



Mort d'un clown triste
Le comédien Jacques Villeret est mort à la veille de ses 54 ans. Les téléspectateurs de TV5 peuvent le revoir dans « Papy fait de la résistance ». Page 17



Lacroix « américain »
L'annonce de la vente de la maison de couture Christian Lacroix au groupe américain Falic est intervenue lors des collections Été 2005. Page 14

Soixante ans après la libération des camps de déportés

Le devoir de mémoire

Simone Veil, présidente de la Fondation pour la mémoire de la Shoah et elle-même ancienne déportée, a témoigné sur les leçons du passé lors des différentes commémorations du 60^{ème} anniversaire de la libération d'Auschwitz. L'ancien ministre et premier président du Parlement européen a accompagné le président Jacques Chirac aux cérémonies dans l'ex-camp nazi où 75 000 juifs français ont été déportés et d'où 2 251 seulement sont revenus.



Pages 4-7 Simone Veil lors d'une cérémonie en l'honneur des rescapés d'Auschwitz à l'Hôtel de Ville de Paris.



Des bancs du lycée à la planète Scenyc
Ils se sont connus au Lycée Français de New York. C'est la musique qui les a rapprochés. De là à l'Internet, il n'y avait qu'une étape, vite franchie par les quatre fondateurs de la société de services informatiques Scenyc — six lettres désignant les activités de l'entreprise et la ville de New York. Quatre copains d'abord. **Dernière page**

Magazine

MULTIMÉDIA *Le rêve américain d'un quatuor d'anciens élèves du Lycée Français de New York*

« Scenyc » ou l'école du succès

À la fin de leurs études, un groupe d'anciens élèves du Lycée Français de New York, francophones d'âges et d'origines différents, ont rêvé d'une agence multimédia. Ils ont travaillé avec les moyens du bord dans une cave, sans perdre de vue leur objectif. Après plus de quatre ans d'existence, les fondateurs de Scenyc nous confient leur histoire, leur rêve, et leurs projets.

Par Maeva BAMBUCK

Pour entrer dans les bureaux de Scenyc, il faut soulever une trappe en acier, au pied d'un bâtiment résidentiel du Upper East Side, emprunter une mince échelle un peu rouillée mais solide, et, une fois en bas, soulever le rideau qui fait office de porte. Ce qui pourrait être problématique pour les employés de cette petite agence dynamique ne l'est point, puisque les employés de « Scenyc » sont tout autant : âgés de 23 à 27 ans, ils empruntent pour certains ce chemin depuis le lycée. La raison de cet emménagement particulier, Philip M. Shearer, le président de Scenyc, l'explique très simplement : « On est installés dans la cave de mes parents. »

Fondée en 2000, « Scenyc » est une agence de communication s'étalant sur plusieurs domaines d'activités liés à la communication. D'abord concentrée sur la promotion musicale, au hasard de leur clientèle et des spécialités de leurs nouveaux employés, « Scenyc » s'est ouverte au graphisme, à la gestion de bases de données, à la création de sites Internet, voire même à la cinématographie. Comme par exemple le documentaire sur le Bal des Berceaux au printemps 2004.

La société Apple est née dans un garage californien, et Scenyc dans une cave new-yorkaise. Ses fondateurs ont suivi une recette bien américaine pour une « success story » à venir...

Les organisateurs de cet événement caritatif dont le concept est très similaire au fameux Bal des Débutantes parisiens, ont demandé à « Scenyc » de créer un documentaire sur cette tradition longue de 63 ans. « On a documenté leur événement du début jusqu'à la fin, donc de la coiffure des débutantes et du maquillage à leur entrée dans la société des jeunes de moiselles », explique Philip Shearer. Lorsque le quatuor a entrepris de monter Scenyc — dont la terminaison rappelle que malgré leurs ori-

