

IKD Communication

# Une icône qui rêve de grandir

**CRÉATION D'IDENTITÉS GRAPHIQUES, PACKAGING, PUBLISHING, CETTE JEUNE AGENCE VISE DÉSDORMAIS LE MARCHÉ DU LUXE AVEC SES CAMPAGNES PLUS GLOBALES ET PLUS VISIBLES.**



Au départ: une envie contrariée. Christophe Panetti, graphiste, et Raphaël Rapin, styliste, avaient projeté de faire dans le vestimentaire. «Nous avons déposé la marque mais, d'autres opportunités s'étant présentées, le projet n'a pas été plus loin», raconte Christophe Panetti. L'envie de travailler ensemble est toutefois restée. C'est donc assez naturellement que, celui-ci ayant ouvert IKD Communication dans une arcade à Plainpalais en mars 2006, son acolyte Raphaël Rapin l'a rejoint. «Il s'occupe des relations avec les clients et les fournisseurs, mais intervient aussi au niveau de la création où nous avons une bonne complémentarité.»

## Des mandats classiques

IKD? Trois lettres qui renvoient à Ikone Design. Ikono en grec, c'est l'icône, donc la représentation graphique d'une entité dont elle conserve certaines propriétés spatiales. «Ce choix démontre l'importance que nous attachons aux identités visuelles que nous créons pour nos clients: une identité forte,

efficace, épurée est essentielle au développement des bons supports communication qui en découlent», explique Christophe Panetti. Et d'ajouter: «Nous avons accompagné ces trois lettres du terme communication qui représente d'une manière plus globale l'ensemble de nos prestations».

L'activité de cette agence de communication a été modelée par les premiers mandats obtenus, notamment celui concernant Equestrio, un magazine consacré au monde équestre. Edité à 15 000 exemplaires, il est vendu en kiosque, par abonnement et lors de manifestations. IKD Communication a imaginé l'identité visuelle de ce trimestriel et a assuré la mise en page de six numéros.



L'agence a aussi planché sur Unios, une ligne originale de cosmétiques destinés aux sports (équitation, golf, voile, tennis). Elle a conçu aussi bien la ligne visuelle et le packaging que les divers supports de communication de la gamme équestre (avec des produits spécifiques destinés aux cavaliers et d'autres pour leurs chevaux), qui est déjà commercialisée. IKD Communication travaille actuellement sur les visuels pour les autres gammes.

Au début de cette année, IKD Communication a emménagé dans de nouveaux locaux à Carouge plus grands et mieux adaptés à ses activités. Et, autre avantage, loués à l'un de ses clients importants, l'entreprise Eskenazi. Celle-ci fabrique



depuis bientôt un siècle des outils de coupe en métal dur pour l'usinage de précision pour l'horlogerie. «C'est un mandat très intéressant avec un challenge de taille, explique Christophe Panetti. Il s'agit en effet de donner une image plus high tech à cette entreprise tout



en gardant la notion de tradition et de racines familiales.» IKD Communication a élaboré une nouvelle identité visuelle déclinée notamment



dans le catalogue des produits et dans les stands de présentation. Le relookage du site Internet et la signalétique de l'usine sont en cours.

« Personnellement, j'aime beaucoup le papier et nombre de nos mandats concernent des supports de communications tels que brochures, newsletters, invitations mais nous avons évidemment été amenés à réaliser des sites Internet, confie Christophe Panetti. Pour ce genre de travail, nous créons à l'interne le design et nous collaborons avec des web designers extérieurs; mais nous gardons la responsabilité finale de tout le projet et nous livrons au client un site "clé en main" dont il peut gérer le contenu de manière autonome.»

## Le bouche-à-oreille pour newbizz

Jusqu'à présent, le directeur de création d'IKD Communication n'a eu ni le temps ni la nécessité de faire de la prospection. Le réseau de connaissances et le bouche-à-oreille fournissaient suffisamment de travail à l'équipe. Mais celle-ci a l'envie d'aller

se frotter à de nouveaux défis, d'aborder plus largement les stratégies de communication, avec des projets porteurs d'une plus grande visibilité. Elle vise notamment le marché du luxe et la grande distribution. Dans cette perspective, deux accounts viennent de rejoindre l'équipe qui compte déjà deux graphistes, en plus de Christophe Panetti et de Raphaël Rapin.

SOPHIE LAGRANGE