

PERSONNALITÉS PHARES EN ACTION

*Jessica Templeton Smith
et Lucy Pickford
Associées, OLGA Agency*



CONCEVOIR UN MONDE OÙ RÈGNE L'ÉGALITÉ DES SEXES

Jessica Templeton Smith et Lucy Pickford, associées de l'agence de marketing OLGA, basée à Londres, travaillent avec des entreprises du secteur de l'art, de l'éducation et de la culture. L'entreprise utilise les médias imprimés et numériques pour la création d'images de marque et le design, offrant des solutions innovantes à des clients allant des petites et moyennes entreprises (PME) aux conseils locaux et aux universités.

Jessica a co-fondé l'agence en 2016 avec un ancien associé, qui l'a ensuite quittée. Lucy a rejoint l'entreprise en tant que chef de projet en 2018 et est devenue associée peu après.

Jessica et Lucy ont toutes deux obtenu leur diplôme dans leurs universités respectives pendant la récession économique mondiale de 2008-2009 et ont été confrontées à un manque de perspectives de carrière.

Jessica pensait que son diplôme en langues modernes et en histoire de l'art lui offrirait de nombreuses possibilités de carrière artistique, mais l'impact de la récession sur le marché du travail l'a obligée à trouver une autre voie. Son premier emploi, dans l'édition et le marketing pour une grande entreprise, lui a permis de dénicher des talents cachés et de nouvelles compétences. « J'ai vraiment apprécié l'étendue des possibilités [dans le domaine du marketing], surtout en travaillant du côté de l'agence », raconte-t-elle.

Bien qu'elle trouvait sa nouvelle carrière passionnante, elle ne pouvait pas oublier sa passion pour les arts. « Je me suis sentie compromise sur le plan éthique par certains des clients pour lesquels nous devons travailler. J'ai pensé que c'était une bonne occasion de mettre à profit les compétences que j'avais acquises et de réfléchir à la prochaine étape. »

Elle explique : « *En fin de compte, je voulais travailler avec des gens dont le travail me passionnait. Chez OLGA Agency, notre objectif en tant qu'entreprise est de travailler avec des gens biens qui font de belles choses. Cela concerne à la fois le secteur de la durabilité et les entreprises qui font preuve d'une éthique positive.* »

Lucy, elle aussi, a trouvé la recherche d'emploi difficile en période de récession. Elle avait fait des études pour devenir architecte paysagiste, mais n'ayant trouvé aucune opportunité, elle a fait un virage pour rejoindre l'industrie technologique, dirigeant les activités de PME. « Travailler pour une startup de trois personnes était comme un cours accéléré de gestion d'entreprise », raconte-elle.

Elle s'est plongée dans la recherche et le développement, le marketing et les ventes, ainsi que la conception de produits, et a fait ses armes dans plusieurs entreprises. Et elle a découvert de nouvelles façons de gérer le marketing et le développement de la marque en allant au Japon pour travailler comme responsable du marché international pour une société de voyage et d'éducation.

Jessica et Lucy ont toutes deux obtenu des diplômes supérieurs, Jessica en entrepreneuriat créatif et Lucy en histoire de l'art, ce qui leur a permis d'approfondir leur approche stratégique et analytique de la stratégie de marque.

Chercher des modèles dans ses racines

Jessica raconte : « Mes deux parents travaillaient, et ma mère était un modèle pour moi. » Sa mère, architecte senior dans un cabinet, a encouragé Jessica à gagner de l'argent très tôt, et à l'âge de 13 ans, cette dernière a décroché son premier emploi. « Je travaillais tous les samedis. M'apprendre que je devais travailler dur pour atteindre mes objectifs était une bonne chose. »

Les parents de Lucy étaient également des modèles solides. Elle rapporte : « J'ai eu beaucoup de chance quand j'étais enfant : mes parents m'ont beaucoup encouragé dans tout ce que je faisais. Ils m'ont aussi fait comprendre que je pouvais faire ce que je voulais si je travaillais dur.

Mon père était père au foyer. Ma mère pourvoyait aux besoins de la famille... J'ai compris que les deux rôles sont importants et que l'on peut choisir de donner la priorité à sa carrière ou à sa famille, ou les deux en même temps. »

Au fur et à mesure que la carrière et l'expérience de Jessica et de Lucy se développaient, elles ont commencé à constater l'inégalité des sexes dans leurs domaines respectifs du marketing et de l'architecture, ce qui a alimenté leur détermination à gérer leur propre entreprise comme elles le souhaitaient.

« En vieillissant, j'en suis arrivé à un point où je savais que si je voulais avoir une opportunité, je devais la saisir moi-même. Quand j'ai rencontré Jess, je me suis dit : "Soyons le changement que nous voulons voir ailleurs" », explique-t-elle.

Créer des solutions innovantes et inclusives

OLGA Agency travaille spécifiquement avec de petites entreprises du secteur de l'art et du patrimoine pour le design physique ou numérique, la production de contenu et divers aspects du marketing lié à l'image de marque. L'entreprise s'est développée pour travailler sur des projets basés sur la durabilité.

