

## RENDEZ-VOUS

### Miquel Barcelò.

Le Museo Picasso Málaga présente "Miquel Barceló. Métamorphose", une exposition qui tire son nom de la célèbre histoire de Franz Kafka, publiée en 1915. L'exposition comprend près de 100 œuvres réalisées entre 2014 et 2020, qui peuvent être vues jusqu'en septembre. Palacio de Buenavista, Málaga, Espagne.

[Plus d'informations.](#)

### Fabrique d'un épuisement.

Les galeries Michel Journiac et UN-SPACED présentent l'exposition monographique d'Anne-Valérie Gasc "Fabrique d'un épuisement", sous le commissariat de Dominique Blais, à la Galerie Michel Journiac. Jusqu'au 12 mars au 47 rue des Bergers, Paris 15e.

[Plus d'informations.](#)

### Rénovation du Centre Pompidou.

La rénovation totale du bâtiment, conçu par Renzo Piano et Richard Rogers,

débutera en site fermé à la fin de l'année 2023 pour s'achever fin 2026. L'OPPIC, opérateur du patrimoine et des projets immobiliers de la culture, en assurera la maîtrise d'ouvrage.

[Plus d'informations.](#)

### Martin Magiela.

L'exposition actuelle de Wu Tsang à Lafayette Anticipations n'ayant pu ouvrir en raison du contexte sanitaire, elle sera prolongée à la réouverture des lieux culturels. En conséquence, l'exposition de Martin Margiela est reportée à l'automne 2021.

[Plus d'informations.](#)

### L'indispensable.

Le Design Spot propose "L'indispensable" qui se présente comme "le point de départ pour ceux qui souhaitent découvrir le design, ses métiers et pratiques ainsi que pour les porteurs de projets qui envisagent de faire appel à un designer". Le 4 février de 14h00 à 16h00. Gratuit sur inscription.

[Plus d'informations.](#)

## Gédéon : animer l'identité

**CETTE SEMAINE, DESIGN FAX INTERVIEW EMMAUELLE LACAZE, PRÉSIDENTE DE GÉDÉON, AGENCE DE BRANDING, DE COMMUNICATION ET ÉGALEMENT MAISON DE PRODUCTION.**

### Emmanuelle Lacaze, pouvez-vous vous présenter et présenter Gédéon ?

Je suis entrée chez Gédéon en 1998 après des études de lettres, d'art plastique et d'économie de la culture. Lorsque je suis arrivée chez Gédéon, cette entreprise, créée en 1985, était déjà icône en tant qu'agence et maison de production. C'était, par exemple, la seule en France positionnée sur le marché de l'habillage des chaînes de télévision. J'ai démarré chez Gédéon avec un profil de producteur et de chef de projet et de fortes appétences pour le cinéma et le design. Lorsque Vivendi a repris Canal+, à qui appartenait alors Gédéon, nous avons été quatre salariés à décider de reprendre l'entreprise, bien décidés à ne pas laisser une si belle marque mourir. On a fait cela sur un coup de tête et j'ai très vite pris goût à l'indépendance, au plaisir de la création, mais aussi au développement international.

### Comment définiriez-vous Gédéon ?

Gédéon a été parmi les premiers à lancer des CD-Rom ou des sites internet. On a aussi produit de la publicité. On s'est essayé à de la fiction avec des courts métrages et des clips vidéo. On a toujours eu l'habitude de travailler avec des talents les plus

divers : typographes, réalisateurs, concepteurs-rédacteurs et aussi les tous premiers motion designers. Gédéon Communications dont je suis aujourd'hui la présidente et unique actionnaire est à la fois une agence de branding, une agence de communication digitale 360° et une société de production. Notre spécialité est de concevoir des identités et des outils de communication en mouvement. On est bien sûr connu pour notre spécialisation d'habillage de chaînes, c'est dire que depuis toujours nous sommes habitués à penser identité visuelle en mouvement. Ce qui m'intéresse avant tout est de piloter

### La crise actuelle va nous aider à libérer des espaces de création

une structure agile et de défendre la qualité de ce que nous faisons, et notamment pour ce qui concerne le design, c'est-à-dire donner du sens à une grammaire graphique. Cela suppose du sur-mesure et dans cette optique nous montons des équipes ad hoc en fonction des projets. En

termes de structure, nous sommes 15 salariés permanents auxquels se rajoutent 5 à 10 CDD suivant les projets. Nous pouvons facilement monter à 50 personnes sur un budget donné.

