

## RENDEZ-VOUS

### Journées nationales de l'architecture.

La 6e édition des Journées nationales de l'architecture, initiées par le ministère de la Culture en 2016, aura lieu les 15, 16 et 17 octobre dans toute la France. "Durant trois jours, l'architecture se découvre dans toutes ses dimensions à travers des balades urbaines, des débats, des projections de films, des expositions, des visites de chantier, des portes ouvertes, des ateliers jeune public.

[Plus d'informations](#)

### Cité internationale de la tapisserie.

Le Voyage de Chihiro, Le Château ambulant, Princesse Mononoké, Nausicaä de la Vallée du Vent... Grâce à un partenariat avec le Studio Ghibli, cinq tapisseries monumentales vont être tissées d'après des images des films d'Hayao Miyazaki. Le carton de la deuxième tapisserie consacrée au "Voyage de Chihiro" vient

de se terminer et le tissage devrait commencer d'ici 2022. L'ensemble de la tenture sera terminé fin 2023. Un espace de présentation de ce projet se trouve à la Cité internationale de la tapisserie : projection des images à l'échelle des futures tapisseries, explications du choix des images, étapes de réalisation de la tenture, etc. Du 16 octobre 2021 jusqu'au 31 décembre 2023 à Aubusson.

[Plus d'informations](#)

### Les 24h de l'innovation pour la planète.

les 9 et 10 décembre, l'ESTIA, avec l'ensemble de ses partenaires, organise "Les 24h de l'innovation pour la planète" dont l'objet est "de croiser les préoccupations des entreprises et organisations qui veulent changer le monde en s'appuyant sur la créativité de cette jeune génération d'étudiants issus de diverses disciplines, de divers territoires et de cultures". À Bidart dans le Pays basque.

[Plus d'informations](#)

**EDF : DESIGN ÉLECTRIQUE P1 À 3.**

**EN BREF P3 À 6.**

**APPELS D'OFFRES P7.**

## EDF : design électrique

**CETTE SEMAINE, DESIGN FAX RENCONTRE GUILLAUME FOISSAC, RESPONSABLE CHEZ EDF DU DÉPARTEMENT DESIGN AU SEIN DE LA DIRECTION INNOVATION. IL NOUS PARLE AVEC FRANCHISE DE SON MÉTIER ET DE SA VISION DU DESIGN.**

### Guillaume Foissac, pourriez-vous vous présenter ?

**G.F.** Je suis ce que l'on peut appeler un pur produit de l'enseignement français ! En effet, après avoir obtenu un BTS en architecture d'intérieur à l'École Boule, j'ai suivi le Master 2 design et arts appliqués à l'Ensci. J'ai ensuite effectué un stage au Japon qui m'a beaucoup marqué et j'ai directement intégré le milieu de la recherche en rejoignant Air Liquide comme designer, pour travailler sur des projets concernant la pile à combustible. Enfin, en 2006, j'ai postulé chez EDF, entreprise à laquelle je suis fidèle.

### Quelle votre fonction chez EDF ?

**G.F.** Je suis responsable du Département Design au sein de la Direction Innovation du Groupe. C'est une jeune Direction qui a réuni des experts de profils très divers dans le but d'insuffler une forte dynamique en matière d'innovation afin de contribuer à orienter au mieux EDF dans les années futures. Le design est un peu le poil à gratter du Groupe. Et c'est un rôle important puisque nous nous positionnons comme un acteur en mesure d'ouvrir des champs stratégiques utiles et souhaitables. D'ailleurs, notre base line à la Direction Innovation est "Bienvenue dans le monde des possibles" : cela montre bien notre détermination

à ouvrir toutes les pistes. C'est passionnant, mais demande dans le même temps beaucoup de passion et d'investissement. Le cheminement du design au sein d'EDF n'a pas été chose aisée. Lorsque que je suis arrivé dans le Groupe en 2006, le design était intégré à la R&D où l'on se questionnait beaucoup sur son utilité. On pourrait presque dire que le design était perçu avec une certaine hostilité. Mais cette bataille pour légitimer et valoriser le design – et notamment en démontrant qu'il sait répondre efficacement à des besoins complexes et à des contraintes d'usage et aussi qu'il peut contribuer au processus de transfor-

mation du Groupe – nous a permis de l'installer sur des bases solides. Nous ne sommes donc pas un "design intégré" mais un "design infiltré" !

