

BIO EXPRESS

VALÉRIE PECALVEL

> Née en septembre 1971.
 > A grandi à Marly.
 > A étudié au collège St-Michel à Fribourg.
 > Licence en sociologie en 1996 à l'Université de Lausanne.
 > Maîtrise fédérale de cheffe de publicité en 2001.
 > Assistante de 1997 à 1999 chez Buchheim&Crausaz Communication.
 > Account manager et partner de 1999 à 2001 chez Crausaz&Partenaires.
 > Client service direction de 2001 à 2003 chez DDB Seiler Berne.
 > Cofondatrice de «numéro10», partner et service direction de 2003 à 2009.
 > Fondatrice et stratégique direction depuis 2010 de «franz&rené».
 > Vit en couple, un garçon de quatre ans.
 > Hobbies: lecture, course à pied et activités avec son fils. SSC



Valérie Pecalvel et son associé, Luciano Gerber, tentent souvent de créer le «buzz» avec des campagnes publicitaires originales. JULIEN CHAVAILLAZ

ANNIVERSAIRE

UBS a 150 ans

Ce lundi, UBS fête son anniversaire. Il y a 150 ans, treize entrepreneurs ont fondé la Banque de Winterthur. Celle-ci s'est aujourd'hui transformée en un établissement d'envergure internationale fortement enraciné en Suisse. Différentes offres et initiatives sont prévues tout au long de l'année du jubilé. Fortement touchée par la crise financière mondiale des années 2007-2008, la banque a dû recourir à l'automne 2008 à un vaste plan d'aide de la Banque nationale suisse (BNS) et de la Confédération. Depuis, la banque a réduit massivement son bilan ainsi que ses risques et elle a réussi à consolider sa base de capital.

Les agences fribourgeoises seront décorées spécialement pour l'occasion et proposeront diverses activités. Ainsi, en collaboration avec l'Association des entreprises suisses de navigation (AESN), UBS offrira notamment des bons pour une carte journalière en bateau: pour la somme symbolique de cinq francs, ces bons permettront de naviguer toute une journée sur 19 lacs et cours d'eau en Suisse. En outre, toutes les agences d'UBS en Suisse seront ouvertes sans interruption de 9 heures à 18 heures 30. FM
 > www.ubs.com/150.

Le sourire de la communication

PUB • La Fribourgeoise Valérie Pecalvel a créé, il y a un peu plus de deux ans, l'agence «franz&rené» basée à Berne. Elle vient d'ouvrir une filiale à Granges-Paccot. Rencontre.

STÉPHANIE SCHROETER

Un magnifique sourire qui ne laisse pas indifférent. C'est un peu la marque de fabrique de Valérie Pecalvel que l'on n'oublie pas facilement. Et ça tombe bien, car c'est justement son job! Marquer les esprits, attirer les regards et décrocher quelques... sourires via des campagnes de pub. La recette fonctionne à merveille: deux ans après avoir fondé son agence de communication «franz&rené», basée à Berne, la Fribourgeoise vient d'ouvrir une filiale à Granges-Paccot, histoire de se rapprocher davantage de la clientèle romande toujours plus importante.

Impossible d'échapper aux campagnes pour le moins percutantes et peu banales de cette agence composée de sept personnes. Le bonhomme jaune qui sourit sur les affiches annonçant le billet par SMS des Transports publics fribourgeois (TPF)? Franz&rené! Les sourires, encore eux, à rajouter en ce moment sur sa photo de profil sur Facebook dans le cadre d'une campagne de promotion Fribourg Région? Encore eux! Les massages professionnels offerts l'année passée en pleine ville de Genève? Bingo! «Il s'agissait aussi d'une campagne pour

Fribourg Région», raconte Valérie Pecalvel. Dans le jargon, on appelle ça de la «guérilla marketing» ou comment créer le «buzz». En clair: organiser un événement qui fera causer par son côté insolite et drôle. «Notre approche de la communication privilégie l'originalité et l'impact dans une réflexion à 360 degrés», poursuit la «strategic direction-owner», entendez par là responsable de la stratégie et propriétaire de l'agence.

Do you speak english?

On l'aura compris, dans le domaine de la communication, mieux vaut maîtriser la langue de Shakespeare. Chaque fonction est en effet indiquée en anglais. Idem en ce qui concerne les diverses méthodes de travail. Valérie Pecalvel, qui bénéficie d'une solide expérience dans la communication, a notamment été «account manager» (responsable de mandats) et «partner» (associée) dans diverses agences.

Mais revenons à l'approche «360°», le domaine de prédilection de «franz&rené». «Nos campagnes se basent sur une idée forte centrale déclinée à travers différents types de médias ou supports afin d'optimiser leur

visibilité», précise Valérie Pecalvel, bien consciente que l'apparition des smartphones et autres réseaux sociaux a fortement modifié le paysage de la communication.

«On aime bien sortir des sentiers battus», résume-t-elle en souriant. C'est ainsi qu'en 2011 les passants genevois se sont vu offrir des pantoufles et des massages en pleine rue et que des comédiens ont récemment déclenché des fous rires dans les trams de Zurich et de la Cité de Calvin. Autant d'actions décalées qui ont été répercutées dans plusieurs médias afin de promouvoir le côté «thérapeutique» de la région de Fribourg, une destination qui fait du bien et qui active les zygomaticues des touristes suisses...

