

L'agence Etienne &amp; Etienne

# Petit mais costaud

**CETTE AGENCE CAROUGEoise N'A CESSÉ D'AGRANDIR SA PALETTE DE SERVICES TOUT EN RESTANT À TAILLE HUMAINE. UN POSITIONNEMENT QUI PARLE AUX CLIENTS.**



Chez Etienne & Etienne, il n'y a en fait qu'un seul Etienne! Celui qui a créé en 1995 cette agence installée dans une jolie arcade de la place du Marché, à Carouge. «C'est un clin d'œil, bien sûr, mais pas seulement, explique Etienne Francey avec malice. Je me suis lancé seul et c'était un peu une façon de m'associer avec moi-même. Il y avait aussi la chanson "Etienne Etienne" que j'aimais bien. Et je projetais de vendre mes services autour de deux pôles, la stratégie et la communication, d'où deux Etienne!». Il mentionne encore l'admiration qu'il portait alors à la grande agence anglaise aux deux patronymes Saatchi&Saatchi.

La décision de se lancer seul n'est pas venue du jour au lendemain. Après une maturité artistique, il obtient le diplôme des Beaux-arts de Genève. Il fait alors ses armes chez Trimedia comme directeur artistique junior, puis rejoint l'agence événementielle Lunic comme copropriétaire. Là, il travaille sur de gros projets comme le Brico-Loisirs de Meyrin et les cent ans du Bon Génie. Jusqu'au moment où il décide de monter sa propre agence. C'est un coup de pouce du destin qui l'incite à sauter le pas, lorsqu'il gagne le concours de l'Aide suisse contre le sida, avec un concept basé sur des récits érotico-réalistes: une campagne Safer Sexe, sous forme de petits cahiers collés sur les annonces et distribués dans les paquets de préservatifs.

Dès lors, les affaires s'enchaînent, de nouveaux clients arrivant grâce surtout au bouche-à-oreille. Une clientèle diversifiée, tout en étant issue

de domaines plutôt non-commerciaux, tels que les services publics, la santé, le développement durable, l'université. «J'ai une chance inouïe, s'enthousiasme Etienne Francey. Je pense que les clients viennent chercher chez moi ce qu'ils ne trouvent pas dans les agences plus grandes ou plus classiques, une certaine philosophie, une éthique, une pureté, même si je ne prétends pas être un saint! Il y a des clients qui ne se voient pas travailler avec une agence qui fait de la publicité pour l'alcool ou les cigarettes, par exemple. Ils estiment que mon agence est plus en adéquation avec leurs idées.»

Etienne & Etienne s'est ainsi développée et offre toute la palette de

services: stratégie, création et réalisation pour tous les supports. Mais tout en restant «petite, fonctionnelle et efficace», selon les termes de son créateur. Elle comprend actuellement un graphiste, une conceptrice-rédactrice et un informaticien à mi-temps. Son positionnement attire la clientèle locale avec des budgets qui permettent une bonne rentabilité.

Au fil des ans, elle a acquis une expertise sur les communes et en compte



maintenant de nombreuses parmi sa clientèle. Elle a ainsi réalisé le site Internet de Chêne-Bougeries et termine actuellement pour Carouge une campagne pour la promotion et la valorisation du recyclage.

Elle vient aussi de réaliser le concept global de communication de la Clinique La Métairie à Nyon – qui vit

un nouveau départ après quelques années chaotiques- à savoir notamment campagne d'affichage, site internet, documents pour les patients



et conférence de presse. «Un mandat très intéressant et diversifié que nous avons remporté grâce à notre créativité, analyse Etienne Francey. Nous avons proposé la création d'une fondation qui prendrait en charge le coût de deux lits pour des personnes qui n'ont pas d'assurance privée et qui n'auraient pas les moyens autrement de suivre un traitement à La Métairie. La clinique peut ainsi communiquer avec les médecins de la région sur ce thème.» Autre innovation: un partenariat avec *Le Matin Dimanche* concernant la chronique de Rosette Poletti, infirmière et psychologue.

Dans un autre domaine, on peut encore citer la campagne pour la Régie du Mail, une régie genevoise récemment créée et qui ne peut donc pas se référer à une tradition historique comme nombre d'autres régies de la place. Résultat: des affiches esthétiques et originales basées sur les valeurs qui fondent la société: l'audace, la rage et la confiance.

On sent aussi Etienne Francey fier du travail accompli pour l'Eglise Protestante de Genève qui cherchait un moyen de soutenir l'appel de dons. Il a utilisé les résultats d'une démarche marketing interne qui avait cherché à calculer le coût des services ecclésiastiques pour créer quatre petits documents (baptême, mariage, accompagnement, service funèbre) que les pasteurs peuvent donner à leurs ouailles.

SOPHIE LAGRANGE



» [www.etienne-etienne.ch](http://www.etienne-etienne.ch)