

RENDEZ-VOUS

Claude Parent.

Pour la première fois, des dessins de Claude Parent sont tirés en édition limitée et certifiés, le tout proposé par Desplans. Ces dessins sont également visibles à La Galerie d'architecture au 11 rue des Blancs Manteaux, Paris 4e.

[Plus d'informations.](#)

Museum Connections.

"Museum Connections" rassemblera à nouveau les professionnels de la médiation, de l'optimisation, et de la création de ressources des musées et lieux culturels les 18 et 19 mai à Paris, Porte de Versailles. Ce salon professionnel international a pour objet de "décoder les tendances et innovations pour imaginer les nouvelles expériences de visite".

[Plus d'informations.](#)

Révélations.

"Favorisant les rencontres entre artistes, élèves, jeunes

créateurs, public averti et professionnels du secteur, Révélations constitue un véritable tremplin pour la jeune création." Tous les deux ans, "Révélations" est un rendez-vous dont la vocation est de célébrer la création française et internationale. Pensé et créé par Ateliers d'Art de France, syndicat professionnel représentant les 281 métiers d'art français. Du 10 au 13 juin au Grand Palais Éphémère.

[Plus d'informations.](#)

Albert Cheuret.

La galerie Jacques Lacoste présente un ensemble de créations d'Albert Cheuret, sculpteur d'origine, qui compte parmi les protagonistes du renouveau des arts décoratifs dans les années 1920-30. "Son répertoire formel profondément ancré dans sa pratique de la sculpture traduit sa prédilection pour les motifs animaliers ou floraux stylisés."

[Plus d'informations.](#)

**DESIGN ET BANQUE : UN PLACEMENT SÛR P1 À 2.
EN BREF P2 À 6.
APPELS D'OFFRES P7.**

Design et banque : un placement sûr

CETTE SEMAINE, DESIGN FAX RECONTRE DAVID SERRAULT, HEAD OF DESIGN CHEZ BPCE, DEUXIÈME GROUPE BANCAIRE FRANÇAIS. IL NOUS LIVRE SA VISION DU DESIGN ET NOUS PRÉCISE LES CONTOURS DE SA MISSION DANS CET UNIVERS PARTICULIER QUI EST CELUI DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES.

David Serrault, quel est votre parcours ?

J'ai une formation initiale technique. J'ai un BTS de plasturgie mais je voulais depuis longtemps m'orienter vers le design et ai donc étudié par la suite l'art plastique à l'université. C'était dans les années 2000 et l'internet décollait. Avec mes deux casquettes, art et technologie, j'ai rapidement pu commencer à travailler comme web designer. Je me suis principalement formé sur le tas au début car peu de formations en la matière étaient disponibles. Mon parcours n'est pas linéaire et inclut plusieurs aller-retours entre l'école et l'entreprise : licence puis master multimédia à la Sorbonne, programme de recherche à l'EnsAD, où j'ai eu la chance de rencontrer et d'avoir pour professeurs deux designers très différents et tous deux passionnants, Rémy Bourganel et Étienne Mineur. J'ai travaillé dans plusieurs secteurs en lien avec le digital, agences mais aussi annonceurs comme lastminute.com, Voyages-sncf (aujourd'hui OUI.sncf), Getty Images, PSA et AXA. Depuis trois ans je suis responsable du design chez BPCE, au sein de la Direction de la Transformation Digitale dirigée par Yves Thirode. BPCE est un groupe bancaire mutualiste

qui rassemble des établissements comme Caisse d'Épargne, Banque Populaire ou Natixis.

Pourquoi le design dans une institution comme BPCE ?

BPCE, deuxième groupe bancaire français avec ses 15 marques, son portefeuille de 36 millions de clients et ses 100 000 collaborateurs, avait comme ambition initiale la transformation digitale des points de contacts entre la banque et ses clients. Cela concernait notamment les applications mobiles ou les espaces client des sites internet. Aujourd'hui, le design touche également l'expérience collaborateur, afin de mettre à disposition des outils à la fois mieux conçus et plus performants pour les aider dans leur travail. De façon générale, je crois que c'est en intégrant des designers dans l'entreprise que l'on peut vraiment la transformer.