### Comment travaillez-vous ?

**G.F.** Mon équipe comprend 20 personnes, composée majoritairement de designers – mais aussi d'ingénieurs et de développeurs. Nous avons à disposition un laboratoire de 500m<sup>2</sup> dans lequel se trouvent tous les moyens et outils nécessaires à notre pratique du design, c'est-à-dire que nous sommes en capacité d'aller très vite entre les étapes de conception et de fabrication. Nous sommes sur un rythme de réalisation très soutenu et avons à ce jour déposé une quinzaine de brevets. Notre objectif est de privilégier le démonstrateur, notamment sur des problématiques en lien avec les aspects énergétiques, environnementaux ou sociétaux d'un futur décarboné : énergie propre, place de l'énergie au sein du foyer, accompagnement des

---

**Nous ne sommes pas un design intégré mais un design infiltré**

---

populations à la transition énergétique, pilotage et gestion de l'énergie, principe de transmission de l'information – et notamment de ce que nous appelons l'interstice informationnel –, diminution de la précarité énergétique ou encore les moyens d'une économie énergétique maximale. Et aussi, don d'énergie, énergies renouvelables ou autoconsommation. De ce fait, nous nous sommes dotés d'outils de nature industrielle (prototypage rapide) afin de produire des innovations en nombre nécessaire pour pouvoir les tester en conditions réelles. J'ajoute à cela notre capacité à développer des cartes électroniques en propre. Bref, nous avons intégré 90% de la chaîne de valeur de nos livrables, en nous appuyant en particulier sur un écosystème interne de grande qualité. Évidemment, tous ces moyens et outils dont nous disposons coûtent chers et nous avons une grosse responsabilité économique : nous visons l'équilibre financier à l'échelle d'EDF – c'est-à-dire que notre contribution en matière d'innovation doit relever d'une vraie proposition de valeur pour le Groupe.

### Quelle est la spécificité du design made in EDF ?

**G.F.** C'est d'abord sa capacité à poser ses propres questions. Autrement dit, nous avons aujourd'hui une confiance acquise qui nous permet de questionner des champs d'ordre stratégique, puis de solliciter des collègues issus d'autres Directions ou filiales pour travailler ensemble sur une thématique donnée. Le design chez EDF est un catalyseur de réflexion et de recherche. On en est à un stade d'un design qui est quasiment un donneur d'ordres interne. Cette réalité est aussi liée au fait que nous entrons dans un moment particulier de l'histoire, avec une obligation d'arriver à la neutralité carbone, et que dans ce contexte on se doit d'embarquer tout le monde. Le design a une responsabilité importante pour que le

citoyen puisse s'approprier utilement et efficacement la transition énergétique. Et la réponse ne pouvant être uniquement d'ordre sociologique, on utilisera le design pour que l'appropriation se fasse dans les meilleures conditions. Disons en synthèse que chez EDF le design relève d'une approche systémique qui sait prendre en compte l'ensemble des composantes d'une problématique donnée.

### Quels sont vos principaux objectifs en matière de design chez EDF ?

**G.F.** Que le design soit vraiment un instrument stratégique fort et contribue à prioriser les enjeux clés. On se doit de proposer des pistes fortes d'innovation et les importer au plus haut de l'entreprise.

### Votre vision du design français ?

**G.F.** En étant un peu critique, je dirai qu'il y a une culture de la recherche par le design qui est très faible en France. Le métier que je pratique est encore trop méconnu et pas assez valorisé. C'est trop sous-marin et très balbutiant, alors la culture anglo-saxonne a bien intégré le couple design-recherche. J'ai quand même bon espoir car la faculté du design français a systématiquement questionné une problématique est structurelle. Par contre, la structuration du design français pour rayonner, notamment à l'international, est très insuffisante. De l'étranger, on ne voit pas et on n'entend pas le design français. D'autre part, il y a une séparation inquiétante entre designers théoriciens et designers praticiens. Ce n'est pas possible : il n'y a pas ceux qui pensent d'un côté et ceux qui font de l'autre. Ceux qui parlent du design doivent être des praticiens mais ces praticiens doivent aussi se forcer à développer une pensée et à la valoriser. Chez EDF, par exemple, nous sommes très maillés avec l'université. Et puis, si le design français a cette vraie capacité

à faire astucieux et malin, cela adresse trop souvent des problématiques un peu légères. Il faut que le design français se tourne en priorité vers des questions d'intérêt général, terrain insuffisamment exploité.

