

Agence Electronlibre

Communication digitale

L'AGENCE LAUSANNOISE EXPLORÉ AUTANT SUR LE NET QUE SUR LA TÉLÉVISION LES NOUVELLES FORMES D'INTERACTIVITÉ.



À l'origine, Electronlibre, comme son nom le suggère, ce fut un petit label sous lequel s'étaient regroupés quelques indépendants actifs dans l'animation et l'image de synthèse. La technique progressant, le marché se développant et les envies évoluant, le besoin s'est fait ressentir d'«officialiser l'électron» comme s'amuse à le dire **Marc Göhring** et **Raphaël Briner**, les deux jeunes directeurs associés.

Résultat: une structure juridique clairement définie et de vastes bureaux dans un bel immeuble ancien avec une vue splendide sur Lausanne et le Flon. Mais cela ne signifie pas pour autant embourgeoisement! L'esprit d'équipe et de communauté perdure puisque Electronlibre partage ces locaux avec un groupe de graphistes. Et surtout, ces deux passionnés surfent toujours à la pointe de la technologie, avec pour moteur principal le plaisir de la créativité.

«Nous sommes une agence de communication digitale», précisent-ils. Et d'expliquer: «Si vous voulez communiquer par écran, c'est notre métier!». En effet, pas de print du tout, mais une utilisation multiple des nouvelles technologies: CDRom, DVD et sites Internet avec vidéos interactives. Voilà leur spécialisation, qui nécessite un savoir-faire technique et conceptuel particulier.

Deux touche-à-tout

Pour en arriver là, ils ont suivi des routes différentes, mais convergentes et complémentaires. Au cours de ses études de vidéo à l'ESAD de Genève, Marc Göhring réalise qu'à la solitude de l'artiste, il préfère le travail en équipe. Il décide alors de faire de sa passion pour les jeux vidéos son métier. Après un postgrade en images de synthèse, il travaille dans une société qui fabrique des jeux, mais l'animation de personnages lui paraît vite limitée. «J'ai cependant eu là l'occasion de réfléchir à l'offre produit/service; j'ai eu envie de prendre cette expérience et de la transposer dans la communication pour les entreprises.»

Études d'informatique en gestion à Genève, puis de graphisme à Barcelone pour Raphaël Briner. En parallèle, le jeune homme crée un magazine de musique, ce qui lui permet d'acquérir une expérience avec le print, puis le transpose sur le web, tout en travaillant comme maquettiste dans une maison d'édition. De retour à Genève, il travaille comme web designer d'abord en agence, puis en tant qu'indépendant. Il crée aussi son blog dans lequel il raconte tout ce qui se passe dans le design Internet au niveau international.

L'horlogerie les a lancés

«Ce sont des marques horlogères du groupe Swatch qui nous ont mis

le pied à l'étrier», reconnaissent les deux associés d'Electronlibre. Calvin Klein Watches les charge de basculer sa campagne publicitaire sur un support original, à savoir pas seulement un DVD avec des vidéos. Ils imaginent alors un économiseur d'écran avec fuseaux horaires qui donne un rôle actif aux montres et met ainsi celles-ci en valeur. Un très gros travail technique rend les cadrans en 3D plus réalistes (ombres et reflets des aiguilles qui tournent) que s'ils étaient photographiés. Par ailleurs, le calendrier lié à l'agenda est nourri en ligne.

Certina a besoin d'un manuel de formation pour démontrer son système d'étanchéité exclusif. Electronlibre en crée un sur CDRom avec animation 3D, puis réalise le site Internet complet de la marque qui est lancé lors du Salon de Bâle. «Il a fallu garantir la fonctionnalité sur deux formats: le CD avec un rendu parfait et le site avec une accessibilité aisée», précise Raphaël Briner.

Un pas supplémentaire est franchi avec le concours en ligne qu'ils conçoivent pour Certina et son partenaire, le constructeur Sauber Petronas. Il s'agit d'une série de paris reliés à la saison de Formule 1 avec, à la clef, des montres Certina à gagner. Avant chaque grand prix, l'internaute peut non seulement parier qui sera le gagnant de la course, mais aussi conduire virtuellement sur le circuit en question. «C'est un outil de marketing interactif et évolutif dans le temps qui permet de fidéliser les gens», explique Marc Göhring, qui estime l'audience de ce jeu entre 30 et 100000 contacts, voire davantage si le site est référencé.

Autre application de leur savoir-faire: un CDRom pour ProHelvetia qui présente cinquante troupes de danse suisses. Il contient les informations techniques (des fiches qui peuvent être imprimées en format pdf) et des vidéos permettant de voir des extraits des spectacles. «Sur ce CDRom, il y a l'équivalent d'informa-

tions contenues dans deux cartons de 40 kilos, précise Raphaël Briner. Pour ProHelvetia, c'est quand même plus facile d'envoyer ce CDRom par exemple à un festival qui veut inviter une troupe de danse suisse plutôt qu'une déménageuse!». Et Marc Göhring d'ajouter: «Cela montre que le CDRom a beaucoup de potentiel.» Electronlibre a également conçu le site du 50^e anniversaire de la TSR. Là, il a fallu rendre disponibles en rollover des extraits de 50 films sur une page web, et cela de manière simple et conviviale.

En écoutant les deux associés d'Electronlibre, le commun des mortels peut être pris de vertige! «Notre travail est un long fil rouge», rassurent-ils. Pour preuve: les différents travaux qu'ils ont réalisés pour la TSR leur ont donné l'idée d'une plate-forme de gestion vidéo. Un produit encore en cours de développement, mais qui s'avère très prometteur pour la vidéo conférence par Internet et les chaînes de TV sur le web. «Il permet l'acquisition de vidéos et l'utilisation d'archives en temps réel. C'est un moyen d'être plus proche de l'audience. Imaginez les applications possibles...»



Poussés par leur passion, les deux d'Electronlibre ne manquent pas d'idées. «Actuellement, nous éduquons nos clients à comprendre qu'il faut basculer du site web texte au site web vidéo. Faire du magazine, de la vidéo interactive, c'est ça qui va être intéressant!» s'enthousiasment les deux associés, avec un sourire gourmand.

SOPHIE LAGRANGE

» www.electronlibre.ch