



Littoral

INTERNET

Le groupe neuchâtelois D-Verse City se lance dans la web réalité

SYLVIA FREDA

Dès lundi, vous pourrez suivre, pas à pas, sur un site internet, la tournée en Suisse du groupe neuchâtelois D-Verse City. Partiront aussi sur les routes deux formations alémaniques. Chaque groupe recevra les moyens de financer ce voyage musical, selon les votes reçus sur la Toile par ses fans.

Vous connaissiez la télé réalité? Voici venue l'ère de la web réalité! Dès lundi et jusqu'au vendredi 24 octobre, trois groupes suisses se lancent dans une tournée qui sera relayée par internet toutes les trois heures. Intitulé du voyage musical: Bands on Tour. D'où le nom du site où les suivre des yeux et des oreilles: www.bands-on-tour.ch

Seule formation romande en lice: les Neuchâtelois de D-Verse City. A sa tête, le leader, Dayva: «Les deux autres groupes sont alémaniques. Il y aura OBK avec Gimma et son hip-hop et Kandlbauer avec son rock romantique.»

Outre Dayva, 27 ans, D-Verse City, c'est aussi Linda et Dora, 26 ans, deux sœurs jumelles jolies et sexy, et R-J, 23 ans, virtuose du piano. En décembre 2007, le quatuor remportait un concours qui lui a permis d'enregistrer deux singles chez Universal. «Le single «Slow and Speed» est sorti début 2008», explique Dayva. «Le second, «Tu me rends dingue», est sorti mercredi de la boîte de mastering dans laquelle travaille aussi Vanessa Paradis, à Londres.»

C'est leur notoriété naissante qui a valu aux membres de D-Verse City d'être abordés pour le Bands on Tour. «Le point de départ sera Neuchâtel, lundi. Puis nous passerons par Lausanne, Genève, Fribourg, Bienne et Berne.»

Le groupe sera suivi vingt-quatre heures sur vingt-quatre par des reporters au service de deux compagnies de téléphonie mobile qui sont à l'origine du projet. «A intervalles réguliers, des images et des vidéos de la tournée seront diffusées sur la Toile. Et, là, sur le site, les internautes seront invités à voter pour leur groupe préféré.»

Ces votes correspondront à des points. «Plus le groupe en récoltera et plus il recevra d'argent de la part des organisateurs pour financer ses déplacements, son logement, ses repas. Nous partons sur les routes sans le moindre sou en poche.»

A la clé, une mission! «Il faut que le plus de monde possible vienne nous écouter en concert vendredi soir, à Berne, à 20h30, au Liquid club. Le groupe qui aura réussi à attirer le public le plus nombreux gagnera un bus

d'une valeur oscillant entre 60 000 et 80 000 francs. Mais franchement, pour moi, participer à ce tour, c'est déjà un merveilleux gain en soi!»

Si le périple part lundi matin de Neuchâtel, il fera ses balbutiements déjà dimanche soir, dès 18h30, à Neuchâtel. «Nous donnerons un concert de départ aux Trois pièces et demi. Que tous nos supporters viennent nombreux! Car déjà là, les choses sérieuses commencent.»

Si les fans le veulent, pendant le Bands on Tour, ils peuvent proposer l'hospitalité aux musiciens. «Du coup, qu'ils ne s'étonnent pas si eux aussi deviennent soudain des acteurs de cette web réalité!», s'exclame, amusé Dayva.

Si ça ne le dérange pas d'être ainsi promu par des compagnies de téléphonie mobile? «Nous sommes conscients que pour ces firmes, il s'agit avant tout, à travers notre voyage, de contrôler les connexions effectuées depuis le mobile avec internet, d'étudier de plus près ces moyens de communication. Mais pour nous, c'est de la promo sympa et gratuite!» /SFR

Plus d'infos sur www.bands-on-tour.ch

«Plus le groupe récoltera de points sur le web, plus il recevra d'argent pour la tournée» Dayva

PROMETTEURS Les D-Verse City ont le vent en poupe et ont déjà sorti deux singles chez Universal. De gauche à droite: Linda, Dayva, Dora et R-J. (SP)

«C'est simplement du marketing viral!»

A la fois organisatrices et productrices, deux compagnies de téléphone sont à l'origine du Bands on Tour. «Ces firmes se cherchent», explique Stéphane Koch, spécialiste des technologies de l'information. «Avant, elles ne faisaient que transporter des données et de la voix. Maintenant, elles ne se satisfont plus d'être seulement des gestionnaires de tuyaux. Elles créent du contenu, qui peut être monétisé avec de la publicité.»

Avec, par exemple, des coups comme Bands on Tour? «Oui, grâce à l'organisation de ce type d'actions, elles accèdent à un surplus de notoriété. Il ne faut pas oublier que la compétition fait rage entre grandes marques. Et la concurrence ne peut plus se faire sur la seule qualité des infrastructures, elle doit se faire également sur les services. Le trafic ainsi généré apporte une valeur ajoutée.»

Ce genre de campagne, menée sur la base de la web réalité, exerce un impact émotionnel fort sur les jeunes. Une population cible, dont certains, séduits, vont devenir de nouveaux abonnés. «C'est une acquisition de clients à moindre coût», explique encore Stéphane Koch. «Le relais avec internet, dans ce genre de projet, est aussi fort intéressant. C'est simplement du marketing viral. Sur le web, le moindre geste étant traçable, les compagnies de téléphonie acquièrent ainsi une base de connaissances très rentables sur le comportement de leurs clients.» /sfr