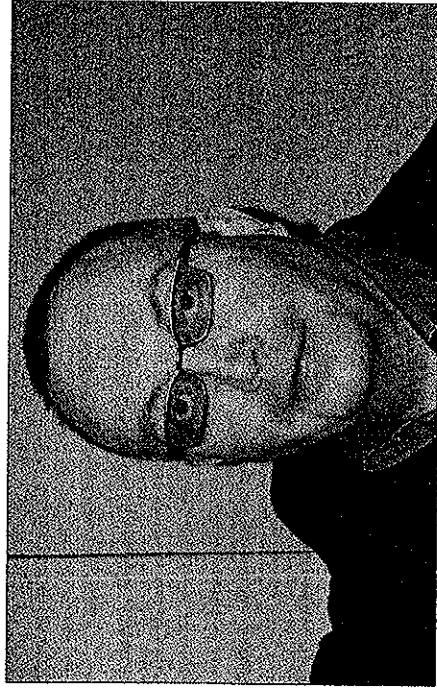


NOUVELLES TECHNOLOGIES

Ils se sont lancés, ils en parlent!

En Suisse, le taux de pénétration des nouvelles technologies est l'un des plus élevés au monde. Smartphones, tablettes, wifi et autres supports sont omniprésents. D'où la frénésie qui semble gagner les milieux économiques pour les utiliser. Mais si leur essor s'annonce rapide, beaucoup en sont encore à se demander comment ça marche. Récit de quelques initiatives de pionniers.

Petit rappel historique: comme le relate le film de David Fincher, *The social Network*, l'aven-ture a commencé lorsqu'un étudiant et programmeur de génie, Mark Zuckerberg, a imaginé Facebook. Six ans et cinq cent millions d'amis plus tard, le réseau a dépassé Google en termes de fréquentation. Mais ce n'est pas le seul média social. Outre Facebook, il existe pléthore d'outils présentant chacun des avantages spécifiques, comme Twitter – septante millions d'afficionados – LinkedIn ou YouTube, pour n'en citer que quelques uns. D'ailleurs, le sujet passionne les foules. Preuves en sont les conférences *First de* Rezonance, à Lausanne, organisées en collaboration avec le SAWI (Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication), qui affichent complet à peine annoncées. Dans le monde du travail, qu'elles proviennent d'une multinationale ou d'une PME, les questions sont les mêmes: quels outils, pour quoi faire et avec quels objectifs? Il existe autant de réponses que de types d'entrepreneurs. Mais à l'heure



THIERRY BRANDT: «Nous voulions avant tout participer à l'aventure des nouveaux médias avec un projet pionnier.»

actuelle, ceux qui se lancent sont des pionniers. D'où l'intérêt d'entendre leur histoire. L'exemple d'ESL, une école de langues établie à Montreux et comptant plus de trois cents écoles partenaires dans le monde, est à ce titre intéressante, sur un plan presque «artisanal». Voici deux ans, ESL a lancé une réflexion interne devant la mener à entrer sur les réseaux sociaux. Maëlle de Bernardini, engagée à cet effet, raconte: «L'initiative d'ESL concerne uniquement son offre pour les séjours linguis-

tions qu'ESL peut faire parvenir à ses amis – par exemple les concours, les nouvelles destinations, des news, etc.; le service clients (conseil, prise de contact et suivi); le bouche-à-oreille, qui fonctionnait déjà mais qui se renforce avec Facebook. A ce jour, ESL note que les clients prennent parfois directement contact avec elle via Facebook, qui devient source de vente, et que les commentaires se révèlent une source pour centraliser les questions et les problèmes qui reviennent le plus fréquemment. Quant au bilan chiffré, l'école annonce 7700 amis fin janvier et 225347 posts vus lors de ce dernier mois sur Facebook, ainsi que 129890 visites uniques sur les quatorze *home pages*, entre autres données.

Dans un autre domaine, une PME lausannoise a tenté l'expérience du média diffusé uniquement en version multimédia. Spécialisée dans l'horlogerie, le magazine *Watch Else* a été lancé au début de l'année par Thierry Brandt et Massimo Maccaluso. Téléchargeable gratuitement, l'application représente un pari assez audacieux et encore inédit

dans le domaine. «Nous voulions avant tout participer à l'aventure des nouveaux médias avec un projet pionnier», explique Thierry Brandt. «Il était intéressant de commencer la réflexion de zéro, en toute indépendance. Les éditeurs traditionnels, dont le cœur de métier consiste à imprimer des journaux, réfléchissent tous à de nouvelles manières de communiquer. Certes, ils utilisent internet et déclinent leurs produits sur ces nouveaux supports, mais sans aller jusqu'au bout du concept. Les grosses structures sont également paralyisées par une certaine forme d'inertie. Les processus de décision sont trop lents, parce que la hiérarchie intermédiaire est souvent pléthorique et conservatrice. Souvent, les éditeurs ont peur que les différentes activités finissent par se cannibaliser. On peut les comprendre d'ailleurs. Nous n'avons pas ce boulet à traîner.»

DEVELOPPEMENT ARDU

Pour *Watch Else*, les avantages sont immédiatement visibles en termes de valeur ajoutée. L'iPad s'avère idéal pour plonger dans

l'univers particulier des montres: rapidité, interactivité, aspects ludiques, audio et vidéo, possibilités d'intégrer des show-rooms en 360 degrés. «Ce qui est extraordinaire avec ces supports, c'est qu'ils sont en permanence évolutifs», note encore Thierry Brandt. «On est sans doute loin, aujourd'hui, de mesurer ce qui va se passer dans le domaine. Cela dit, il faut faire attention à ne pas tomber dans le gadget: notre idée est de toujours utiliser ces possibilités pour mettre en valeur un vrai contenu. Nous faisons un magazine par sélection et non par empilement.»

Côté technique, la petite équipe de *Watch Else* a développé toute la programmation, après un travail de mise au point que les intéressés qualifient de lent et de lourd. «Nous comptons déjà deux mille téléchargements depuis janvier», se réjouit Thierry Brandt. «Dans trois semaines, nous serons également sur l'iPhone, ce qui va sans doute décupler notre audience. Nous n'avons pas de folles espérances, si ce n'est celle de devenir la plateforme horlogère multimédia de référence à l'échelle internationale.» ■