

RENDEZ-VOUS

OVNi.

En 2020, OVNi s'est associé au Musée des Arts Asiatiques de Nice afin de proposer "Virus Becoming" de Shu Lea Cheang et "Dialogues" de Mai Ling. Du fait de la crise sanitaire, ces deux expositions sont disponibles sous format virtuel, n'ayant pu avoir lieu comme prévu sous format traditionnel.

[Plus d'informations.](#)

Cartier et les arts de l'Islam.

Du 21 octobre au 20 février, le Musée des Arts Décoratifs présente "Cartier et les arts de l'Islam. Aux sources de la modernité", exposition coproduite par le Musée des Arts Décoratifs et le Dallas Museum of Art, avec la collaboration du musée du Louvre et le soutien de la Maison Cartier.

[Plus d'informations.](#)

Urban Week à Paris La Défense.

Durant 5 jours, du 22 au 26 septembre, le Parvis de

Paris la Défense sera, pour la 8e édition, "la toile de fond de la street culture où l'art de la rue trouvera toute son expression artistique". Au cœur du parvis de La Défense, au pied de la Grande Arche et face au CNIT et au centre commercial Westfield Les 4 Temps, de 5 000 à 7 000m² d'espaces seront consacrés au street art en live.

[Plus d'informations.](#)

La donation d'art brut de Bruno Decharme.

Le Musée national d'art moderne (Mnam-Centre Pompidou) s'enrichit de l'acquisition de 921 œuvres de 242 artistes de la collection d'art brut de Bruno Decharme. Une salle permanente consacrée à cette donation, et dont le contenu fera l'objet de rotations tous les six mois pour tenir compte des contraintes de conservation, ouvrira le 23 juin au niveau 5 du Musée national d'art moderne.

[Plus d'informations.](#)

L'Institut Français du Design

CETTE SEMAINE, DESIGN FAX INTERVIEW ANNE-MARIE SARGUEIL, PRÉSIDENTE DE L'INSTITUT FRANÇAIS DU DESIGN (IFD), QUI NOUS PARLE DE SON INSTITUTION, DES JANUS AINSI QUE DE SA VISION DU DESIGN.

Anne-Marie Sargueil comment allez-vous et comment se porte l'IFD ?

Bien, en dépit des circonstances parfois dramatiques que beaucoup d'entre nous avons vécues. Je dors peu et je sais surtout pourquoi je me lève le matin. Ce que je fais est passionnant avec cet équilibre permanent à trouver entre intérêt général et services aux partenaires qui nous financent et nous font confiance. Le modèle de l'IFD est en quelque sorte inversé par rapport aux schémas traditionnels : nos clients (le jury) viennent bénévolement et nos partenaires (les entreprises) nous soutiennent financièrement. Je tiens

à rappeler que nous ne touchons pas de subventions – je n'en demande d'ailleurs pas. De toute façon, comme nous avons beaucoup d'entreprises d'une certaine taille parmi les bénéficiaires du Janus, cela fait que les subventions ne nous sont pas spécifiquement destinées. Ceci étant dit, l'Institut existe depuis 1951 avec une vision d'arbitrage commun pour tous les labels du Janus – les 5 E – qui font référence aux lois de Jacques Viénot (ndlr : le fondateur de l'IFD, voir en fin d'interview) : la dimension économique ; la dimension ergonomique (IHM) ; la dimension esthétique, qui va bien entendu au-delà du joli – ce n'est pas pour rien que les An-

glais parlent d'agréabilité ; la dimension éthique, qui inclut la composante environnementale ; et enfin, la dimension émotionnelle – synthèse de tous les critères. Je voudrais aussi parler des différents labels du Janus : quand je suis arrivée à l'Institut en 1984, la première chose que j'ai faite est d'écouter les professionnels. Ils ont voulu un nouveau nom (ndlr : l'Institut Français du Design s'appelait à l'origine l'Institut d'Esthétique Industrielle). Après, il n'y a pas que le produit, il y a aussi les gens, et c'est pour cela que nous avons créé tous ces Janus : de la Santé, de la Cité, du Commerce, de l'Étudiant et ainsi de suite.

