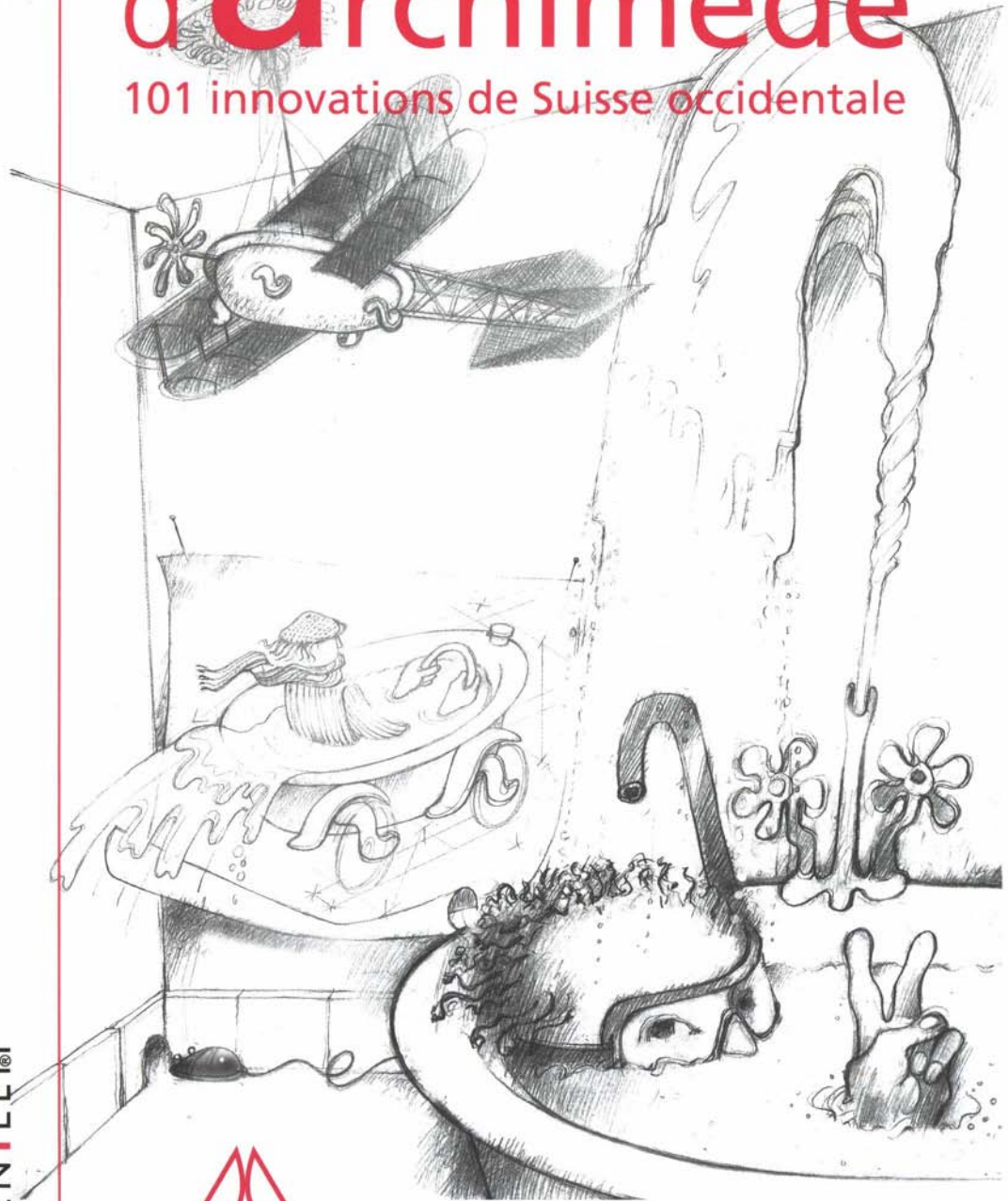


romandie
& baignoires
d'archimède

101 innovations de Suisse occidentale



GENI LEM



éditions du Tricorne

2000

Une image claire de soi de Marie-Noelle Martin

Une personnalité dans chaque personne

L'invention permet de faire découvrir aux gens l'image qu'ils transmettent aux autres et leur donne les moyens de la travailler, de l'assumer ou de la modifier en fonction du milieu dans lequel ils vont se mouvoir.

«C'est pas neuf!» a crié quelqu'un dans la salle.

– Oui, lui répond un connaisseur, c'est essentiellement neuf car l'idée est portée hors de l'Académie vers la rue et elle n'est pas dans la ligne habituelle du renforcement d'une personnalité. Ce n'est pas psy, ce n'est pas de la rentabilité. C'est de *la personnalité* dont il s'agit et dans le cadre régional imprégné d'un calvinisme très décenté, peu soucieux du soi, c'est une véritable découverte que de s'intéresser à son image :

- pour sortir de l'anonymat,
- pour être à l'aise en toute circonstance,
- pour révéler son potentiel individuel,
- pour être crédible et convaincant»

Des études récentes ont montré, déclare la créatrice de l'idée, l'importance de l'impact visuel et de la communication verbale : 55 % de notre communication passe par l'apparence et le comportement, 7 % seulement par le message verbal. C'est de cette constatation qu'est née l'idée de mettre au point un service innovant, fournissant les outils qui optimisent l'image de la personne pour valoriser son potentiel.

En février 2000, Mme Marie-Noelle Martin a concrétisé son idée nouvelle et a monté à Meyrin, Genève, IdS-Image de Soi, jeune entreprise accompagnée par Genilem. L'invention d'Image de Soi est le service spécialisé dans la communication non verbale, dans l'apparence, et le comportement, ainsi que l'attitude dans l'environnement professionnel. Au travers du conseil en image, IdS propose ses services dans le domaine de la communication dans l'entreprise. Elle y valorise l'image de l'entreprise par celle de l'individu qui y travaille et qui la représente. Elle renforce également l'apparence de l'individu :

- pour lui donner confiance dans son milieu professionnel (on se rappellera des Dupont-Dupond déguisés en armailis helvétiques pour ne pas se faire remarquer en Suisse);
- pour être en phase avec le caractère de son entreprise (un banquier privé présente un look différent de celui d'un journaliste);
- pour être reconnu lorsqu'il la représente à l'étranger (les cadres de Digital Equipment affirmaient reconnaître à son apparence un(e) des leurs dans n'importe quelle foule au travers du monde).

L'innovation ici ne paraît pas planer à la même hauteur que les high-tech qui vont, grâce à leurs découvertes, bouleverser un marché. Mais pourtant, elle met à jour un mieux-être simple et applicable sans délai. Elle est un «plus» notoire dans le paysage de la région.