### Pourquoi l'identité visuelle en mouvement est-elle aujourd'hui si importante ?

Toutes les marques, grâce aux réseaux sociaux, sont désormais en mouvement : elles ont donc besoin de logotypes animés. De surcroît, les marques sont devenues des médias à part entière et peuvent communiquer directement avec leurs publics cibles sans passer par de l'achat d'espace d'un média presse

**GÉDÉON : ANIMER L'IDENTITÉ P1 À 2.**

**EN BREF P2 À 4.**

**APPELS D'OFFRES P5.**

ou une chaîne de télévision. De ce fait, elles peuvent présenter un contenu en direct, ce qui suppose un savoir-faire spécifique – et c'est là où nous intervenons. Il y a d'ailleurs pas mal d'agences de design traditionnelles qui nous appellent pour pouvoir prendre pied dans l'univers de l'identité en mouvement.

### Comment "utilisez-vous" le design ?

Chez Gédéon nous avons une vraie culture des composantes du design, comme la typographie ou l'illustration, tout en ayant la volonté de bousculer les barrières établies. Par exemple, suivant les pays, les codes couleurs ont des significations particulières. La manière de raconter les choses via l'animation d'un logotype influe par conséquent sur sa conception. D'autre part, on fait évoluer les codes graphiques tout en gardant les fondamentaux de la marque permettant à leurs audiences de la décoder. Et puis, il y a cette volonté d'interaction entre les marques et ces audiences, ce qui influe également sur le design des marques.

### Que pensez-vous de la période actuelle ?

Cette période troublée est finalement une assez bonne surprise : malgré une peur ambiante, des restrictions de budgets et un suivisme de beaucoup d'entreprises, pas mal d'opportunités se créent, notamment en matière de design. Par exemple, la créativité a davantage d'espace pour émerger, notamment chez certains clients français ou étrangers qui sont prêts à prendre des risques comme dans le cadre du projet belge Play qui consiste en une association des marques médias de Telenet avec toutes les marques média du groupe SBS. C'est une plateforme pour laquelle nous avons conçu l'identité des neuf marques : télévision, digital et print.

### Comment voyez-vous évoluer votre marché ?

Je trouve que les frontières entre les métiers du design et de la communication sont de plus en plus poreuses. Ces frontières n'ont jamais existé chez Gédéon et je constate que le marché prend la même direction. Nous sommes également dans un monde à 360° et la marque suit évidemment cette tendance. Il faut donc à la fois offrir des outils 360° et en même temps des talents ultraspecialisés. Autrement dit, une vision globale ainsi qu'une expertise sectorielle. Je constate aussi que le consommateur est davantage sensible aux codes du design et qu'il est en demande de sens. Voilà qui nous oblige à maîtriser les codes et à les utiliser avec précaution et intelligence. Et puis, comme je le disais tout à l'heure, la crise actuelle va nous aider à libérer des espaces de création et à mettre en valeur des talents qui ne sont pas sur le devant de la scène aujourd'hui.

