

Euro RSCG Genève

« Nous, c'est les idées ! »



AU MOMENT DE SOUFFLER SES 20 BOUGIES, CETTE AGENCE RÉSEAU S'OUVRE AU DIGITAL SANS POUR AUTANT RENIER SON POSITIONNEMENT FULL SERVICE. L'EXEMPLE DE LA CAMPAGNE SIG.



Roger Giger et Henri Balladur

Discrètement mais sûrement, Euro RSCG Genève a fait sa place en Suisse romande. Créée voici deux décennies, parce que l'agence mère zurichoise ne pouvait garder en portefeuille deux marques concurrentes (Peugeot et Citroën), l'antenne genevoise aurait pu se contenter de n'être qu'une boîte aux lettres. Mais c'était sans compter sur Henri Balladur et Roger Giger qui ont toujours considéré que le fondement d'un network passait avant tout par son implantation locale. « Nous avons la chance d'appartenir à un réseau qui se perçoit comme une somme d'agences, plutôt que comme un seul centre contrôlant des entités dispersées de par le monde. Résultat, nous sommes avant tout une agence romande et non zurichoise ou parisienne. »

Une démarche qui s'est avérée payante sur l'arc lémanique, où les annonceurs cantonaux et régionaux privilégient encore la proximité. Ainsi, ce qui aurait pu n'être que temporaire s'est installé et transformé en l'une des plus grandes agences de publicité du marché romand, forte de 26 collaborateurs.

« Aucune position n'est jamais acquise à vie, tempèrent prudemment ces deux responsables. Il n'y a aucun secret, il faut travailler très dur, être créatif et rester à l'écoute de ses clients. » Un profil bas qui ne saurait toutefois cacher ses bons résultats. L'année 2009, qui a été difficile pour tout le marché, s'est avérée une année record pour Euro RSCG Genève; idem en 2010. Le mandat de la BCV, ainsi que la reconduction de contrats notamment avec des institutions publiques genevoises

(notamment les SIG) permettent d'affronter 2011 avec plus de sérénité. Sans parler de pitches en cours pour des mandats importants. Nous n'en saurons pas plus... la discrétion prime.

Et le digital ?

Revendiquant le statut « full service », ce qui inclut ici le planning stratégique et le média planning, cette agence est consciente qu'elle ne peut prétendre à se présenter comme une experte en digital. « Nous avons toujours été transparents avec nos clients et jusqu'à présent nous nous appuyons sur le savoir-faire d'agences compétentes, comme Virtua notamment. Aucun contrat d'exclusivité pour autant. Nous voulons être libres de nous entourer des meilleurs experts en fonction des besoins de nos mandats. »



Consciente que ce n'est qu'en mettant la main à la pâte que l'on apprend, la direction se fait un devoir d'intégrer cette approche dans la réflexion stratégique de l'agence. « Ce n'est pas dans notre culture et nous n'avons pas pour vocation de ne faire que du digital. Mais si nos clients veulent du 2.0, nous nous devons de le leur proposer. »

Aucune crainte que le métier de publicitaire soit aspiré par le web ? « Le digital n'est qu'une évolution, à l'instar de tous les autres médias. Nous nous adaptons, mais le métier reste le même : trouver des idées qui suscitent une impulsion d'achat ou qui changent les comportements. Rien n'a changé ! »

L'opération multi-canal

La campagne à 360° « Vitale Vert » des Services industriels Genevois (SIG) est significative de l'évolution d'une campagne classique à l'heure du 2.0.



A l'occasion d'une opération image pour le courant solaire, une opération testimoniale a tout d'abord été

annonces, comprenant un QR-code, ramenant toutes à un site dédié, ont été conçues. Il y a eu également une déclinaison sous la forme d'un habillage intégral de tram, un spot cinéma. Côté web : des banners, des Google Ads. Sans oublier une application mobile proposant les interviews des personnes retenues au casting, un making-of et le spot lui-même, et enfin des informations sur SIG Vitale Vert sur la chaîne SIG Vitale Vert de YouTube.

N'a manqué qu'une véritable présence sur Facebook avec une page entreprise et un Community Manager pouvant la modérer. « Tel n'était pas le souhait du client, relève-t-on chez Euro RSCG Genève. Cette partie relève plus de la stratégie interne, nous sommes une agence de publicité. Gare à la confusion ! »

VICTORIA MARCHAND

» www.eurorscg.ch

