

SAMEDI



TERROIRS

Dans les profondeurs de la Saline de Bex

Pages 24-25



CORPS ET ÂME

En Suisse, on recommence à vivre à 39 ans

page 31



SCIENCES

Du nouveau chez les dinosaures

page 33



LIVRES

Cendrars, voyageur pour toujours

page 36



Chaussures www.nikeid.ch
www.repetto.com
Sacs www.freitag.ch
www.louisvuitton.com
www.longchamp.com
Timbres www.poste.ch,
 rubrique webstamp
Beaux-arts www.theportraitgirl.ch
Montres www.121time.com
A boire www.clos-sus-labbaye.ch
Vêtements www.blank-label.com
www.mcshirt.ch
Voitures www.bmw.ch
www.fiat500c.ch
www.porsche.ch

Un objet à son image

Les sites de marques permettant de créer des objets rien que pour soi abondent

Julien Pidoux

Une valise à roulettes avec ses initiales dessus, une montre que l'on façonne de A à Z en quelques clics sur internet, des baskets dont on choisit jusqu'à la couleur de la doublure, des timbres à l'effigie de son petit dernier...

Dans tous les domaines et pour tous les budgets, les marques se mettent à la personnalisation. Une façon de lutter contre le *made in China* ultra-standardisé pour les marques, une manière de se démarquer pour le consommateur.

«Vouloir se différencier, ce n'est pas une nouveauté dans notre société, explique Gianni Haver, professeur en sociologie de l'image à l'Université de Lausanne. Je dirais même que se distinguer fait partie de notre instinct de survie. La possibilité de créer des objets personnalisés a toujours existé, mais cela coûtait très cher. Aujourd'hui, internet et la technologie ont permis de faciliter ce mouvement.»

Si Louis Vuitton s'y est mis dès son origine en 1854, d'autres surfent sur cette tendance actuelle. Les labels de baskets, à la suite de Nike, s'y sont tous mis, et la tendance est en pleine explosion. Der-

nière en date, la marque de célébrités ballerines Repetto vient d'ouvrir son atelier à Paris, permettant mille et une combinaisons, pour une paire unique. Mais pas forcément besoin de prendre le TGV pour s'offrir un objet à son image. Outre les timbres personnalisés de La Poste et les sacs Freitag - on peut choisir dans quelle bêche de camion notre sac sera découpé -, les vigneronnes de la région ont flairé l'aubaine, et nombre d'entre eux permettent au client de créer sa propre étiquette.

Consommateur-créateur

Petite dernière sur le marché, la Lausannoise Trang Calame vient de lancer son site, theportraitgirl.ch. Il suffit de lui envoyer une photo - de son enfant, de son chat, de sa grand-mère -, et elle le reproduit, façon pop art, dans un vrai tableau. Il y a aussi ceux qui voient grand: sur bmw.ch par exemple, le *car configurator* permet de créer sa voiture dans les détails, tout en indiquant quelles sont les différentes modalités pour son financement!

Pour Marc Torbay, de Trivial Mass Production, société spécialisée dans le mar-

keting événementiel, en quelques coups de baguette magique, le consommateur devient «cocréateur». «On se met dans la peau du créateur, c'est très valorisant,

l'individu est replacé au centre.» Une tendance lourde, selon lui. Et une manière facile de ne pas (trop) ressembler à son voisin.

PUBLICITÉ

24heures

THÉÂTRE DU JORAT
une scène à la campagne

Mézières (Vaud)
021 903 07 55
www.theatredujorat.ch

Partenaire média

CHANGEZ DE DÉCOR!
ABONNEZ-VOUS!

THÉÂTRE
CIRQUE
MUSIQUE
HUMOUR
OPÉRA
DANSE