### Un message pour terminer ?

**G.F.** Je défends beaucoup un design à la croisée de plusieurs formations : design, ingénierie, développement, arts. Tout reste à construire, même si certaines écoles commencent à proposer des doubles formations. Les profils dotés de formations qui n'ont pas forcément de liens entre elles sont souvent les plus intéressants. La synthèse ultime me paraît être une formation qui combine design, sciences dures et molles et maîtrise artistique.

\*\*\*

### Le Groupe EDF

EDF est une entreprise spécialisée dans la production, le transport, la distribution et le trading de l'électricité ainsi que la fourniture d'énergie. Son capital est détenu pour plus de 83% par l'État français. Le Groupe a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 69 milliards d'euros avec 165 200 collaborateurs à travers le monde. La production d'électricité a représenté 501,9TWh et le budget recherche et développement s'est élevé à 685 millions d'euros. EDF est le neuvième producteur d'électricité au monde (classement index mundi au 1er janvier 2020), le premier de la liste étant sans surprise la Chine. ■

[Plus d'informations](#)

\*\*\*

### L'ANALYSE DESIGN FAX

Guillaume Foissac transmet six messages clés :

1. En France, le couple design-recherche est beaucoup trop faible

2. Le design est un levier aussi bien stratégique qu'opérationnel
3. En France, toujours, il est dommage – et pardon pour caricaturer le propos – que ceux qui parlent du design n'en fassent pas et que ceux qui font du design n'en parlent pas
4. Le design français n'est pratiquement pas visible hors de France
5. Le design ne doit surtout pas oublier d'adresser des problématiques qui relèvent de l'intérêt général
6. Enfin, l'idéal est qu'un designer soit doté d'une formation multiple, où croisent par exemple design, bien sûr, mais aussi sciences dures et molles ainsi que maîtrise artistique

Le lecteur pourra être en accord ou non avec tout ou partie des éléments ci-dessus, mais pour ce qui nous concerne, nous sommes en phase ! ■

## AGENCES ET DESIGNERS

La chaîne de télévision **Téva** a confié à **Gédéon** la conception de sa nouvelle identité de marque. "Une identité incarnée, émotionnelle et expressive. Celle d'une marque qui prend la parole et qui la donne. Parce que la modernité pour une marque aujourd'hui c'est d'être capable de créer un vrai dialogue avec son audience." La musique a été composée par **La Plage** et la direction artistique du projet été réalisée en collaboration avec **Sarah Kahn**.

[Plus d'informations](#)

Les Jeux Olympiques et Paralympiques se dotent d'un nouvel emblème "fruit d'un travail collégial associant **Paris 2024**, le **Comité National Olympique et Sportif Français** (CNOSF) et le **Comité Paralym-**

**pique et Sportif Français** (CPSF), avec le soutien du **ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports** et de l'**Agence nationale du Sport**." Le projet a été réalisé en interne par les équipes de la Direction de la marque de Paris 2024, pilotée par **Julie Matikhine**.

[Plus d'informations](#)

**Carré Noir** a conçu le nouveau branding de **Camaiëu**, enseigne de prêt-à-porter de 512 boutiques, dans le but de "façonner une expérience de marque inédite, via un rebranding puissant et une architecture retail aux parcours multiples".

[Plus d'informations](#)

**Pixelis** annonce une moisson de nouveaux budgets : positionnement, création de la plateforme de marque, lifting du territoire branding et du concept magasin de **Jott – Just over the top** ; création d'un lieu dédié à la marque, à son histoire et ses engagements RSE, concept et stratégie de contenus – scénographie et conduction des travaux en partenariat avec l'agence **Présence** pour **McCain** ; campagne de communication interne pour embarquer les équipes dans le projet B Corp 2025 pour **Stanhomes** ; campagne de communication interne et externe RSE autour de la nouvelle stratégie d'impact à horizon 2030-2040, naming, stratégie contenus, identité visuelle et logo, plan media, déploiement multi-supports pour les **Laboratoires Expanscience** ; stratégie de contenus, campagne de communication B to B et déploiement en vidéos, podcasts et articles pour **Givaudan** ; repositionnement de la plateforme de marque et création du territoire visuel pour **PhytoSun Aroms** ; campagne de communication mondiale B to B pour le relancement de la marque, concept, KV, plan d'activation monde et brandbook