### Un message pour terminer ?

J'ai plutôt envie de faire passer des messages positifs en ces temps moroses. Ce que l'on nous demande, c'est d'amener du sens et proposer une forme d'évasion, de rêve. Ce qui n'est pas contraire au fait d'offrir de l'intelligence et surtout à la volonté de ne jamais rien lâcher sur la qualité. Enfin, donner des signes positifs aux jeunes générations, mais pas seulement : comme tout est à construire, il est intéressant de binômer seniors et juniors pour combiner créativité et expertise. ■

## AGENCES ET DESIGNERS

**Le musée du Louvre** a confié au designer **Martin Szekely** la création de mobilier pour ses salles. Après **Pierre Paulin**, **Charlotte Perriand** et **Jean-Michel Wil-**

**motte**, Martin Szekely a conçu un mobilier "qui allie ergonomie, durabilité et intemporalité, signe du lien toujours fécond du Louvre avec la création contemporaine". De nombreux meubles, conçus pour les agents et les visiteurs, d'époques et de natures diverses, sont présents au sein du musée. Certains datent du 19e siècle, d'autres sont signés par des designers renommés du 20e siècle. Les sièges remplacés ne sont pas détruits, mais sont intégrés à une démarche de ré-emploi : ils sont vendus ou donnés à des organismes publics ou à des associations d'utilité publique.

[Plus d'informations.](#)

**Radiante** (groupe Essity), entreprise spécialisée dans la compression médicale depuis 1830, a choisi l'agence **Trapèze**, pour repenser son identité de marque globale. En partenariat avec l'atelier de stratégie **Made-moiselle Mr.**, le travail a porté sur l'identité visuelle, l'univers graphique, le langage de marque, la gamme packaging, le key visual, le shooting mannequin et la charte de communication.

[Plus d'informations.](#)

**Dragon Rouge** accompagne le lancement de la première campagne de recrutement de la **Sécurité Sociale**, portée par l'**Union des Caisses nationales de Sécurité Sociale** (Ucanss). La mécanique de communication est axée "autour des missions des collaborateurs et de leur sens de l'engagement". En 2021, ce sont près de 10 000 personnes que la Sécurité Sociale entend recruter dans toute la France, répartis sur 80 métiers. L'agence a axé son travail sur le constat d'un déficit certain de l'image employeur de la Sécurité Sociale, institution créée en 1945 et qui emploie à ce jour près de 149 000 collaborateurs non fonctionnaires.

[Plus d'informations.](#)

**NewQuest**, agence digitale dédiée à l'accompagnement de ses clients dans la conduite et le développement de projets digitaux et **Datasolution**, agence conseil spécialisée dans la transformation digitale et la mise en place de stratégies e-business, unissent leurs forces "pour devenir un acteur majeur du digital à l'international". Cette nouvelle entité revendique 300 collaborateurs, 15 bureaux dont 6 à l'international et 30 millions d'euros de chiffre d'affaires.

[Plus d'informations.](#)

L'agence **Iconic** poursuit son travail de virtualisation des espaces et des points de vente et propose d'y ajouter l'animation. Cette offre complémentaire constitue logiquement une opportunité pour les marques "de créer de nouveaux points de vente entièrement virtualisés, facilement accessibles, et de renouveler les expériences consommateurs sans les contraintes du monde réel". Un savoir-faire illustré par la carte de vœux de l'agence.

[Plus d'informations.](#)

**Market Value** accompagne la renaissance d'**Anorpal**, une marque familiale et française née en 1972, en créant sa nouvelle identité visuelle, récompensée par le Janus de la marque 2020. L'idée de l'agence était "de créer un symbole sobre, technique et chic. C'est un jeu de lignes et de perspectives qui évoque le A de la marque, les sommets des Alpes ou encore les sommets intérieurs des futurs clients".

[Plus d'informations.](#)

**Gédéon** (cf. interview en page 1) crée "un écosystème de design dynamique" autour de **Play**, la toute dernière marque flamande de divertissement, née de la fusion entre **SBS** et **Telenet**, sociétés de télévision et de télécommunications en Belgique.

L'agence a conçu le logo de Play et celui de toutes ses marques médias ainsi que les identités graphiques et sonores globales des sept principales marques de Play.

