

# Abracadabra et voilà... Joseph !

**A**u départ, c'est un magicien... un vrai de vrai. De ceux qui vous font apparaître, rangée à l'envers en plein milieu d'un jeu de cartes, celle à laquelle vous pensiez justement très fort deux minutes plus tôt. Ça impressionne, ça laisse sans voix et c'est bien pour cela que Damien Bertrand, après avoir travaillé pendant des années au service de particuliers et d'entreprises, a imaginé, il y a un an, une nouvelle utilisation de cet art. « *La magie représente un véritable langage universel qui ne connaît pas les frontières culturelles* », aime-t-il à

explique-t-il. Il a commencé pour Hermès en décembre 2001. Avec une douzaine de spécialistes, il a offert aux clients de la maison des tours de magie personnalisés autour des produits Hermès (carrés en soie, cravates, parfums, montres, bijoux, prêt à porter...). Quelques mois plus tard, la maison Hermès lui demande de développer la magie communicante sur les marchés français et européens. Damien Bertrand crée alors la société Joseph en mars 2002 en collaboration avec son cousin Edouard Dauchez. Le nom Joseph est choisi en hommage à leur grand-père. Une façon de se démarquer des autres entreprises aux noms abracadabrantés qui proposent des spectacles de magie classique. Et de faire passer le message sur la personnal-

ité de leurs services. Car Damien Bertrand tient à préciser que les tours présentés par ses équipes sont toujours des créations parfaitement adaptées aux produits à mettre en valeur. En pratique cela donne quoi ? Prenez par exemple le nouveau flacon du parfum Angel de Thierry Mugler. Il est ressourçable c'est-à-dire que l'on peut le remplir à la « source » (en magasin) quand il est vide, au lieu de le jeter et d'en acheter un autre. Pour animer le lancement de ce produit en magasins, Joseph a ainsi conçu un tour qui consiste à présenter le flacon vide aux spectateurs et à le faire se remplir lentement de liquide comme... par magie ! Cependant, le magicien a ses limites, et n'a pas pu nous faire apparaître de photo pour ce reportage *people* !

**C'est le concept de magie communicante comme outil de promotion des ventes.** « *L'idée est de remplacer par des magiciens, les hôtesse qui présentent de nouveaux produits dans les magasins* »,

explique-t-il. Il a commencé pour Hermès en décembre 2001. Avec une douzaine de spécialistes, il a offert aux clients de la maison des tours de magie personnalisés autour des produits Hermès (carrés en soie, cravates, parfums, montres, bijoux, prêt à porter...). Quelques mois plus tard, la maison Hermès lui demande de développer la magie communicante sur les marchés français et européens. Damien Bertrand crée alors la société Joseph en mars 2002 en collaboration avec son cousin Edouard Dauchez. Le nom Joseph est choisi en hommage à leur grand-père. Une façon de se démarquer des autres entreprises aux noms abracadabrantés qui proposent des spectacles de magie classique. Et de faire passer le message sur la personnal-

**Nelly Buffon**