête à tout pour satisfaire une clientèle diversifiée. «Comme groupe, cependant, nous faisons partie du BSW, ce qui montre une certaine importance et la qualité de notre travail», précise Suzanne Scherer, qui a passé dix ans chez cosmic Berne comme conseillère et achevé en 2007 une formation de cheffe de marketing avec diplôme fédéral au Sawi, à Bienne. «Grâce à ces expériences cumulées, je me sentais prête à relever le défi d'une direction d'agence.»

Forte en graphisme

Des relations publiques à la promotion des ventes, en passant par le graphisme, le sponsoring ou encore l'événementiel, cosmic offre clairement le full-service. «Au besoin, nous collaborons avec un réseau de spécialistes, dans des domaines variés.» Mais c'est surtout le graphisme, avance Suzanne Scherer, qui fait la différence chez cosmic. «Nous travaillons d'ailleurs dans la culture, un domaine particulièrement exigeant en la matière, et avons notamment réalisé l'affiche

du Centre Paul Klee, à Berne.» Une affiche surprenante, il est vrai, sorte de collage surréaliste contemporain, qui rappelle l'esprit «low tech» de Studios d'avant-garde tels que M/M Paris, mêlant les univers du dessin et de la photographie. «Nous avons voulu coller à l'imaginaire ludique de Paul Klee», relève Julien Junghäni, directeur artistique chez Cosmic Berne. Une équipe créative jeune mais expérimentée qui place souvent l'affiche au centre de ses préoccupations – plaisir de la visibilité urbaine, lien avec l'art – sans boudier pour autant d'autres types de travaux. Depuis quelques années, cosmic réalise notamment le catalogue d'Interio, en collaboration avec un photographe. Elle est aussi responsable du nouveau concept des rapports de gestion de l'Association des établissements cantonaux d'assurance incendie (AEAI), de l'Union intercantonale de réassurance (UIR) et du Pool suisse pour la couverture des dommages sismiques (POOL).



Ceux de 2007 ont été agrémentés d'un supplément visuel particulièrement créatif. «Nous avons utilisé le thème des forces de la nature, qui se déchaînent (en projection) dans des lieux insolites, publics et privés: façade d'immeuble, chalet, salle de restaurant, etc.»

Une aventure romande

Forte de ses succès en Suisse alémanique, pourquoi cosmic a-t-elle choisi d'ouvrir un bureau à Neuchâtel? «Au départ, la direction hésitait entre Fribourg, Lausanne et Neuchâtel. Cette dernière l'a emporté, notamment pour sa proximité géo-

graphique avec le monde horloger.» Une idée née en partie suite à la réalisation d'une plaquette pour l'horloger Armin Strom, spécialiste, relève Suzanne Scherer, du «squelette» des horloges. «C'est-à-dire qu'il enlève tout ce qui n'est pas absolument nécessaire, et réalise un travail d'une extrême finesse pour, finalement, créer de véritables bijoux. Nous avons mis l'accent, dans cette plaquette, sur la vie et l'œuvre de cet homme extraordinaire.» Cependant, la période actuelle est-elle bien choisie pour s'agrandir, et s'aventurer dans un domaine qui, lui aussi, connaît la récession? «C'est une question un peu subversive (elle rit). Honnêtement, nous ne savons pas vraiment comment cela va vraiment se passer. La situation n'est certes pas idéale, mais il est inutile d'attendre. Et même si les budgets sont moins élevés que l'année passée, il y a toujours quelque chose à faire.» Quand une PME approche cosmic, quelle est généralement la demande? «Cela dépend. Il arrive que notre marge de manœuvre soit très faible. Mais heureusement, il n'est pas rare que l'on puisse vraiment pratiquer le conseil, en suggérant par exemple du marketing direct plutôt que des annonces. Mais nous ne cherchons pas à exercer une influence à tout prix.» L'ancre suisse alémanique de cosmic, un atout en Suisse romande? «Oui, un atout de pouvoir travailler sur le



Productions, une société externe, que nous l'avons développée et exécutée.» Suzanne Scherer a-t-elle déjà conquis des clients dans sa nouvelle région? «Je suis en train de nouer des contacts, et j'ai déjà reçu des demandes concrètes, mais il me faut

Grand Prix Romand de la Création

Le 28 mai 2009, l'agence a reçu le premier prix du GRAND dans la catégorie Graphic Design/Rapport annuel avec le rapport de gestion de l'AEAI, l'UIR et du POOL. Belle réussite pour une première participation.

plan national. Et c'est pour cela que nous convenons particulièrement à des entreprises d'une certaine taille.» Neuchâtel n'est pas loin non plus de Fribourg et d'Internack, un client important, concurrent de Zweifel, pour lequel l'agence travaille depuis mars 2008. «Nous avons produit pour lui trois spots TV de lancement à l'échelle nationale. Internack est présente en Suisse depuis 2005, mais ce n'est que l'année dernière qu'elle s'est véritablement dotée d'un budget important.» Quid de l'élaboration du scénario? «Nous en avons eu l'idée, et c'est en collaboration avec Wirz&Fraefel

encore un peu de temps.» Comme elle est très mobile, et surtout seule à occuper régulièrement son bureau de «Cosmic Romandie», on peut se demander si celui-ci n'est pas avant tout une «vitrine» pour le groupe. Elle tempère: «Ce bureau, c'est une base. Quand on démarché des clients établis en Suisse romande depuis Berne, certains ne comprennent pas.» La proximité est-elle donc déterminante? «Cela aide surtout à la discussion, qui, elle, est importante.»

GAUTHIER HUBER

» www.cosmic.ch