

FHCOM, agence indépendante membre du Syntec RP, fait peau neuve et présente son nouveau positionnement.

Un nouveau positionnement qui s'appuie sur trois éléments clés :

- Une nouvelle identité graphique
- Une offre repensée
- Une campagne de communication on-line

« Après avoir installé FHCOM en tant que « marque », il était essentiel pour nous de lui apporter un positionnement propre, autour de ce qui aujourd'hui fait la force de l'agence. Après 23 ans consacrés avec passion à l'émergence de nos clients dans les médias, ce sont nos talents qui sont mis à l'honneur. C'est grâce à ce fort niveau d'implication et d'exigence que nous sommes capables d'accompagner nos clients sur la durée avec succès », affirme Frédéric Henry – PDG de l'agence.

Nouveau logo

Après le changement opéré il y a 5 ans où FRÉDÉRIC HENRY COMMUNICATION devenait FHCOM, le nouveau logo revient sur ses origines en valorisant davantage les initiales de son fondateur Frédéric Henry.

« L'homme astérisque » -quant à lui- renvoie et souligne l'importance de l'humain dans ce métier où le relationnel n'a cessé d'être une composante clé de réussite.



Nouvelle signature

« CRÉATEURS DE RETOMBÉES MÉDIAS » exprime cette double capacité de l'agence à imaginer des campagnes de Relations Presse et Relations Publiques *ad hoc*, autant qu'à faire émerger les marques de façon exponentielle dans les médias.

Nouvelle campagne

Composée de 3 « key visuals », la campagne vise à installer ce nouveau positionnement en s'appuyant sur des images fortes où « le cri » apparaît comme une attitude « fil rouge ». Une femme, un enfant et un homme mettent en scène cette posture autour du faire savoir, de l'amplification, ... voire de l'émotion.



Présentée en avant-première à l'occasion du premier numéro de reprise de CB NEWS, la campagne sera essentiellement digitale à partir du mois d'octobre 2011 et sera également relayée sur le site Internet de l'agence.

« Le plus important pour nous, au travers de cette campagne, était d'affirmer haut et fort la spécificité de notre savoir-faire. Cette campagne s'inscrit ainsi dans la logique d'une offre repensée pour mettre au service de nos clients un conseil de qualité et des résultats probants », ajoute Felipe Canto Forest – DGA chez FHCOM

- **À propos de FHCOM**

FHCOM est une agence de Relations Médias indépendante créée en 1988. Membre du Syntec RP, FHCOM revendique un positionnement pluridisciplinaire grâce à un portefeuille de clients représentatifs d'un large panorama de secteurs d'activité et à la polyvalence de ses compétences.

FHCOM compte actuellement parmi ses principaux clients : AXE et AXE BOAT (Unilever), Groupe auFeminin, Charal, Club Med Gym, Lavazza France, Lissac Opticien, Miko, Magnum et Cornetto, (Unilever), Logic-Immo, Demeures & Châteaux et Top Annonces (Groupe Spir), Meetic France, Metro Publications France, Panini France, Paramount et DreamWorks Home Entertainment, Rexona (Unilever) Telemarket, ...

- **Contacts**

Frédéric HENRY : + 33 6 20 83 23 73 | fh@fhcom.net

Felipe Canto Forest : + 33 6 10 82 65 66 | fcf@fhcom.net

Standard: + 33 1 55 34 24 24