Agence bilingue

Des opérations toujours amusantes donc et franchement innovantes réalisées sans autorisation, d'où l'appellation «guérilla». «On essaie d'interpeller les gens jusqu'à ce qu'on le soit nous-mêmes. Si cela arrive, ce qui est rare, nous cessons notre action», note la cheffe d'entreprise âgée de 40 ans qui peut compter sur l'indéfectible soutien de son associé, Luciano Gerber.

Mais la guérilla urbaine n'est de loin pas le seul point fort de cette agence bilingue active aussi bien outre-Sarine qu'en Suisse romande. Raison pour laquelle elle a opté pour les prénoms Franz et René. Polyvalente, celle-ci se charge également de «branding» (création de logo et d'identité visuelle), d'organisation d'événements ou encore de développement de stratégies de communication. C'est d'ailleurs elle qui a décroché, en 2010, le mandat de communication pour SuisseEnergie, un de ses plus gros clients. A son tableau de chasse figurent en outre La Redoute, Hôtellerie Romande, Electrolux, Nestlé, entre autres. Sans oublier la Foire de Fribourg.

Résultat des courses: en un peu plus de deux ans d'existence, l'agence a triplé son chiffre d'affaires ainsi que son effectif. «Je souhaite conserver une agence à taille humaine avec une petite équipe performante et expérimentée qui aime ce qu'elle fait. Cela nous permet de sortir du lot», confie cette heureuse maman d'un petit garçon de quatre ans qui s'apprête à mettre en valeur les pompiers de la ville. Encore de beaux sourires en perspective! I
 > www.franzetrene.ch

EN BREF

BOULANGERIE AEBERSOLD couronné

Initiative, entrepreneuriat, créativité, responsabilité et qualité exceptionnelle sont les maîtres mots de la distinction que représente la Couronne boulangère. Pour la première fois en 2012, l'Association suisse des patrons boulangers-pâtisseries (ASPBP) et l'Union suisse de la levure (SHV) ont mis au concours à l'échelle nationale ce prix doté de 25 000 francs, qui a été décerné à l'entreprise Aebersold de Morat lors du congrès de l'ASPBP. La somme vise à reconnaître et apprécier à l'échelle nationale l'engagement notable, novateur et exemplaire d'individus ou entreprises. Le prix est attribué à des personnes ayant indéniablement fait quelque chose d'extraordinaire, et promu et développé considérablement la boulangerie suisse dans le cadre de leur activité. La reconnaissance est décernée sans limite de portée, et récompense une idée et une action sociales, économiques, professionnelles et écologiques au sein des entreprises de boulangerie en question. LIB

CRÉATION D'ENTREPRISES

Fri Up soutient de plus en plus d'entrepreneurs



Olivier Allaman, directeur de Fri Up. CHARLES ELLENA

FRANÇOIS MAURON

L'année 2011 restera comme un grand millésime pour Fri Up. Le guichet de support aux entreprises a en effet répondu à 70 demandes de sociétés, dont 10 situées hors du canton de Fribourg. Par ailleurs, elle a répondu à 101 sollicitations de porteurs de projets, menant à la création de 20 entreprises et au soutien de 23 projets pouvant aboutir à une création. Ces chiffres, livrés lors de la récente assemblée générale de l'association, traduisent une augmentation de 20% des demandes, ce qui signifie qu'il y a de plus en plus d'en-

trepreneurs souhaitant créer leur propre entreprise dans le canton.

Ce phénomène s'explique aisément. En 2011, Fri Up a ouvert un incubateur à Vaulruz, destiné au Sud du canton. Une antenne qui a du reste été suivie d'une sœur jumelle à Morat, au début de cette année. «Ces structures de proximité sont indispensables pour transformer un potentiel entrepreneurial inexploité en entreprises viables, respectivement en emplois», relève Olivier Allaman, directeur de Fri Up.

Selon ce dernier, un autre facteur explicite le développe-

ment de Fri Up. «La renommée de celle-ci ne cesse de grandir, particulièrement dans le périmètre du centre urbain. La Sarine, de par sa proximité avec l'université et les hautes écoles, mange à elle seule «la moitié du gâteau», en engrangeant 50 demandes contre 36 l'an dernier», se réjouit-il.

L'association ne cherche pas à gonfler ses statistiques. «Il tient du rôle de Fri Up d'offrir un encadrement adéquat au bon développement des start-up nouvellement créées. Par contre, nous n'hésitons pas à décourager les

porteurs de projets dont le produit ou la prestation ne répond pas à l'appel du marché. Il en va de même pour ceux qui prennent un risque financier inconsidéré pouvant, dans certains cas, déboucher sur une crise familiale ou qui n'ont pas le profil entrepreneurial», note encore Olivier Allaman.

Enfin, Fri Up ne voit pas le futur parc technologique Bluefactory comme un concurrent. «Nous sommes complémentaires. Dès la mise en service du parc, l'association deviendra le partenaire coaching de toute l'infrastructure», conclut-il. I