

dossier de presse

Contact Presse :
Guillaume Peyronnet
06 30 07 17 31
presse@krinein.com

Nos visuels sont disponibles en téléchargement sur <http://www.krinein.com/presse>

POUR SES DIX ANS, KRINEIN SE RÉINVENTE.

<http://www.krinein.com>



POUR SES DIX ANS, KRINEIN SE RÉINVENTE. NOUVEAUX CONTENUS, NOUVEL UNIVERS GRAPHIQUE, TOUTES LES CONDITIONS SONT EN PLACE POUR RÉPONDRE DE FAÇON ENCORE PLUS FINE AUX ATTENTE DE SES LECTEURS.

KRINEIN EST UN MAGAZINE CULTUREL EN LIGNE PRÉSENT SUR LE WEB DEPUIS 2001. SA VOCATION EST DE PARTAGER LA CULTURE TOUT EN FAISANT LA PROMOTION DE SA DIVERSITÉ. LES THÉMATIQUES ABORDÉES PAR LE MAGAZINE SONT TOUTES CULTURELLES :

- CINÉMA : DU BLOCKBUSTER AMÉRICAIN AU FILM D'ART & D'ESSAI, EN PASSANT PAR LE NANAR ET LE DIRECT-TO-VIDEO ;
- MUSIQUE : ROCK, RAP, POP, MUSIQUES ÉLECTRONIQUES ET REPRISES ;
- TÉLÉVISION ET MÉDIAS : SÉRIES TÉLÉ, PROGRAMMES, MAGAZINES, SITES INTERNET ;
- BD : INTERVIEWS D'AUTEURS, CRITIQUES D'ALBUMS : CLASSIQUES ET NOUVEAUTÉS, GROSSES SORTIES, PETITS ÉDITEURS ET BD ÉROTIQUE ;
- MANGA : SHOJO, SHONEN, JOSEI, SEINEN, REDISU, SEIJIN.
- JEU VIDÉO : TESTS SUR PLAYSATION 3, XBOX 360, KINECT, NINTENDO DS, NINTENDO WI, PSP, ETC. ACTUALITÉS EN CONTINU ;
- LIVRES : ROMANS, BEAUX-LIVRES ET LIVRES POUR ENFANTS ;
- ARTS & SPECTACLES : DANSE, EXPOSITIONS, MUSÉES ET SPECTACLES ;
- JEUX DE SOCIÉTÉ : JEUX DE PLATEAU, POUR LA FAMILLE, OU POUR PASSIONNÉS.

Nous vous invitons à découvrir le nouvel univers de Krinein à travers des angles différents ...

historique

Guillaume Peyronnet, fondateur du site Krinein.com, en est, depuis 10 ans, le rédacteur en chef.

Guillaume Peyronnet : Tout a commencé par une simple envie, celle de partager mes avis, analyses et opinions de la culture avec d'autres. A cette époque, internet commençait à se démocratiser à travers des modems bas débit – ce n'est que plus tard que l'ADSL arrivera. J'ai été tout de suite persuadé que c'était un média d'avenir. Tout finirait forcément par passer par internet tant ce système de communication était aisé et universel. Il faut croire que je ne me suis pas trompé, puisque 10 ans plus tard Krinein est toujours là.

Au départ de l'aventure, mon frère m'a rejoint, ainsi que rapidement d'autres amis proches. Nous nous lançons comme des pionniers, un peu inconscients devant le formidable travail à abattre pour se faire connaître. Après cinq versions successives du site, la participation de nombreux rédacteurs et la rédaction de milliers d'articles, nous fêtons les 10 ans de Krinein en marquant un grand coup : une réinvention nous permettant de nous prolonger sereinement dans les années à venir.

charte éditoriale

Guillaume Peyronnet : Afin de répondre du mieux possible aux attentes de nos lecteurs, et continuer à proposer des contenus de qualités, nous avons mis en place plusieurs axes éditoriaux :

