

10 questions / réponses sur la création d'YRSA Communications

Interview avec Yves Romestan, fondateur et CEO

1/ Pourquoi la création d'une nouvelle agence de communication ?

Bien plus que la création d'une nouvelle agence, c'est de la formation d'une agence d'un nouveau type dont il s'agit. Mon parcours professionnel, notamment chez l'annonceur en France, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, m'a permis de constater que la plupart des entreprises ne sont pas satisfaites du fonctionnement et du mode opératoire de nombreuses agences. La plupart des agences vendent du temps et se comportent comme des grossistes avec une logique de compteur qui conduit à des impasses et des frustrations chez leur clients qui se sentent considérés comme des vaches à lait. Derrière une vitrine en trompe l'œil, ce soi-disant « modèle » et la quête effrénée de la marge amènent les agences à rapidement substituer des juniors aux ténors initialement mis en avant pour décrocher les contrats à coups de belles promesses. La réalité est trop souvent différente des beaux discours de départ, ce qui crée de l'incompréhension et du ressentiment.

2/ En quoi YRSA Communications sera différente ?

D'abord nous ne nous voulons pas « vendre du temps » mais du talent, c'est-à-dire des prestations, des services et du résultat. Nous nous engageons à toujours essayer de penser par nous-mêmes, à travailler pour chercher, trouver et développer des formules adaptées, souvent créatives et parfois inédites. Nous voulons bannir le copier-coller, les fausses facilités, les raccourcis paresseux, les zones de confort anesthésiantes, le répit procuré par le sens du courant. Bref nous ferons du sur-mesure pour chacun. Par ailleurs, nous avons réuni des experts confirmés et des hauts potentiels. Tous sont actionnaires de l'entreprise ou le seront dans les 18 mois et, à terme, YRSA Communication sera leur entreprise. Cela change évidemment le rapport qu'ils ont avec l'Agence et ses clients ! Enfin, nous n'allons pas siphonner nos ressources et notre énergie dans des appels d'offres et des compétitions où les outsiders n'ont évidemment aucune chance ! De même, nous ne communiquerons jamais sur ce que nous faisons pour nos clients car eux seuls ont vocation à attirer la lumière...

3/ Dans quels pays allez-vous opérer ?

Dès aujourd'hui en France, au Royaume-Uni, à Monaco et dans les pays limitrophes. A terme, en Europe et au-delà grâce à des partenariats innovants et ciblés.

4/ Quel est le profil de l'équipe d'YRSA Communications ?

Un profil collectif « unique », constitué de profils et parcours individuels très différents mais très complémentaires, qui partagent la même vision, les mêmes valeurs et la même culture du résultat. Elle comprend plusieurs nationalités et toutes les générations sont représentées. La diversité, la générosité, la disponibilité et la cohésion de cette équipe la rendra à terme quasi-imbattable ! Cette équipe est appelée à devenir un aimant pour la profession. Elle compte dans ses rangs des talents extraordinaires et exceptionnels que beaucoup vont nous envier.

5/ Comment allez-vous vous développer ?

Par une combinaison de croissance organique, partenariats et acquisitions. Nous voulons aller vite et devenir rapidement un acteur européen. Cette année, nous devrions faire des premières acquisitions et nouer des partenariats prometteurs. Nous prévoyons aussi de lancer des offres commerciales innovantes et ciblées tous les trimestres.

6/ Pourquoi avez-vous choisi votre logo et votre signature ?

Notre logo et identité visuelle d'YRSA Communications expriment la volonté de croissance et la focalisation sur la création de valeur au bénéfice de ses clients. Par son design, ce logo traduit un parti pris de simplicité, d'efficacité et d'élégance. Quant à la signature, elle a été conçue afin de mettre en valeur la culture de partenariat de l'entreprise. *"Building success in Partnership"* en anglais ou *« Forger des réussites en partenariat »* en français. Comme pour l'identité visuelle, cette signature reflète le même parti pris de simplicité, fluidité et efficacité.

7/ Que signifie la dénomination ?

Contrairement aux apparences, YRSA ne signifie pas Yves Romestan Société Anonyme ! En réalité, c'est un nom que mon épouse et moi avons créé il y a 20 ans car ces initiales sont celles de nos deux noms mis ensemble : Yves Romestan-Sisamout Angelina. YRSA est le nom de notre maison en Angleterre et la société qui porte le cabinet médical de mon épouse qui est médecin s'appelle YRSA Santé. YRSA Communications tombait donc sous le sens. Mais nous en avons débattu ouvertement avec les membres de l'équipe car nous avons d'autres options, et malgré quelques réserves techniques de ma part, ils ont préféré YRSA Communications.

8/ Avez-vous d'autres projets ?

Oui, je prévois de lancer « YRSA Property » fin Juin ou début septembre. Cette entreprise, spécialisée dans la recherche de propriétés et l'accompagnement dans l'investissement immobilier, sera basée sur un business model innovant qui m'a été inspiré par mes années au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. A la fin de l'année, le moment sera venu de créer « YRSA Investment », société de niche positionnée dans le conseil en matière d'investissement dans les voitures de collection et les vins d'exception. Puis nous allons étudier la pertinence et l'intérêt de la création éventuelle, dans deux ans, d'un Campus ou Ecole Supérieure de Communication en France et au Royaume-Uni.

9/ Vous êtes français et britannique, que pensez-vous du Brexit ?

J'ai fait campagne pour le Remain et suis membre des Lib-Dems ! Visiblement, certains politiciens anglais, obnubilés par leur agenda partisan, ont pris une fois de plus en otage l'intérêt du pays. Mais l'Union Européenne aurait plus être plus perspicace et comprendre il y a quatre ans que le Royaume-Uni était confronté à un énorme problème d'immigration, ce qui a sans doute été la goutte d'eau qui a finalement fait gagner de justesse les partisans du Leave au référendum de 2016. A terme je suis sûr que le bon sens finira par prévaloir... Le Royaume-Uni a des avantages compétitifs formidables et il a les moyens de retrouver les chemins d'une croissance durable, en partenariat avec l'UE. Ses Universités continueront d'attirer les étudiants du monde entier. Sa langue a conquis le monde. Le génie du peuple britannique et la créativité de ses entrepreneurs sont intacts.

10/ Compte tenu du contexte, allez-vous vous développer en Grande-Bretagne ?

Absolument. Nous faisons le pari que, Brexit ou pas, le Royaume-Uni restera un pays phare et une économie clé. La situation actuelle peut aussi offrir de nombreuses opportunités à des investisseurs et à des entreprises. Il faut savoir agir à contre-courant. Croyez-moi, c'est le moment d'investir outre-Manche et nous sommes prêts à accompagner les entreprises disposées à se développer dans ce formidable pays et à tenter un pari intelligent sur l'avenir ! La Suisse et des pays scandinaves montrent également que des pays européens peuvent être prospères sans être membres de l'UE.

