

Marketing



Monya Ghabantani et Ilinca Callau (devant) se lancent avec culot dans un secteur très concurrentiel: le marketing au service des PME.

Elles veulent se faufiler dans le marché des PME

Une Française et une Roumaine veulent séduire les petites entreprises dans un secteur pourtant encombré

Roland Rossier

La communication? Le marketing? Les relations publiques? Les services de presse? Autant de termes qui recouvrent des activités qui, souvent, se chevauchent. Bonne chance pour se frayer un chemin dans un marché genevois très encombré! Deux femmes viennent pourtant de se lancer dans ce secteur. Avec beaucoup de culot. La Roumaine Ilinca Callau et la Française Monya Ghabantani viennent de créer Taleria, un nom inspiré des sandales ailées d'Hermès, dieu du commerce.

Leur ambition? Vivre de leur métier, assurément, et Ilinca Callau annonce déjà fièrement réaliser un chiffre d'affaires de 100 000 francs. En 2013? «200 000 francs», lâche-t-elle avec aplomb. Et son associée d'ajouter: «L'argent? Il en faut, mais moi je veux la gloire!» Au-delà des sous, l'essentiel, pour les deux femmes,

c'est d'aider le client à poursuivre «un rêve». Pendant qu'elles peaufinent leurs affaires, David Narr, coach en création d'entreprise chez Genilem, livre ses conseils pour que l'aventure prenne corps (*lire ci-dessous*). Il pense notamment qu'une bonne alchimie entre les deux associées est indispensable. Souvent, les profils sont complémentaires. C'est le cas entre les deux femmes. Monya Ghabantani raconte des contes et Ilinca Callau tient, notamment, les comptes.

En commun, elles ont failli toutes deux ne pas s'établir à Genève. Née à Lille, Monya Ghabantani, 32 ans, a grandi au pays des Ch'tis avant de faire ses études en Belgique comme décoratrice d'intérieur. «Je préfère dire aménagiste

d'espace, ou scénographe», insiste-t-elle. Elle a ensuite refait le look d'une galerie d'art genevoise. «Je n'étais pas sensée rester ici. Mais je suis tombée amoureuse de Genève. Cette ville dégage quelque chose de spécial.»

En septembre dernier, la Française croise Ilinca Callau. «J'ai aussi eu un coup de foudre pour cette ville», lâche la Roumaine, 39 ans, qui a grandi à Bucarest avant de quitter la Roumanie en 1992. A Genève, elle étudie l'épistémologie et la philosophie des mathématiques. «Je me suis ensuite intéressée au monde de la publicité, en me demandant notamment ce qui pouvait différencier une pub d'une autre.» Partant d'une démarche cérébrale, Ilinca

Callau atterrit ensuite dans la vie des entreprises, effectue des stages au sein de grands noms de la pub, rejoint ensuite le monde plus feutré de la communication financière. Alors que Taleria se lance, Emphase, société spécialisée dans la création graphique, existe depuis trois ans. Elle compte déjà de gros clients sur Genève. Pour Sébastien Fasel, l'un de ses fondateurs, l'un des erreurs à éviter est de «démarcher de nouveaux contrats lors des périodes de «rush» (lorsque l'on a beaucoup de travail)». En effet, explique-t-il, «si on ne fait pas attention à cela, le risque est de se retrouver avec une période où l'on a peu ou pas de mandats en cours».

De son côté, Luca Cavaliere, associé gérant de Adдем, autre start-up de la communication, cite trois écueils à éviter: «Ne pas croire que son service (aussi original et innovant soit-il) va être essentiel aux annonceurs, ne jamais lâcher, ne pas se reposer sur ses acquis.» Enfin, Luca Cavaliere conseille de «ne surtout pas négliger sa propre communication»: on ne peut pas prétendre offrir de la visibilité à un client en ayant une communication défaillante. Logique. Les fondatrices de Taleria sont averties. Le chemin vers le succès sera pavé d'embûches.

Les trois conseils du coach

David Narr cite trois points à observer dans la phase de démarrage d'une PME. D'abord, il est important de bien s'associer (bien se connaître, avoir des profils complémentaires...) et, si l'on part seul, savoir bien s'entourer pour casser la solitude de l'entrepreneur. Ensuite, faire pour soi ce que l'on propose de faire pour ses clients:

être cohérent avec sa propre communication, bien segmenter sa clientèle, savoir à qui l'on s'adresse. Enfin, bien connaître son «USP» (*unique selling proposition*), ce qui différencie par rapport aux concurrents. «Simple bon sens, mais trop d'entrepreneurs se lancent sans savoir exactement ce qui fait l'unicité de leur offre.» **R.R.**

Un banquier capture ses pairs dans des portraits

Le Genevois Michel Girardin dévoile dans un livre une image peu commune du monde de la finance

Le gourou de la Bourse Marc Faber, indécrottable pessimiste devant l'éternel, traînant dans les quartiers interlopes de Zurich quand il ne publie pas ses rapports depuis son antre de Thaïlande.