L'IA prendra une place de plus en plus importante dans nos processus de conception

D'ailleurs, d'autres entités du groupe BPCE se sont inspirées du modèle que nous avons mis en place et ont aussi commencé à intégrer des designers dans leurs équipes. Aujourd'hui, l'enjeu est faire monter le design sur l'ensemble du Groupe et j'ai, à cet effet, créé une organisation transverse appelée Chapitre UX dont la mission est de mettre en place les méthodes et outils communs, de continuer à faire évoluer notre design system, de mesurer systématiquement le retour sur investissement lié au design, de contribuer à la qualification des profils qui interviennent sur les projets et à œuvrer à la reconnaissance du métier de designer en interne.

Plus largement, qu'est-ce que le design apporte aux institutions bancaires ?

Il me semble que les banques ont parfois un peu négligé l'expérience client dans la mise en place des outils digitaux. Souvent perçus comme une alternative aux canaux physiques comme les agences, ces dernières demeurent pourtant très importantes dans la relation de proximité avec nos clients. D'autre part, les banques ont sans doute été parmi les premières industries à mettre en place des systèmes informatiques complexes et cet héritage fait que le secteur évolue lentement. Nous voyons aussi depuis quelques années apparaître de nouveaux entrants comme Revolut, N26, Lydia, Qonto, c'est-à-dire des start-up qui ont conçu dès le départ leur offre en fonction du digital. Je voudrais souligner que, à l'instar de nombreuses industries, les banques de proximité courent le risque d'être désintermédiées par les GAFAs que sont Google, Apple, Facebook et Amazon. Des acteurs qui, au-delà de la concurrence directe bancaire, ont depuis longtemps mis en place des stratégies design dont la qualité a fait monter le niveau d'exigence des clients. Les banques, comme bien d'autres entreprises, ont pris conscience que le design était important pour ce qui concerne leur avenir. Et puis, la Covid a certainement contribué à accélérer la transition vers les outils digitaux. Cela crée une tension que je trouve très positive entre les attentes des clients et la capacité des entreprises – dont la nôtre – à intégrer de nouvelles expertises et à fabriquer des produits digitaux de qualité.

En quoi consiste votre mission chez BPCE ?

Je précise, au préalable, que j'ai créé la première équipe de designers intégrés au sein de BPCE. Mon équipe compte aujourd'hui une quinzaine de designers qui accompagnent dans la durée les ac-

jets digitaux du Groupe. Et les projets digitaux dans une banque sont rarement simples ! Par exemple, la conception du parcours qui vous permet de vous connecter en toute sécurité à votre espace client en ligne est un chantier très complexe qui implique de nombreux interlocuteurs. Ce parcours doit prendre en compte la diversité des clients ainsi que la nature de leur équipement informatique. Il est donc déterminant d'avoir des designers référents pour ce type de projets qui durent plusieurs années. Ils alimentent les équipes en amont avec leur sensibilité, leur empathie, leurs méthodes pour collecter, synthétiser et matérialiser des interfaces. Et ensuite, les tester et les valider afin qu'elles répondent aux besoins des clients, qu'elles soient utilisables et qu'elles aillent dans le sens de l'expérience de marque que l'on souhaite mettre en place. Enfin, le designer s'assure de la qualité de l'exécution du design par les équipes de développement. Aujourd'hui, je partage de plus en plus mon temps entre l'équipe des designers qui interviennent sur les canaux digitaux pour les clients et l'animation du Chapitre UX qui a pour vocation de diffuser le design de façon transverse dans l'entreprise.

Quels sont vos principaux objectifs en matière de design chez BPCE ?

Continuer à faire évoluer Neo, le design system du Groupe BPCE, une plateforme en ligne partiellement ouverte qui documente de manière très pratique les fondamentaux de l'expérience digitale du groupe – avec ses composants et ses briques d'interfaces disponibles sur étagère à destination des designers et des équipes de développement. Le design system permet d'accélérer le design en assurant une qualité et une cohérence dans un esprit de transversalité. Je souhaite également continuer à sensibiliser les ac-

teurs des projets sur l'importance d'intégrer le design assez tôt dans le processus et insister sur l'existence de quelques passages obligés, en particulier le test avec des utilisateurs dans le but de valider l'utilisabilité de tout produit digital intégrant une dimension interactive. Enfin, continuer à identifier ou former des interlocuteurs techniques qui maîtrisent le développement d'interfaces digitales et qui vont contribuer à matérialiser la vision design en collaboration avec les designers. Et bien sûr, assurer une expérience digitale cohérente, de la meilleure qualité possible, qui porte nos valeurs avec, notamment, des interfaces qui permettent au client d'interagir à distance avec sa banque, de façon simple, efficaces et élégante.