[Plus d'informations.](#)

**Namibie** et **Andy** ont remporté la compétition pour accompagner le nouveau positionnement du développeur immobilier **Ceetrus** qui fait le choix "de se réinventer sous une nouvelle marque pour devenir un opérateur immobilier mixte". Les deux agences ont été missionnées pour définir et concevoir une nouvelle marque, son nom, sa plateforme ainsi que son identité graphique et rédactionnelle.

[Plus d'informations.](#)

## INNOVATIONS RETAIL

**HUB Institute** propose de découvrir quelques exemples intéressants de nouveaux lieux de vente physiques :

- **Nike Rise** à Guangzhou : nouveau concept de digital store qui se veut être "un hub interactif alimenté par la data pour inspirer les membres Nike de Guangzhou, et les aider à bouger"
- **Burberry** à Shenzhen : à l'entrée, une box miroitante "réagit aux mouvements du corps et permet une expérience immersive, que l'on peut ensuite partager avec ses proches"
- **lope** à Séoul : des sérums et des masques sur mesure "personnalisés, selon un procédé d'analyse exclusif "à base d'ADN partiel et diagnostic de peau"
- **Automat Kitchen** à Jersey City : les commandes peuvent se faire en ligne, par téléphone ou sur les bornes présentes en magasin, et la nourriture

est réalisée à la demande. Quand la commande est prête, le client reçoit par SMS le numéro du locker et un code de déblocage

- **Lynk & Co** à Amsterdam : créée par Geely, le propriétaire chinois de Volvo, la marque Lynk & Co lance dans quelques mois son concept de SUV à partager. Le SUV compact, hybride ou hybride rechargeable, sera disponible "indifféremment à l'achat, à l'abonnement ou en partage entre quelques proches"
- **Lidl** à Dublin : situé non loin du château de Dublin, Lidl a ouvert un supermarché-musée où une maison pré-Viking et un théâtre du 18e siècle sont mis en scène sous une dalle vitrée
- **Hema XXL** à Shanghai : l'enseigne food d'Alibaba, a ouvert à Shanghai au sein du centre commercial Senlan, son premier magasin-entrepôt, directement inspiré du modèle des américains Cosco et Sam's Club, déjà présents en Chine

[Plus d'informations.](#)

## WORLD DESIGN ORGANIZATION

La **World Design Organization** (WDO) a annoncé son intention de tenir sa **32e World Design Assembly** (WDA) à **Shunde** (Chine) du 29 au 31 octobre. Cet événement de trois jours, qui se tient tous les deux ans, est "une occasion importante pour les dirigeants de l'organisation, ses membres et les parties prenantes externes de discuter des questions clés qui touchent l'industrie, de guider l'avenir de l'organisation et d'explorer les moyens essentiels par lesquels le design peut contribuer à l'agenda du développement international". L'événement sera organisé par le gouvernement populaire Shunde de Foshan en conjonction avec plusieurs événements locaux, à savoir l'expo-

sition mondiale de design industriel de Guangdong 2021 et la semaine du design Shunde. *"Le choix de Shunde est le résultat d'un processus de délibération minutieux, suite à un appel international pour des hôtes l'année dernière. Shunde représente une importante base manufacturière et un centre de design industriel en Chine, où l'on dénombre 1800 entreprises de design industriel dans la région du Guangdong-Hong Kong-Macao (GBA) dont Shunde fait partie"* déclare **Srini Srinivasan**, le président de la WDO.

[Plus d'informations.](#)

## DESIGN VERT

**L'Oréal** veut développer la substitution des matières plastiques par le carton dans l'emballage primaire de ses produits. Les initiatives déjà mises en place avec le fournisseur **Ecologic Brands** pour **Seed Phytonutrients** et **Albéa** vont être étendues à de nouvelles marques. Le groupe compte également sur l'avancée du projet de la start-up **Paper Bottle Company** (Paboco), créée par **Billerudkorsnäs** et **Alpla**, pour doter ses marques de flacons 100% biosourcés, recyclables et biodégradables.

