

L'agence Polygone

Il y a une vie en dehors de la montre

POUR LE VINGTIÈME ANNIVERSAIRE DE L'AGENCE, LES COLLABORATEURS ONT PRÉFÉRÉ DÉVOILER LEURS TALENTS ARTISTIQUES DANS UN OUVRAGE PLUTÔT QUE D'ORGANISER UN EVENT. UNE BELLE SURPRISE.



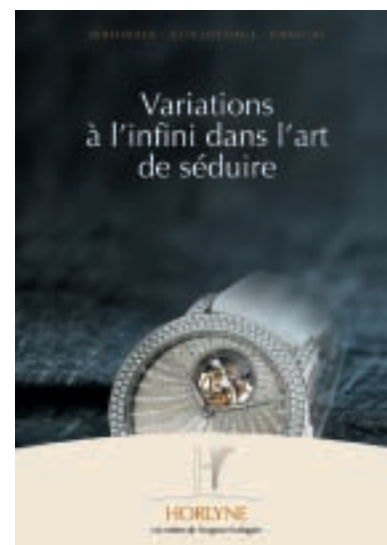
«Rendez-vous à la page 20...». Voici l'invitation que Polygone a lancée il y a peu à ses clients et ses amis. L'agence de La Chaux-de-Fonds voulait ainsi célébrer ses vingt ans. Mais attention! Pas de commémoration standardisée avec retour sur le parcours accompli et présentation des perspectives! Considérant qu'ils

travaillent dans un domaine – la communication – en continuelle évolution, les responsables de Polygone ont voulu plutôt saisir cette occasion pour «mettre en valeur ce qui fait le prix de toute entreprise: la dimension humaine qui s'exprime dans les passions créatives de chacun».

Ils ont donc proposé un verre de l'amitié et une surprise: un livre intitulé «Intime» qui réunit photographies, dessins et peintures réalisés par l'équipe de Polygone. C'est



ainsi qu'en feuilletant cet ouvrage, on découvre un aspect particulier de la créativité de chacun de ses membres. On commence avec les photographies légendées de Marc Laperrouza. Au cours de ses périples, ce grand voyageur a saisi ces petits riens de la vie et des hommes qui en disent bien plus que de longues phrases. Il nous ouvre aussi une fenêtre sur des ciels tourmentés et l'immensité de paysages sauvages. Suivent les peintures de Malou For-



nage. Celle qui a fondé Polygone avec son mari Alain, aligne des personnages mystérieux, peints sur feuilles d'or, ce qui leur donne une présence vibrante. Avec de courtes nouvelles illustrées, Magali Barbey trace des portraits de femmes enfermées dans leur folie ordinaire.

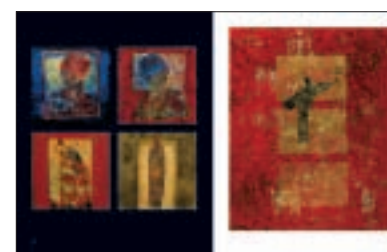


Peut-on faire de la pub à La Chaux-de-Fonds?

Après avoir travaillé des années pour le département marketing et publicité d'une entreprise de la place, Alain et Malou Fornage décident en 1986 d'ouvrir leur propre agence. Ils la baptisent Polygone pour souligner qu'elle sera à géométrie variable, qu'elle aura plusieurs facettes. «Nous ne voulions pas rester que dans l'horlogerie, mais nous ouvrir à d'autres domaines», explique Malou Fornage. Géométrie variable aussi pour ce qui concerne les dimensions de l'agence. «Dès le départ, nous savions que nous voulions rester petits, car nous n'avons pas envie de gérer beaucoup d'employés». Ce qui n'empêche pas Polygone de proposer toute la palette de services en vue d'une communication globale. Elle le fait en recourant à des free-lances selon les besoins de chaque mandat. Et au fil des ans, elle a noué des liens avec des agences en Suisse alémanique et au Canada, ce qui permet échanges d'idées et même collaborations.

Polygone ne s'est pas limitée au champ restreint de la publicité. Elle a préféré développer des projets plus larges, telle la campagne pour l'abonnement Onde Verte des transports publics chaux-de-fonniers sous la forme d'un concours de dessins pour les élèves. «Nous avons reçu plus de 2000 dessins! Les six meilleurs ont été affichés à l'arrière des bus, les six suivants présentés sous forme de diapositives dans les cinémas et les six suivants sous forme d'affichettes dans les bus. Et tout le monde a gagné une petite BD sur les petites incivilités dans les transports publics. C'était vraiment un beau projet.»

L'agence a aussi imaginé pour le Musée de l'Horlogerie de La Chaux-de-Fonds une exposition sur l'eau dans l'horlogerie. Et elle a été chargée par Phonak, le fabricant de prothèses auditives, de concevoir un programme pour les enfants malentendants avec un personnage – un éléphant nommé Oliver – que l'on retrouve dans une BD et des produits dérivés. Côté horlogerie, Polygone a réalisé notamment un coffret pour des montres de luxe. Enfin, dans le domaine institutionnel, on lui doit le concept communication de la Haute Ecole Arc, une entité dotée de quatre filières pour laquelle il a fallu trouver une image à décliner dans les domaines des arts appliqués, de l'économie, de l'ingénierie et de la santé.



Quant aux travaux photographiques d'Alain Fornage, basés sur le principe de la série, ils révèlent la beauté graphique de notre environnement quotidien: un banc public, des cabines de plage ou encore un reflet dans une flaque d'eau. On découvre aussi les premiers dessins de Philippe Herzog, apprenti graphiste.

La formule a fait mouche. «Nous avons reçu beaucoup de messages, raconte Malou Fornage. Les gens ont aimé cette intimité créative, ils ont été touchés, ils ont ressenti de l'émotion, de la nostalgie.»

SOPHIE LAGRANGE

» www.polygone.ch