

Agence My Playground

# Quand le design mène à la com...



**COMMENT  
RAPPROCHER CE QUI  
NE L'A JAMAIS ÉTÉ?  
VIRGINIE BIFFL A  
TROUVÉ LA SOLUTION  
EN CRÉANT UNE  
AGENCE OFFRANT  
UNE APPROCHE  
MARKETING ET  
CONTEMPORAINE.**

Explorer les synergies possibles entre milieux artistiques et commerciaux: voilà l'objectif de Virginie Biffel lorsqu'elle crée en 2004 My Playground. Une agence de communication spécialisée dans le design qui se présente comme une plateforme où la créativité des designers peut aller à la rencontre de projets de communication menés par des entreprises.

Virginie Biffel, qui a fait partie de la deuxième volée de Polycom, a toujours été attirée par le design et l'art contemporain. Elle s'y est initiée au fil des ans en fréquentant les galeries, en feuilletant les catalogues, en visitant les expositions. C'est ainsi qu'elle a ressenti l'intérêt émergent que porte la nouvelle génération de créatifs aux enjeux marketing et leur volonté de s'y impliquer activement. Par ailleurs, elle a constaté que les entreprises sollicitent régulièrement les forces créatives, sans toujours trouver les clés d'une collaboration réussie et porteuse servant leurs objectifs économiques.

## De la promotion aux relations publiques

«J'ai réalisé que le rôle d'interface entre ces deux milieux se présentait comme une opportunité de mener des opérations de communication de manière novatrice et stratégique», explique-t-elle. Son agence offre

donc aux entreprises une expertise créative fondée sur une approche transversale du marketing et de la création contemporaine. «Notre but est de mettre les impulsions artistiques au service de succès commerciaux, à travers l'élaboration de supports de communication sur-mesure. Nous comprenons les langages et les attentes des uns et des autres et c'est passionnant de permettre l'élaboration de projets communs.»

Relations publiques pour le lancement de séries limitées, direction artistique de projets, missions événementielles, My Playground a peu à peu affirmé son rôle de partenaire-clé d'abord auprès de marques émergentes (Mees, Dutchtub), puis de plus grosses sociétés, telles que Philip Morris et Ringier. Parmi ses récentes interventions, un lounge design pour le magazine *Femina* lors de l'exposition Ornaris, le lancement de séries limitées de fontaines à eau illustrées par des designers suisses pour Cristalp et Henniez ou encore l'édition d'une carte postale exclusive et de stickers trompe-l'œil illustratifs (avec le photographe Milo Keller et l'atelier Life Goods) à l'occasion de la présentation de l'Arbre de Flonville, fruit de la collaboration entre le label suisse de design Oloom et le designer anglais Samuel Wilkinson. Mais My Playground se veut également une plateforme de promotion

pour les indépendants et les entreprises actives dans les arts appliqués, les nouveaux médias, la mode et les arts plastiques. Elle met ces derniers en contact avec des commerces spécialisés, des clients privés et des décideurs afin de favoriser le développement de leurs activités.

## Une expo de design

Dans la foulée, Virginie Biffel a imaginé un rendez-vous annuel itinérant fixé aux designers suisses et internationaux. Il leur permet de se retrouver dans un environnement inspirant pour présenter leurs dernières créations dans les domaines du mobilier contemporain, de l'objet, de la mode et du luxe. Pour cet événement ouvert aux médias et au grand public, l'agence trouve chaque fois «un terrain de jeu» différent. Un terrain qui a pris de l'ampleur au fil des ans! On a ainsi passé d'une maison pour la première édition à une fabrique en 2005 (My P Design Factory), à un château en 2006 (My P Design Castle) et un hôtel (My P Design Hotel) en 2007.

Cette année, on a franchi encore une étape puisque My P design District s'est étendu à tout le quartier du Flon. Pendant trois jours début juin, 104 designers, éditeurs et stylistes ont investi plusieurs espaces préparés par l'équipe de My Playground. Des tables rondes, des conférences-flash et quelques spectacles ont rythmé l'événement qui a attiré un nombreux public. Quant aux sponsors, ils voient leur présence intégrée «sur-mesure» et artistiquement dans l'événement.

«Créer mon entreprise a été un challenge incroyable!», remarque Virginie Biffel, qui souligne la dimension encore modeste de son agence (trois collaborateurs). Elle dit ne pas s'être rendu compte au départ à quel point le réseau de contact était important. «J'ai démarré de zéro, je ne connaissais pas personnellement les artistes, mais je me suis lancée et cela m'a permis de faire de vraies rencontres, de construire un réseau de véritables collaborations.»

SOPHIE LAGRANGE

» [www.myplayground.biz](http://www.myplayground.biz)

