

ActuEntreprises

Le feuilleton littéraire d'Arthésis sur le net, c'est toute une histoire

Concept. La société Arthésis, installée à Tassin la Demi-lune, diffuse par e-mail, « Le Génome de Crystal », une série littéraire interactive. Cette première en France a séduit, pour l'instant, 1 500 internautes

Fin novembre, 500 000 internautes ont reçu chaque matin, pendant vingt jours, des épisodes gratuits de la série « Le Génome de Crystal ».

Ce roman, loin de défier la grande littérature, s'adresse à un large public. Le synopsis laisse songeur : « Jules Manneville, jeune journaliste Internet, délibérément infecté par un virus mutant, enquête jusqu'à découvrir l'existence d'un consortium de scientifiques déterminés à sauver l'homme malgré lui. »

Mais l'initiative, la première en France, mérite d'être saluée. « L'aventure est née d'un constat simple : la diffusion littéraire reste hermétique à l'incroyable poussée du monde Internet », indique Emmanuel Armand, le directeur d'Arthésis, inventeur du concept « Mail story » et de la série. « Aujourd'hui, la génération Y consulte son téléphone portable en permanence. Ils vont sur le web via des réseaux sociaux, lisent la presse, consultent la météo. Alors pourquoi ne pas leur proposer un épisode d'un roman chaque matin ? »

Lire quelques paragraphes dans le bus sur son smartphone ou en arrivant au boulot deviendra peut-être une habitude dans les années à venir.

« Le Génome de Crystal », écrit par le Lyonnais Marc Pérez, est découpé

Carte d'IDENTITÉ

> **Nom :**
Arthésis

> **Siège Social :**
12 rue Depéret,
Tassin-la-Demi-lune

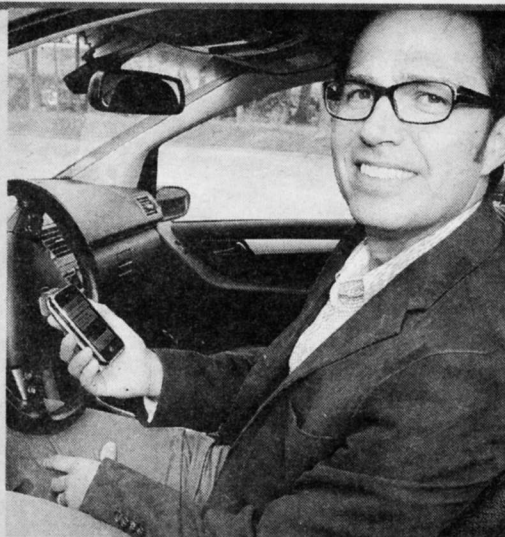
> **Dirigeant :**
Emmanuel Armand

> **Date de création :**
1993. Emmanuel Armand,
le nouveau dirigeant a repris
la société en 2008

> **Activité :**
Agence de communication
et d'édition

> **Effectif :**
5 salariés

Clients :
Pour la partie
communication :
les entreprises privées
et les institutionnels.



en 40 épisodes. Les vingt premiers sont gratuits.

Les vingt suivants sont consultables pour 3,95 euros. À ce jour, 1 500 personnes se sont abonnées afin de connaître la fin des aventures du jeune journaliste – un premier envoi-test a

été effectué en septembre sur 500 000 contacts -.

« Le modèle économique est à revoir afin de gagner de l'argent », précise le Pdg qui pensait toucher un plus large public. Les recettes publicitaires n'étant pas exclues afin d'assu-

rer une meilleure rentabilité. Initié par le quadragénaire et l'un de ses amis écrivain, le concept avait pour but de créer « un fonds de roulement » nécessaire à l'activité cyclique d'une agence de communication. « J'ai racheté la société en 2008 », poursuit Emmanuel Armand. « Au pire moment ! Juste au début de la crise. Et l'agence avait de grosses difficultés financières. Il fallait donc innover. » Au 30 septembre 2008, le résultat de l'agence était déficitaire (-151 000 euros) pour un chiffre d'affaires de 265 000 euros. Spécialisée en communication interne et externe pour les entreprises privées et les institutionnels, Arthésis conçoit toutes formes de supports, sites web, plaquettes, mailings et édite également des livres et des CD-Roms sur l'équitation. « L'idée de la série littéraire par mail m'est venue en lisant les journaux », conclut le chef d'entreprise. « Le concept cartonne au Japon auprès des adolescents via des textos. Je me suis dit qu'il fallait absolument que je l'importe en France ! »

Emmanuel Armand souhaite éditer de « nouveaux talents » et compte décliner le concept Mail story version polar, thriller ou en littérature pour adolescents.

Emmanuelle Sautot