pour **Lesaffre** ; stratégie de marque en co-création avec les adhérents de l'enseigne pour **Magic Form** ; refonte de l'identité visuelle, création de nouvelles gammes et déploiement en packaging sur une centaine de références pour **Daco Bello** ; positionnement, lancement de marque et branding pour **Nosasa** ; activation de marque digitale et magasins pour les nouvelles gammes issues de filières françaises de **L'Atelier Blini** ; création de l'univers de marque et communication globale pour **English Tea Shop** ; communication visuelle en magasin pour **Ange Boulangerie** ; accompagnement de la marque dans le lancement de sa crème culinaire Flora et de ses spécialités végétales Violife pour **Upfield** ; accompagnement dans le développement de sa nouvelle offre et dans la sensibilisation aux tendances de la nouvelle pâtisserie pour **Le Ster**.

[Plus d'informations](#)

Belle moisson de budgets également pour **Intangibles Assets Design** qui remporte **SoCoo'c**, **Literie Valentin**, **Cultura**, **L'Azurde** (maison-mère de la marque de bijouterie Miss L'), **Kryss**, **Galleries Lafayette** et **Wonderbox** pour la création ou la rénovation des concepts retail et merchandising.

[Plus d'informations](#)

Pour ses 20 ans d'existence, **Servaire** souhaite revenir sur **Le Métronome**, création issue d'une marotte de designers consistant "à concevoir des objets pensés comme des expériences olfactives", dont certains ont d'ailleurs pu être concrétisés pour le compte de la maison de parfumerie **diptyque**. Le Métronome a été l'attraction centrale d'une installation artistique dans le cadre de la **London Design Biennale** en juin 2021.

[Plus d'informations](#)

**Dragon Rouge** s'est vue confier la création de l'identité de la marque de bière **1664**, l'ensemble des nouveaux packagings et des bouteilles et a imaginé un nouveau système destiné à l'univers du CHR (ndlr : Cafés, Hôtels, Restaurants). "L'agence a capitalisé sur la mention *savoir-faire français* en la faisant émerger au moyen d'une typographie moderne bâton qui se conjugue avec une typographie traditionnelle script."

[Plus d'informations](#)

**Ethimo** a fait appel à **Patrick Norguet** pour sa nouvelle gamme de mobilier extérieur **Ace**. "Cette collection est une réinterprétation contemporaine des éléments sportifs typiques, positionnés au bord des terrains pour accueillir les athlètes et les arbitres pendant les matches."

[Plus d'informations](#)

**L'isdat** (institut supérieur des arts et du design de Toulouse) se dote d'un nouveau logo et d'un nouveau site. Ce projet a été confié au studio **Stéréo Buro**. "Le logotype accueille dans sa forme le A des multiples formes d'arts (Danse, Musique, Art) et le T de Toulouse. Il en résulte un objet stable et construit évoquant les designs (le design produit, design d'espace et le design graphique)."

[Plus d'informations](#)

**Malherbe Paris** a été sélectionné par **Guy Hoquet** pour concevoir sa nouvelle identité ainsi que le nouveau concept des agences (ndlr : pour information, Guy Hocquet, groupe spécialisé dans l'immobilier, a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 175 millions d'euros avec 3 350 collaborateurs répartis dans 580 agences).

[Plus d'informations](#)

## DESIGN URBAIN

**Citroën, Accor** et **JCDecaux** ont créé **The Urban Collèctif**, un "collectif créatif et engagé pour explorer la mobilité urbaine de demain, autonome et pour tous". Il s'agit d'une plateforme de mobilité autonome qui se marie avec trois concepts "destinés à améliorer la qualité de vie en ville":

- La plateforme de mobilité autonome et électrique se nomme **The Citroën Skate**. Elle est constituée de différents **Pods** adaptés à différents services et usages
- Trois services de mobilité ont été développés à partir de cette plateforme : **Sofitel En Voyage** qui est "une expérience exclusive de mobilité urbaine", **Pullman Power Fitness** qui est "une nouvelle façon de faire du sport tout en se déplaçant" et **JCDecaux City Provider** qui est "un service innovant de mobilité urbaine à la demande"

Ndlr : il est intéressant de voir comment les nouvelles propositions d'écosystèmes de mobilité se mettent en place, en croisant les expertises d'acteurs fort différents, mais finalement complémentaires. Cela constitue également une belle opportunité de faire travailler ensemble les équipes design de trois entreprises françaises emblématiques.