Le design est bon pour la société et donc pour le futur, c'est une évidence

cennie et surtout célébrer la mémoire de Jacques Viénot en opérant une synthèse entre 1951 jusqu'à 2030. Et comme pour raconter une histoire il faut se rapprocher de designers qui savent raconter des histoires, je suis allée rencontrer des designers tels Frédéric Messian ou François Hannebicque et avons convenu d'un lieu extraordinaire – que je ne peux dévoiler pour l'instant – pour célébrer cette synthèse qui aura lieu durant la Paris Design Week. À ce propos, je lance un appel à tous les designers pour qu'ils me disent ce qui a marqué leur vie et influencé leur pratique pour que nous en parlions à ce moment-là. Je pense à une fresque portée par les

Un évènement est en préparation, semble-t-il ?

Cette année les Janus ont 70 ans. Mais je ne veux pas fêter ces 70 ans, et pourtant je ne veux pas passer à côté d'un tel anniversaire. Alors, nous allons parler de la huitième dé-

**L'INSTITUT FRANÇAIS DU DESIGN P1 À 2.
EN BREF P2 À 5.
APPELS D'OFFRES P6.**

Lundi 21 juin 2021

Designfax1201

images, les écrits des designers ainsi que les faits socio-culturels majeurs qui ont couvert ou couvriront cette période 1951-2030.

Pourquoi autant d'instances représentatives du design en France ?

Alain Carré m'a dit un jour que nos métiers étant très ouverts, il fallait alors faire venir des acteurs qui n'étaient pas issus du seul design industriel : branding, packaging, etc. Mais cette réunion a donné lieu à quelques heurts et a finalement marqué la naissance de l'ADC qui a regroupé les grosses agences. J'ai voulu rassembler, mais cela ne s'est pas passé tout à fait comme prévu. Cela dit, une pluralité d'instances représentatives n'est pas une si mauvaise chose. Je pense qu'il faut davantage de forces centripètes et non centrifuges – autrement dit s'ouvrir à l'extérieur et non se renfermer. Mais les vraies divisions sont plutôt venues des pouvoirs publics : ainsi, le design vu par la Culture favorise un design d'auteur. Et quand le design est géré par le ministère de l'Industrie, les designers sont souvent considérés comme une espèce à part. Pour ce qui nous concerne spécifiquement, nous avons longtemps été opposés à l'AP-Cl, et réciproquement. Mais aujourd'hui, je dois dire que les choses ont changé. Nous travaillons en bonne intelligence.

Votre vision du design français ?

Nous ce que nous voyons sont surtout des gens qui font du design. Ce sont eux qui viennent nous voir. Et on ne voit que des gens fiers et heureux, sinon ils ne viendraient pas postuler pour un Janus. Ce qui me frappe aujourd'hui est que le designer est très impliqué dans le bénéfice économique de son client et que ce même client parle de plaisir et de séduction. Il y a presque un échange des rôles. Finalement, on

pourrait représenter le design comme un couple formé par le designer (externe ou intégré) et l'industriel. C'est ce que j'appelle la vraie intelligence collective du design, celle qui veut qu'il n'y ait pas de solutions non valides sur le plan économique et pas de modèles économiques qui ne soient séduisants. Autre évolution notable : on parle beaucoup de co-design. Dans cet esprit, je trouve, par exemple, très intéressant ce qu'a fait la société Cobrane qui a observé que dans les usines il fallait une caisse à outils pour transporter du matériel. Ils ont conçu un véhicule électrique à trois roues destiné à la mobilité des techniciens de maintenance et au transport de leur outillage. Puis ils sont allés voir l'agence de design Blanc Tailleur. Le tandem a rencontré Facom qui a acheté le concept, le fabrique et le distribue aujourd'hui. Voilà ce qui est pour moi une belle illustration de l'intelligence collective : travailler ensemble à une question qui n'a pas été posée mais qui pourtant répond à un besoin. Dans le même esprit de co-construction, je pense à l'initiative des frigos solidaires qui a reçu le Janus du Design civique. Ces frigos, placés devant divers établissements – commerces, restaurants, associations – sont remplis par les commerçants et habitants et mis à la disposition des plus démunis. Ou encore, la démarche de Merci Raymond qui consiste à végétaliser les espaces urbains avec un impact humain, économique et écologique, et à qui nous avons attribué le Janus de la Cité. Enfin, je voudrais indiquer également que les start-up s'inscrivent de plus en plus aux Janus, à l'image d'Eraole qui a conçu un avion à traction électrique multi-hybride, alimenté par des énergies renouvelables et qui a reçu un Janus de la Prospective. En bref, ma vision du design français transparait au travers celle des Janus : il doit être bon pour tout le monde – pour l'IFD, pour le designer, pour les entreprises et pour le bien commun.

