Fabrica, agence ouverte

profession

16/01/2014 - L'agence intégrée de Benetton était à l'honneur de la conférence «Integraal» du mercredi 15 janvier. Le directeur du design Sam Baron en a présenté l'histoire et les évolutions.

A l'initiative d'Andrea Stillacci, président de la délégation publicité de l'Association des agences-conseils en communication (AACC), la première conférence de l'édition 2014 d'Integraal a mis en vedette la Fabrica, <u>le laboratoire d'innovation et de tendance de la marque Benetton</u>. L'objectif de ce rendez-vous, lancé l'an dernier avec le concours de l'Union des entreprises de conseil et d'achat média (Udecam) et du Club des annonceurs, et en partenariat cette année avec *Stratégies*, vise à éclairer les nouvelles formes de relations agences-annonceurs dans le cadre d'une communication intégrée.

«Après les conférences sur Wieden & Kennedy [l'agence de Nike] et The Guardian [quotidien britannique qui a sorti le scoop sur les agissements de la NSA], il fallait explorer de nouveaux territoires, souligne Andrea Stillacci. Nous n'avons pas choisi de parler de la Fabrica parce que c'est une agence intégrée, mais en raison de sa remarquable façon de travailler. Il ne s'agit pas de présenter le meilleur cas de l'année ou de dévoiler les coulisses d'une campagne multiprimée, mais d'ouvrir de nouveaux champs de réflexion sur la communication. Integraal ne doit pas être un énième séminaire; par analogie avec un film marquant, on doit en ressortir différent après y avoir assisté.»

Une réflexion commune

Le mercredi 15 janvier, Sam Baron, directeur du design de la Fabrica, a présenté l'originalité de cette expérience et son évolution. «La Fabrica est un centre de recherche en communication, depuis la recherche pure jusqu'à ses applications, et qui réalise également des commandes de clients, explique le consultant et designer français. C'est un hybride assez unique.» Une façon de travailler qui diffère sensiblement du modèle d'agence le plus répandu. «A l'inverse du système ouvert de la Fabrica, les agences ont généralement des systèmes fermés, même si certaines d'entre elles fonctionnent selon un mode semi-ouvert», note Andrea Stillacci.

Située dans une villa vénitienne à Trévise en Italie, la Fabrica est dirigée par Gianluca Pastore. Parmi ses traits saillants figurent sa transdisciplinarité, son système de résidence et ses ateliers. «Il y a cinq ou six ans, le design était abordé comme une pratique qui permettait d'élaborer des objets, raconte Sam Baron. Aujourd'hui, c'est devenu une réflexion commune partagée par les créatifs, notamment en graphisme, en musique [design sonore].» Dans ce dernier exemple, les travaux pourront porter sur le pouvoir du son face à un objet, au lieu d'une démarche de recherche de mélodies.

Sélectionnés sur dossier, les artistes-candidats passent des tests, avant que les heureux élus ne décrochent une résidence, durant laquelle les moyens financiers et technologiques de la Fabrica sont mis à leur disposition. «Cela confère une dimension internationale, puisqu'un Asiatique travaillera avec un Africain et un Américain du sud, se réjouit Sam Baron. Même si nous sommes à Trévise, notre perspective ne se limite pas à notre environnement immédiat et nous portons un regard sur le monde qui nous entoure à travers nos photographies et nos vidéos notamment.»

Marc di Rosa

Information traitée dans Stratégies Magazine n°1752

1 sur 1 21/01/14 10:35