

Enosis + Avenew

La fin d'un destin commun

LES TROIS ASSOCIÉS DE CETTE AGENCE GENEVOISE, NÉE EN 1995, ONT DÉCIDÉ CE PRINTEMPS DE POURSUIVRE LEUR CHEMIN SÉPARÉMENT. MATTHIEU LABURTH POURSUIT SOUS LE NOM ENOSIS, ALORS QUE FRANCISCO ETCHEPAREBORDA ET GIANFRANCO MACIULLO CONTINUENT SOUS UNE NOUVELLE ENSEIGNE AVENEW VISUAL COMMUNICATION.



Unir les compétences de designers industriels et celles de graphistes. Telle était l'ambition de quatre jeunes professionnels – dont **Matthieu Laburthe** – qui ont créé en 1995 Enosis. Un nom qu'ils avaient choisi pour concrétiser cette philosophie, Enosis, signifiant en grec union. Cette idée de lier designers et graphistes était novatrice en ce sens qu'elle mettait en association des experts 2D et 3D capables d'offrir à leur clientèle le design d'un objet, son enveloppe graphique ainsi que toute sa promotion. Mais après des débuts prometteurs – les deux premiers clients intéressés par cette formule sont la British American Tobacco (BAT) et la marque de sport Salomon –, la société avait soudain explosé, les associés ne pouvant continuer de collaborer pour des raisons d'incompatibilité de caractère. Matthieu Laburthe, qui s'était retrouvé seul, décida de partir aux Etats-Unis. Mais, auparavant, ne pouvant se résoudre à laisser couler sa société, il avait trouvé un accord avec le responsable d'une société cliente, Gianfranco Maciullo, et le graphiste Francisco Etchepareborda. Ainsi, durant plusieurs mois, Enosis a fonctionné comme une société virtuelle le jour, les associés travaillant la nuit en liaison avec Matthieu Laburthe, alors à Los Angeles.



La nouvelle association s'étant avérée fructueuse, Matthieu Laburthe rentra des Etats-Unis et, en avril 1999, et avec ses deux nouveaux associés dès lors à plein temps, ils se consacrèrent à une Enosis renaissante qui prospéra rapidement, notamment grâce au développement d'une nouvelle activité, la conception de site internet (dans le cadre d'une entité séparée, Enosis Interactive). Mais si l'union fait la force, comme l'affirme le dicton, encore faut-il qu'il y ait concordance de vues. Et depuis quelque temps, ce n'est plus vraiment le cas entre les trois associés, notamment à propos du développement de la société. Décision est donc prise en avril dernier, de continuer séparément.

Matthieu Laburthe poursuit Enosis avec une partie des collaborateurs, dans les bureaux du 17 rue de la Fontenette, à Carouge. «Enosis est une agence de communication globale. Nous allons renforcer encore notre offre de communication papier et multimédia. Et je vais concrétiser une envie de longue date: intervenir plus en amont dans les projets en offrant le conseil marketing et le conseil stratégique au niveau de la conception.»



Parmi les récents travaux représentatifs des compétences d'Enosis, le site internet d'une grande commune genevoise. «Il s'agissait d'imaginer un concept d'information pour les différents départements et services, de mettre à disposition tous les documents à télécharger et de

décliner toute l'information à destination des habitants de la commune comme du public en général. En tout cela représente 250 pages web!» Enosis est aussi intervenue sur le site de Audemars-Piguet. Elle y a installé un outil de gestion d'images dont elle a la représentation exclusive pour la Suisse, Picture Park. Il s'agit d'une banque d'images très performante. Ainsi, tous les partenaires et détaillants de l'horloger ont un accès direct à des milliers d'images et de documents concernant les produits et peuvent les télécharger rapidement. Enfin on peut encore citer la conception de toute la communication visuelle (affiches, supports papier et micro-site événementiel) du Forum des Technologies de l'Information, ce grand événement organisé par l'OPI en octobre à Palexpo. Par ailleurs, Matthieu Laburthe poursuit ses activités au sein d'Alemni, l'asso-

ciation des anciennes «pousses» de Genilem. Il faut rappeler qu'Enosis a été une des premières sociétés à être parrainée par l'organisme de soutien genevois aux créateurs d'entreprises innovantes et qu'elle est aussi la première à savoir boucler la boucle



en aidant à son tour d'autres jeunes sociétés dans le cadre d'Alemni.

SOPHIE LAGRANGE

» www.enosis.ch

Avenew

De leur côté, Francisco Etchepareborda et Gianfranco Maciullo poursuivent ensemble leurs activités sous l'enseigne de Avenew, un nom né au cours d'un petit brain-storming réunissant les collaborateurs de l'agence. «Un mélange amusant de deux mots clés pour nous: Avenue et Nouveauté. Les avenues, ce sont ces grandes rues, qui riment souvent avec élégance, où cherchent à s'afficher les grandes marques, dont certaines figurent parmi nos clients. C'est là que l'on voit se dessiner les tendances, où il y a beaucoup de choses qui se passent. Quant à la nouveauté, elle renvoie à la créativité et l'innovation qui sont au cœur de nos activités.»

Avenew, qui a gardé les locaux au 21 de la rue Vautier, à Carouge, se présente comme une agence de communication visuelle. Elle offre une palette de services qui va du conseil en communication visuelle au packaging, en passant par l'identité visuelle, le PLV et l'édition. Elle compte aussi poursuivre dans le multimédia, avec notamment les motion graphics. «Nous apportons nos services aussi bien aux marques (Brands), qu'à une clientèle institutionnelle (Corporate)», précisent les deux associés.

Grâce à une structure souple et réactive, ils comptent diminuer le nombre d'intermédiaires entre le client et le créatif, créant ainsi une plus grande proximité entre eux, ce qui ne peut qu'améliorer la collaboration. «Nous proposons des solutions exclusives, modulables et personnalisées pour gérer l'ensemble des supports de communications de nos clients.»

Les deux associés précisent aussi qu'ils apportent leurs services aussi bien aux marques (Brands), qu'à une clientèle institutionnelle (Corporate). Ils continuent à travailler pour différents clients tels que JT International, L'Oréal et Calvin Klein, ainsi que les chocolats Favarger pour lesquels ils viennent de dessiner les emballages de la nouvelle série d'Avelines chocolats noirs.

Par ailleurs, ils ont conceptualisé et réalisé le calendrier Manpower 2008 basé sur «Un regard neuf sur les métiers». Et ils ont aussi récemment réalisé du Corporate Design pour le groupe Richemont.

» www.avenew.ch