

RENDEZ-VOUS

Regarde comme c'est bon.

Du 23 au 30 novembre, Patrick Rougère exposera à la Samaritaine une sélection de photographies culinaires. "Une collection capsule aussi rare et éphémère que celles des plus grands créateurs. Outre les clichés les plus beautyfood de sa collection, le public pourra découvrir sa première sculpture et sa collaboration avec le pâtissier Cédric Grolet."

[Plus d'informations](#)

Here We Are ! Les Femmes dans le design de 1900 à aujourd'hui.

L'exposition "Here We Are ! Les Femmes dans le design de 1900 à aujourd'hui" au Vitra Design Museum vise "présente des femmes designers de ces 120 dernières années. Elle raconte une nouvelle histoire du design, à plusieurs voix, sur fond de lutte pour l'égalité des droits et la reconnaissance." Jusqu'au 8 mai 2022. Charles-Eames-Straße 2, 79576 Weil am Rhein.

[Plus d'informations](#)

**SODEBO : DESIGN ALIMENTAIRE P1 À 2.
EN BREF P3 À 5.
APPELS D'OFFRES P6.**

La Biennale.

Le Syndicat National des Antiquaires (SNA) a décidé de maintenir l'organisation de La Biennale. "Cette 32e édition rassemblera plus d'une soixantaine de participants parmi les galeries et grands marchands d'art, d'antiquité et de design et de maisons de haute couture (joailliers et horlogers). Conçu par l'architecte Jean-Michel Wilmotte, le Grand Palais Éphémère constitue un trait d'union contemporain entre l'École Militaire et la Tour Eiffel propice à l'épanouissement du marché de l'art." Du 26 novembre au 5 décembre au Grand Palais à Paris 8e.

[Plus d'informations](#)

Chouquettes Frühstück par matériÒ.

Plus que quelques jours (et quelques places) pour vous inscrire à la session "Frühstück #41 le grand retour des chouquettes" organisée par matériÒ. Le 21 octobre au 8 rue Chaptal, Paris 9°.

[S'inscrire](#)

Sodebo : design alimentaire

CETTE SEMAINE, DESIGN FAX RENCONTRE ARNAUD DUBREUIL, MANAGER DU PÔLE DESIGN ET EMBALLAGE CHEZ SODEBO. IL NOUS PERMET DE MIEUX COMPRENDRE COMMENT LE DESIGN S'APPRÉHENDÉ DANS LE SECTEUR DE L'AGROALIMENTAIRE, ET EN PARTICULIER DANS SON ENTREPRISE.

Arnaud Dubreuil, pourriez-vous vous présenter ?

A.D. Au préalable, je précise que mon enfance a été baignée dans un milieu à la fois artistique et d'ingénieur. C'est donc tout naturellement que je me suis tourné vers le design. J'ai obtenu un Master en design industriel à Strate École de Design en 2001. Lorsque j'étais en 4^e année, j'ai eu la chance d'aller à l'École de design et architecture d'Oslo où j'ai découvert la culture scandinave du design, ce qui m'a beaucoup intéressé. À tel point que, diplôme en poche, j'ai décidé de partir au Danemark pour mon premier job ! J'ai rejoint les équipes design du Groupe LEGO, où il n'y avait que quatre ou cinq designers français à l'époque. Je suis resté 11 ans chez LEGO et je dois dire que j'y ai particulièrement apprécié la culture d'entreprise, le processus d'innovation, le bien-être au travail et l'ouverture internationale. J'ai d'abord travaillé pendant cinq ans sur une nouvelle gamme de figurines destinées aux filles – aujourd'hui la troisième référence commerciale chez LEGO. Puis, je suis allé chez LEGO Licensing comme design manager afin de concevoir des produits "hors jouets" avec comme objectif de stimuler la créativité des petits et grands. Là, j'ai pu

interagir avec des entreprises comme IKEA, Warner Bros ou Moleskine. Pour des raisons familiales, j'ai décidé en 2018 de revenir en France. J'ai alors intégré Sodebo comme designer produit en rejoignant les équipes de Nicolas Legendre. Quelques mois après, je suis devenu design manager Chez Sodebo, j'apprécie ce côté familial et indépendant, avec des valeurs fortes, proches de ce que j'ai pu connaître chez LEGO.