Un message pour terminer ?

À l'IFD on est dans le temps long et pour l'intelligence collective. Dès le départ, je me suis rapprochée d'un design qui veut s'intéresser à la vie des gens. Le design est bon pour la société, c'est une évidence. Autrement dit, le design est bon pour le futur. Et puis, il faut préparer les designers de demain à être les prochains responsables politiques de terrain. Dans ces conditions, qui pourrait ne pas aimer le design ? ■

JACQUES VIÉNOT ET L'IFD.

Jacques Viénot (1893-1959), designer français, est l'une des figures majeures du mouvement de l'esthétique industrielle, concept qu'il a inventé, entouré de 400 dirigeants industriels. En 1949, Jacques Viénot crée le premier cabinet de design, Technès. Il est le fondateur en 1951 de l'Institut d'Esthétique Industrielle qui deviendra en 1984 l'Institut Français du Design. L'institut organise les premières sélections de produits et se dote de la marque "Beauté France". Sous l'impulsion du ministre du Commerce, Beauté France devient un label par arrêté ministériel du 13 novembre 1953 et est rebaptisé "Beauté Industrie" en 1965. En 1972, "Beauté Industrie" devient "Formes et Industrie", label français d'esthétique industrielle parrainé par le ministre du Commerce extérieur. ■

Sources : Wikipédia et IFD.

AGENCES ET DESIGNERS

Shortlinks a collaboré avec **St Hubert** sur sa nouvelle gamme de desserts végétaux du rayon ultra-frais. "Une nouvelle identité inspirée de la ten-

dance hercier-botanique, revisitée au goût du jour par les narrative designers de l'agence." Pour St Hubert le changement n'est pas uniquement graphique car la marque propose un nouveau format : des pots individuels ou familiaux en carton 100% recyclables.

[Plus d'informations.](#)

Sub design a accompagné la marque **Babybio**, présente depuis plusieurs années sur le marché alimentaire, pour développer une nouvelle offre de cosmétiques soin bio pour bébé, en magasins spécialisés et en pharmacie/parapharmacie. La création de cette nouvelle identité a pour objectifs de "créer une identité forte à la fois en lien avec l'alimentaire mais également avec les propres codes de Babybio dans le but de délimiter les territoires des deux offres ; revendiquer de façon précise le bio et l'origine des ingrédients ; rassurer via des codes cosmétiques qui légitimeraient la marque Baby Bio dans ce même univers".

[Plus d'informations.](#)

Le **Groupe Hésus**, "partenaire GreenTech des chantiers", a fait appel à **Moswo** pour penser son nouveau siège social à Ivry-Sur-Seine. "Le concept, basé sur les valeurs du Groupe s'est développé autour d'une ligne directrice combinant éco-conception et économie circulaire."

[Plus d'informations.](#)

DA Designers Associés a collaboré avec **Air Liquide Healthcare** sur le projet **Oyan**, "nouvelle gamme de bouteilles avec mano-détendeur intégré munie de fonctionnalités centrées sur l'utilisateur et profondément ancrées dans la réalité des soins apportés aux patients".

[Plus d'informations.](#)

Maggi a choisi **Lonsdale** pour lancer deux nouvelles gammes de produits "ciblant tous ceux ayant l'envie de manger bien, bon et fait maison". Dans ce contexte, l'agence a développé deux nouveaux concepts d'aide à la cuisine – de la stratégie au packaging – avec comme enjeu particulier de toucher une double cible : "d'une part, les débutants n'ayant aucune compétence en cuisine et ayant grand besoin de conseils, et d'autre part, les cuisiniers aux compétences simples en quête de temps et d'inspiration".

[Plus d'informations.](#)

CBA a souhaité "réaffirmer son positionnement, sa mission et ses valeurs" via la redéfinition "de sa plateforme de marque, de son territoire graphique et de l'expérience client sur le digital". Résultat : "un nouveau discours et un nouvel écosystème digital alliant sens et performance, à la hauteur des convictions de l'agence. L'idée était de pouvoir créer "un écosystème design identitaire flexible pour que chaque agence puisse le personnaliser à l'instar des influences culturelles propres à chaque pays".