Mais aussi, dans une saine montée en gamme, le milliardaire américain Warren Buffett surnommé «l'oracle d'Omaha» en raison de ses prédictions boursières. Ou encore George Soros, qui spé-



Le gourou de la Bourse Marc Faber, indécrottable pessimiste devant l'éternel... MICHEL GIRARDIN

cula un jour contre la livre sterling avant de se reconvertir dans la philanthropie en créant notamment l'«Open Society», institution soutenant notamment la qualité journalistique. Et bien d'autres encore.

Dans un joli ouvrage édité par Slatkine, *La bourse et la vie*, Michel Girardin démontre que son talent ne se limite pas au monde bancaire. Grâce à son métier, il a pu approcher ses pairs les plus célèbres. Et les immortaliser au moyen de l'appareil photographique qu'il trimballe partout où il se rend. Le résultat? Une étonnante galerie de portraits, du local au global. **R.R.**

Son conseil

Par Albert Gallegos *



D finir le but avant de choisir la voie

Bien planifier ses finances signifie faire des prévisions en vue d'atteindre un but particulier, préalablement défini. Pour cela, il faut également faire des hypothèses sur le rendement attendu, l'inflation, la fiscalité, l'évolution du salaire, etc. Mais avant d'aborder ces différents points, pas toujours maîtrisables, commencez par déterminer quels sont vos objectifs financiers prioritaires. Et cet exercice pose souvent des difficultés à l'investisseur, qui ne prend pas le temps nécessaire à la réflexion.

Le pire serait d'arriver à la retraite et de se dire: si j'avais pensé à cela, j'aurais fait différemment. Alors, comment procéder? La première chose est de fixer un cadre réaliste de sa situation actuelle. Ensuite, écrivez sur une feuille tous les projets financiers qui vous tiennent à cœur en fonction du niveau de vie que vous souhaitez garder ou atteindre, dans un horizon temporel raisonnable, sans vous préoccuper pour l'instant, de leur réalisation. Le pas suivant est leur classification par ordre d'importance et la définition du temps de réalisation.

Maintenant, vous devez décider si la réalisation de ces objectifs nécessite l'appui d'un conseiller financier. Pour les projets les plus importants, n'hésitez pas à solliciter votre spécialiste, il pourra vous aider à optimiser votre situation patrimoniale.

«La première chose est de fixer un cadre réaliste de sa situation actuelle»

En effet, seule une vision globale pourra vous permettre de trouver le juste équilibre entre votre quotidien et vos attentes financières. En résumé, vous devez vous focaliser sur les événements qui ont une portée financière importante dans votre existence: le mariage, l'achat immobilier, l'invalidité, le divorce, la création d'une entreprise, la retraite et votre succession. Les grandes décisions financières dépendent simplement de votre vie.

* Conseil patrimonial et prévoyance, BCGE

Conjoncture Fin d'année morose mais espoir pour 2013

Dans les branches tournées vers l'extérieur, la situation demeure plutôt morose. Depuis juillet, la situation des affaires est mauvaise dans l'industrie genevoise, même si quelques signes d'amélioration apparaissent en novembre, selon l'indicateur avancé LEA-Pictet-OCSTAT. Qui qualifie de «maussade» la situation dans le secteur financier. Le diagnostic est similaire pour la construction (gros œuvre), le commerce de détail, la restauration ou l'hôtellerie. Cet indicateur, orienté vers les prévisions, estime que la situation devrait s'améliorer en 2013. **R.R.**

Il a dit

«Je crois de moins en moins à la conclusion d'un accord avec l'Allemagne»

Brady Dougan
Patron du
Credit Suisse,
de passage
à Genève



Michèle Luyet



Les banques se renforcent dans le domaine opérationnel, à l'aube de l'entrée en vigueur de Rubik (avec le Royaume-Uni et l'Autriche) puis de FATCA (accord américain). Chez Piguët Galland & Cie SA, on annonce le recrutement de Michèle Luyet au poste de directrice des opérations (COO). Experte-comptable, elle a fait ses armes chez Arthur Andersen en 1999, puis chez Ernst & Young entre 2002 et 2008, avant de bifurquer vers la banque (KBL, Pictet & Cie). **R.R.**

Statistique L'office publie la 50e édition de son annuaire

Vous voulez tout savoir sur l'évolution démographique dans votre commune? Que la 7e ville du canton est Thônex et non Versoix? Apprendre quelles sont les branches économiques qui perdent de leur substance et quelles sont celles qui sont en expansion? Connaître le nombre de poules qui résident dans le canton (à peine plus de 6000 contre le double il y a dix ans) ou le nombre de centimes additionnels communaux? Toutes ces informations, et beaucoup d'autres, figurent dans la 50e édition de l'*Annuaire statistique du canton de Genève* (www.ge.ch/statistique). **R.R.**