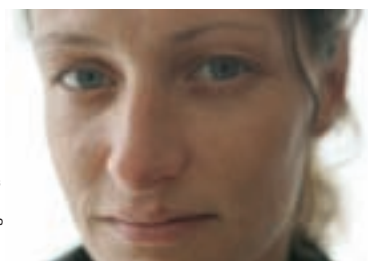


Régie: Sillage

La pub? vous n'y pensez pas!

**AVEC UN TEL SLOGAN
POUVAIT-ON IMAGINER LANCER
UNE RÉGIE PUBLICITAIRE?
HELENA DE FREITAS NE S'EST
PAS POSÉ LA QUESTION ET Y
EST ALLÉE...**

© Serge Boullaz



De son expérience commerciale au quotidien *Le Courrier*, **Helena de Freitas** avait tiré la conviction qu'il existait une niche associative qui ne trouvait pas son compte avec les traditionnelles régies publicitaires. «C'est un public qui d'emblée vous dira: la pub vous n'y pensez pas! J'ai tellement entendu cette phrase qu'elle m'a parue la signature idéale pour qualifier Sillage.» Ainsi lorsqu'elle ouvre son agence, en 2006, elle a un portefeuille très homogène avec le *Bulletin Vert*, *Aspic Info*, *l'Envol Syndical*, *l'Emilie*. La tête sous l'eau, elle n'a pas le temps de prospecter et c'est le bouche à oreille qui lui amène d'autres clients tels que le journal du DIP, *ATE-magazine*, *la Vie protestante*, *Pro Vélo information*, etc. Les années de galère sont derrière elle. «Aujourd'hui j'en vis!» s'étonnerait-elle presque. «Au début je travaillais dans mon salon, désormais j'ai un bureau et je songe à prendre de l'aide.»

D'autant que sa régie connaît depuis quelques mois un nouveau développement grâce à des mandats de recherche de fonds et de sponsors. Tout a débuté lorsque le marathonnien suisse Joseph Bago, classé au 5^e rang national, l'a contactée pour qu'elle lui trouve des sponsors en vue des Jeux Olympiques de 2012. Puis ce furent les organisateurs du spectacle de Calvin, qui se tiendra au mois de juillet aux Bastions à Genève, qui lui ont confié la mission de rechercher de la publicité pour

le programme et surtout de remplir les gradins de 1500 places pour les 23 représentations prévues. Un défi de taille qui va l'amener à solliciter ses réseaux de manière traditionnelle mais également à plonger dans l'univers des réseaux sociaux sur le Net. «Jusqu'à présent, je suis restée très offline, mais compte tenu du temps et des moyens pour communiquer sur ce spectacle, l'Internet va s'avérer un relai précieux.»

Nouvelles technologies ou pas, il n'est pas question de déroger à la philosophie de l'agence qui veut travailler en adéquation avec



les principes de l'Economie Sociale et Solidaire, en s'efforçant de promouvoir des services dans le respect de la personne humaine et de l'environnement. Et, presque pour se dédouaner d'avoir si bien développé son agence, Helena de Freitas tient à ce que l'on précise que son prochain mandat consistera à trouver des sponsors pour la réalisation d'un livre et d'une exposition sur les Roms et les Tsiganes. «Le luxe, c'est de pouvoir choisir ses clients et d'avoir du plaisir à travailler.» Sage Helena...

V. M.

» www.sillage.ch