[Plus d'informations.](#)

Production Type lance non pas une fonte mais une gourde, la **Enduro Sports Bottle** : capacité de 875ml, matériau Eastman Tritan sans BPA, construction à paroi unique, couvercle à visser, lavage à la main uniquement, hauteur 205mm, diamètre 85mm.

Ndlr : voilà une diversification amusante et qui en même temps met en valeur la typo.

[Plus d'informations.](#)

"La raison d'être de **Midnight Trains** est simple : faire du train de nuit le moyen de transport le plus confortable et le plus durable de son temps, en développant essentiellement le premier hôtel sur rails."

Yellow Window participe à cette entreprise de revitalisation des trains de nuit en proposant "la réinvention d'un produit plus que centenaire à travers un design qui combine une nouvelle expérience de voyage, l'adoption d'une identité affirmée et l'intégration des contraintes ferroviaires".

[Plus d'informations.](#)

"Pour inscrire la marque dans l'époque et valoriser ses engagements RSE", **d'Artagnan**, a accompagné **Tropicana** dans son évolution de packagings "sans renier pour autant les attributs qui ont fait succès de la marque : l'origine de ses produits, la fraîcheur et la simplicité de leur expression".

[Plus d'informations.](#)

Evian lance sur le marché US une gamme d'eau pétillante aromatisée, renforcée en zinc et magnésium. Dénommée **Feed Your Mind**, son identité packaging a été conçue par **Bronson**. Enjeu : "traduire de manière rupturiste les bénéfices de cette innovation, tout en respectant les valeurs de la marque : premiumness, pureté et qualité".

[Plus d'informations.](#)

À l'issue d'une compétition réunissant trois agences, **Inoui Design** a remporté la refonte de l'identité globale d'**Équilibre & Instinct**, la marque de petfood premium du groupe **La Normandise**. L'agence "pilote le repositionnement stratégique de la plateforme de marque, la création de l'univers de marque et le lifting ds packagings". Le relancement de la marque sera révélé courant septembre.

[Plus d'informations.](#)

Sweet Spot a été choisie par la marque de planches de surf **Nomads Surfing** pour l'accompagner dans

la définition de sa plateforme de marque. Pour illustrer ce positionnement, Nomads Surfing et l'agence ont imaginé "une œuvre artistique géante, déployée dans le centre de Bordeaux" réalisée par l'association **Vortex-x**.

[Plus d'informations.](#)

Upcycle a demandé à **Carré Noir** de doter sa marque d'une nouvelle identité visuelle "à la fois plus simple et plus iconique, pour mieux inciter chaque citoyen, en tant que particulier ou en tant que professionnel, à s'engager dans le monde d'après". Le nouveau logotype, inspiré de la nature, "a pour couleur dominante le Up'Marron, en référence à la terre et au compost. Sa typographie, simple et généreuse, rend l'identité optimiste et facilement reconnaissable". La marque se dote également d'un emblème, "le Bonh'Up, qui fait du Y de Upcycle un personnage souriant et énergique. Associé à la couleur Up'Rouge, il incite chacun à agir, à valoriser ses biodéchets pour produire du compost".

Ndlr : allez up !

[Plus d'informations.](#)

CRYPTODESIGN

Apparus en 2018, les NFT (des titres de propriétés virtuels) connaissent un essor fulgurant. En 2020 l'art crypto représentait 52 millions de dollars avec 53 000 œuvres vendues par les cinq plus grosses plateformes. Aujourd'hui, le marché explose : au 1er trimestre 2021, il a atteint 1,5 milliard de dollars avec plus de 150 000 œuvres vendues rien qu'en mars. Bref, le marché du "NFT artistique" a été multiplié par 10 en quelques mois. Tout le monde s'engouffre dans la brèche : leaders d'opinion (reconnus ou au-

toproclamés), célébrités, marques. C'est dans ce contexte que la start-up française **Coinception** souhaite proposer des œuvres d'art issues du branding. "Il s'agit de synthétiser l'univers d'une marque dans une œuvre graphique numérique, certifiée unique. Concrètement, sur une même plateforme, sont réunis des clients désireux de traduire visuellement l'essence même de leur marque dans une œuvre digitale NFT certifiée unique et d'autre part une communauté de talents créatifs étroitement sélectionnés (artistes, graphistes, illustrateurs)."

