Norbert NICOLAU

CEO Agence MP Berthoud

NOTRE CŒUR DE MÉTIER
EST LES ENSEIGNES LUMINEUSES
SUR LES TOITURES D'IMMEUBLES

Norbert NICOLAU entouré de ses 2 associés :
Frédéric LAUCHENAUER (à gauche) et Ali KHELOUI (à droite)

Norbert NICOLAU - CEO Agence MP Berthoud

LES MARQUES PEUVENT CHOISIR LA TAILLE DE L'ENSEIGNE SELON LEUR IMAGE CORPORATE

Monde Economique : L'agence M.P. Berthoud a été créée il y a plus de 50 ans. Son fonctionnement a-t-il changé depuis ?

Norbert Nicolau : Actuellement leader suisse des enseignes lumineuses en toiture d'immeuble, l'agence a été fondée par Marie-Pierre Berthoud. Elle a d'abord travaillé en tant qu'indépendante pour ensuite créer une structure juridique en 2010. Avant-gardiste pour son temps, sa seule motivation était de faire rayonner les enseignes de ses clients grâce à des installations lumineuses. Connaissant aussi bien le marché de l'immobilier que les marques de luxe, elle avait alors une grande notoriété sur la place genevoise et avait accès à des emplacements d'exception. À cette époque, l'agence était très discrète, presque confidentielle, seulement connue des cercles fermés. Aujourd'hui, avec l'influence du digital, nous avons adopté une stratégie inverse : pour continuer son développement, l'agence M.P. Berthoud doit dorénavant avoir une forte visibilité et se placer sur le devant de la scène.

LA RADE OFFRE AUX ENSEIGNES UNE VISIBILITÉ HORS NORME, MÊLANT CADRES NATURELS ET ARCHITECTURAUX MAGNIFIQUES

Monde économique : Vous avez rejoint l'agence M.P. Berthoud en 2017, avec près de 30 ans d'expérience aussi bien dans les médias que dans l'immobilier. Quel est votre parcours ?

Norbert Nicolau : En 2005, j'ai intégré Goldbach Group-IP Multimedia, régie publicitaire de RTL Group pour le marché suisse. Ce leader européen des médias digitaux et électroniques a notamment dans son portefeuille de 38 chaînes de télévision RTL, M6, Cartoon Network ou encore MTV. Cette expérience m'a initié au monde des investissements médias et à la stratégie de visibilité des marques sur le marché helvétique. Ensuite, je me suis tourné vers l'immobilier suisse en intégrant le groupe immobilier anglo-américain Regus, leader mondial des business centers et des espaces de travail. En tant que General Manager de l'unité genevoise, j'ai aussi bien collaboré avec des régies et des propriétaires de la place qu'avec des fonds d'investissement immobilier nationaux et internationaux. Ce parcours bicéphale, combinant marketing média et immobilier, m'a tout naturellement conduit vers l'agence M.P. Berthoud qui, de par ses activités, est une parfaite synthèse de ces deux univers professionnels.

Monde économique : Quels formats de publicité extérieure proposez-vous ?

Norbert Nicolau : Notre cœur de métier est le spectacular outdoor, autrement dit, les enseignes lumineuses sur les toitures d'immeubles. Nous utilisons les dernières technologies LED qui sont très appréciées de nos clients et propriétaires, car elles permettent une durée de vie inégalée, une qualité instantanée de l'éclairage, ainsi qu'une consommation électrique très faible par rapport à l'utilisation précédente des tubes néons qui dégageaient de la chaleur et une intensité de lumière instable et qui pouvaient aussi générer des nuisances sonores. Cette activité est encadrée par la règlementation genevoise, et les emplacements de ces skysigns, sont soumis à la législation suisse des baux commerciaux.
Ces enseignes lumineuses en toiture d'immeuble sont totalement intégrées dans le paysage de la Rade de Genève depuis de nombreuses générations. Elles font d'ailleurs si bien partie du patrimoine de la Genève internationale qu'elles ont été immortalisées dans un tableau d'un peintre genevois qui se trouve dans le hall de l'Hôtel de Ville. Les marques l'ont bien compris et veulent s'associer ainsi à l'image de la Genève internationale. Nous proposons également l'installation de bâches publicitaires durant les rénovations d'immeubles en Suisse, hors canton de Genève, et à l'international, les normes genevoises étant plus restrictives pour ce type de publicité.
Enfin, l'agence M.P. Berthoud accompagne ses clients à l'international pour des implantations d'écrans LED géants dernière technologie, très populaires sur les façades à Las Vegas, NYC, Londres ou encore Hong Kong et Singapour, non encore permises en Suisse.

Monde économique : Dans les prestations que vous délivrez, pouvez-vous nous parler du « full service premium » : qu'est-ce que cela implique ?

