

Dattner Création &amp; Communication

# Créatif, avant tout!

**INDÉPENDANT DANS L'ÂME, JEAN-PIERRE DATTNER N'A PAS VOULU DEVENIR UN GRAPHISTE «CHEZ L'ANNONCEUR», RAISON POUR LAQUELLE IL A CRÉÉ SON AGENCE.**



**Jean-Pierre Dattner** est un homme d'image. «Pour moi, l'image parle beaucoup, c'est elle avant tout qui laisse une trace dans la mémoire des gens. D'où l'importance de trouver la bonne image qui permettra à une affiche ou une annonce d'être l'un des rares messages que les gens retiennent parmi les milliers dont ils sont bombardés chaque jour!».

Il est un homme d'image qui aime l'échange avec ses pairs. Que ce soit à l'occasion de travaux qu'il effectue pour des artistes, telle l'affiche d'une exposition de peinture ou la plaquette pour le film documentaire sur Béjart réalisé par Marcel Schüpbach, ou lors de travaux qu'il réalise en collaboration avec des artistes, telle la campagne sur la semaine de la mobilité à Genève où il a travaillé avec Plonk & Replonk. «J'apprécie le contact avec des créateurs et le défi que représente la recherche d'une image qui communique leur œuvre. J'ai vécu des expériences fantastiques.»

Jean-Pierre Dattner voulait devenir graphiste, mais son père s'y était opposé. Alors il avait fait des études commerciales et, par le biais du marketing et de la publicité, il s'est retrouvé à travailler avec des graphistes. «En fait, c'est la création qui m'intéresse et j'ai l'avantage du background acquis en marketing et en communication.»

C'est justement pour pouvoir se consacrer plus librement à ses envies créatrices qu'il fonde en 1980 sa propre

agence, après avoir travaillé comme chef de publicité au Comptoir Suisse, puis dans l'agence Création3. Les années 80, une époque où la publicité s'émancipe de son carcan commercial et commence à être reconnue comme

changé et que la pub, en plus d'être un art, s'est «starifiée» à outrance, avec des vedettes et des people devant comme derrière la caméra. Si, au départ, Jean-Pierre Dattner était le seul employé de Dattner

finallement important, c'est l'idée de base, le concept et ça n'est pas une question de taille de l'agence!»

Affiches, logos, annonces, flyers, plaquettes et signalétique, la palette des créations qu'il signe est large.



un art à part entière. Mais en Suisse, on est à la traîne et Jean-Pierre Dattner s'investira pendant de nombreuses années, notamment au sein de commissions du CPL (Club de Publicité de Lausanne) avec Marcelle Taralle (ex-rédacteur en chef de «Werbung/Publicité») «pour réveiller un peu tout ça». Il constate avec amusement qu'aujourd'hui, les choses ont bien

Création & Communication, l'agence s'est étoffée ensuite avec des graphistes et d'autres collaborateurs. Mais aujourd'hui, préférant la création à la gestion, il travaille à nouveau seul et fait appel au besoin à des professionnels qu'il connaît. Il constate cependant que la petite taille d'une agence fait encore peur à certains clients. «Pourtant, ce qui est



C'est qu'il aime la diversité, tant dans les domaines d'intervention que dans les supports utilisés. Une constante marque cependant ses travaux: l'utilisation d'images à la fois fortes et simples, comme celles des campagnes Slash dans les années 90 pour Apple avec la photo remaniée d'Harold Lloyd et le portrait du grand chef indien Sitting Bull sur le thème de la différence qui ont marqué les esprits (à noter que deux ans plus tard, Apple lançait sa campagne internationale «Think différent» avec des photos de personnalités hors du commun, tel Einstein...).

L'exigence de simplicité, on la retrouve aussi dans les sites Internet sur lesquels Jean-Pierre Dattner est intervenu. «Combien de sites sont surchargés, lourds, fouillis, alors qu'ils devraient être simples, immédiatement compréhensibles, de par leur design bien sûr, mais aussi de par la logique de leur pilotage, leur compatibilité avec tous les types d'ordinateurs et leur rapidité de chargement!»

Au printemps 2006, Jean-Pierre Dattner a quitté ses locaux trop bruyants au centre de Lausanne pour s'installer à Renens dans un nouvel espace clair et calme, avec une vue superbe sur le lac. Le cadre idéal pour «bichonner» ses créations comme il aime le faire.

SOPHIE LAGRANGE

» [www.dattner.ch](http://www.dattner.ch)

## Cartes de vœux

Jean-Pierre Dattner aime bien découvrir des niches où il peut laisser libre cours à sa créativité. L'une d'elles, qui figure en bonne place au programme de ses prestations, c'est la carte de vœux. «Un sapin décoré, un paysage hivernal ou les rois mages... On reçoit tellement de banalités en fin d'année, alors que c'est justement là qu'une entreprise peut se démarquer», remarque-t-il en regrettant que peu de clients soient conscients de l'importance que peut revêtir une carte de vœux. Et d'expliquer: «C'est finalement le seul message non publicitaire de l'année, il peut prendre une autre dimension, montrer une autre image de l'entreprise plus intime, plus personnelle. C'est l'occasion d'exprimer ses désirs, son avenir.»



Parmi ses clients qui se sont laissé convaincre, l'entreprise d'électricité Sonrel qui communique relativement peu le reste de l'année. «On est parti d'une photo célèbre, celle de la poutre d'un chantier surplombant New York. On est dans l'esprit de l'entreprise – la construction –, mais on l'a retravaillée en décalé avec la lune et les étoiles. Et le directeur a accepté de jouer le jeu: on a remplacé le visage d'un des personnages de la photo par le sien.»