Jessica raconte : « Au début, l'entreprise s'est développée grâce à nos clients. » Elle explique qu'elle trouvait le marché de l'investissement difficile et non adapté aux petites entreprises dirigées par des femmes comme la sienne, ajoutant : « J'ai constaté que, en réseautant pour trouver des opportunités [d'investissement], nos interlocuteurs s'attendaient souvent à ce qu'un homme soit impliqué dans l'entreprise. »

En fin de compte, elle a pu financer leurs projets directement avec leur clientèle et a trouvé le résultat bien plus gratifiant. L'entreprise est désormais entièrement financée par des projets à court terme reposant sur les clients.

« Les appels d'offres publics [au Royaume-Uni] ont été une grande opportunité pour nous parce que les règles du jeu sont équitables ou, du moins, tout est fait pour qu'elles le soient. Vous avez vraiment la possibilité de vous vendre au même titre que des personnes ayant d'excellentes connexions et d'entreprises établies depuis plus longtemps. C'est là que nous avons pu nous démarquer et remporter certains de nos premiers [gros] contrats », raconte Jessica.

L'un de leurs projets actuels consiste à travailler sur le thème du tourisme durable pour un campement local, en mettant l'accent sur la production de contenu. Le projet, qui s'inscrit dans le cadre d'un programme européen, est destiné à une municipalité qui espère attirer des touristes en basse saison. Jessica et Lucy affirment que le travail médiatique d'OLGA Agency consistera à « encourager les gens à faire des choix bénéfiques, comme acheter auprès d'entreprises indépendantes locales et se déplacer à vélo et à pied lorsque c'est possible ». Le projet comprend différents médias, comme des vidéos, des reproductions et des contenus graphiques. »

Elles utilisent également une approche inclusive tout au long de leur travail pour rendre les arts plus accessibles. Grâce à ses clients dans le domaine de l'art et du patrimoine, OLGA Agency espère être plus consciente des préjugés inconscients et de la façon dont ils limitent l'accès de certaines personnes à des institutions telles que l'opéra ou les musées. Avec un client en particulier, elles s'efforcent de faire en sorte que les jeunes et la communauté en général soient inclus dans la stratégie de marque et la conception des visites locales de l'institution.

Donner la priorité à l'égalité des sexes et à l'autonomisation des femmes

En tant que femmes à la tête d'une entreprise, Jessica et Lucy sont conscientes qu'elles peuvent inconsciemment tendre à sélectionner des femmes employées et elles donnent la priorité à l'égalité des sexes dans le recrutement des travailleurs contractuels et le choix des fournisseurs.

Jessica raconte : « Chaque fois que nous recrutons, nous veillons à ce que chacun soit pleinement conscient de la nature du processus, de la manière dont il sera noté et de nos efforts pour nous assurer que nous ne suivons pas nos propres préjugés. Nous veillons à ce que les candidats à un emploi soient pleinement conscients des politiques des RH en matière d'embauche et de comportement professionnel approprié. »

Jessica et Lucy veillent également à ce que les employés contractuels soient formés de manière adéquate pour leur projet particulier afin de s'assurer qu'ils « sont immergés dans la marque et ont intégré le ton de la voix, les objectifs du projet et, surtout, la place de leur travail dans le projet ».

Si le projet comprend des événements, OLGA Agency « organise des formations, en veillant à ce que chacun comprenne son rôle et la manière dont il s'intègre dans l'équipe de projet au sens large, le lieu, les évaluations de risques et le client, et en s'assurant que les gens aient la possibilité de poser des questions », souligne Lucy.

OLGA Agency veut s'assurer que ses fournisseurs partagent son éthique d'un environnement de travail inclusif. « Nous voulons nous assurer que nous n'allons pas seulement chez le fournisseur le moins cher. Nous [voulons être] en accord avec leurs politiques et la façon dont ils gèrent leurs affaires afin que les gens soient payés un salaire juste et que le processus d'embauche soit [juste et inclusif] », explique Lucy.

OLGA Agency a signé les principes d'autonomisation des femmes (WEPS) en juin 2020 et utilisera ces principes pour carder le cap à mesure que l'entreprise grandit et maintenir une chaîne d'approvisionnement inclusive.

« C'est vraiment important et partie intégrante de notre éthique. Les [WEPS] proposent une standardisation que les gens comprennent et nous offrent un cadre pour les idées que nous avons déjà en tête pour notre entreprise », indique Jessica.

Principes d'autonomisation des femmes



Direction au plus haut niveau des entreprises



Ressources humaines sur le lieu de travail



Bien-être et sécurité des employés



Éducation et formation des femmes




Diversité des fournisseurs et pratiques marketing




Initiatives communautaires



Mesures et rapports

 weps.org

 weps@unwomen.org

 [@WEPrinciples](https://twitter.com/WEPrinciples)

 [@Empower_Women](https://twitter.com/Empower_Women)

Financé par :

Produit par :

À l'appui de :



European Union





Funded by the European Union



**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office