Votre vision du design en général ?

En tant que designer, et responsable d'une équipe de designers, j'ai à cœur d'avoir un impact positif sur la vie des gens. Je travaille sur des produits numériques, immatériels, mais je considère que les services qu'ils rendent et l'expérience qu'ils procurent sont tout à fait concrets. J'aime travailler sur des interfaces du quotidien, utilisées fréquemment par de nombreuses personnes, et qui permettent d'avoir plus d'impact. Et c'est aussi l'occasion d'apprendre et de se remettre souvent en question. Le numérique est un matériau passionnant, un domaine qui évolue très vite, avec de nouveaux outils qui apparaissent en permanence. Sur le plus long terme, je crois que l'intelligence artificielle prendra une place de plus en plus importante dans nos processus de conception. Qu'elle soit paramétrique, algorithmique ou générative, je suis persuadé que demain la pratique du design sera très différente. Je crois donc que les designers doivent être dès maintenant très actifs dans le cadre de cette évolution. ■

[Plus d'informations sur Neo.](#)

AGENCES ET DESIGNERS

Notre remarque sur la nouvelle identité de la marque **Peugeot** (cf. Df 1185) a fait réagir **Gilles Deléris**, co-fondateur et directeur de création de **W&Cie**, agence qui accompagne Peugeot dans sa stratégie de branding depuis plus de 20 ans, et notamment pour ce qui concerne les problématiques de déploiement. Gilles précise d'une part que *"ce qui m'a intéressé dans cette nouvelle identité c'est que la marque a su garder une dimension affective forte. Plusieurs grands constructeurs ont revu leur identité avec une très grande sécheresse ou une grande violence et ils se retrouvent dans un branding qui vise prioritairement à répondre à des contraintes d'affichage numérique, ce qui me paraît contestable avec les progrès de la technologie. C'est une vision assez dépassée. Avec la nouvelle marque Peugeot on est sur une marque narrative et légitime. On est sur un continuum. On propose aux fans et aux clients une confiance et une pérennité"*. Gilles souhaite également ajouter que *"il y a plus d'audace dans le fait de revenir à une marque narrative et figurative plutôt que de s'en tenir à une épure minimaliste. Pour moi la nouvelle marque Peugeot est très différente des nouvelles marques automobiles"*. Enfin, Gilles insiste sur les liens entre W&Cie et le **Peugeot Design Lab** *"qui constituent un modèle de collaboration intéressant. Nous avons étendu la nouvelle identité sur l'architecture des concessions et sommes intervenus sur toute la phase de reveal de la nouvelle marque selon la technologie XR"*. Pour terminer, Gilles encourage à aller visiter le site spécifique que Peugeot consacre au branding (lien ci-dessous).

[Plus d'informations.](#)

Restons dans le domaine automobile avec **Renault** qui a également dévoilé plus ou moins officiellement sa

nouvelle identité – flat design de rigueur – à l'occasion d'un spot publicitaire pour la **ZOE**.

Ndlr : on ne sait pas trop si l'annonce de la nouvelle identité de Renault était dès le départ prévue de se faire discrètement ou si c'est l'apparition en fanfare du nouveau logo Peugeot qui a précipité le mouvement. Bref, dans tous les cas cette nouvelle identité est fort sobre (c'est asez à la mode chez les constructeurs, la palme revenant à la marque Volkswagen) et se rapproche du dessin de **Victor Vasarely**, apparu en 1972, sans l'effet 3D basé sur le principe de l'art optique (Op Art) dont Vasarely fut l'une des figures emblématiques.

[Plus d'informations.](#)

La crise sanitaire a déclenché un quart des achats de petit électroménager, secteur qui a connu une croissance de 11% en 2020. **Kim Helmbold**, le directeur du design du **Groupe SEB**, leader mondial du petit électroménager, indique que *"nous avons une équipe créative qui surveille les tendances et capture les signaux esthétiques de la mode, comme de l'habitat et de l'automobile. De là sont déclinés les couleurs, matériaux, finitions appliqués sur les produits qui équipent les cuisines de plus en plus ouvertes sur l'espace d'habitation aujourd'hui"*.

