

RENDEZ-VOUS

Talents à suivre, 5ème édition, présentation des lauréats du Grand Prix de la création de la Ville de Paris 2016. Jusqu'au 18 mars aux Ateliers de Paris, 30 rue du Faubourg Saint-Antoine, Paris 12ème.
www.ateliersdeparis.com

Salon Art & Déco, le rendez-vous du magazine Art & Décoration. Du 23 au 26 février à la Grande Halle de la Villette.
www.salon.art-decoration.fr

Comme il vous plaira, exposition de Sylvain Dubuisson du 24 février au 25 mars. Galerie Ruevisconti, 17-19 rue Visconti, Paris 6ème.
www.ruevisconti-editions.com

Focus, expo-vente d'Inoow Design jusqu'au 3 mars à la galerie DMA, 33 rue Jean Guéhénno, Rennes.
info@dmagalerie.com

Minéral, exposition de l'artiste peintre Valérie Phelippeau-Le Moal. Les 24 et 25 février chez Galry, 41 rue de Verneuil, Paris 7ème.
Vernissage jeudi 23 février.
www.galrystore.com

Provenances, la vente qui raconte l'origine des objets. Le 28 février à 20h chez Artcurial à Paris, avec des meubles de Charlotte Perriand, Jean Prouvé, Le Corbusier...
www.artcurial.com

Cinecttà, exposition de photos jusqu'au 1er avril au Studio Willy Rizzo, 12 rue de Verneuil, Paris 7ème.
www.willyrizzo.com

Robert Doisneau, les années Vogue. Du 8 mars au 28 mai à l'Espace Richaud, 78 boulevard de la Reine, Versailles.
www.versailles.fr

Guy Degrenne remet le couvert

LA MARQUE D'ART DE LA TABLE A LANCÉ EN JANVIER SES NOUVELLES COLLECTIONS: LES GAMMES L ET L FRAGMENT EN PORCELAINE DE LIMOGES, LES COUTEAUX MIRAGE FABRIQUÉS À THIERS, DOUCEURS SCANDINAVES D'INSPIRATION NORDIQUE. L'OCCASION DE FAIRE LE POINT AVEC SON DIRECTEUR MARKETING STÉPHANE DE BERGEN SUR LA PLACE DU DESIGN EN INTERNE.

Comment concevez-vous les nouvelles thématiques chez Guy Degrenne ?

Stéphane de Bergen. Nous avons un service design de deux personnes qui mène une veille sur les tendances avec le marketing. Nous achetons des cahiers de tendances, nous bénéficions de ceux du Comité Francéclat et nous réalisons nos propres études. Nous collaborons aussi avec la spécialiste des couleurs Vonnik Hertig qui travaille très en amont de la mode. Tout le monde peut acheter des cahiers de tendances, encore faut-il savoir les exploiter. Chez Guy Degrenne, les tendances sont au service de notre positionnement, qui est de créer des produits pérennes, les archétypes de demain.

Les arts de la table ont beaucoup évolué avec les mœurs, par exemple les listes de mariage ne sont plus ce qu'elles étaient. Comment vous êtes-vous adaptés ?

S. de B. C'est vrai d'autant que les listes de mariage ne concernent pas seulement des produits festifs, les futurs mariés veulent aussi des objets quotidiens. Aujourd'hui on achète en fonction d'ambiances plutôt que d'événements. Il y a aussi la concurrence asiatique qui a entraîné une banali-

sation. Comment se réinventer alors que le marché réclame de la nouveauté ? En 2008, nous avions 50 modèles de couverts différents, l'offre était illisible. Certains objets n'ont pas bougé depuis le XVIIIème siècle, comme le couteau à poisson qui date d'une époque où l'on servait le poisson entier. Aujourd'hui on mange des bouchées, des mousses, il faut repenser la fonction de l'outil. Nous avons collaboré avec des chefs étoilés Michelin pour comprendre les contraintes particulières à l'univers professionnel et les traduire pour le grand public. Les consommateurs qui vont au restaurant ont envie d'avoir les mêmes produits chez eux. C'est comme cela que nous avons conçu une nouvelle forme de fourchette pour les bouchées et une cuillère semblable à une spatule pour les mousses. Cette collection de couverts XY est la meilleure vente du groupe.

