



vendanges



Roederer, mécène on line

Art, culture et poésie... Telle pourrait être la nouvelle maxime de communication de la maison champenoise Louis Roederer sur Internet. La maison de champagne (Louis Roederer, Cristal et Deutz) a mis en ligne courant mars son nouveau site de marque Louis-roederer.com. « Notre volonté était de passer d'un site institutionnel à un site de marque qui traduise parfaitement l'esprit de l'entreprise, explique Michel Janneau, directeur général des champagnes Louis Roederer. Un grand champagne est le fruit d'une recherche constante de l'œuvre. » Et cette démarche se perpétue dans une politique de mécénat artistique, que le groupe a initiée en 2003 en devenant l'unique mécène de la Galerie de photographie de la BNF, de la Mostra de Venise, du Metropolitan Opera de New York... Un engagement que la maison champenoise et son agence de communication Saltimbanque ont souhaité relayer sur le nouveau site. Imaginé par l'agence Duke, Louis-roederer.com est à mi-chemin entre la galerie virtuelle et le site institutionnel. « Notre volonté était d'établir un parallèle entre la création artistique et celle du champagne. Nous sommes des artisans passionnés qui partagent avec ces artistes le goût de la recherche », soutient

Michel Janneau. Cette recherche de l'œuvre est désormais la signature de la maison rémoise, et aboutit à la présentation, sur le site, d'expositions, d'événements, etc., qui représentent la moitié du contenu du site. Inauguré au printemps avec l'exposition de Sophie Calle « Prenez soin de vous » à la BNF, l'internaute peut découvrir le making of de l'accrochage de l'œuvre, ainsi qu'un aperçu de l'exposition ou encore Festival & Co, avec la mise en ligne de dix questions à dix auteurs (Siri Hustvedt, Amélie Nothomb, Marjane Satrapi...). Il fera place chaque saison à une nouvelle artiste. L'autre moitié est quant à elle consacrée à la création, étape par étape, à la fabrication du champagne ou aux vendanges, en les combinant à la recherche d'une œuvre. La mise en images, la place de l'écrit, le graphisme et l'interactivité offrent une promenade initiatique orchestrée par une expérimentation sonore, toujours signée de Duke. Avec ce site, la Maison Louis Roederer ne se dote pas seulement d'un formidable outil de communication, elle exprime aussi son ancrage dans la modernité et son attachement à l'art et à la culture. Et donne ainsi une résonance nouvelle à ce qui la guide depuis toujours : la recherche de l'œuvre.

Fatima Hazene