[Plus d'informations.](#)

Ora-ïto a dessiné le vélo **Angell**, issu de la start-up du même nom, créée par **Marc Simoncini**. Assemblé dans l'un des sites français du **Groupe SEB** (dont il est question ci-dessus) Ce vélo à assistance électrique, présenté par son promoteur comme "le plus sûr du monde", est notamment doté d'une console avec écran tactile, de clignotants, d'un détecteur de chute, d'une indication d'indice de pollution et d'un guidage par GPS. Prix de départ de 2 860 euros et prévision de vente de 20 000 unités en 2021. Pour information,

plus de 3,3 millions de vélos ont été vendus en France en 2020, ce qui constitue un record absolu – et c'est 700 000 de plus qu'en 2019.

[Plus d'informations.](#)

Yellow Window a repensé pour **Compin** le design d'un siège de bus. Voici donc le **Neocity**, un siège qui, d'après ses créateurs, est "léger, 100% recyclable, simple à maintenir, confortable, ergonomique, intemporel et élégant".

[Plus d'informations.](#)

Landor & Fitch est intervenu sur le branding et les packaging de **Planet KIND**, une nouvelle marque de rasage et de soins de la peau lancée par **Gillette**. "Les emballages de Planet KIND sont recyclables et fabriqués avec du papier recyclé à 85%, du plastique recyclé à 85% ou de l'aluminium recyclable à l'infini. La gamme comprend également un manche de rasoir fabriqué avec 60% de plastique recyclé".

[Plus d'informations.](#)

Restons dans le concret avec **Tohaa Design** qui propose "des abattants de toilettes design et créatifs" et qui dans cette optique "fait appel à des noms confirmés mais également à des artistes de la jeune scène française et internationale pour signer les œuvres et renouveler les collections. Différents univers et mouvances artistiques sont ainsi représentés : pop art, street art, art abstrait".

Ndlr : cela se confirme, le design est partout.

[Plus d'informations.](#)

Brand Brothers crée l'identité visuelle de **l'Union des Librairies Musicales**, association des producteurs et éditeurs de librairies musicales. Cette instance regroupe les professionnels de la musique pour les pro-

jets audiovisuels. L'agence a développé une nouvelle identité visuelle ainsi qu'un système graphique évolutif "basé sur la force des mots autant que sur du langage visuel".

[Plus d'informations.](#)

ManÉcho a conçu la nouvelle identité ainsi que les packagings pour **Les galettes d'Anette**, la gamme bio de **La Mère Poulard**.

[Plus d'informations.](#)

"Dans un contexte de développement de l'eco-responsabilité dans le monde de la beauté et des cosmétiques (cf. la tendance Clean Beauty)", **Bronson** collabore avec **Garnier** et conçoit le packaging de **Garnier Eco Pads** : des disques démaquillants en microfibres, réutilisables jusqu'à mille fois.

[Plus d'informations.](#)

TENDANCES

Mintel, "première agence mondiale de renseignements sur les marchés" a annoncé les tendances de consommation qui devraient impacter les marchés en 2021:

- Santé à définir : la conscience du bien-être est au premier plan dans l'esprit des consommateurs mais il n'y a pas de manuel qui explique comment faire pour autant. Les marques ont la responsabilité et la possibilité de fixer de nouvelles règles
- Autonomisation collective : les consommateurs du monde entier s'expriment haut et fort dans la lutte pour l'égalité, le pouvoir et les droits
- Nouvelles priorités : les consommateurs souhaitent revenir à l'essentiel avec davantage de flexibilité concernant les biens et une redéfinition du terme de propriété

- Sentiment de communauté : les consommateurs se rassemblent au sein de communautés partageant les mêmes idées afin d'être en contact et de se soutenir mutuellement notamment en raison des répercussions de la pandémie
- Vies virtuelles : la séparation physique due à la pandémie, le besoin accru d'évasion et l'amélioration de la technologie orientent les consommateurs vers des expériences numériques
- Espaces durables : COVID-19 a modifié de manière subtile mais significative la prise de conscience des consommateurs quant à notre rapport avec les espaces dans lesquels nous évoluons, accélérant ainsi la demande de durabilité
- Dilemmes numériques : bien que les avantages d'une vie plus connectée soient légion, les inquiétudes quant à ses effets négatifs mettent les consommateurs dans une situation délicate

Ndlr : comme toujours, ces études sont intéressantes, mais d'un autre côté aboutissent souvent aux mêmes conclusions. Ce qui est à la fois rassurant et lassant. Rassurant parce que tout le monde paraît d'accord. Inquiétant car cette uniformité apparente dans les besoins, attentes et craintes du consommateur laisserait à penser que le monde suit une voie toute tracée. Or, nous savons bien que ce n'est pas tout à fait la réalité...