Pas besoin d'un grand nom du design pour avoir une démarche design !

S. de B. Notre démarche design nous amène à travailler avec des professionnels. Autre exemple, le verre Origine pour lequel nous avons fait appel à l'expertise du sommelier meilleur ouvrier de France Manuel Peyrondet. L'objectif était de dédramatiser la dégustation de vin, pour proposer une gamme courte et grand public. Au bout de deux mois de recherches, il nous a proposé cinq verres à vin, adaptés à tous les terroirs de France. Nous les avons conçus solides, adaptés au lave-vaisselle, entre 10 et 13 euros l'unité, très loin des marques spécialisées comme Riedl à 40 euros le verre.

.../...

EN BREF P2 À 3. ÉCOLES ET CONCOURS P4. APPELS D'OFFRES P5.

Comment se porte l'entreprise ?

S. de B. Le groupe Guy Degrenne réalise 80 millions d'euros de chiffre d'affaires, répartis entre les produits grand public, les produits professionnels et la sous-traitance. Nous avons des usines à Vire, notre siège historique, à Limoges pour la porcelaine, à Thiers pour la coutellerie, ainsi qu'en Hongrie et en Thaïlande. Nous sommes encore trop franco-français. Notre priorité est de nous développer à l'international, surtout aux États-Unis si le contexte politique n'est pas trop défavorable ! ■

Malherbe Design joue aux cubes avec Fred

L'agence a créé un outil d'aide à la vente pour le joaillier de la rue de la Paix qui rappelle les jeux pour enfants... au service d'une customisation à plusieurs milliers d'euros. L'objet baptisé Atelier Fred prend la forme d'un coffret connecté sur lequel les clients vont poser différents cubes représentant les composants du bracelet emblématique Force 10 : câble, fermoir, couleurs, gravures, insertion de pierres précieuses. Sur un écran s'affichent en temps réel les détails choisis et le prix, pour éviter les mauvaises surprises. Plus de 100 000 combinaisons de matériaux et de couleurs sont possibles et pour pousser la personnalisation encore plus loin, Fred utilise le nuancier numérique Capsure de Pantone, qui permet d'enregistrer la couleur d'un vêtement ou de tout autre objet pour l'appliquer sur le bijou. Autre service proposé par la marque de LVMH, l'application mobile Atelier Fred permet de dupliquer la couleur d'une photo de vacances ou liée à un souvenir particulier. La tablette a en plus l'avantage d'être nomade, ce qui va lui permettre de voyager dans les différentes boutiques du joaillier et dans les palaces cet été.

"Je suis monomaniacque du client. Rien ne me plaît plus que de devancer ses attentes, qu'il puisse dire j'en rêvais et je ne le savais pas", affirme Rachel Marouani, la présidente de Fred qui a testé les innovations numériques lorsqu'elle dirigeait le marketing de Sephora. Dans son poste actuel, elle a par exemple introduit des hologrammes en vitrines, qui viennent remplacer les bijoux à la nuit tombée. "L'objectif n'est pas de plaquer de la technologie dans la boutique mais d'améliorer l'expérience client, poursuit-elle. La technologie doit s'effacer devant l'usage. Dans nos boutiques il n'y a pas d'ordinateur, tout se traite sur tablette, même l'encaissement. Nous sommes une marque de luxe qui aime recevoir, qui ne veut pas être intimidante." ■

Bilan en hausse pour C!Print

Le salon qui s'est tenu à Lyon du 31 janvier au 2 février a été l'occasion de rencontres entre les designers et les imprimeurs. Le rendez-vous a enregistré une hausse de 17,5 % du nombre de visiteurs, pour plus de 250 exposants. *"Depuis notre création il y a huit ans, nous nous considérons comme des passeurs des techniques d'impression auprès des créatifs, explique Julie Chide, responsable du contenu marketing chez 656 Éditions, l'organisateur du salon. Avec le numérique, il est possible d'imprimer de petites séries voire des objets uniques et même des lieux uniques comme des pop up stores avec une PLV sur mesure."*