[Plus d'informations.](#)

## DESIGN DANOIS

En mars 2021, **The Mindcraft Project** lancera une nouvelle exposition numérique mettant en avant dix designers et studios danois. L'exposition est conçue par **Wang & Söderström** et dirigée par la **Copenhagen Design Agency**. The Mindcraft Project présentera "un nouveau concept d'exposition numérique avec un design exploratoire et expérimental du Danemark

dans une rencontre entre l'artisanat, l'art, l'architecture et la technologie". **Kristian Kastoft** et **Anders Kongskov**, codirecteurs de la Copenhagen Design Agency déclarent *"nous avons nommé les membres du curatorial board sur la base de leur grande connaissance de la scène du design contemporain danois. Ils ont une connaissance approfondie des domaines du mobilier, de l'artisanat, de l'art, de l'architecture, de la technologie et de l'innovation"*.

[Plus d'informations.](#)

## INITIATIVES

**The Craft Project** promeut et soutient la mobilisation **#sauvonslesmetiersd'art** qui "dénonce la diminution drastique des heures d'enseignement en atelier dans le cadre de la réforme du Diplôme National des Métiers d'Art et du Design (DN MADE)". La pétition sonnante l'alerte et lancée début décembre 2020 par les étudiants de l'école Boule a rassemblé près de 15 000 signatures en moins de deux mois. Pour prolonger cette action, l'association The Craft Project organise un forum en ligne le 6 février, gratuit et ouvert à tous, pour que les étudiants en DN MADE puissent poser toutes leurs questions à des professionnels des métiers d'art dont ils apprennent le métier. Chaque session sera modérée par un professeur de métiers d'art.

[S'inscrire.](#)

## ÉCOLES

Lors du **Digital Event 2021** et de la **Diginight** les étudiants de l'**ESP** et de l'**ESD Bordeaux et Paris**, ont eu l'occasion de présenter "10m<sup>2</sup>", un reportage retraçant 24 heures de leur vie en "mettant à nu leurs

sentiments, exprimant leurs envies de ne pas lâcher et de continuer à se battre pour un meilleur avenir, LEUR avenir". Ce projet "qui se présente sous forme d'un documentaire collaboratif, pour contourner la contrainte du distanciel" a été inspiré de "Life in a day 2020" de Ridley Scott et Kevin Macdonald.

[Plus d'informations.](#)

D'autre part, l'**ESD** lance une nouvelle formation en alternance dès la rentrée 2020-2021 : le **Bachelor Développeur Web** (Bac +3, niveau 6 du RNCP). Objectif : "permettre aux étudiants d'accéder à une formation professionnalisante faisant d'eux des experts 360° pouvant s'adapter rapidement aux évolutions du secteur numérique".

[Plus d'informations.](#)

Le **Design Challenge**, qui a démarré le 29 janvier, est né d'un partenariat entre **ECV France** et **Idean France**. Les étudiants de l'ECV Paris en Mastère Design & Strategy seront confrontés "à diverses problématiques concrètes et devront travailler en collaboration avec les équipes de designers d'Idean sur des concepts innovants de demain".

[Plus d'informations.](#)

Dès la rentrée 2021, un **nouveau Bachelor en Illustration** est proposée par la **HEAD**. L'ambition est "de transmettre un maximum d'outils et de ressources pour permettre aux étudiants de développer un univers visuel et narratif personnel nourri par la pratique et une large culture graphique : outils techniques traditionnels et numériques mais aussi des ressources théoriques et des références transversales – histoire de l'art, cinéma, théâtre, graphisme". Programme sous la responsabilité de **Clément Paurd**.

