



à propos de Saar Dietvorst, fondatrice de manley

Saar Dietvorst a fondé l'agence de relations publiques manley (anciennement Content Cats) en 2013. Après une carrière dans plusieurs grandes agences de communication, elle a réuni son expérience, sa vision et sa créativité dans une agence de relations publiques stratégique pour des organisations « intelligentes » et axées sur l'impact.

Son but ? Apporter, grâce à la passion du storytelling, des nouvelles du monde innovant de l'énergie, de la santé, des biotechnologies, de proptech, du juridique, de la mobilité, de la logistique, de l'alimentation... Repérer les innovations durables qui changeront notre mode de vie et de travail à l'avenir, et de préférence aussi les amélioreront. Ces histoires souvent complexes mais absolument fascinantes donnent un « visage humain ». Proposer aux médias et aux ambassadeurs des contenus dignes d'intérêt et des interlocuteurs passionnés, afin qu'ils puissent alimenter leurs groupes cibles avec des nouvelles intéressantes et pertinentes.

Sa force ? Une bonne compréhension des besoins des journalistes (Saar a étudié le journalisme). Et, en tant qu'enfant d'une famille d'entrepreneurs, une compréhension tout aussi bonne des motivations des organisations. Ces connaissances, associées à un intérêt profond pour la société et la politique, elle les réunit dans le meilleur des deux mondes : les relations publiques stratégiques.

- Née le 13 juillet 1975
- Née en France (Dunkerque), élevée en Belgique (Schilde)
 - Vit à Anvers
 - 1 fils de 17 ans
- A fréquenté l'école et a vécu aux États-Unis (Michigan) de 1993 à 1994
 - Stage effectué chez ROB-tv à Louvain
 - Diplômée en 1998 en Journalisme à la Plantijn Hogeschool, Anvers
- A fondé manley (auparavant Content Cats) en 2013
 - Centres d'intérêts : écriture, lecture, sculpture, sports (jogging, équitation, tennis, essai de surfer)

pourquoi manley choisit des entreprises durables et axées sur l'impact :

« La toute première entreprise à m'avoir demandé de faire ses relations publiques avait lancé un « filtre à eau innovant ». Un projet pour lequel je n'étais pas particulièrement enthousiaste, d'après ce que j'avais lu sur leur site. Mais cela a changé immédiatement après ma première rencontre avec le PDG. Il s'est avéré être un scientifique reconnu dans le domaine de la recherche sur le cancer. Après avoir pris sa retraite de l'une des plus importantes institutions de recherche de Belgique, il a fondé une entreprise avec sa famille.

Sur la base de la nanotechnologie, cette société avait développé un filtre qui filtrait l'eau sale - des égouts - et la rendait à 100% potable en un rien de temps. Sans utiliser de gaz ou d'électricité. Il s'agissait d'une innovation révolutionnaire qui pouvait fournir pour la première fois de l'eau potable sûre, rapide et bon marché à des milliards de personnes dans le monde.

Grâce à un mix ambitieux de stratégie, de storytelling et de créativité, nous avons fait en sorte que cette entreprise familiale atteigne tous ses objectifs : une réputation nationale, les vingt postes pourvus en une journée, un prix décerné par le ministre fédéral de l'Innovation de l'époque, la reconnaissance du secteur...

Ce n'était pas seulement un cas PR majeur, c'est aussi le projet qui m'a inspiré la démarche et le genre d'histoires que je propage aujourd'hui avec manley : rendre compréhensibles des innovations complexes, avec un visage « humain ». Expliquer clairement tout le potentiel d'un produit ou d'un service, pour notre bénéfice à tous. »

Saar Dietvorst

Fondatrice de manley