

Studio Casagrande

«Vos idées en images»

POUR QUE LA PHOTOGRAPHIE DEVIENNE UN OUTIL DE COMMUNICATION, DIDIER CASAGRANDE ET SON ÉQUIPE N'ONT CESSÉ D'INNOVER ET D'INVENTER DE NOUVELLES MÉTHODES DE TRAVAIL.



L'équipe du Studio Casagrande: Caroline, Didier et Jay.

Vous avez tous eu l'occasion de rencontrer Didier Casagrande à l'occasion d'une manifestation professionnelle. Didier, c'est celui qui porte un gilet de «chasseurs d'images» au nom de son studio éponyme, et qui mitraille avec son appareil de photo.



Le Hamam, Genève

site de commerce en ligne. Vendre des photos via Internet, quelle folie voici encore dix ans! Rappelez-vous. Il y a à peine une décennie, lorsque vous participiez à un événement, il vous fallait attendre la planche contact pour pouvoir choisir les photos qui vous intéressaient. Puis les commander. Ce nouveau service, baptisé LaGalerie.com, a été lancé fin 1999 et a bouleversé les règles de diffusion d'images d'événements. «Le Studio Casagrande a été conçu comme une start-up et nous tenons à ce qu'il le reste.»

Une photo, un lien avec la marque

Avec le regard de 2005, force est de constater qu'il n'y a pas que la technologie qui a changé. Les clients, les méthodes de travail, les délais, les budgets, plus rien n'est pareil. Ce qui explique pourquoi le positionnement de ce studio de photographe est passé du credo «images événements» à «vos idées en images». «La photo n'est plus perçue comme un gadget publicitaire que l'on donne à la fin d'une soirée, précise Didier Casagrande. Elle est une communi-



Mignardises à l'Hôtel Intercontinental, Genève

Toutefois, réduire ce professionnel à la seule photo d'événementiel serait une erreur. Depuis qu'il s'est mis à son compte en 1988, en tant que photographe professionnel, il n'a cessé d'anticiper les besoins de ses clients. «J'ai démarré un peu avant la Guerre du Golfe 1, relève-t-il. J'ai vu comment en quelques semaines le marché de la photo s'est réduit comme une peau de chagrin. J'ai compris que c'était à moi de m'adapter et non l'inverse.» Depuis lors, il a toujours été à l'affût de nouvelles idées. Ainsi, lorsque la révolution Internet a démarré, il a très vite compris ce que cet outil pouvait lui apporter. C'est ainsi qu'il n'a pas tardé à créer son

cation à part entière qui permet de créer un lien entre la marque et ses invités.» C'est pourquoi le Studio Casagrande a mis sur pied différents outils, à l'instar du Photo Live (qui permet de visualiser un événement en direct sur grand écran), du IMG Serveur (qui propose aux journalistes des images serveur légendées) ou encore du dernier né, le «PhotoMate(c)» (un photo maton mobile). Mais d'où ces idées viennent-elles à Didier Casagrande? «Ce PhotoMate(c) est né totalement par hasard, à l'occasion d'une fête privée. L'idée était de proposer aux invités de se photographier eux-mêmes, seuls ou en groupe. Mon appareil

numérique relié à un ordinateur personnalisé permettait de projeter l'image dès sa capture. Constatant le succès de cette opération, j'en ai transposé le principe vers une application professionnelle.» Mais toutes ces audaces ne peuvent-elles pas mettre à mal l'avenir du métier de photographe? «Au contraire. Ces outils permettent de proposer de nouvelles attractions. Nos clients aiment pouvoir leur apporter une touche très personnelle. Les invités s'amuse à faire et à refaire des photos. Selon les cas, ils peuvent soit repartir avec leur photo papier, soit les retrouver sur une galerie où, par exemple, l'organisateur va pouvoir encore communiquer avec ses invités. Ce qui transforme la photo en un vecteur publicitaire.» Ne reste plus au Studio qu'à gérer

un travail sur leur image interne ou externe. On nous demande de plus en plus de portraits ou de photos de groupes. Un portrait peut générer une commande de photos pour un produit, et ainsi de suite...» Est-ce une manière de dire que l'événementiel l'intéresse moins? «Il faut être prudent et ne pas faire tout le temps la même chose. Désormais, et avec le concours de Jay Louvion, nous avons envie de développer une approche plus corporate. L'événementiel nous a amenés à connaître bon nombre d'entreprises. Elles nous font confiance et depuis que nous proposons des photos plus lifestyle ou de produits, elles continuent à nous suivre.»

Ne craint-il pas qu'à l'heure des appareils numériques, tout le monde s'improvise photographe? «Plus il y a de photos d'amateurs en circula-



Conférence de presse, OMC, Genève

© Studio Casagrande

le suivi des commandes. Une partie plus administrative qui ne rebute pas Didier Casagrande, dans la mesure où elle lui permet d'assurer tout le processus de bout en bout.

De la photo, rien que de la photo

La photo suffira-t-elle à Didier Casagrande? Lui qui a tenu à être à la page, profitera-t-il de l'engouement pour les écrans pour passer de l'appareil photo à la caméra? «Non, nous n'avons pas envie d'aller vers des images vidéo. C'est un autre métier. La photographie nous sert aujourd'hui de point d'accroche avec nos clients pour commencer

tion, plus la photo professionnelle reprend du galon. La photographie doit être perçue comme un investissement. Si elle se veut de qualité, elle doit alors avoir un juste prix. Les entreprises le savent. Ce qui m'étonne le plus, c'est de voir arriver des personnes en quête d'emploi pour se faire tirer le portrait par des pros. Dernièrement, un de mes clients est venu nous remercier, car il avait été engagé. Etait-ce dû au seul portrait? Je n'en sais rien. Mais mieux vaut mettre toutes les chances de son côté.»

VICTORIA MARCHAND

» www.studiocasagrande.ch