Norbert Nicolau : Notre offre débute en amont, avec la consolidation et le développement permanent d'un portefeuille d'immeubles aussi bien en Suisse qu'à l'international. Cette démarche implique des discussions avec les propriétaires et leurs représentants. Les marques nous font ensuite part de leur souhait en choisissant un emplacement disponible dans notre portefeuille et adapté à leur stratégie de visibilité sans nécessairement être présentes à proximité (au travers de leurs boutiques ou bureaux). Nos contrats de location renouvelables ont une durée de 5 à 10 ans. La seconde étape est dédiée à la phase légale pour l'obtention des autorisations nécessaires. Nous

avons l'habitude de travailler avec les autorités locales et les propriétaires ou leur représentant, et trouvons toujours des solutions satisfaisantes pour l'ensemble des parties. Ensuite, nous nous occupons de la coordination des travaux pour aménager la toiture de l'immeuble, aussi bien pour l'installation des infrastructures que pour les supports et l'alimentation électrique. En parallèle, l'enseigne est fabriquée par nos partenaires en coordination avec le service marketing du client. Les marques peuvent choisir la taille de l'enseigne selon leur image de marque, les dimensions étant soumises aux autorités et au propriétaire pour validation. Généralement sur la Rade, nous proposons un mètre de hauteur, règle imposée par les autorités, sur 5 à 20 mètres de longueur, selon les dimensions de l'emplacement choisi pour l'enseigne. Enfin, nous procédons à son installation, en tenant compte des différentes règles de sécurité à la fois sur le toit et dans le périmètre. De plus, nous garantissons une maintenance 24/7 du site.

Monde économique : Quel type de clientèle touchez-vous avec cette offre ?

Norbert Nicolau : Nous collaborons majoritairement avec le secteur du luxe, de la finance, des assurances et de la technologie. Actuellement, nos clients sont surtout des enseignes de grands groupes, mais notre objectif est de nous ouvrir à davantage de marques indépendantes, qui ont également leur place sur la Rade ! Parmi nos clients historiques, nous avons une belle harmonie entre les leaders bien installés, comme les groupes Richemont, Swatch Group ou encore LVMH, et des entreprises challengers, qui cherchent à acquérir de la visibilité.

PARMI NOS CLIENTS HISTORIQUES, NOUS AVONS LES GROUPES RICHEMONT, SWATCH GROUP OU ENCORE LVMH

NOTRE OBJECTIF EST DE NOUS OUVRIR À DAVANTAGE DE MARQUES INDÉPENDANTES, QUI ONT ÉGALEMENT LEUR PLACE SUR LA RADE

Monde économique : Quel est l'avantage pour les propriétaires d'immeubles d'avoir une enseigne lumineuse sur leur toit ?

Norbert Nicolau : L'objectif de notre service est d'aider les propriétaires à optimiser leur état locatif. Au même titre que la location des bureaux, des appartements ou des places de parking, la location du toit apporte des revenus supplémentaires qui entrent dans le rendement et financent les travaux d'entretien de l'immeuble. Au-delà du côté financier, le propriétaire peut également valoriser son bien grâce au prestige que la marque représente.

Monde économique : Quels sont les emplacements en vogue à Genève ?

Norbert Nicolau : La Rade, grande ou petite, est la place de choix pour les enseignes à Genève. La réglementation genevoise est un avantage de notre ville dans le sens où, même si elle est complexe, nous arrivons à trouver des compromis, contrairement à Lugano, par exemple, où la majorité du centre-ville est classé au patrimoine historique et donc difficilement accessible aux enseignes. La Rade offre également une visibilité hors norme avec à la fois des cadres naturels et architecturaux magnifiques. C'est incomparable avec les rues étroites de Zürich, même si cette dernière est très prisée par nos clients ! Cela dit, selon leurs stratégies et sur nos conseils, certaines marques préfèrent s'orienter vers les nœuds de coordination urbanistiques et de transports, tels que les gares ou les aéroports.

Monde économique : L'agence M.P. Berthoud est sur ce marché de niche depuis plus de 50 ans : avez-vous senti des tendances nouvelles dans le secteur ?

Norbert Nicolau : Je constate surtout les bouleversements de marché avec l'arrivée du digital, le nouveau moyen de communication des marques. Si, il y a quelques années, les grandes Maisons ne voulaient pas en entendre parler, aujourd'hui toutes y dédient une part de leur budget. L'objectif aujourd'hui est donc de trouver une bonne complémentarité et diversification entre les deux pour toucher l'ensemble de la clientèle ! Être sur la Rade est un écrin qui valorise la marque 365 jours sur 365, jour et nuit, et qui lui permet de se différencier de ses concurrents, surtout en sachant que les emplacements sont limités. L'objectif des marques internationales est d'avoir une entrée sur le marché suisse et pour une Maison suisse, c'est d'avoir son passeport helvétique !

À PROPOS DE NORMAN VENTURE OFFICE (NVO)

Créée par Ali Kheloui, Frédéric Lauchenauer et Norbert Nicolau, trois passionnés de l'investissement dans des start-up technologiques à l'international et notamment en Afrique, Norman Venture Office (NVO) est une plateforme de services entièrement dédiée aux entrepreneurs désirant apporter une innovation sur le marché et développer leur business. Bâtie sur les fondations d'une fiduciaire familiale suisse de plus de 30 ans, l'entreprise propose aussi bien les services classiques d'une fiduciaire et la révision légale des comptes, que des prestations axées sur l'activité de l'entrepreneur, parmi lesquelles la revue du modèle d'affaires, la mise en place de tableaux de bords et des conseils stratégiques. Accompagnant les clients dans le développement de leurs projets avec le support de la fiduciaire pour l'historique comptable, NVO se situe au carrefour des fonds capital-risque, des investisseurs privés, des PME et start-up, des multinationales et organisations internationales.

L'agence M.P. Berthoud est un partenaire stratégique de NVO qui s'inscrit dans la tendance actuelle du marché des cabinets d'audit et de conseil d'acquérir une agence de communication afin de promouvoir son image et celle de ses clients.