- une plus grande importance donnée à nos lecteurs
- la mise en place de rendez-vous réguliers. Par exemple, nous proposons de parler des reprises d'une chanson (*Reprise de poids*), d'évoquer les applications indispensables sur iPad (*A ne pas rater sur l'iPad*), ou plus insolite, de discourir sur les dernières avancées dans le monde du catch. Et de nombreux autres rendez-vous à découvrir dans les semaines à venir.
- Une utilisation plus large des possibilités offertes par le multimédia : nos contenus vont être déclinés à l'envi, en vidéo ou photo, en plus des textes auxquels sont habitués nos lecteurs.
- Couverture d'événements. Que ce soit l'E3, la Japan Expo, le Festival de Cannes ou le Paris Games Week, nous étendons notre couverture à l'actualité. Parce que la culture est aussi vivante.
- Assumer la subjectivité. Ce n'est pas nouveau pour nous, mais nous continuons à aller dans ce sens. Alors qu'il est souvent dit ici et là que l'objectivité devrait être le maître mot chez le journaliste, nous balayons l'affirmation avec conviction. Nous sommes humains, nous ressentons les choses de façon personnelle, nous sommes incapables d'être complètement objectifs, alors nous ne pouvons pas faire croire que nous le sommes. Bien au contraire, chez Krinein, nous sommes subjectifs, mais, et c'est là le point important, il s'agit d'une subjectivité honnête. Le politiquement correct, qui mène à l'uniformisation est ainsi écarté. Il reste des avis subjectifs, mais traités avec sincérité, ce qui les rend d'autant plus intéressants.
- Le ton, oscillant entre humour et sérieux. Parce que la culture ce n'est pas que prise de tête, il faut savoir nous amuser, et amuser. Jeux de mots et traits d'esprits sillonnent nos écrits. Nous sommes sérieux sans pour autant être ennuyeux !

le graphisme

Avec la nouvelle charte graphique de Krinein, quel message souhaitez-vous faire passer ?

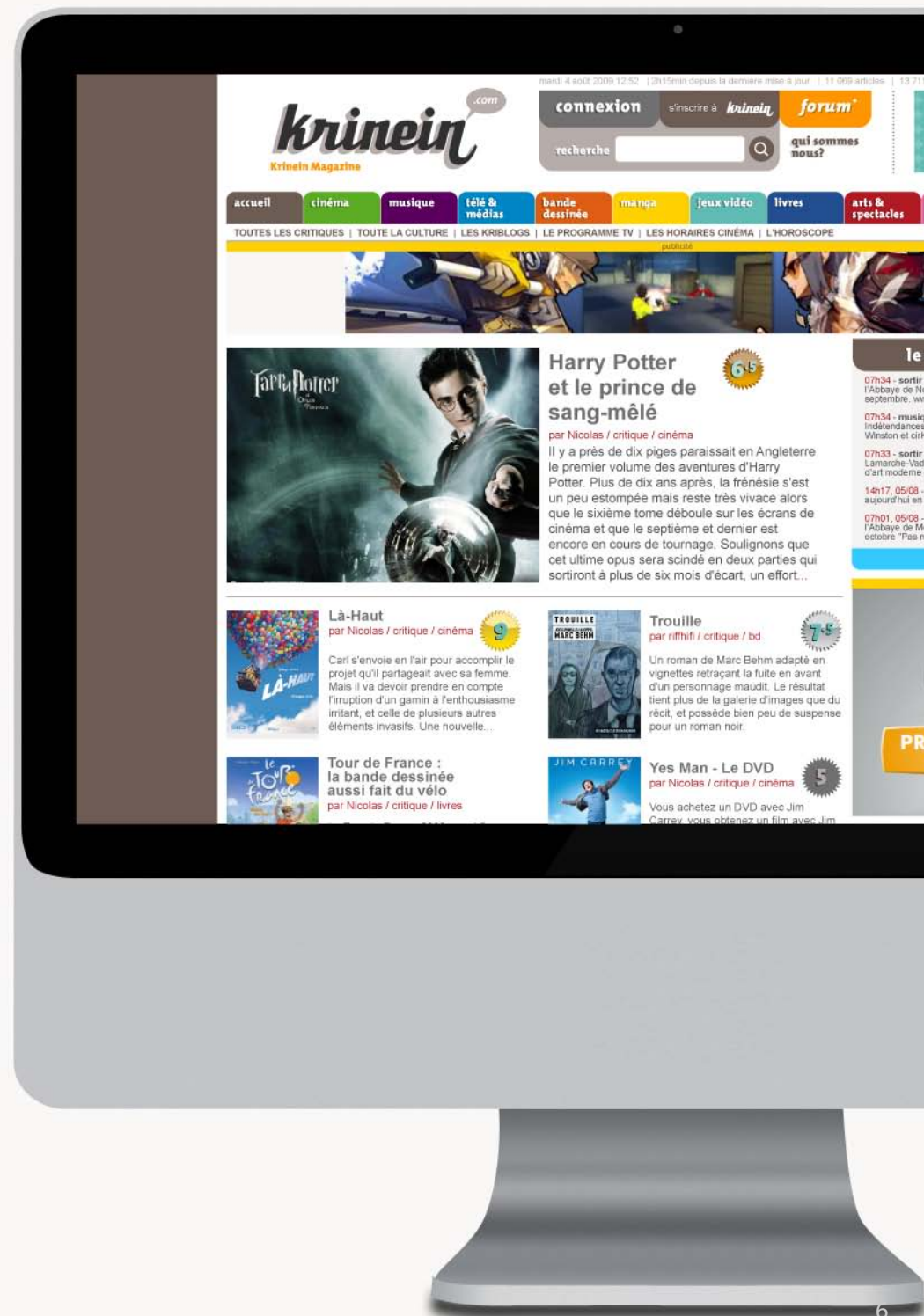
Guillaume Peyronnet : Krinein est avant tout un état d'esprit. Nous n'avions, jusqu'à présent, pas complètement réussi à faire coïncider cet esprit avec sa forme. Ainsi, avec cette nouvelle charte, nous appliquons le précepte : un esprit sain dans un corps sain. L'un ne peut aller sans l'autre, et l'un représente l'autre. En faisant raisonner l'univers graphique avec celui du contenu, nous savons que nous nous montrons plus honnêtes que jamais, et nous pouvons rayonner sur le web.