L'événement est riche en contenu avec des tables rondes, des ateliers et des visites guidées organisées en fonction des besoins. Parmi les entreprises qui ont arpenté le salon cette année : Hermès, Gerflor, Seb, Groupama, JCDecaux, L'Oréal, Mibalpa ou encore Veolia. ■

EN BREF

Carré Noir s'est vu confier après compétition la charte de langage de marque de **DS Automobiles**, la division haut de gamme du groupe PSA. L'agence a défini un ton, des champs sémantiques et des règles rédactionnelles portant les valeurs de la marque dans toutes ses prises de parole media, hors media, digital. Elle a notamment mis en place des ateliers d'écriture pour les équipes marketing et communication et un module "Tone of voice" dans le programme de formation des conseillers de vente.

Studio Jean-Marc Gady fait le plein de projets dans le luxe et l'art de vivre. L'agence a réalisé le stand **Montblanc** pour l'édition 2017 du SIHH (salon international de la haute horlogerie) qui s'est tenu en janvier à Genève. Pour **Panpuri**, marque thaïlandaise haut de gamme spécialisée dans le bien-être, le studio signe le diffuseur d'huiles essentielles Wish, inspiré de la lampe d'Aladin, en résine blanche et métal cuivré. Pour **Diptyque**, il a créé le vase en cire de la Collection 34, un objet parfumé de fabrication artisanale qui peut aussi contenir des fleurs.

Brandimage crée le design intérieur du lounge VIP du centre commercial **Daegu** du groupe sud-coréen Shinsegae. L'agence a imaginé un concept s'inspirant de la nature à base de bois et de décor floral en perforations lumineuses dans les parois.

Design club

La prochaine édition aura lieu le 15 mars 2017.
Inscriptions sur info@design-club.fr.

Lundi 13 février 2017

Design fax 1012

Avant Première signe l'identité graphique du réseau de transport de l'agglomération **Côte Basque-Adour**, comprenant Bayonne et Biarritz. Inspirée par la bayadère basque, elle est déjà déployée sur l'ensemble des bus du réseau.

Jean Louis David a retenu l'agence de design retail **Market Value** pour la création de son nouveau concept. Le premier salon ouvrira ses portes en juillet 2017.

Being, agence de conseil en stratégie, design et communication du groupe TBWA, débute l'année avec six nouvelles missions, pour **Krups** (Groupe Seb), **Saupiquet**, **Eclor** (branche boisson de la coopérative Agrial), **Fermob**, **Constance Hotels & Resorts** et Exost, gamme de voitures télécommandées de la marque de jeux **Silverlit**.

CBA engrange de son côté cinq nouveaux budgets : la start up **FoodChéri** lui confie sa nouvelle plateforme de marque, **Naturalia** l'identité pack de l'ensemble de ses produits, **Olivier&Co** sa stratégie de marque, concept retail et design de ses packagings, **V33** les packagings de sa gamme Décolab. Enfin **Burger King** travaille avec CBA pour ouvrir de nouveaux magasins pilotes.

La FIAC, foire internationale d'art contemporain, propose pour la quatrième année consécutive en partenariat avec l'agence **Sisso** de revivre sa dernière édition en visite virtuelle interactive. En se connectant depuis leur smartphone, tablette ou ordinateur sur www.fiac.com/visite-virtuelle-2016/, les amateurs d'art moderne et contemporain peuvent déambuler virtuellement dans les galeries et accéder à l'intégralité des 189 exposants présents à la 43ème édition de la foire qui s'est tenue du 20 au

23 octobre 2016 au Grand Palais. Ils peuvent aussi visiter le nouveau secteur On Site au Petit Palais. Au menu de cette expérience immersive et interactive, 16 000 m² d'espace virtualisé et 1500 prises de vue.

La Jungle, agence de communication digitale qui fête ses dix ans, remporte plusieurs missions dans le domaine du cinéma. Elle est en charge de la refonte des sites du **Printemps du Cinéma** et de **La Fête du Cinéma**, et de la création de trois sites pour le groupe **mk2** : institutionnel (mk2pro.com), catalogue (mk2films.com) et agence événementielle et média (mk2agency.com).