Ndlr : pas très clair tout ça, ce qui fait que nous ne pouvons nous empêcher d'être un tantinet sceptique. D'autre part, nous pensons que rien ne vaut une bonne vieille œuvre d'art physique, surtout quand on la paie très cher...

[Plus d'informations.](#)

DESIGN ENTREPRENEURS

SQY Cub, l'**UVSQ** et l'**Estaca** organisent le 24 juin une journée consacrée à l'**entrepreneuriat étudiant/chercheur**. Au programme : Startup Game, atelier design, échanges avec des start-up, etc. La matinée est réservée aux étudiants de l'UVSQ et de l'Estaca, qui pourront au travers d'un Startup Game animé par **Matrice**, "définir et prototyper un projet entrepreneurial innovant sur le thème de l'accessibilité des villes, en particulier en prévision des JO 2024". L'après-midi permettra de découvrir grâce au Design Spot comment "le design peut rendre un projet d'innovation singulier et unique, et pourquoi prendre soin de l'ADN d'une marque, vitrine de votre projet". Animation de **Vincent Créance** et **Yoann Montenot** du Design Spot.

[Participer.](#)

DESIGN AUX ENCHÈRES

Le 1er juillet, le département Design de la maison **Aguttes** présentera une vente consacrée au design du 20e siècle européen : Art nouveau, design italien de l'après-guerre, arts du feu, objets décoratifs, art déco, design de la Reconstruction.

[Plus d'informations.](#)

DESIGN ENQUÊTES

Afin de permettre de mieux comprendre "l'état actuel de l'industrie du design", le **Cercle des jeunes designers** de la **WDO** (World Design Organization) lance une enquête sur la représentation des sexes. "Les données anonymes recueillies contribueront à informer une variété d'initiatives visant à soutenir les designers dans leur travail quotidien."

Jusqu'au 30 juin.

[Répondre.](#)

CONCOURS ET APPELS À CANDIDATURES

Créé en 2008, le **Prix Levallois** récompense les meilleurs photographes de moins de 35 ans de toutes nationalités. Le prix n'impose ni thème ni format, seule la qualité de l'écriture compte dans la sélection des artistes. Les photographies des trois auteurs récompensés seront présentées lors d'une exposition au sein des Salons d'Honneur de l'Hôtel de Ville de Levallois, en octobre 2021. Le lauréat reçoit une dotation de 10 000 euros et la mention spéciale un boîtier numérique.

Candidatures jusqu'au 27 juin.

[Plus d'informations.](#)

ÉCOLES

Proposé par l'**École des Arts Décoratifs**, le parcours de soutien **Parcours Prépa** se destine aux lycéens souhaitant présenter les concours d'entrée des écoles d'art et design. Le programme consiste en "une semaine de stage intensive pendant les vacances de la Toussaint et un rendez-vous hebdomadaire d'apprentissage de novembre 2021 à mars 2022".

[Inscriptions.](#)

Atelier de Sèvres ouvre deux nouvelles formations pour la rentrée 2021 :

- Le **bachelor Arts visuels**, accessible sur concours, "formera des professionnels du domaine de l'image, dotés d'une écriture visuelle personnelle, alliant créativité, esprit critique et savoirs techniques. Elle dispense un enseignement artistique pluridisciplinaire innovant"
- Le **mastère Auteur-réalisateur en cinéma d'animation**, accessible sur entretien, a pour vocation "de former des auteurs réalisateurs à la pointe de la création, de l'écriture et de la technique en matière de film d'animation. En deux ans, les étudiants réalisent leur propre film d'animation, toutes techniques confondues"

[Plus d'informations.](#)

emlyon business school, l'**École supérieure d'art et design de Saint-Étienne** (Esadse) et la **Cité du design** ont signé un partenariat afin de "développer ensemble des activités académiques, pédagogiques et culturelles". Ce partenariat comprend :

- La création de programmes de formation conjoints
- L'échange d'étudiantes et étudiants entre les programmes et les campus de chaque institution