Pourquoi avez-vous décidé de donner une nouvelle forme à Krinein ?

GP : La maquette graphique précédente ne nous convenait plus ; à l'usage, elle s'est révélée trop agressive : on pouvait parfois se croire sur un site de ventes. Il fallait donc que l'on retrouve plus de vérité, plus d'honnêteté, c'est à dire que nous souhaitons nous dévoiler à tous, tels que nous sommes. Quoi de mieux que le graphisme pour faire cela ? En un clin d'œil on se fait une idée du site. J'espère sincèrement qu'elle sera autant appréciée par nos lecteurs que par la rédaction. C'est un véritable bonheur que de voir nos textes aussi bien mis en valeur.

Comment avez-vous procédé pour élaborer cette charte ?

GP : Jusqu'à présent nous faisons le graphisme en interne. Mais après 10 ans à nous être cherché, nous avons décidé de faire appel à un œil extérieur, neuf, qui serait capable de représenter ce que nous sommes, sans avoir la force de l'habitude à vaincre. J'avais rencontré, il y a quelques années, le graphiste Naji Elmir. Impressionné par son talent, j'ai toujours suivi ses travaux. J'ai décidé de le contacter pour proposer une collaboration. Enchanté, il a su très rapidement saisir l'esprit Krinein et le mettre en forme. Nous avons eu beaucoup de chance, un graphiste tel que lui, capable d'avoir son propre univers tout en intégrant celui des autres, c'est quelque chose de rare.



le graphisme

Comment a commencé votre collaboration avec Krinein ?

Naji El Mir : Guillaume m'a contacté sans avoir de *brief* vraiment défini sur la nouvelle identité visuelle du site, mais avec une idée de départ : faire évoluer le graphisme existant en quelque chose de plus moderne, de plus "bonbon", en gardant les mêmes couleurs et le même esprit.

Après quelques essais, Guillaume s'est rendu compte que je n'étais pas à l'aise avec son *brief* initial. Il m'a suggéré de faire table rase et m'a donné carte blanche. Cela tombait bien parce que je n'avais qu'une seule idée en tête : tout changer !

Quelles ont été vos sources d'inspirations ?

NE : Le mot "pop" revenait souvent dans nos discussions et nous semblait être la piste la plus adaptée au site Krinein. Je savais que ça ne serait pas simple car en proposant du graphisme d'inspiration pop art uniquement, on peut facilement tomber dans le cliché, d'autant plus aujourd'hui puisqu'on vit dans une culture de recyclage, que ce soit dans le graphisme, la mode ou la musique. Mais d'un autre côté, la culture pop art n'a jamais cessé d'évoluer, surtout en graphisme, s'adaptant à de nouveaux supports. On l'a vu avec Apple Ipad, Coca-Cola, Vimeo et tant d'autres exemples.

Comment faire du neuf avec du "vieux" ?

NE : L'objectif n'était pas de recréer un style existant mais plutôt d'inventer un style qui utilise les mêmes codes et qui s'articule comme le *pop art*. J'ai donc pris les codes graphiques "pop", les couleurs, les lettrages, l'iconographie et les icônes, et j'en ai créé une boîte à outils qui m'a permis de définir les bases de la nouvelle identité visuelle du site. La diversité des sujets et des rubriques m'a aussi facilité les choses, ça m'a permis d'élargir la palette des couleurs.



krinein.com



ANDY WARHOL



le logo

C'est le point fort du site, il lui donne une autre dimension, celle du monde des grandes marques. D'abord dessiné à la main, j'ai voulu qu'il soit original et unique en affichant la référence à la culture pop. J'ai même eu envie de le poser sur la poche d'un jean *denim* pour voir ce que ça donne ! La petite bulle vient se poser par dessus pour rappeler cette culture de BD et de Manga.