[Plus d'informations](#)

## APPELS À PROJETS ET À CANDIDATURES

Le **Palais de Tokyo** recherche son(sa) prochain(e) président(e) et lance de ce fait un appel d'offres international. La personnalité choisie sera "nommée par décret du président de la République pour une période de cinq ans, renouvelable une fois pour une

durée de trois ans". Qualités exigées : excellente connaissance de la scène artistique contemporaine tant en France qu'à l'international ; expérience d'au moins cinq ans à la direction d'un établissement artistique et culturel d'envergure ; très bonne connaissance de l'histoire de l'art ; sens du service public ; capacité à mettre en place une politique de publics inclusive et innovante ; capacité à fédérer ; expérience avérée en management et encadrement d'équipe ; compétences entrepreneuriales reconnues ; capacités à mobiliser des partenaires et des financements publics et privés ; être un(e) professionnel(le) reconnu(e) au sein des réseaux artistiques français et internationaux de l'art contemporain ; inventivité ; excellente pratique du français et de l'anglais.

Si vous vous reconnaissez, vous avez jusqu'au 24 octobre pour postuler.

Ndlr : il est toujours amusant de constater le nombre et l'étendue des qualités requises pour ce type de poste. On espère vraiment que la rémunération est à la hauteur du profil exceptionnel recherché !

[Postuler](#)

**Source** est "un programme gratuit, financé à l'aide du **Fonds Social Européen**, destiné aux femmes inspirées mais éloignées de l'écosystème des médias et de la culture". Imaginé par **Creatis**, il se présente en deux volets : **Prépa**, destiné aux aspirantes entrepreneuses, et **Incubation** pour les créatrices d'entreprises de moins de 18 mois.

Candidatures jusqu'au 20 octobre (Prépa) et 31 octobre (Incubation).

[Candidater](#)

Organisés par **Muuuz**, en partenariat avec le magazine **D'A**, les **Muuuz International Awards** récompensent chaque année "les produits les plus re-

marquables pour l'architecture, l'agencement et la décoration. Ils mettent ainsi en avant les fabricants les plus créatifs et assurent la promotion des nouveautés sélectionnées. Ce concours bénéficie d'un plan de communication de grande ampleur destiné à présenter les produits". Les lauréats disposent également du label **MIAW Winner 2021** "qu'ils auront la possibilité d'utiliser dans toute leur communication". Candidatures jusqu'au 15 novembre.

[Candidater](#)

## CONCOURS

Et voici la 16<sup>e</sup> édition du concours international **Cosentino Design Challenge** (CDC), avec cette année le thème "Repenser l'espace de création et de travail à domicile" pour la catégorie Design et pour la catégorie Architecture, "La cinquième façade : une réflexion sur le toit". Une dotation de 1000 euros pour chacun des six lauréats sélectionnés est prévue.

Candidatures jusqu'au 1er juin 2022.

Ndlr : on le dit chaque année, ne donner que 1000 euros aux lauréats qui de surcroît doivent accorder à Cosentino les droits d'exploitation exclusifs de leurs projets, voilà qui nous paraît nettement insuffisant.

[Candidater](#)

## FORMATIONS ÉCO-CONCEPTION

**Think+** organise ses **Masterclass de l'éco-innovation**. Réservées aux entreprises industrielles, elles sont gratuites et organisées en lien avec la **Communauté Pays basque** et consistent en six sessions de trois heures du 15 octobre au 17 décembre.

