



Franz & René

« Berne fait partie intégrante de notre succès »

UN AN ET DEMI APRÈS LA CRÉATION DE SON AGENCE, VALÉRIE PECALVEL DRESSE UN CONSTAT POSITIF : MANDATS ET PITCHES SONT AU RENDEZ-VOUS. LA PREUVE QUE L'ON PEUT RÉUSSIR MÊME EN DÉMARRANT AVEC ZÉRO CLIENT.

« Région recommandée par votre thérapeute. » L'axe de communication choisit cette année par Fribourg Région ouvrait la porte aux idées les plus créatives. Mandatée par cet

Mais pari réussi également pour cette jeune agence qui a été créée voici un an et demi et qui a démarré sans clients. Certes, Valérie Pecalvel n'en était pas à son premier essai. Elle avait déjà cofondé l'agence Numéro 10, mais cette fois-ci, elle était seule aux commandes. Et l'on sait combien les femmes publicitaires sont rares dans notre pays. « Recommencer est une chance que tout entrepreneur devrait pouvoir s'offrir. On sait ce que l'on veut et surtout on sait ce qu'il faut absolument éviter ou garder. »



office de tourisme, l'agence Franz & René avait reçu pour mission de mettre sur pied un événement impactant pour faire la promotion de l'offre thermique cantonale et suffisamment participatif pour intéresser les réseaux sociaux.

Pas de quoi effrayer Valérie Pecalvel et son équipe qui, après avoir mitonné un concept très viral, n'ont pas manqué d'inviter des bloggeurs, des vidéastes et des journalistes à l'arrivée d'une brigade de masseurs et de thérapeutes fribourgeois en gares de Genève et de Zurich. Leur mission : prendre en charge, dès les premières heures de la matinée, les pendulaires sur le chemin du travail. Question de rappeler que le canton de Fribourg existe et que c'est le lieu idéal pour déstresser.

Pari réussi ! La forte couverture média (presse, TV) et l'augmentation du nombre de fans sur la page Facebook de Fribourg Région et des visites sur le site de cette campagne attestent du succès de cette opération.

Dans le registre des « plus », le choix de la ville de Berne était indiscutable. « Cette ville fait partie de notre succès. A cheval entre les cultures allemande et romande, elle nous ouvre de plus grandes perspectives que l'Arc lémanique où la concurrence entre agences est plus forte. De plus, étant



en dehors des grands axes économiques, nous attirons des annonceurs périphériques qui ne souhaitent pas travailler avec des agences à Genève, Lausanne ou Zurich. »

Une petite équipe très motivée

Autre leçon apprise avec l'expérience : la diversification. « La communication évolue et le fait d'être capable de gérer des campagnes à 360°, comprenant aussi bien de la publicité classique que digitale ou virale, est désormais une nécessité. Chez Franz&René nous faisons de tout : du spot en passant par de l'événementiel ou des campagnes d'adwords. »

La communication sur tous les outils est un positionnement qui séduit. Pour

preuve, depuis le début de l'année, l'agence a remporté tous les pitches où elle a été conviée. « Mon réseau personnel et le bouche-à-oreille nous ont permis d'accéder à ces concours. Et grâce à mon équipe de six collaborateurs, dont la plupart viennent de grandes et moyennes agences, nous pouvons offrir un service de qualité avec la rapidité et la motivation d'une petite structure, ce qui nous a différenciés de nos concurrents. »

Un deuxième semestre bien chargé

Pas de répit cet été, trois campagnes sont en préparation. Pour SuisseEnergie, un mandat remporté face à quatre agences allemandes, la mission est la « refonte » du corporate de cette régie. Une opération au niveau national lancée cet automne qui comprendra des spots, de l'affichage, des annonces, de l'événementiel et une action online. Losinger-Marazzi a également confié une campagne nationale à Franz&René, qui devra concevoir une campagne de publicité classique et créer une communauté autour de cette entreprise. Enfin, le repositionnement de la Foire de Fribourg va également impliquer une forte intervention sur les réseaux sociaux. « Toucher le public là où il se trouve avec un message frais et dynamique... c'est notre spécialité ! »

VICTORIA MARCHAND

COMMENT FAIRE ?
Envoyez ENERGY au 880 (CHF 1.-/SMS) pour recevoir votre code d'accès au jackpot sur www.energyday.ch ou commandez l'iPhone App SWISSENERGY sur l'App Store (CHF 1.10/App.). Avec un code ou une application iPhone, jouez chaque jour, du 1er au 30 octobre 2010!

Conditions détaillées et possibilité de participation gratuite sur www.energyday.ch.

Partenaires : Jura, Valais, KRUPS, Migros, Electrolux, micasa, Siemens, Coop, Fust, Energie, OSRAM, PHILIPS, FMB, cco, Black, L'Oréal, L'Oréal, Suisse énergie.

» www.franzetrene.ch