Ora Ito signe le design du nouveau concept hôtelier **Yooma** sur le Front de Seine à Paris, avec la complicité de **Daniel Buren**. "Urban lodge" de 106 chambres développé par Euragone Investment Management, Yooma communique avec les bâtiments environnant avec un lobby entièrement vitré et une carapace en aluminium. Daniel Buren y projette ses iconiques bandes noires et blanches soulignées de bleu.

Matali Crasset a conçu l'installation Interactions chromatiques pour le **Musée de Pont-Aven** (Finistère). Celle-ci prend la forme de lustres de 120 cm de diamètre placés à seulement 2,20 m de hauteur, formant un cocon de lumière. Trois tapis truffés main disposés au sol complètent l'ensemble et font écho aux palettes de couleurs des œuvres présentées dans la collection du musée.

H&M intègre dans sa collection Conscious Exclusive 2017 un nouveau matériau, le **Bionic**, un polyester recyclé réalisé à partir de déchets plastiques récupérés sur les littoraux. Il entre dans la confection de

la robe plissée, pièce maîtresse de la collection. Disponible dans environ 160 magasins dans le monde et en ligne à partir du 20 avril, celle-ci propose aussi le parfum Conscious Exclusive fabriqué à partir d'huiles biologiques.

La 36ème édition des **Puces du design**, sous le commissariat de **5.5 designstudio**, présentera l'exposition "La contrefaçon, l'illusion du design", qui vise à faire comprendre la différence entre modèle original, réédition et copie. 5.5 dévoilera un projet manifeste, intitulé "Copies Originales", pour dénoncer les contrefaçons de pièces de grands designers (Eames, Le Corbusier, Bertola, Pantoni, Prouvé, etc.). Les Puces du design auront lieu du 18 au 21 mai à Paris Expo Porte de Versailles, hall 3.1.

Parnasse, la marque sélective d'Orange, s'associe avec **MakerBox**, éditeur d'expériences de création auprès d'artisans et designers, autour du projet **Le Son Parnasse**. Pour 1 200 euros, ce coffret permet de bénéficier d'une expérience de fabrication d'un objet d'art personnalisée, en l'occurrence un amplificateur low tech. Pendant une journée, les participants créent leur propre objet en compagnie d'artisans verriers, du soufflage du verre à l'impression 3D en passant par la découpe et la gravure laser du bois.

ÉTUDE

L'ObSoCo (l'Observatoire Société et Consommation) et Maif publient le premier observatoire du "faire", à partir d'un échantillon de 5 033 personnes âgées de 18 à 70 ans interrogées entre le 30 novembre et le 16 décembre 2016. Cette étude part du constat de l'engouement pour les loisirs créatifs,

Lundi 13 février 2017

Design fax 1012

les audiences record des émissions culinaires ou encore la multiplication des hackerspaces et autres fablabs. Elle estime le marché du "faire" à environ 95 milliards d'euros, sur la base des budgets annuels évalués par les pratiquants de chacune des activités étudiées. 93 % des Français interrogés ont pratiqué au cours des 12 derniers mois au moins une des 24 activités étudiées. Les adeptes du "faire" pratiquent en moyenne 5,8 activités (une pratique au moins occasionnelle au cours des 12 derniers mois). 62% considèrent que pratiquer leur activité leur donne le sentiment d'être ce qu'ils sont vraiment. Les attentes à l'égard des marques du "faire" sont l'accessibilité prix et l'aide à la pratique. L'étude est à retrouver en ligne sur <https://goo.gl/PoLXn8>.