[Plus d'informations](#)

## ÉCOLES

**Rubika** change de statut et devient une association. "Avec le statut d'association, Rubika prévoit d'augmenter ses ressources, au service de l'accompagnement de ses étudiants et s'assure sur le long terme, que l'ensemble des frais de scolarité soient bien consacrés au développement de l'école, comme c'est le cas aujourd'hui. Ainsi, Rubika sera en mesure d'agrandir son équipe pédagogique afin de proposer à ses étudiants un accompagnement encore plus personnalisé au fur et à mesure du développement de l'école. D'autre part, ce nouveau positionnement va permettre à l'école d'être éligible auprès de fonds issus de mécénats, lorsque des ambitions communes seront identifiées." Pour **Stéphane André**, le directeur général de l'école, "*la transformation de Rubika SASU à Association Rubika nous permet dans un premier temps de maintenir ce qui a été construit jusqu'alors. C'est un projet de longue haleine, qui permettra au développement de l'école de continuer à pouvoir s'articuler autour des repères fondamentaux que viennent chercher nos étudiants : une haute qualité de formation et des valeurs solides. Le renforcement des partenariats à travers le statut d'association garantit à l'école son développement tout en restant en phase avec son ADN. Ainsi, nous espérons pouvoir proposer à moyen terme, un accompagnement encore plus appuyé de nos étudiants avec par exemple plus de cours optionnels en fonction du choix de son projet professionnel*".

Ndlr : entre les écoles qui appartiennent à des fonds, celles qui sont toujours pilotées par leurs fondateurs investisseurs, celles qui sont publiques ou semi-publiques ou celles qui relèvent de statuts associatifs, le choix est large et c'est tant mieux. Rien de pire en

effet que la non-diversité en matière de formation (et en général), car contraire à une adaptabilité et une réactivité indispensables. Pour ce qui concernait spécifiquement Rubika, avant de devenir une association, c'était une SASU (un associé unique, physique ou moral, détenait 100% du capital) qui avait réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 8,6 millions d'euros pour un résultat net légèrement bénéficiaire. De ce fait, passer en association est une opportunité, notamment, comme cela est précisé dans le communiqué de presse, pour accéder à du mécénat.

[Plus d'informations.](#)

## WEBINAIRES

Pour ses trois ans d'actions "en faveur de la transformation numérique des TPE/PME", **France Num** organise un webinaire le 18 octobre de 10h00 à 12h30 en présence de **Alain Griset**, ministre délégué auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, chargé des Petites et Moyennes Entreprises, pour "dresser un bilan chiffré au regard du baromètre France Num et parler de pistes d'actions à mener. Ce sera également l'occasion d'écouter des témoignages de partenaires et opérateurs France Num, ainsi que des entreprises ayant bénéficié de l'initiative France Num".

[S'inscrire](#)

**Moswo** organise le 14 octobre de 11h00 à 12h00 un webinaire à l'occasion du nouveau siège social de **Podeliha** (opérateur de logements sociaux). Avec le témoignage de **Gonzague Noyelle**, le directeur général de Podeliha.

[S'inscrire](#)

## À LIRE

**Blackandgold** avec son billet de lundi dernier a analysé la conversion de l'**Orient Express** en marque depuis que la **SNCF** en a cédé la moitié au groupe **Accor**. D'où l'interrogation suivante : "Le retour des trains de nuit ne peut-il pas être lu comme une preuve supplémentaire d'une attente d'expérience de la part des consommateurs ?"

[Lire](#)

## NOMINATIONS

**Landor & Fitch** annonce le renforcement de son équipe stratégique :

- **Barberine Reyners** est directrice exécutive en charge de la stratégie. "Barberine a intégré le comité exécutif de Landor & Fitch Paris, après avoir passé l'essentiel de sa carrière en agence de publicité. De BBDO à Publicis, de Paris à Kuala Lumpur, Barberine a mené la stratégie d'une grande variété de marques internationales à travers le monde, notamment dans le secteur du luxe. Elle a également accompagné de nombreuses marques de FMCG (Nestlé, L'Oréal, Mondelez) mais aussi de services dans les domaines des télécommunications (SFR, Orange), des services financiers (HSBC, Hello Bank, VISA, AXA) ou encore de l'énergie (Engie, EDF)"
- **Dominique Bonnafoux** est directrice de la stratégie Expérience. "Venue de l'équipe de Londres pour rejoindre le bureau parisien, elle guide les projets de transformation des plus grandes marques à travers la conception et le déploiement de stratégies multi-canales et de design expérientiel"
- **Nicholas Moran** est directeur de la stratégie consumer. "Fort de 11 ans d'expérience dans la commu-

nication de marques, il apporte une vision de communicant et publicitaire, ancrée dans des insights essentiels pour la compréhension des enjeux clients et pour mieux connecter les marques à leurs consommateurs"

