

# Photomaton s'offre un nouveau look avec Starck

Fini, le tabouret qui grince et le néon blafard : le pape français du design revisite la vénérable cabine photo. Un petit lifting pour un gros coup de pub.

**L**e point commun entre la dernière cabine Photomaton et la nouvelle box de Free? Toutes deux ont été conçues par la star du design, Philippe Starck. Un nom qui suffit souvent à assurer une belle notoriété à l'objet le plus banal. L'idée n'est pas neuve: Vedette a confié ses lave-linge à Chantal Thomass, Lavazza ses percolateurs à Pininfarina et Parrot ses cadres photo à Andrée Putman. Quant à Oraïto, le trentenaire qui monte, il a offert un joli buzz à Heineken avec sa bouteille en alu brossé.

Pour Photomaton, il s'agissait de rajeunir l'image des célèbres cabines nées il y a... soixante-quinze ans. «Beaucoup de nos clients sont des ados qui se photographient à plusieurs», explique Nathalie Villard, directrice marketing de l'entreprise. Pour leur être agréable, l'écran tactile propose une navigation et un mode de paiement façon site Web. Une connexion 3G permet même de partager ses photos sur Facebook ou Picasa. **Suivi personnel.** Des fonctions imaginées par Photomaton et dont Philippe Starck, qui a suivi personnellement le projet pen-

## EN CHIFFRES

**1 000**

cabines "by Starck" déployées en 2011

**17**

pouces pour l'écran tactile, soit deux fois la taille d'un iPad

## FICHE D'IDENTITÉ



- Fondé en 1936, Photomaton a été racheté en 1998 par le groupe britannique Photo-Me, coté à la Bourse de Londres.
- La société a réalisé 73 millions d'euros de chiffre d'affaires sur l'exercice 2009-2010.
- 20 millions de clients utilisent chaque année ses 12 000 machines (cabines et bornes).

dant plusieurs mois, a défini la charte graphique. De même, bien sûr, que le look de la cabine: un gris pas franchement révolutionnaire, égayé - c'est la vraie trouvaille - d'un siège lumineux qui rompt avec le vieux tabouret d'autrefois. Plus besoin de régler la hauteur: une caméra vidéo calcule le bon angle avant de prendre la photo. L'entreprise a donné carte blanche au créateur qui n'a pas eu à se préoccuper des conditions de production.

**Ami du patron.** Mais, au fait, pourquoi lui? «Il est mondialement connu, c'est un plus pour nous qui sommes présents dans 30 pays, souligne Nathalie Villard. Et puis c'est un proche de notre patron, Serge Crasnianski.» Utile pour négocier un prix d'ami... Car le génial barbu est cher. Le budget du nouveau Photomaton est top-secret. Mais on sait, par exemple, que Starck a facturé 57 000 euros le simple logo réalisé en 2008 pour la présidence française de l'Union européenne. A ce tarif, notre homme assure le service après-vente. Sur les plateaux de télé. Et ailleurs. «C'est un as des opérations croisées: je ne serais pas étonné de voir bientôt le nouveau Photomaton dans le hall des grands hôtels qu'il redécore», parie Vincent Grégoire, du bureau de style NellyRodi. Souriez, vous êtes cerné... ■ Olivier Marbot