les couleurs

Le site Krinein comporte 9 rubriques culturelles différentes, on a attribué une couleur à chaque rubrique. Comme dans le *pop art*, j'ai voulu créer un univers coloré, sans être trop *flashy*, des couleurs saturées mais imprimables aussi, j'ai surtout pensé aux peintures utilisées dans la sérigraphie à l'époque. Vu la richesse iconographique du site, avec la plupart des photos en couleurs, j'ai préféré limiter l'utilisation des grands aplats de couleurs sur le web, le blanc restant la couleur dominante en occupant à peu près 80% du site.

la typo

The Mix est la typographie identitaire Krinein. C'est une typo avec beaucoup de caractère, les lettres montent et descendent. Les principaux atouts de cette typo sont qu'elle est classique et moderne à la fois et surtout qu'elle peut s'adapter aux différents environnements du site. En fonction du contexte, elle peut être très ludique comme elle peut être très sérieuse.

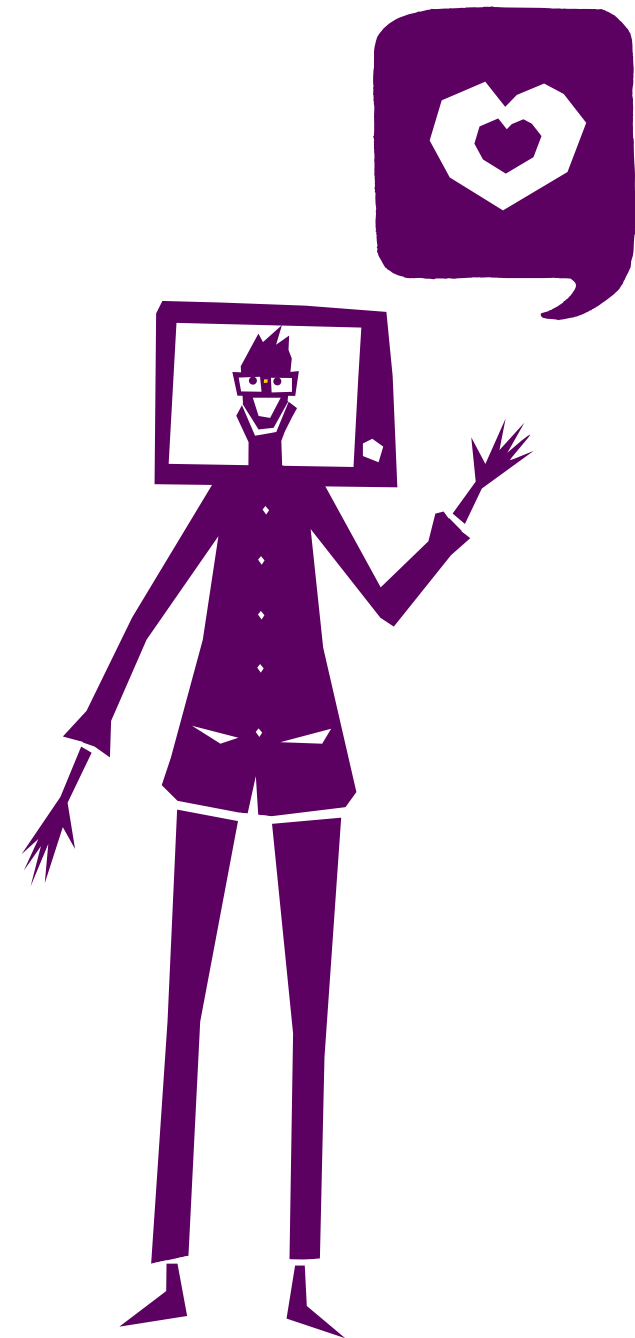
les icônes

Les icônes font partie de ces petits détails qui font toute la différence. J'ai essayé de personnaliser et d'unifier le dessin de tous les pictogrammes pour avoir quelque chose de propre à Krinein. Il y a aussi le système de notation sur 10, pour ça j'ai utilisé des pastilles dorées, argentées et bronzes, comme ces médailles qu'on trouvait en packaging dans les années 60-70.



la pub

Pour la pub on a voulu faire évoluer le système graphique et raconter une histoire. On a opté pour l'illustration pour apporter de la fraîcheur et de l'impact à la communication. Les pubs sont animées par un personnage, inspiré de ceux du *New Yorker* et de l'affiche du film *Mon Oncle* de Jacques Tati. Un style de dessin simple mais stylisé, assorti d'une typographie dessinée à la main qui rappelle les anciennes affiches de films, le tout sur un fond aplat de couleur.



nouveaux contenus

Depuis dix ans, vous proposez des critiques de produits culturels. Pourquoi avoir décidé de varier vos contenus ?

