

Pixit Communication

# Une agence en communication « plurimédia »

**PUBLICITÉ, IMAGE, SON, MONTAGE, 3D, CETTE AGENCE A PRIS LE PARTI DE COMBINER LES OUTILS TRADITIONNELS AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES**



Pixit Communication est née en 1995 de la fusion de deux sociétés: Magic Lantern Production, active dans la production de films et la réalisation publicitaire, et Caméléon, une agence de design graphique. A sa tête aujourd'hui, trois hommes venus d'horizons différents: Christian Moreillon est issu de l'animation et des images de synthèse, Giovanni Pascalicchio de la production audiovisuelle et Ludovic Picard du marketing et développement.

Les trois associés aiment souligner le côté atypique de leur agence full service: ils sont partis du multimédia et maîtrisent en interne toute la production, alors que les agences plus traditionnelles ont utilisé peu à peu ces nouveaux outils dans leurs campagnes, mais elles sous-traitent encore souvent cette partie de la production. «Dès le départ, nous avons voulu, avec nos connaissances pluridisciplinaires, créer une agence intégrée», insiste Ludovic Picard. «Et de ces trois disciplines complémentaires, nous avons réussi à créer une vision commune forte.»

Installée à quelques pas de la gare de Lausanne, Pixit Communication comprend un studio de production plurimédia complet. «Encore très souvent, pour les gens, le multimédia se limite au web et aux CD», regrette Ludovic Picard. Raison pour laquelle il préfère employer le terme «plurimédia» qui comprend aussi la communication traditionnelle. La palette d'outils que l'on maîtrise chez

Pixit Communication va de l'animation, avec différents softwares, à la 3D et images de synthèse, en passant par le tournage avec équipements spéciaux dont le steadycam (appareil qui permet de stabiliser la caméra dans les mouvements). Il semble même que l'on prenne un malin plaisir à détourner les techniques et à leur trouver de nouvelles applications. Mais toujours en gardant à l'esprit que «c'est la technique qui est au service de la création et non le contraire».

Pixit Communication emploie une quinzaine de personnes, soit une petite équipe de spécialistes qui, tout en étant très qualifiés dans leur domaine (pub, image, son, montage, 3D, etc.) assument plusieurs fonctions selon les besoins de la production. L'agence peut ainsi proposer à ses clients une communication cross-média avec des formules innovantes.

**Parmi ses dernières créations**, une campagne pour les nouvelles machines à café Nespresso: trois spots entièrement produits à l'interne avec tournage en studio, montage et effets spéciaux – notamment pour que la mousse du café paraisse encore plus onctueuse! – ainsi que des newsletters (gestion globale).

Le film corporate qu'elle a réalisé pour l'AIG (Aéroport International de Genève) offre un autre exemple du mélange des techniques média, en l'occurrence: tournage vidéo et effets spéciaux pour créer un panorama de 360 degrés autour de l'AIG, et faire apparaître ainsi l'implantation des différentes grandes entreprises, afin de montrer que l'aéroport est au cœur d'une zone économique très active.

Pour Logitech, le numéro 2 mondial de l'accessoire informatique, Pixit a conçu un outil marketing innovant destiné à présenter les nouveaux produits audio Home Cinema à ses forces de vente. Il s'agit d'un DVD

Video interactif qui permet de démontrer efficacement en images 3D et son Dolby Digital 5.1 les multiples formats et systèmes audio (DD, DTS, 5:1, Surround, etc.).

**Autre mandat important**, celui confié par Europlex à l'occasion de l'ouverture de sept nouveaux cinémas au Flon, à Lausanne. Pixit a réalisé et géré l'ensemble des outils de communication (spots, affiches, annonces, gadgets promotionnels, stand Orange Cinema, programmes) et assuré l'organisation de la partie événementielle et street marketing (soirée VIP, réalisation de stand, animations piscines, etc.).

Au journal gratuit *Lausanne Cité*, qui souhaitait rajeunir son image, Pixit Communication a proposé un diamovie avec effets 3D, animation vectorielle et son Dolby 5.1. «Le journal a ainsi pu s'offrir, à faible coût, l'impact d'un spot cinéma», commente Ludovic Picard.

Les responsables de Pixit Communication affirment que, grâce à leur structure intégrée et à leur maîtrise des outils technologiques et traditionnels, ils peuvent proposer des productions de qualité à des coûts attractifs, soit jusqu'à 30 à 40% moins cher pour la production d'un spot. Actuellement, Pixit Communication et son département édition (créé en 2001) planchent sur un projet novateur: un magazine culturel jeune sur DVD. On y traitera de musique (avec extraits de concerts et de DVD), de cinéma (avec bandes annonces et interviews), de jeux vidéos et de night life (avec reportages dans les

soirées et visites de nouveaux lieux de divertissement). Il devrait être distribué gratuitement, son financement étant assuré par de la publicité sous forme d'annonces insérées de diverses manières, mais en rapport avec des jeux, des cadeaux et des événements.

**Pixit Communication compte accentuer son développement** en Suisse alémanique. Elle espère ainsi



décrocher quelques budgets très souvent attribués aux filiales suisses de grandes agences internationales. «Mais notre expansion est quand même limitée par la quantité de travail réalisable par notre équipe actuelle, remarque Ludovic Picard. Trouver de nouveaux collaborateurs présentant les qualifications nécessaires n'est pas facile, et leur formation en interne prendrait un certain temps. En fait, trois ou quatre grandes campagnes nous suffisent pour tourner. Il y a donc de la place pour d'autres agences comme la nôtre.»

SOPHIE LAGRANGE

» www.pixit.com

