

Kevin Roberts: «Dans la pub, il n'y a pas de sujets tabous!»

Publicité Le patron mondial de Saatchi & Saatchi était présent, hier, à l'inauguration des nouveaux locaux de l'agence genevoise.

AYMERIC DEJARDIN-VERKINDER

«Un supermarché d'idées a remplacé un supermarché de denrées.» C'est ainsi que Pedro Simko, directeur général de l'agence de publicité Saatchi & Saatchi Simko, se plaît à présenter les nouveaux locaux de sa société qui, situés à la place du Temple à Carouge, abritaient naguère une Coop.

«De 600 m² au boulevard Saint-Georges, nous sommes passés à 1300 m²», précise Pedro Simko. Outre les surfaces de bureaux, les effectifs de l'agence ont, eux aussi, pris l'ascenseur avec l'embauche de 18 personnes depuis le début de l'année, portant ainsi à 50 le nombre de collaborateurs genevois.

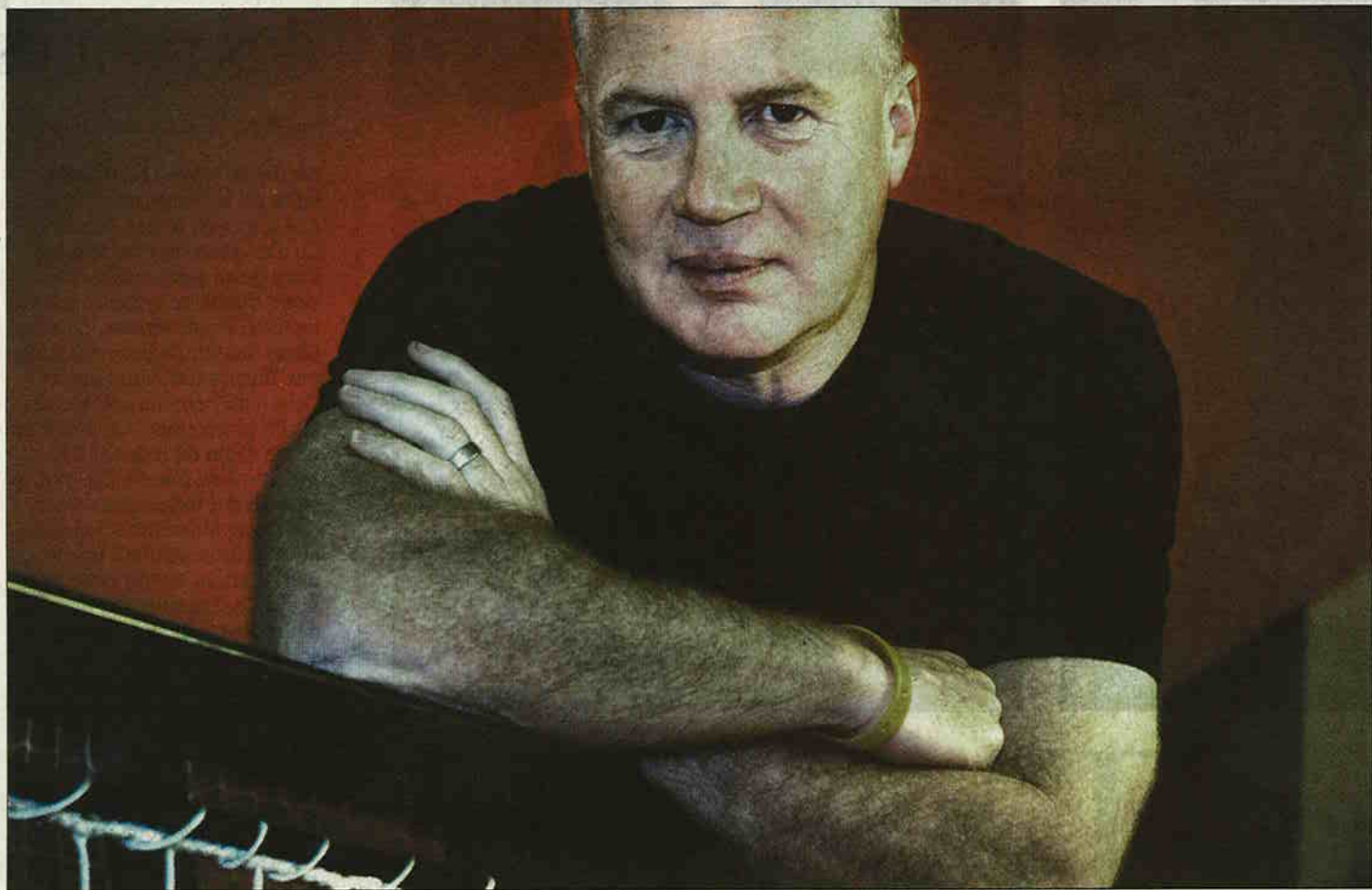
A l'occasion de cette inauguration, Kevin Roberts, directeur général du groupe Saatchi & Saatchi Worldwide, était de passage dans la cité de Calvin. Interview.

Qu'est-ce qui vous a décidé, en janvier 2004, à épouser le publicitaire genevois Simko?

Avec Pedro Simko nous avons trouvé un partenaire qui partage nos idées et notre philosophie. Il s'agit d'un véritable échange, même si notre groupe a pour vocation d'être majoritaire dans ses partenariats. Simko nous apporte sa très bonne connaissance du marché helvétique. En contrepartie, l'agence bénéficie du réseau international du groupe Saatchi & Saatchi.