[Plus d'informations.](#)

Dover Street Market, qui d'après le journal **Vogue** est "le concept store mode le plus pointu du monde", s'installe à Paris. Après une première boutique implantée à Londres en 2004 puis New York, Tokyo, Singapour, Pékin et Los Angeles, le Dover Street Market ouvrira les portes d'un "nouvel hot spot mode parisien" début 2021, consacré "à une sélection pointue de designers émergents". Dover Street Mar-

ket a été imaginé par **Rei Kawakubo** (créatrice de la marque **Comme des Garçons**) et **Adrian Joffe**.

[Plus d'informations.](#)

CULTURE DESIGN

La **Cité du design** et le **Centre national des arts plastiques** (Cnap) "qui partagent les mêmes valeurs de service public et les mêmes engagements pour une qualité artistique et scientifique du meilleur niveau, signent un accord pour travailler en commun à la valorisation et à la diffusion de la culture design. Ensemble, ils initieront des projets communs de diffusion du design grâce à l'apport de leurs expertises respectives, la circulation et le prêt d'œuvres, l'échange et la conception partagée d'expositions. Ils nourrissent l'ambition de l'ouverture de la Galerie nationale du design au sein du quartier créatif Cité du design, à Saint-Étienne, à l'horizon 2023 avec pour vocation la valorisation du design contemporain français. L'accord prévoit par ailleurs, "la mise à disposition d'œuvres du Fonds national d'art contemporain pour enrichir les expositions temporaires de la Cité du design. La Cité du design et le Cnap faciliteront ensemble la circulation en France, et à l'étranger, d'expositions présentées lors d'éditions de la Biennale Internationale Design Saint-Étienne".

Ndlr : on a un peu de mal à suivre, à vrai dire. Galerie nationale du design ? Encore une nouvelle structure ? L'objectif affiché est de "travailler en commun à la valorisation et à la diffusion de la culture design". C'est-à-dire ? Qu'entend-on exactement par "culture design" ? Nous serions désireux d'avoir quelques éclaircissements sémantiques, préalable indispensable à un débat qui promet d'être des plus intéressants...

[Plus d'informations.](#)

APPELS À PROJETS ET À CANDIDATURES

La **Chambre de commerce et d'industrie de Paris** lance la 7e édition du prix **Paris Shop & Design** qui "récompense les initiatives les plus innovantes en matière de design des espaces de vente à Paris : commerces et services de proximité, cafés, hôtels et restaurants". Avec ce prix, la CCI Paris "souhaite sensibiliser les commerçants parisiens en démontrant par l'exemple que le design apporte une authentique valeur ajoutée à leur activité".

Dépôt des candidatures jusqu'au 21 mai.

[Candidater.](#)

L'éco-organisme **Valdelia** et **Atelier Extramuros** lancent un programme autour de l'upcycling baptisé **Révolutions**. Destiné aux acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS), cet accompagnement "sur-mesure et à la carte" permettra une transmission de compétences autour de l'upcycling. Peuvent postuler les structures qui :

- Ont une activité existante de réemploi/réutilisation de mobilier, idéalement de mobilier professionnel
- Disposent d'un atelier bois
- Ont un projet de commercialisation autour de l'upcycling, par exemple en s'appuyant sur des distributeurs de mobilier locaux
- Démontrent leur motivation et leur capacité à participer à l'ensemble du programme d'accompagnement, notamment en désignant une ou plusieurs personnes référentes
- Appartiennent au champ de l'Économie Sociale et Solidaire et en partagent les caractéristiques essentielles

Dépôt des candidatures jusqu'au 31 mars.

[Candidater.](#)

La **Ville de Saint-Malo** souhaite soutenir la création artistique en mettant à disposition, pendant la saison estivale, un atelier d'artistes avec logement au sein du **Parc de la Briantais**. Cet appel à candidatures s'adresse aux artistes du domaine des arts visuels. Les objectifs de cette démarche municipale sont les suivants :

- Mettre à disposition des artistes un espace de création dans un environnement naturel et au cœur du patrimoine malouin
- Permettre aux artistes de séjourner à Saint-Malo pendant leur temps de création
- Soutenir et diffuser la création artistique à Saint-Malo
- Faciliter les échanges entre les artistes et le public
- Offrir aux artistes une visibilité auprès de tous les publics

Dépôt des candidatures jusqu'au 30 avril.