gines diverses, c'est à New York qu'ils ont leur âme — ils n'avaient aucune idée où leurs efforts allaient mener. Alors, Shearer et ses partenaires Olivier Lauzon, Jonathan McIntosh, et Stewart Laufer se sont installés dans un endroit familier, la cave des Shearer, et sont partis de là. Le concept de l'agence est simple. Sous le nom de « Scenyc », Olivier, Jonathan, Stew et Philip, ont développé en parallèle huit branches en déclinant les initiales de leur ville de prédilection, « NYC », visant à couvrir l'ensemble des services nécessaires à une communication efficace. Selon eux, offrir un service de qualité, quelle que soit la taille de l'entreprise ou de son secteur d'activité, c'est pouvoir se consacrer à tous les aspects de la communication, de la publicité au site Internet, en passant par le packaging, et se porter garant de leur bon fonctionnement. Le but de ses fondateurs est de rendre « Scenyc » performant dans tous ces domaines dans les années à venir pour qu'au lieu de se disperser, exploitent-ils, les entreprises qu'ils servent puissent s'appuyer sur leur seule agence pour toute leur communication.

La mission est ambitieuse, mais c'est pourtant tout naturellement qu'elle a vu le jour. « On s'est rencontrés en dernière année du lycée, explique Philip. À l'époque, Olivier Lauzon et moi jouions de la musique ensemble dans un groupe qui s'appelait *Bunch of Frogs*. Olivier jouait de la basse et moi je jouais plutôt de la batterie. » malgré le fan club, selon Olivier, le groupe était une parodie de lui-même. À la fin du lycée, le groupe s'est séparé et Olivier et Philip se sont retrouvés dans un autre groupe, *Milt Opus*. « C'est le plus important, celui qui a déclenché Scenyc. »

Un membre du groupe a simplement suggéré l'idée qu'ils se produisent seuls. « On a passé l'été 2000 à monter les bases d'une maison de disque, ainsi que d'un atelier de photographie. On voulait être produits de manière indépendante. » L'idée de l'atelier photographique vient d'un ancien membre du groupe qui avait réussi à se faire un nom en temps que photographe à New York. Concentrés sur d'autres projets et sans un professionnel de la photo dans leur équipe, la photographie a été mise de côté.

« Pour promouvoir un groupe, il faut des dépliant, il faut produire des disques. » Ainsi, juste à la fin de la folie dot.com, la division musicale de « Scenyc », « Many », dirigée par Philip Shearer a été créée pour produire et commercialiser de la musique, « non seulement la nôtre mais également des compilations, principalement de la techno ». Peu de temps après, le groupe s'est dissout. « On s'est disputés et le chanteur est parti, raconte Philip. Olivier et moi sommes les derniers de cette généra-



Les quatre fondateurs de Scenyc dans leur repère du Upper East Side. De gauche à droite, Philip M. Shearer, Jonathan McIntosh, Olivier Lauzon et Stewart Laufer. (Photo France-Amérique)

tion-là. » En effet, Olivier et Philip sont les plus âgés du groupe. Philip a 26 ans, est français et new-yorkais, et a fait des études d'architecture avant de travailler pour Kinetic Records, en studio d'enregistrement, un label plus tard racheté par BMG. Olivier, 27 ans, est devenu vice-président de « Scenyc » après avoir étudié à McGill, dans son Québec natal. Ils font toujours partie d'un groupe, les *Trampoline*, dont la communication, ainsi que celle des groupes Jacques Ryal et Bandamous, est assurée par « Many », mais comme Olivier le dit, « Scenyc est maintenant bien plus important que notre groupe. La musique c'est la 'wild card' de Scenyc. » D'ailleurs, si la production de musique s'est bien développée, c'est aussi le cas de la branche gestion de données. « Sdbase », que dirige Olivier avec l'aide d'employés en freelance, a entre autres pour clients URS Corporation, et l'école de médecine de New York University. C'est Jonathan, le plus jeune du groupe, qui est à la tête de « Tectony », la branche web. En collaboration étroite avec Stewart qui dirige la branche graphisme « Cliney », il crée des sites modernes et pratiques, pour des entreprises comme celle du sculpteur et peintre Bernard Venet. « C'est nous qui sommes allés vers eux, explique-t-il. Nous avons entendu dire que Bernard Venet cherchait à refaire son site, alors nous l'avons contacté avec une proposition. » Bernard Venet est un artiste français qui expose dans le monde entier, et qui reçoit des commandes des États-Unis à la Chine pour ses sculptures à ciel ouvert. « Ils sont très satisfaits du site, dit Jonathan en parlant de l'équipe du sculpteur. Ils sont surtout contents de pouvoir changer leurs données autant qu'ils le souhaitent. » Le travail de « Tectony » va plus