Pourquoi avoir choisi Genève pour installer votre siège suisse?

Vous connaissez l'adage qui dit: «Il faut pêcher là où se trouve le poisson.» C'est exactement la même chose pour les affaires. Si les plus grosses multinationales de la planète ont leur siège à Genève, c'est à Genève que nous devons être! Sans compter que plusieurs de nos gros clients internationaux sont basés ici.



Kevin Roberts. «Je compare le message publicitaire à une conversation entre amis. Tout ce qui se dit entre amis peut, à mes yeux, se dire dans la publicité.» (STEEVE IUNCKER-GOMEZ)

Après la presse, la TV, la radio et Internet, la pub s'affiche désormais sur des écrans dans les centres commerciaux (par ex. La Praille). Ce nouveau type de support est-il l'avenir de la publicité?

(Sourire) Je viens justement de terminer un livre à ce sujet. Son titre: *SiSoMo: Sight, Sound, Motion* — la vision, le son, le mouvement. Actuellement, nous entrons de plain-pied dans l'âge de l'écran (Screenage). Dans les

années à venir, ce support va s'imposer comme le média de référence en matière de diffusion publicitaire. Aux Etats-Unis, on en trouve déjà dans toutes les grandes surfaces.

Y a-t-il des sujets tabous (sexe, violence, drogue) que même les publicitaires peinent à aborder?

Je compare le message publicitaire à une conversation entre amis. Tout ce qui se dit entre amis peut, à mes yeux, se dire dans la publicité. Pour moi, il n'y a donc pas de sujets tabous! La pub fait partie à part entière de notre culture, au même titre que le cinéma et la musique.

Sur votre site Internet (www.saatchikevin.com), on apprend que vous avez joué au rugby avec l'équipe des Geneva Internationals. Etonnant?

(Grand sourire) J'ai vécu sept ans à Genève, entre 1975 et 1982. Je travaillais chez Procter & Gamble et je m'adonnais au rugby (ndlr: Kevin Roberts est un mordu du ballon ovale et un grand fan des All Blacks de Nouvelle-Zélande). J'ai joué avec le club des Geneva Internationals puis avec celui d'Hermance.

PUBLICITÉ

JAWA

Tapis d'Orient

Liquidation totale de Tapis d'Orient pour cessation d'activité

JAWA

ECONOMY Kevin Roberts: “In advertising, nothing is taboo”

Yesterday, the Worldwide CEO of Saatchi & Saatchi attended the inauguration of the company's new Geneva offices

“A supermarket of ideas replaces a supermarket of food.” This is how Pedro Simko, General Manager of the advertising agency Saatchi & Saatchi presents the new offices of his company, which are situated at the place du Temple in Carouge.

“We have moved from 660 m² on boulevard Saint-Georges, to 1300 m²,” said Pedro Simko. Other than the size of the offices, the number of employees has also risen with the hiring of 18 people since the beginning of the year. This brings the number of Geneva employees to 50.

For the inauguration, Kevin Roberts, CEO of the group Saatchi & Saatchi made a trip to the city of Calvin.

Interview:

In January 2004, what made you decide to create a partnership with the Geneva-based agency Simko?

With Pedro Simko we have found a partner that shares our ideas and philosophy. It is a question of real exchange, even if our group has the role of holding the majority in its partnership. Simko brings his very well rounded knowledge of the Swiss market. On the other hand the agency benefits from the International network of the Group Saatchi & Saatchi.

Why did you choose Geneva for your Swiss headquarters?

You know the expression “you must fish where there the fish are.” It's exactly the same thing for business. If the largest multinationals in the world have their headquarters in Geneva, then it's in Geneva where we must be. That goes with out saying that a number of our big accounts are based here.

After print, TV, radio and the Internet, advertising is now present on screens in large shopping centers (i.e. La Praille). Is this new type of media the future of advertising?

(Smile...). I have just finished a book on this subject, entitled *Sisomo: Sight Sound and Motion*. Actually we are entering into the age of the screen. In the coming years, this media will become the media of reference in advertising. In the US, we are already beginning to find them shopping centers.

Are there taboo subjects (sex, violence, drugs) that even advertisers find difficult to deal with?

I compare the advertising message to a conversation between friends. Everything that is said between friends can, in my opinion, be said in advertising. For me, there are no taboos. Advertising is part of our culture as much as the cinema and music are.

On your internet site (www.saatchikevin.com) we learn that you played rugby with the Geneva Internationals. Surprising?

(Big smile...). I lived in Geneva for 7 years between 1975 and 1982. I worked at Procter & Gamble and played rugby. Note to readers: Kevin Roberts is crazy about the oval ball and a big fan of the New Zealand All Blacks). I played with the Geneva Internationals team and then with the Hermance team.

Who's Who?

Simko Founded in 1970 in Geneva, the agency became famous with its campaigns for Cardinal, Toni and Caran d'Ache. In 2004, Simko merged with the giant Saatchi & Saatchi. Today, the agency has 50 employees.

Saatchi & Saatchi Founded in 1970, the group joined the French Group Publicis, the 4th largest advertisers worldwide, in 2000. Today the international network of the Group accounts for 134 agencies in 84 countries and approximately 7000 employees.