- **Francesco Marziale** est directeur de la stratégie innovation. "Il accompagne les clients dans la recherche d'innovations technologiques et durables. Il met à leur service sa capacité à transformer des insights stratégiques en produits, services et expériences pour mieux les accompagner dans leur mutation"
- **Florence Baux** est directrice de la stratégie insights and analytics. "Venue de Kantar, elle est experte dans l'analyse des données consommateurs. Elle imagine, construit, suit et analyse les études ad hoc et les traduit en actions stratégiques. En alliant intelligence humaine et technologie elle rationalise les prises de décisions de marque pour assurer le meilleur impact business"

## DISPARITIONS

**François Roche**, le fondateur de **Roche Bobois**, s'est éteint le 6 octobre, à l'âge de 85 ans. "Après avoir activement participé pendant 50 ans à faire de l'entreprise le leader mondial de l'édition et de la distribution sélective de mobilier, il avait quitté les fonctions opérationnelles en 2007 pour prendre la présidence du conseil de surveillance du Groupe Roche Bobois, jusqu'en 2019. Diplômé de HEC, François Roche débute sa carrière en 1959 dans le magasin familial de la rue de Lyon. Artisan avec son frère Philippe du rapprochement avec les frères Chouchan, propriétaires du magasin Au beau Bois, boulevard de Sébastopol à Paris, ils ont eu l'idée de transformer leurs

principaux concurrents en partenaires durables. Ensemble, ils importent au début des années 1960 du mobilier scandinave – alors à la pointe de l'avant-garde – et associent de manière inédite dans leurs magasins mobilier et accessoires de décoration. Ils mutualisent leurs moyens pour éditer un premier catalogue commun et achètent en 1961 leur première page de publicité dans le magazine Elle. C'est elle qui scelle la naissance de Roche et Bobois, qui deviendra Roche Bobois."

## APPELS D'OFFRES

### MÉTROPOLE EUROPÉENNE DE LILLE

Définition de l'identité visuelle multi supports du réseau "vélo+ et structurant apaisé" de la Métropole Européenne de Lille.

M. Daoudi Noureddine, 2 boulevard des Cités Unies, CS 70043, 59040 Lille Cedex.  
[marches.espacepublic-reseaux@lillemetropole.fr](mailto:marches.espacepublic-reseaux@lillemetropole.fr)  
[marchespublics596280.fr](mailto:marchespublics596280.fr)

Date limite de réception des offres le 28 octobre 2021.

### VILLE DE COURBEVOIE

Conception d'une plateforme de marque pour la Ville de Courbevoie.  
Hôtel de Ville, 1 rue Albert Simonin, Service Commande Publique, 92401 Courbevoie.  
[marchespublics@ville-courbevoie.fr](mailto:marchespublics@ville-courbevoie.fr)  
[www.ville-courbevoie.fr](http://www.ville-courbevoie.fr)

Date limite de réception des offres le 28 octobre 2021.

### SAINT-ÉTIENNE MÉTROPOLE

Cité Du Design 2025 – Design urbain et identité du quartier – Animation d'une démarche participative, prototypage du projet et supports de présentation.  
2 Avenue Grüner, Cs 80257, 42006 Saint-Étienne.  
[marches@saint-etienne-metropole.fr](mailto:marches@saint-etienne-metropole.fr)  
[www.saint-etienne-metropole.fr](http://www.saint-etienne-metropole.fr)

Date limite de réception des offres le 02 novembre 2021.

## INVESTISSEURS

Design fax ainsi que son partenaire **Experience makers** sont souvent sollicités par des investisseurs pour connaître les opportunités de reprise totale ou partielle d'agences, notamment dans le secteur du digital. N'hésitez pas à nous contacter pour mise en relation.

[Contact](#)

## 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).

## LA LETTRE DE L'EXPÉRIENCE

**Experience makers**, partenaire de **Design fax**, a lancé **La lettre de l'expérience**. Objectif : donner la parole à ceux qui font l'expérience et à ceux qui la vivent. Abonnement gratuit.

[S'abonner](#)

**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 trois rappels 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<sup>†</sup>

### Directeur de la publication / interviews / analyses

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)

### Abonnements

Voir les [formules d'abonnement](#). Design fax est reconnu comme service de presse en ligne par le CPPAP et bénéficie de ce fait d'un taux de TVA de 2,10% sur les abonnements

### Design fax

SARL au capital de 9150 euros  
Siège social au 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)