loin qu'un simple site. « Avec un système de gestion des données en ligne, le client peut tout simplement changer ses données lui-même, sans passer par nous, grâce à un mot de passe », explique Jonathan. Ils peuvent télécharger de nouvelles images, de nouveaux sons, ajouter des informations pour chaque nouvelle exposition, chaque nouvelle œuvre. Jonathan a également pensé à créer un lexique de langage HTML pour Bernard Venet, pour faciliter leur utilisation.

New-Yorkais d'origine martiniquaise, Jonathan, 23 ans, est arrivé chez Scenyc par hasard. Il était dans la même classe que le frère de Philip, et s'il dit avoir toujours connu la bande, c'était surtout le groupe musical. Jusqu'à ce que Scenyc s'intéresse à son savoir-faire. « J'ai travaillé pour une société de développement web qui fait donc beaucoup de création de sites, et je suis aussi une formation en web design », dit-il.

Ce qui mène à une autre originalité de « Scenyc » : il n'y a pas d'emploi du temps. Loin du 9h-17h, ici on travaille le jour ou la nuit parfois, selon les besoins, comme l'explique Olivier. « Notre emploi du temps dépend du type de travail que l'on a ainsi que des échéances. » Stew, Olivier et Philip, eux, travaillent à plein temps. « On calcule beaucoup nos emplois du temps sur ceux des clients, ainsi que sur ceux des pigistes qui viennent pour travailler sur des projets spécifiques. » La flexibilité est un mot clef chez « Scenyc », comme l'explique Jonathan, qui termine ses études cette année. « J'ai cours à plein temps, dit-il, sauf un jour par semaine. Je travaille chez « Scenyc » le soir, mon jour libre et puis tout le week-end. » Quatre ans après, le groupe de copains et maintenant collègues de travail, dresse un bilan. « Scenyc

manque d'investisseurs, mais dans un sens, nous sommes tous des investisseurs dans ce projet. » confient-ils. Les sacrifices pour ces jeunes diplômés sont considérables, étant donné que chez « Scenyc », les revenus sont maigres. « Notre travail est gratifiant étant donné que Scenyc progresse et donne des signes d'être un jour très profitable. Tant que nous pouvons croire en Scenyc, nous prenons plaisir à ce que nous faisons. »

Il s'agit d'accord pour dire que « Scenyc » aurait été inconcevable quelques années plus tôt, avant la révolution technologique qui précipita la bulle des dot.coms. Surtout, tous quatre partagent le même sentiment que de telles ambitions auraient été mal reçues en France, et que seulement en Amérique donne-t-on à des jeunes l'opportunité de réussir par eux-mêmes comme ils l'ont fait.

Toutefois est-il que l'agence qui fêtera son anniversaire cet été, compte passer le cap de ses cinq ans en beauté. « On veut passer à la prochaine étape en 2006, dit Olivier. Nous sommes prêts à travailler à plus grande échelle, pour chacune des branches de l'agence. C'est une évolution naturelle de notre affaire. Certaines activités ont eu du mal à démarrer, d'autres étaient à l'état d'embryon et ont crié d'elles-mêmes. »

Bref, « Scenyc » a mûri et est prête à sortir de sa cave pour prendre un bon bol d'air frais, et se faire un nom en passant. « Pour l'instant, on travaille beaucoup de bouche à oreille, explique Philip. Nous cherchons à élargir notre clientèle au-delà de ce cercle. »

Des visions de grandeur, c'est bien. Même si elle est prête à troquer son échelle pour une porte dorée, l'agence Scenyc n'est pas prête à sacrifier son dynamisme.