ÉCOLES

L'École de design Nantes Atlantique ouvre un nouveau studio à **Saõ Paulo** au Brésil, après Shanghai et Delhi. Dès août prochain, 15 étudiants partiront y réaliser leur programme de cycle master en 2 ans. Pour Stéphane Gouret, directeur des études, *"le design français est effectivement reconnu aux quatre coins du monde. En choisissant de partir faire leur cycle master en Chine, en Inde ou au Brésil, ces étudiants expérimentent la mondialisation par le réel, augmentent leurs capacités d'analyse et de créativité, se donnent la possibilité de carrières internationales."*

L'École Bleue Global Design créé une nouvelle filière en **scénographie culturelle et événementielle** à partir de septembre 2017. Elle se divise en deux formations, initiale (post-baccalauréat) en trois ans à l'issue d'une année préparatoire en arts appliqués, et spécialisation (post-diplôme) en un an, à l'issue

d'un premier cursus ou d'une première expérience professionnelle. Ces formations sont complétées d'un stage de trois à six mois. Créée il y a plus de vingt ans, l'École Bleue Global Design propose une triple formation d'architecte d'intérieur, de designer produit et de designer graphique. Elle organise ses portes ouvertes du 24 au 26 mars, 146, rue de Charonne, Paris 11ème.

www.ecole-bleue.com

Le cabinet de conseil **Arctus**, en partenariat avec l'association Innov'Acteurs, l'éditeur numérique MkF Éditions et la Bibliothèque nationale de France, a remis le 2 février le **Prix du mémoire digital**. Doté de 2000 euros, ce prix vise depuis quatre ans à récompenser le travail de recherche d'un étudiant de Master 2 sur un sujet en lien avec le digital. Cette année, le prix est revenu à Delphine Touzouli, étudiante du Master CELSA/Écoles des Mines d'Alès pour son mémoire sur les objets connectés dans les festivals de musiques actuelles.

CONCOURS

L'Institut Français du Design (IFD) lance le concours de photos "Explore Outside the box" auprès des étudiants et présentera une sélection des meilleurs projets lors de la Biennale Internationale Design de Saint-Étienne 2017. L'IFD souhaite illustrer le thème des mutations du travail choisi par la Biennale, en invitant la génération Y à "photographier le futur". Le concours est lancé dans les écoles de design, architecture intérieure, communication etc. et via les réseaux sociaux. Tous les renseignements en ligne sur explore.institutfrancaisdudesign.fr

Faire Paris est un accélérateur de projets urbains et architecturaux, ouvert aux architectes et étudiants en architecture. Ils ont jusqu'au 13 mars 2017 pour proposer un projet sur le thème de la transformation urbaine, des nouveaux matériaux, de l'habitat et du bureau de demain. Faire est lancé par le Pavillon de l'Arsenal et la Ville de Paris, avec le soutien de l'Ordre régional des architectes en Île-de-France, des écoles nationales d'architecture, d'industriels, d'acteurs de l'immobilier et de la nouvelle économie. Renseignements sur www.faireparis.com.

Silver Valley, réseau de 300 entreprises au service des seniors, organise la 14ème édition de la Bourse Charles Foix, prix annuel récompensant les idées les plus novatrices. Clôture des candidatures le vendredi 31 mars : www.boursecharlesfoix.com/la-bourse-charles-foix. D'autre part, une réunion d'information sur l'appel à projets se tiendra le lundi 27 février 2017 à 14h au sein de la plateforme immobilière Silver Innov' au 54 rue Molière, 94200 Ivry-sur-Seine. Pour s'inscrire envoyer un mail à benjamin.zimmer@silvervalley.fr.

Le Trophée béton école est un concours placé sous le patronage du Ministère de la Culture et de la Communication, qui récompense les jeunes diplômés des écoles d'architecture françaises. Le lancement aura lieu jeudi 23 février à 19h à la Maison de l'architecture en Ile-de-France, 148 rue du Faubourg Saint-Martin, Paris 10ème. Date limite d'inscription et de remise des documents le 30 septembre 2017. www.trophee-beton.com

Lundi 13 février 2017

Design fax 1012

APPELS D'OFFRES

VILLE DE BIARRITZ

Accord-cadre à bons de commande pour une mission de scénographie en vue des travaux sur les sites de l'Aquarium de Biarritz et de la Cité de l'Océan de Biarritz.
Contact : Direction des marchés et contrats publics, avenue Edouard VII, B.P. 58, 64202 Biarritz Cedex.
marche@biarritz.fr
www.eadministration64.fr

SYNDICAT DÉPARTEMENTAL D'ÉNERGIE 29

Conception et réalisation d'une exposition sur la transition énergétique.
Contact : Jacques Monfort, 9 allée Sully, 29000 Quimper.
contact@sdef.fr
www.sdef.fr
Date limite de réception des offres le 3 avril 2017.

