

Extrait du Art & Flux

<http://www.art-flux.org>

PROTOPLAST

- RESEARCH - Critical Companies -



Date de mise en ligne : dimanche 5 octobre 2008

Art & Flux

Constatant que ce qui « fait » un produit est la connaissance et l'expérience du consommateur et que la qualité des produits peut être revalorisée par l'imagination, le groupe réalise des substituts imaginaires pour tout ce qui circule sur le marché. Pour créer un produit imaginaire, l'objet cible est d'abord vidé de ses qualités constitutives afin de libérer son énergie potentielle ; sa forme et sa fonction sont ensuite reformulées, revues à la hausse pour faire surgir un produit de qualité inégalable.

Dates importantes : 1990, fondation. Domiciliation : Bâle, Suisse. Contact and information : www.protoplast.ch

Effectifs : Trois coopérateurs.

Objet : Protoplast a été créée comme « société à actions » pour faire face à la crise d'identité dans le monde de consommation. La firme est pilotée par trois membres originaires de Suisse et d'Allemagne et se positionne comme pionnière et leader international de son secteur d'activité : le développement, la production et la commercialisation de produits imaginaires. Protoplast entend par produits imaginaires, un concentré du nom de la marque et de ses symboles distinctifs.

Développement et stratégie : Constatant que ce qui « fait » un produit est la connaissance et l'expérience du consommateur et que la qualité des produits peut être revalorisée par l'imagination, le groupe réalise des substituts imaginaires pour tout ce qui circule sur le marché. Pour créer un produit imaginaire, l'objet cible est d'abord vidé de ses qualités constitutives afin de libérer son énergie potentielle ; sa forme et sa fonction sont ensuite reformulées, revues à la hausse pour faire surgir un produit de qualité inégalable. Le résultat final, qui n'est pas par ailleurs désigné comme « art » par ses concepteurs, est un produit avec une nouvelle valeur esthétique, culturelle et marchande. L'optimisation de la qualité (sans coûts additionnels, car l'imagination est essentiellement gratuite) est sans doute un avantage que tout consommateur saurait apprécier et qu'aucun entrepreneur ne saurait contester.

La famille des produits Protoplast comprend à ce jour seize produits phares, du cool VVVIRUS® au sexy POM-O-PORN®. L'insertion du produit imaginaire dans le monde de l'art s'effectue par des campagnes publicitaires où le produit est autant mis en vue que sa marque. Le clivage entre l'objet et sa symbolique est ainsi neutralisé, le contenant et le contenu s'allient au profit de la marque. Ce procédé n'est pas sans évoquer ce qui arrive fréquemment avec les produits non-imaginaires, lorsque le consommateur paye davantage pour la signature que pour les qualités intrinsèques de la marchandise.

Parallèlement à ses opérations, Protoplast mène une activité de recherche sur les effets secondaires entraînés par sa production. Son pôle Pipeline contient les ébauches, les fragments et les reliques du travail effectif de la firme.

► www.protoplast.ch