



Interview de Marie-Hélène Delaux *Sabooj*

1/ Comment avez-vous créé Sabooj ?



Jeune diplômée d'une école de commerce, je suis entrée au Crédit Lyonnais, désormais filiale du Crédit Agricole. J'ai exercé différents postes dans l'édition et la communication, avant d'assumer la responsabilité de la communication RH du groupe. À ce titre, j'ai découvert les missions sociétales au sein d'une grande entreprise comme la promotion de la diversité et l'intégration du personnel handicapé. C'est ainsi que je me suis familiarisée au modèle de l'entreprise adaptée.

En 2007, je suis devenue responsable web d'une des filiales du Crédit Agricole, lorsque les prémices de la crise commençaient à se faire sentir. Pour pallier des conditions budgétaires difficiles, j'ai proposé à mes collègues de faire appel à une seule agence de communication afin de mutualiser les dépenses et réduire les coûts de nos vidéos. Sensible aux problématiques liées au handicap, je souhaitais travailler avec une entreprise adaptée. Verdict de la mission handicap après quelques recherches : une telle structure n'existait pas sur le marché ! L'aventure Sabooj est partie de ce constat.

J'ai décidé du jour au lendemain de devenir chef d'entreprise... adaptée ; ce n'est pas un détail car je ne me serai pas lancée dans l'aventure sans cette dimension sociale. Je trouvais intéressant de valoriser les personnes en situation de handicap dans un domaine où cela n'avait jamais été fait.

2/Quels types de travailleurs handicapés travaillent pour vous ?

Je ne m'arrête pas à un type de handicap en particulier. Aujourd'hui, nous sommes 14 à l'agence dont 10 en situation de handicap (maladie invalidante, handicap psychique et majorité de sourds). Toutes les personnes en situation de handicap sont particulièrement efficaces dans les métiers de la création du fait de leur sensibilité exacerbée.

Quant aux sourds et malentendants, ce sont des communicants nés ! Ce sont des gens qui démontrent tous les jours que le langage parlé n'est qu'une option parmi tant d'autres pour s'exprimer et se faire comprendre. Que fait une personne sourde profonde depuis son enfance si ce n'est passer le message essentiel à sa cible ? La base de la communication !



3/ Comment trouvez-vous vos clients ?

La vraie difficulté – et tout l'enjeu est là – était de montrer à nos clients que nous étions aussi capables qu'une agence de communication de faire les choses vite et bien. Certains clients étaient réticents à l'idée que nous travaillions avec des personnes en situation de handicap. Mais, petit à petit, nous avons réussi à construire un book digne de ce nom pour prouver notre savoir-faire ; il n'y a que l'exemple par la preuve qui peut convaincre !

Aujourd'hui nos principaux concurrents ne sont pas des entreprises adaptées, mais des agences de communication classiques car, comme elles, nous répondons à des appels d'offres. Et en tant qu'ancienne responsable de communication, je sais ce que veut dire le mot « échéance » ou le mot « prix » lorsqu'on a besoin d'un support pour un événement... Donc quand j'établis un devis, je me dois d'être au prix du marché, réactive et dans les plannings imposés, tout en fournissant une prestation de qualité : il faut se montrer performant. Et il ne faut pas se tromper. Et si cela fonctionne depuis cinq ans c'est justement parce que nous répondons à ces contraintes de marché.

Hormis les appels d'offres, certaines entreprises viennent spontanément vers nous, soit par relation ou réseau, soit parce que nous avons mené des actions de prospection. Les acheteurs commencent également à nous connaître et diffuser l'information. Ils sont plutôt bienveillants à notre égard lorsqu'ils découvrent qu'il existe des entreprises adaptées (EA) qui proposent de la prestation intellectuelle pour répondre à leurs obligations en matière d'emploi de personnes en situation de handicap. En effet, travailler avec une EA permet de réduire la contribution dont sont redevables les entreprises de plus de 20 salariés qui n'arrivent pas à employer le seuil minimal de 6% de personnes handicapées. Sabooj offre ainsi de la prestation intellectuelle à 100% récupérée dans le calcul des unités bénéficiaires.

4/ Quelles sont les perspectives de votre agence sur les années à venir ?

Le 15 octobre 2014, Sabooj a opéré une levée de fonds avec un apport de 300 000 euros par notre nouvel actionnaire, Impact Partenaires, dans le capital. L'objectif de cette opération est de structurer Sabooj pour en assurer le développement et la pérennité. Les objectifs pour 2019 sont de recruter plus de 20 travailleurs en situation de handicap et de multiplier le chiffre d'affaires par 4 !

Chez Sabooj, la diversité est plus que jamais productrice de richesse, de créativité et de différenciation. Ici, on apprend chaque jour à comprendre des univers multiples et divers, à l'écart de toute idée préconçue.