[Plus d'informations.](#)

## APPELS D'OFFRES

### SOLIDEO

La présente consultation a pour objectif la mise en œuvre de démarches de co-conception et de design de services pour participer à la construction de ce projet de ville que la SOLIDEO ambitionne de mener pour la phase Héritage du Village olympique. Le prestataire sélectionné devra accompagner la SOLIDEO dans la définition puis la mise en œuvre des ateliers. Il s'agira pour le titulaire d'assister la SOLIDEO dans la mise en œuvre de la démarche smart citizens, qui comprend une phase d'innovation ouverte et une phase de réalisation d'un démonstrateur à l'échelle du Village des athlètes. Il s'agira plus particulièrement d'accompagner la SOLIDEO pour les 4 missions suivantes :

1. Lancement de la démarche Smart Citizen ;
2. Animation de la démarche Open innovation ;
3. Structuration juridique de la phase développement ;
4. Suivi du projet en phase développement.

18 rue de Londres, 75009 Paris.  
[marches.publics@ouvrages-olympiques.fr](mailto:marches.publics@ouvrages-olympiques.fr)  
[www.ouvrages-olympiques.fr](http://www.ouvrages-olympiques.fr)  
Date limite de réception des offres le 05 février 2021.

### CAISSE DES DÉPÔTS

Réalisation de prestations design pour les besoins de la caisse des dépôts et pour le compte du Studio Design au sein de la Fabrique, hors plateforme Banque des Territoires.

56 rue de Lille, 75007 Paris.  
[correspondre@aws-france.com](mailto:correspondre@aws-france.com)  
[www.caissedesdepots.fr](http://www.caissedesdepots.fr)

Date limite de réception des offres le 22 février 2021.

## ÉDITIONS DESIGN FAX

Design fax développe une maison d'édition qui s'est donnée pour objectif de publier des ouvrages traitant de tous les aspects du design. Les ouvrages Design fax sont disponibles exclusivement sous format papier et sont imprimés en France.  
[Voir le catalogue.](#)

## OFFRES D'EMPLOI

Les offres d'emploi figurent exclusivement sur le site [design-fax.fr](http://design-fax.fr). Pour faire paraître votre offre (service gratuit pour les abonnés, hors professionnels du recrutement), envoyez votre texte sous format Word à [emploi@design-fax.fr](mailto:emploi@design-fax.fr).

Les abonnements à Design fax s'effectuent selon trois configurations :

1. Vous êtes en cours d'abonnement : vous recevrez par mail un peu avant la fin d'abonnement un rappel de réabonnement avec toutes les informations vous permettant de vous connecter à l'espace abonnements du site Design fax
2. Vous souhaitez vous abonner pour la première fois ou votre abonnement a été résilié : rendez-vous dès maintenant à l'espace abonnements du site Design fax
3. Votre abonnement est géré par une société d'abonnement (Ebsco, Prenax, etc.) : vous n'avez rien à faire car nous prenons directement en charge les formalités

## Design fax

### Fondateur

Jean-Charles Gaté <sup>†</sup>

### Directeur de la publication

Christophe Chaptal  
[christophe.chaptal@design-fax.com](mailto:christophe.chaptal@design-fax.com)

### Veille stratégique

Isabelle Macquart  
[isabelle.macquart@design-fax.com](mailto:isabelle.macquart@design-fax.com)

### Abonnement

Voir les [formules d'abonnement](#)  
Design fax est un service de presse en ligne  
CPPAP 0923 W 93197  
TVA à 2,10% sur les abonnements

### Design fax

SARL au capital de 9150 euros  
Siège social 17 rue Dupin 75006 Paris  
RCS Paris B 398 907 535  
Reproduction et rediffusion interdites

### Nous contacter

Envoyer des informations : [info@design-fax.fr](mailto:info@design-fax.fr)  
Abonnements : [abonnement@design-fax.fr](mailto:abonnement@design-fax.fr)  
Offres d'emploi : [emploi@design-fax.fr](mailto:emploi@design-fax.fr)

### Réseaux

LinkedIn  
Twitter news  
Twitter emploi

### Site

[design-fax.fr](http://design-fax.fr)

