

Cher lecteur, bonjour et bienvenue au Casanews numéro 10. Ce Numéro de la rentrée fait peau neuve avec un nouveau "look", c'est l'occasion de faire un tour d'horizon pour marquer l'anniversaire des 15 ans du Studio.



"Fidélité et innovation" - c'est sur ces 2 concepts fondateurs et apparemment incompatibles que le Studio Casagrande s'est développé depuis 15 ans. En d'autres termes pour fidéliser une clientèle il faut l'étonner. De fait, la grande majorité des clients du Studio reviennent année après année. Les attentes sont variables, les budgets aussi ! Répondre aux besoins en les anticipant et en créant de nouveaux services c'est un défi permanent pour le Studio. Nous vous proposons aujourd'hui de faire le point.

1988 - Didier Casagrande se lance comme indépendant après 2 ans passés à la TSR et une formation à l'ESAV (Ecole Supérieure d'Arts Visuels). Le marché est alors florissant et il co-réalise avec Mirto Tanner des diaporamas publicitaires d'entreprise. Ses clients: la Poste, Mazda, Diffusia.

C'est le début des "incentive" et après avoir passé une semaine de fou avec un groupe américain dans les rues de Rome pour réaliser un diashow géant sur 3 écrans présenté pendant la "toga party" du dernier soir, Didier pense qu'il y a un marché à prendre à Genève. Il lance dès **1990 "l'Instant Show"**. Les délais sont courts puisqu'il s'agit de présenter le spectacle de l'événement, avec musique et générique, généralement à la fin d'une soirée. Les clients, hôtels et agences, sont séduits et mandatent le Studio aux 4 coins de la Suisse. Clients: Ovomaltine, Firmenich, Sandoz, clients privés.

L'événementiel c'est bien, mais il faut diversifier surtout après la Guerre du Golfe (part1) ! Didier s'aperçoit que les entreprises ont généralement un problème récurrent pour fournir une photo de groupe actuelle. L'idée naît après une prestation photo pendant un bal masqué en **1997** avec **"la photo de groupe virtuelle"**; chacun se fait photographier séparément en numérique et la réalité est ensuite recomposée ! Les entreprises apprécient cette souplesse. Clients: Crédit Suisse, Rentes Genevoises, Lenz et Staehelin.



C'est au virage de l'an **2000** que la création de services s'accélère vraiment...la croissance de l'équipe aussi ! Jay Louvion rejoint le Studio en janvier **1999** suivi par Caroline Besse Casagrande dès **2001**. Et c'est sans compter avec les développeurs extérieurs et les équipes free-lance. Le prochain défi touche à Internet. Depuis des années, c'est toujours la même question qui revient: "où peut-on voir et commander les photos de cet événement ?". Si la question est simple, la réponse l'est un peu moins et il faudra presque 3 ans de développements entre **2000 et 2003**

pour présenter 3 versions de **"lagalerie.ch"**. Les organisateurs d'événements ont vite compris que c'est LA solution. Clients: Collège du Léman, Hôtel du Rhône, Crédit Lyonnais, clients privés.

L'événement en différé c'est bien, mais l'événement en direct s'impose parfois. En **2001** le Studio crée le service **"Photo LIVE"** qui répond à plusieurs requêtes:

1) animation de l'événement sur grand écran avec projection continue de photos

2) possibilité de commander ses agrandissements pendant l'événement à un stand de vente.

Dans des cas extrêmes le Studio a également développé un système de diffusion sans fil **"wireless"** qui est disponible depuis cette année **2003** (voir Casanews No 8).

L'organisateur d'événement enrichit ainsi la palette des animations proposées. Clients: Crans Montana Forum, HEI, FIBA.

Ces diverses techniques de présentation ont toutes un point commun: UNE VISIBILITE OPTIMUM. Partant de ce constat le Studio offre aux organisateurs d'événement des solutions originales de financement auprès des sponsors. Le service **"publicible"** créé en **2003**, propose une nouvelle gamme de supports de communication auprès d'une clientèle très ciblée. C'est le WWF qui a très récemment montré la voie en partenariat avec la Banque Julius Baer lors du traditionnel "Panda Ball" (voir Casanews No 9).

Cette année fourmille encore de projets en cours de réalisation dont nous vous parlerons très prochainement. Une chose est sûre: l'aventure continue grâce à nos clients. Fidélité et innovation sont plus que jamais au centre de notre culture d'entreprise.

Cher lecteur, nous vous donnons rendez-vous pour la prochaine Casanews ou peut être avant !