VILLE DE PARIS

Conception et autres prestations graphiques pour la communication de la Ville et du Département de Paris.
Contact : Ville de Paris, Bureau des marchés, 17 boulevard Morland, 75004 Paris.
dfa-bm2@paris.fr
www.paris.fr
Date limite de réception des offres le 7 mars 2017.

CONSEIL GÉNÉRAL DES HAUTS-DE-SEINE

Le titulaire du marché sera appelé à évaluer le projet scientifique et culturel du musée départemental Albert-Kahn et à formuler des préconisations afin de garantir l'atteinte des objectifs de rayonnement, d'attractivité, de cohérence territoriale et d'innovation.
Contact : Djamila Kouidri, acheteur-juriste, Hôtel du Département, 2-16 boulevard Soufflot, 92015 Nanterre Cedex.
dcpuqj@hauts-de-seine.fr
www.hauts-de-seine.fr
Date limite de réception des offres le 2 mars 2017.

MÉTROPOLE DE LYON

Conception, habillage, aménagement et gestion d'un stand pour le salon des entrepreneurs Lyon Auvergne Rhône-Alpes les 13 et 14 juin 2017 à la Cité Centre des Congrès de Lyon.
Contact : Monsieur le Président de la Métropole de Lyon, Délégation Économique Emploi et Savoirs, Direction ressources, Service juridique et commande publique, CS 33569, 20 rue du Lac, 69505 Lyon Cedex 03.
marchespublics.grandlyon.com
Date limite de réception des offres le 2 mars 2017.

COMMUNAUTÉ URBAINE TOULOUSE MÉTROPOLÉ

Conseil en stratégie digitale, développement-réalisation sous Liferay et conception-design de sites web année 2017, renouvelable en 2018, 2019 et 2020.
Contact : Direction de la Commande Publique, 6 rue René Leduc, BP 35821, 31505 Toulouse Cedex 5.
marchespublics@toulouse-metropole.fr
www.toulouse-metropole.fr
Date limite de réception des offres le 13 mars 2017.

VILLE DE BOULOGNE-BILLANCOURT

L'élaboration et l'organisation d'un spectacle pyrotechnique musical à scénographie digitale le jeudi 13 juillet 2017 à Boulogne-Billancourt.
Contact : Murielle Joseph, 26 avenue André Morizet, 92100 Boulogne-Billancourt.
marches.publics@mairie-boulogne-billancourt.fr
www.boulognebillancourt.com
Date limite de réception des offres le 1er mars 2017.

OFFRES D'EMPLOI

Les offres d'emploi figurent désormais exclusivement sur le site www.design-fax.fr à la rubrique "Offres d'emploi".
D'autre part, un service Executive Search est dorénavant disponible.
Toutes les informations sur www.design-fax.fr.

Admirable Design

Retrouvez plein de témoignages, points de vue et informations insolites sur le site Admirable Design.
www.admirabledesign.com

Design fax

Directeur de la publication et rédacteur en chef

Christophe Chaptal de Chanteloup

Conseiller éditorial

Jean-Charles Gaté

Journalistes

Pascale Caussat, Catherine Heurtebise, Lionel Lévy, Delphine Masson

Tarifs d'abonnement sur www.design-fax.fr

Design fax SARL au capital de 9150€
Siège social 17 rue Dupin 75006 Paris
RCS Paris B 398 907 535
ISSN 1259-4849 | CPPAP 0918 W 93197
Reproduction et rediffusion interdites

Écrivez-nous sur

info@design-fax.fr
abonnement@design-fax.fr
[@design_fax](https://twitter.com/design_fax)
[@design_emploi](https://twitter.com/design_emploi)

Rendez-vous sur notre site

www.design-fax.fr