

L'agence details.ch

# Le mariage de la technologie et de la création

**AVEC L'INTERNET TOUT EST POSSIBLE... MÊME D'ÊTRE CRÉATIF AVEC LES SITES ET SES HONORAIRES.**



Details.ch est née en 2004 de la rencontre de deux hommes issus de deux mondes différents. Kazunori Ozawa était directeur artistique chez NetArchitects, une société genevoise alors reconnue comme l'une des plus importantes structures Internet Suisse. Guillaume Houlier dirigeait ZeniSwiss après y avoir exercé des fonctions d'ingénieur de développement puis directeur informatique au sein de la maison mère.

«Nous avons l'un et l'autre le sentiment que les projets Internet menés à l'époque, étaient souvent terminés à la hâte, raconte Guillaume Houlier. Résultat: des sites pas aboutis. Par exemple, des sites bancaires plein d'infos, mais pas très attrayants ou des sites horlogers esthétiquement très beaux, mais où l'on peinait à trouver des infos.» Et Kazunori

et, d'autre part, des sociétés hyper créatives, avec des idées novatrices, mais qui ne pouvaient s'exprimer que sur des périmètres de projets limités.»



Les deux associés ambitionnent donc de mettre en place une structure qui allie les compétences de développement structuré et de créativité. Et qui mène les projets à terme, finalisés dans les règles de l'art, jusque dans les moindres détails. D'où le nom de la nouvelle société: details.ch!

## Contrat forfaitaire

On est alors en 2004, une année relativement peu propice à la création d'entreprises dans ce secteur qui vient d'essuyer le fameux éclatement de la bulle spéculative Internet.



site Internet. «Nous établissons un montant forfaitaire avec notre client, après un entretien avec lui, explique Guillaume Houlier. Nous lui présentons trois maquettes graphiques que nous allons faire évoluer de façon itérative jusqu'à ce qu'il soit totalement satisfait du résultat. Cela peut paraître étonnant, mais cela fonctionne plutôt bien dans la réalité quotidienne, il n'y a pas d'abus, et nous avons la certitude que notre client est satisfait de ce que nous lui livrons dans les coûts qu'il avait budgétés. C'est la quasi assurance que ce client refasse appel à nous pour ses besoins ultérieurs.»

Chaque projet est développé selon le même processus: établir d'abord l'arborescence du site, puis définir la charte graphique avec trois home pages et trois pages internes, sortir

cerne les modifications régulières qu'il voudra ensuite effectuer dans le contenu de son site.

## Des clients suisses

Assez rapidement, quelques clients de poids, tels que Piaget, Tissot et Laurastar, font confiance à details.ch, d'abord pour de petits projets qui se transformèrent ensuite en mandats



plus importants. Plus récemment, l'agence, qui est installée à Carouge (Genève) a travaillé pour l'UBP, Intercontinental, TPG, FlyBaboo, Nespresso et SynthesisBank. Elle vient de terminer les nouveaux sites Internet des marques horlogères Bedat et Roger Dubuis, qui comprennent un «watchfinder» très innovant: il permet à l'internaute de retrouver facilement un modèle de montre dont il ne connaît pas le nom, mais dont il se souvient plus ou moins, en introduisant la forme, le matériau ou la complexité technique.

Si details.ch se présente comme un spécialiste de tout ce qui gravite autour d'Internet (benchmark, design, ergonomie, déploiement d'outils CMS, base de données produits, e-commerce, réalisation de goodies, développements très spécifiques, référencement), l'agence comprend également un département Print qui réalise des campagnes publicitaires, des logos, des catalogues et des magazines, notamment Genève sur la Terre.

Pour réussir toutes ces réalisations, les deux associés ont étoffé leur équipe avec quatre développeurs, trois designers et un flasheur. Et ils voient déjà plus loin: ils viennent de créer avec deux autres associés une structure de signalétique digitale, l'entreprise Signage, avec laquelle ils veulent développer une nouvelle tendance du métier, la technologie digitale tactile.

SOPHIE LAGRANGE

» www.details.ch



Ozawa d'ajouter: «Nous sentions également qu'il existait une forte dichotomie entre, d'une part des sociétés très orientées informatique, capables de mener de grands projets avec toute la rigueur nécessaire, mais avec pas ou peu de créativité et des sites ergonomiquement pauvres,

Mais les deux associés croient aux chances de succès de leur concept, à condition d'y rester fidèles, ce qui n'est pas toujours facile, reconnaissent-ils. Ils se lancent et marquent des points grâce à une formule innovante: un système de forfait pour le concept design et l'ergonomie de



la maquette graphique non fonctionnelle pour que le client ait une idée de ce à quoi va ressembler la page visuellement. Suit alors le travail de production et enfin le «recettage» qui permet au client de tout vérifier. Autre spécialité de details.ch: rendre le client autonome en ce qui con-