GP : De façon immédiate, j'ai envie de répondre que c'est par envie. Après dix ans à faire des critiques, la rédaction a eu envie de varier les plaisirs. Mais c'est aussi une forte attente de nos lecteurs. Ils apprécient d'être au fait de l'actualité, nous voir nous entretenir avec leurs auteurs et artistes préférés, ou traiter des questions de fond. C'est pourquoi nous avons décidé de diffuser beaucoup plus largement ces types de contenus. Nous ne sommes plus un simple magazine de critique, nous avons une ambition bien plus large, qui répond à notre vocation initiale : partager la culture.

Cela veut-il dire que vous variez aussi les supports ?

GP : Tout à fait, avec le haut-débit de plus en plus répandu et l'avènement prochain de la fibre optique, de nouvelles portes s'ouvrent à nous. Nous avons ainsi le loisir de pouvoir traiter nos contenus sur une multitude de supports multimédias, dont le texte, la vidéo et l'audio. Le lecteur pourra régulièrement trouver dans nos colonnes des contenus plus vivants que jamais.

Nous avons d'ailleurs développé un partenariat avec Objectif Kiwi, une entité spécialisée en création de contenus audiovisuels.

la vocation de Krinein.Com

En dix ans, vous avez du avoir le temps de pratiquer l'introspection, peut-être même avez-vous parfois douté de l'avenir de votre support ?

GP : Au début, je passais une grande partie de mes journées à me demander ce que devait être notre positionnement sur tel ou tel sujet. Mais très vite, j'ai réalisé qu'il était important de faire de notre vocation un véritable leitmotiv : « partager la culture sous toutes ses formes avec le plus grand nombre ». En gardant en tête cette phrase, les décisions sont faciles et respectent nos envies originales.

Krinein propose un traitement très large de la culture. Du manga aux jeux vidéo en passant par les livres et la télévision, est-ce qu'on peut encore dire que tout y est culturel ?

GP : Bien évidemment ! C'est d'ailleurs ma principale conviction : la culture ne s'arrête pas aux portes des salons bourgeois. On se cultive tout autant en lisant Zola qu'en dirigeant Mario. Avoir une échelle culturelle, c'est surtout avoir des préjugés.

Fonctionnement

Vous avez publié des dizaines de milliers d'articles. Comment gérez-vous les publications ?

GP : Dès le départ Krinein a été un site ouvert au partage. C'est donc naturellement que des internautes ont proposé leur aide. Si nous ne pouvons pas nous vanter d'avoir des milliers de rédacteurs, nous en avons accueillis, et nous en accueillons encore beaucoup. Actuellement, le contenu du magazine est pensé et rédigé par une trentaine de rédacteurs. A l'image de notre souhait de traiter de la culture au sens large, notre rédaction a des membres de tous horizons. Un avantage indéniable pour qui veut prétendre ne pas rester dans le moule.

Un magazine de partage

Vous indiquez que votre envie initiale consiste à partager la culture avec les internautes. Comment faites-vous intervenir ces derniers ?

GP : Nos lecteurs interviennent sur le magazine de diverses façons, toutes propices au partage de la culture, de l'analyse et des émotions. Tout d'abord, nous échangeons beaucoup grâce au forum et au système de commentaires présent sur le site. On fait découvrir autant qu'on découvre. Un chanteur peu connu mérite de l'être davantage ? La communauté Krinein nous en parle, et nous pouvons décider de le mettre en avant. Un programme télé particulièrement bon nous a interpellé ? A travers une critique, nous en faisons part à nos lecteurs. A tous niveaux, il s'agit d'un échange.

Par ailleurs, nous cédon régulièrement une tribune à nos lecteurs. Ainsi, par exemple, nous avons pu dernièrement publier un excellent dossier concocté par l'un de nos lecteurs sur la série Lost. C'est un exemple parmi d'autres, d'autant que nombreuses sont les contributions qui ont débouché sur des participations plus régulières aux contenus du magazine.

Krinein, en chiffres

**PLUS DE
13 400
ARTICLES**

**UNE COMMU-
NAUTÉ DE PLUS
DE 10 000
MEMBRES**

**10 ANS
D'EXISTENCE
AU SERVICE
DE LA CULTURE**

**PLUS DE
2500
TWEETS**

**0,5 MILLION
DE LECTEURS
PAR MOIS**