[Candidater.](#)

Etalab, programme à la **Direction interministérielle du numérique**, ouvre son cinquième appel à candidatures. Le programme recherche jusqu'à cinquante profils data, dev, design et en droit du numérique extérieurs à l'administration. Regroupés en équipes de deux ou trois profils, ils viendront contribuer pendant 10 mois à l'amélioration du service public en immersion dans une administration, à partir de septembre 2021.

Dépôt des candidatures jusqu'au 2 mai.

[Candidater.](#)

La **Région Île-de-France**, en partenariat avec huit **PEPITE** (Pôles étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat) franciliens et **Schoolab**, propose aux étudiants créant une start-up de suivre un programme d'accompagnement : **PEPITE Start'up Île-**

de-France. L'appel à projets est ouvert aux étudiants ayant un projet de création de start-up et les heureux récipiendaires auront accès "à un réseau d'entrepreneurs vivant la même aventure que vous, à des experts et mentors (entrepreneurs, VC, Business Angels, etc.) pour vous challenger et vous coacher, à des ateliers pour monter en compétence et bien sûr, vous bénéficierez d'un espace de travail dédié à Station F". Une aide sera proposée consistant en la "prise en charge d'une partie du coût du programme ramenant la participation financière à 100 euros par mois pour chaque membre de l'équipe (le coût est réduit à 50 euros par mois pour les étudiants boursiers).

Dépôt des candidatures jusqu'au 24 mars.

[Candidater.](#)

ÉCOLES

QS World University Rankings classe **ENSCI - Les Ateliers** au 22e rang dans la catégorie **Art & Design** ce qui lui permet de figurer comme la mieux classée des écoles françaises. Aux cinq premières places figurent **Royal College of Art, University of the Arts London, Parsons School of Design at The New School, Rhode Island School of Design (RISD)** et **Massachusetts Institute of Technology (MIT)**.

[Plus d'informations.](#)

Francetélévisions a lancé la chaîne éphémère **Culture-Box** le 1er février dernier. Cette scène virtuelle a pour ambition de soutenir les artistes face à la crise sanitaire et à la fermeture des salles de spectacles et de concerts, des festivals, des musées. CultureBox a été lancée en une dizaine de jours seulement et **Gédéon** en a conçu et produit toute l'identité (en 7 jours). Par-

mi les idées créatives proposées par l'agence, il y avait celle de lancer un concours auprès d'étudiants en écoles d'art et plus spécifiquement en graphisme animé (motion design). Dans la droite ligne du projet CultureBox, "la volonté était d'offrir aux étudiants un espace d'exposition à leur créativité". Ce concours s'est accompagné de workshops en ligne animés par les équipes créatives de Gédéon. Des rencontres imaginées avec les écoles pour s'intégrer aux programmes pédagogiques de celles-ci. En quatre semaines, Gédéon a reçu plus d'une centaine de projets des élèves des écoles **Gobelins, LISAA, ENSAAMA, Estienne, ECV Paris et ECV Bordeaux**. Les 22 meilleurs projets sélectionnés par le jury (**Stéphen Harlé, Nicolas Famery, Lazare Bessière, Pauline de Decker, Églantine Guitard et Emmanuelle Lacaze**) seront diffusés sur l'antenne de CultureBox à partir du 10 mars.

[Plus d'informations.](#)

Les étudiants en première année de Mastère de l'**ECV Digital Paris** ont collaboré avec **Offishall** lors de la **Creative Technology Week** sur le sujet **The Work Revolution**. Dans le cadre de cet évènement, les étudiants ont eu pour mission de se constituer en agence et de développer "une stratégie de marque référente et incontournable". Objectif : guider et aider les entreprises dans la transition et la révolution de leur mode de travail.

[Plus d'informations.](#)

À la rentrée 2021, l'**École Supérieure de Design de Troyes - YSCHOOLS** dispensera un nouveau diplôme **Assistant Designer Web**, labellisé FSS (Formation supérieure de spécialisation) par le ministère de l'Enseignement, de la recherche et de l'innovation (MES-RI). Il s'agit de l'une des premières formations courtes

de ce type "afin de faciliter l'insertion professionnelle des étudiants directement après l'obtention du diplôme".