- La conception de certificats de compétences
- L'organisation de conférences nationales ou internationales, de séminaires, de séjours d'études, de symposiums ou d'évènements culturels
- La promotion du dialogue entre les professeurs de chaque institution, et leur collaboration en termes de recherches, d'innovations pédagogiques ou culturelles

Deux projets se déploieront dès la rentrée académique 2021-2022 :

- Un échange académique entre les étudiantes et étudiants du PGE d'emlyon business school et les titulaires de diplôme National Supérieur d'Expression Plastique inscrits en année complémentaire à l'Esadse
- Un séminaire pour cadres dirigeants autour du thème "Le design comme levier de croissance"

[Plus d'informations.](#)

Les **écoles supérieures d'art et de design publiques** et leur réseau **ANDÉA** se sont mobilisés aux côtés de l'**atelier des artistes en exil** afin d'inviter dix artistes à partir de la rentrée prochaine. Neuf écoles accueilleront, pour une résidence de recherche, de création et d'enseignement de 6 à 12 mois, plasticiens, photographes, performers, designers, cinéastes, dramaturges, scénographes et musiciens. Elles bénéficient du soutien du programme national **PAUSE** porté par le **Collège de France** et ouvert aux artistes depuis 2019 en lien avec le **ministère de la Culture**. Les artistes lauréats sont **Moustafa Bahri, Sara Farid, Yanos Majestikos, Tickson Mbuyi, Duaa Qishta, Abdul Saboor, Aida Salander, Afia Rezk, Nada Serhan et Aram Taştekin.**

[Plus d'informations.](#)

LIRE

Éditions B42 publient **Le Dessin et les Mots. Réflexions sur la pratique du design** de **Bunpei Yorifuji**.

"Véritable carnet de bord, Le Dessin et les Mots livre le quotidien de Bunpei Yorifuji, directeur artistique, illustrateur et graphiste japonais. Alors que la communication de masse et les révolutions technologiques ont bouleversé le métier de designer graphique, Bunpei Yorifuji partage ici, en mots et en dessins, ses méthodes de travail et les grandes expériences de sa carrière."

[Plus d'informations.](#)

Christian Guellerin, directeur général de L'École de design Nantes Atlantique, vient de publier dans la revue **DMI Design Management Institute** l'article "**Design, Ethics, and Humanism**". D'après l'auteur, "les designers sont devenus des gestionnaires de projets. En plus de leurs compétences techniques, ils sont également capables de communiquer, de partager, de persuader, de susciter des idées chez les autres et de les améliorer tout en respectant l'idée originale. De même, ils comprennent l'entreprise dans son ensemble... ils sont les managers de demain, dans les entreprises dont les piliers stratégiques sont l'innovation."

[Lire.](#)

WEBINAIRE

Les 28 et 29 juin, à l'occasion de la Journée mondiale du design industriel, la **WDO** organise un événement virtuel de 24 heures qui explorera le sujet de la diversité dans le design.

[S'inscrire.](#)

APPELS D'OFFRES

GRAND PARIS AMÉNAGEMENT

Mission de conception d'une signalétique urbaine ZAC Sud Charles de Gaulle (Aerolians Paris).

Stéphan de Fay, Directeur Général,
11 rue de Cambrai, Bâtiment 033,
75945 Paris cedex 19.

www.achatpublic.com

Date limite de réception des offres
le 16 juillet 2021.

DÉPARTEMENT DE LA SEINE-MARITIME

Acquisition de prestations de développement mobile, conception d'expérience utilisateur et d'interfaces (UX / UI).

Hôtel du Département, quai Jean Moulin ,
CS 56101, 76101 Rouen Cedex.

service-marches-publics@seinemaritime.fr

www.seinemaritime.net

Date limite de réception des offres
le 20 juillet 2021.

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES HAUTS-DE-SEINE

Animation, développement et exploitation d'un équipement dédié aux métiers d'art et au design.

Isabelle Gasne, 57 rue des Longues Raies,
92000 Nanterre.

igasne@hauts-de-seine.fr

www.hauts-de-seine.fr

Date limite de réception des offres
le 30 juillet 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. Votre abonnement est en cours : vous recevrez par mail peu avant la fin d'abonnement un rappel avec toutes les informations vous permettant de vous connecter à l'espace client du site Design fax
2. Vous souhaitez vous abonner pour la première fois ou votre abonnement a été résilié : rendez-vous dès maintenant à la rubrique 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 / interview

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