

Takaneo - 360 degrés de talents !



Fondée en 2012, Takaneo est une jeune agence dans le paysage luxembourgeois du conseil en communication. Menant aujourd'hui de nombreux projets pour d'importants clients de la place, Takaneo crée des univers uniques, qui valorisent l'imaginaire de chaque marque et de chaque entreprise.

Visite du 18 juin 2021.

Takaneo est l'aboutissement du parcours atypique de son fondateur et directeur, Patrick Lesage. Un homme bien dans sa tête et dans ses baskets que rien ne prédestinait vraiment à la création d'une agence de communication. Après avoir travaillé pendant 15 ans en tant que directeur européen des ventes et de la communication pour le groupe Harlequin Floors, l'inventeur et le leader mondial de sols pour la danse, le spectacle et l'événementiel, Patrick Lesage se lance le défi personnel de fonder l'agence de communication qu'il aurait souhaité rencontrer lors de son parcours professionnel. Takaneo, agence de conseil en communication 360 degrés voit ainsi le jour. Nichée dans un écrin de verdure, aux portes du Luxembourg (à Eischen), l'agence est composée d'une équipe dynamique et créative de six personnes aux talents complémentaires, qui aiment toutes travailler en symbiose sur chaque projet, et sont convaincues que chaque regard compte. En plaçant la réflexion au cœur des stratégies de communication qu'elle propose à ses clients, Takaneo s'est rapidement imposée comme un acteur important de la place financière et économique puisque les plus grandes institutions lui confient leur stratégie de communication.

Rencontre avec Patrick Lesage.

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

Nous en avons plusieurs. Pour n'en citer que quelques-uns, il y a la communication qui entoure l'Exposition universelle à Dubaï pour laquelle nous avons remporté l'appel d'offres de la Chambre de Commerce. C'est un projet ambitieux et emblématique et nous sommes fiers d'accompagner tous les événements organisés par la Chambre de Commerce pour promouvoir l'image du Luxembourg. Puis, nous avons également la chance de travailler au quotidien pour LuxExpo The Box sur de nombreux projets de campagnes de communication pour la promotion des événements à venir. Nous travaillons également depuis longtemps avec KPMG, notamment sur le beau projet des plages événementielles, pour ING ou pour d'autres entreprises de la place, comme par exemple HLD, un grand groupe français, dont la maison mère est à Paris et le siège européen à Luxembourg, qui accompagne, dans la durée, le développement de grandes sociétés, comme Sarenza, Filorga, Kiloutou ou d'acteurs majeurs de la » nouvelle économie « . Je dois dire qu'au-delà des relations commerciales, nous nous approprions vraiment tous les projets sur lesquels nous travaillons pour proposer à nos clients les meilleures réflexions et stratégies possibles quelles que soient leurs demandes.

Votre plus grande fierté ?

D'avoir été capable de créer l'agence que j'aurais rêvé de rencontrer dans mon parcours professionnel, d'avoir l'équipe qui m'accompagne et sur laquelle je peux compter et que Takaneo ait les clients qu'elle a, qui me font confiance et suivent mon projet d'entreprise.

La dernière fois que vous avez douté ?

Le 17 janvier dernier exactement ! Je n'avais jamais douté de la pérennité de l'agence, mais le climat incertain dans lequel la pandémie nous a plongés a réussi pendant quelques heures à me faire perdre espoir et je me suis posé beaucoup de questions sur un avenir que j'ai alors perçu comme très incertain. Mais comme tout entrepreneur, j'ai relevé les manches et j'ai continué à croire en l'avenir de l'agence. À juste titre d'ailleurs car nos perspectives de croissance et d'évolution en 2021 sont excellentes.

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi pour vous ?

Je situerais l'entrepreneur entre l'athlète de haut niveau qui doit s'économiser, persévérer, tomber parfois pour se relever toujours et le marin qui ne peut résister à l'appel de la mer, dont il tire toute sa force. Dans les deux cas, tout est question de confiance en soi. Être persévérant, savoir que ce ne sera pas toujours simple, mais y aller quand même. Il faut peut-être aussi avoir un petit grain de folie ou d'inconscience pour lancer un projet d'entreprise.

Quel a été l'impact de la crise sanitaire sur votre activité et que pensez-vous que la Chambre de Commerce pourrait faire pour vous soutenir ?

La pandémie a évidemment beaucoup impacté notre activité événementielle. Mais l'événementiel ne représente heureusement qu'une partie de nos activités. Les autres activités de stratégie de marque, graphisme, réseaux sociaux, communication digitale ont continué à fonctionner presque normalement. Nous avons néanmoins dû faire preuve d'agilité, nous réinventer et activer de nouveaux leviers de compétences pour faire face à l'adversité et compenser les pertes en trouvant de nouvelles opportunités, comme le live streaming de grands événements ou l'offre de rédactionnel qui s'est renforcée depuis la pandémie. Le Luxembourg étant une terre idéale pour le networking, je pense que la Chambre de Commerce, représentant de multiples secteurs d'activité, pourrait encourager encore davantage les liens commerciaux entre les entreprises locales, sur le modèle des missions économiques qu'elle organise à l'international.





En plaçant la réflexion au coeur des stratégies de communication qu'elle propose à ses clients, et forte d'une équipe pluridisciplinaire qui travaille en symbiose, Takaneo s'est rapidement imposée comme acteur important de la place financière et économique (crédit: Laurent Antonelli / Agence Blitz)

En plaçant la réflexion au coeur des stratégies de communication qu'elle propose à ses clients, et forte d'une équipe pluridisciplinaire qui travaille en symbiose, Takaneo s'est rapidement imposée comme acteur important de la place financière et économique (crédit: Laurent Antonelli / Agence Blitz)