[Plus d'informations.](#)

Le campus numérique du **Digital College**, école membre du **Collège de Paris**, qui forme "les experts de la stratégie digitale et les créateurs du futur", se développe avec l'ouverture de trois nouveaux programmes accessibles en format 100% distanciel et en alternance : un **Bachelor 3 Chef de Projet digital**, un **MS2 Communication digitale et e-influence** et un **MS2 Start-up management et E-Commerce**.

[Plus d'informations.](#)

PODCASTS

CBA présente un nouvel épisode de son podcast **Empreinte Utile** avec **Salim Lahlou**, fondateur de **Baobab Lab**, start-up de la foodtech qui a pour ambition "d'agir en faveur du mieux-manger en entreprise avec un service de cantine connectée zéro déchet".

[Écouter.](#)

WEBINAIRE

Le **Design Spot** propose le 11 mars à 14h un webinaire sur les relations entre design et sémiotique, avec la participation du sémioticien **Samuel Grange**. "La sémiotique est l'étude des signes dans toutes leurs formes, visuels ou verbaux, de leurs usages et de leur interprétation. En entreprise, l'étude sémiotique permet de définir la stratégie de communication, de cibler son public et d'améliorer le positionnement et l'image d'une marque ou d'un produit.

Elle est notamment employée pour la conception de logotypes, packaging et créations publicitaires. À l'occasion de cette intervention, Samuel Grange expliquera ce qu'est la sémiotique, comment elle est appliquée aux enjeux d'innovation et de design et comment les designers peuvent s'en emparer."

[S'inscrire.](#)

À LIRE

Azimuts, revue de recherche en design fondée en 1991 à Saint-Étienne, présente son numéro 52, **Pandémie, Post-croissance et design**. "C'est dans un contexte sans précédent que la revue Azimuts, publiée par l'Esadse (École supérieure d'art et design de Saint-Étienne) a invité des chercheurs à faire état de leurs travaux et réflexions pour ce numéro. En dedans et en dehors de leurs cadres et champs d'investigation habituels, ils livrent une documentation sensible et critique d'un réel en suspens du fait de la pandémie. Le virus, ainsi que sa mise en scène mondiale et sa voracité pour les populations humaines, comme prétextes pour expérimenter des formes collectives d'enregistrement et d'analyse des processus sociaux et culturels vectorisés en conséquence de la pandémie, est au centre de ce numéro."

[Plus d'informations.](#)

Lundi 08 mars 2021

Design fax 1186

APPELS D'OFFRES

MUSÉE DU LOUVRE

En septembre 2021, le Louvre ouvrira le Studio. L'esprit général recherché pour l'aménagement de cet espace contemporain est un mobilier design et esthétique en adéquation avec l'architecture moderne. Ce mobilier est destiné à des publics variés et devra répondre aux exigences esthétiques de ce nouveau lieu à l'agencement contemporain, tout en répondant aux exigences actuelles en matière d'ergonomie, d'hygiène et de durabilité. Il devra être solide, confortable, avec un réassort possible. Il présentera des qualités de design recherchées. Il devra répondre à des critères de taille précis pour s'intégrer dans les espaces, précisément dessinés. Il devra participer à une ambiance qui est souhaitée ludique et colorée.

Direction Financière, Juridique et des Moyens, Sous-direction juridique et de l'achat public, Service de la commande publique, 75058, Paris Cedex 01.

thomas.combret@louvrefr
www.louvre.fr

Date limite de réception des offres le 1er avril 2021.

COMMUNE DE BOURGOIN-JAILLEU

Refonte complète du site internet de la ville de Bourgoin-Jallieu.

Vincent Chriqui, Maire de Bourgoin-Jallieu,
1 rue de l'Hôtel de Ville, CS 62010, 38307

Bourgoin-Jallieu Cedex.
20 rue du Lac, CS 33569, 69505 Lyon.
marchespublics@bourgoinjallieu.fr
www.bourgoinjallieu.fr

Date limite de réception des offres le 26 mars 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. 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.

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[†]

Directeur de la publication

Christophe Chaptal
christophe.chaptal@design-fax.com

Veille stratégique

Isabelle Macquart
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
Abonnements : abonnement@design-fax.fr
Offres d'emploi : emploi@design-fax.fr

Réseaux

LinkedIn
Twitter news
Twitter emploi

Site

design-fax.fr