Quelle votre fonction chez Sodebo et comment travaillez-vous ?

A.D. Je suis manager du pôle Design et Emballage (D&E) au sein de la R&D, l'équipe design ayant fusionné avec l'équipe Techno Emballage. Je manage une équipe de sept personnes, avec des profils créatifs et techniques, dont la mission est de proposer de nouvelles solutions d'emballage, c'est-à-dire, en fait, de nouvelles expériences de consommation. Nous allons de la conception jusqu'à la mise en marché – en précisant qu'il y a une vraie collaboration entre les différents métiers lors de la création d'un produit : l'équipe D&E travaille le contenant en intégrant les notions d'usages, ce qui peut inspirer l'équipe culinaire qui travaille le contenu. Récemment, un troisième métier a rejoint l'équipe, celui de chargé de fabrication dont le rôle est de faire le lien entre les graphistes et l'ensemble de la chaîne d'impression. En synthèse, on couvre toute la boucle, de la création à l'industrialisation, en passant par l'améliora-

Dans l'agro-alimentaire, c'est rare des designers intégrés et un Design Lab

tion continue. Nous avons la particularité chez Sodebo d'être tous regroupés – soit 2 500 personnes – sur un seul et même site à Saint-Georges de Montaigu, en Vendée. Autre particularité, dans l'agroalimentaire il est assez rare de trouver des designers intégrés ainsi qu'un Design Lab comme c'est le cas chez nous.

Vos objectifs et challenges en matière de design chez Sodebo ?

A.D. Dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue, nous travaillons au quotidien pour réduire l'impact environnemental de nos emballages. Nous essayons d'amener une nouvelle réflexion sur les modes de consommation, pour donner naissance à une toute nouvelle chaîne de valeur. Demain, on consommera différemment, ce qui donnera lieu à de nouvelles expériences de consommation, comme par exemple des emballages réemployables ou pour lesquels une fin de vie mieux gérée autorisera la recyclabilité. Les aspects spécifiques de mon métier de designer dans l'agroalimentaires sont étroitement liés aux contraintes techniques, économiques, alimentaires et sanitaires très strictes du secteur qui ne doivent surtout pas empêcher l'innovation. Par exemple, nous avons réussi à réduire l'épaisseur de nos emballages ou à utiliser davantage de matériaux recyclés et recyclables. Nous avons également développé de nouveaux usages que je ne peux pas encore vous dévoiler.

Votre vision du design français et du design en général ?

A.D. Comme cela fait un peu moins de trois ans que je suis rentré en France, je vais plutôt vous donner mon avis vu de l'extérieur. Clairement, le design français est très bien reconnu dans les pays scandinaves,

du fait notamment de notre excellent niveau de formation académique ainsi que de caractéristiques propres au designer français – bonne approche créative, maîtrise du processus d'innovation, sensibilité esthétique et fonctionnelle ainsi que rigueur méthodologique. Et nous avons ce côté un peu rebelle qui nous fait souvent remettre en cause des faits établis : nous sommes très challenging et cela est apprécié. D'autre part, il y a une évolution des modes de consommation avec une mutation de la société qui passe du tout jetable à un modèle économique plus circulaire. C'est un changement en profondeur, et en particulier pour les designers. Le design doit contribuer à repenser nos produits et services pour tendre vers des modes de consommation et de production plus durables et plus respectueux de l'environnement. L'économie de fonctionnalité est pour moi très inspirante pour combattre l'obsolescence programmée. Le design passe de la "simple" création de produits à la proposition globale de solutions, services et expériences d'usages en mettant toujours le consommateur au cœur de la démarche design. Et puis, le design français a beaucoup à jouer avec le made in France, surtout actuellement avec les mouvements de relocalisation que nous connaissons.

Un message pour terminer ?

A.D. Vous l'avez compris, je suis persuadé que le design a de beaux jours devant lui dans ce cycle de mutation des modes de consommation et que de nouveaux terrains de jeux s'ouvrent aux designers. Enfin, et c'est mon expérience hors de France qui parle, je voudrais inciter tout designer qui en a l'opportunité à aller à l'étranger, ce qui lui permettra d'élargir rapidement son champ de vision. Et également, de tellement mieux apprécier la qualité du design français lorsqu'il reviendra en France !

Sodebo

Créée en 1973 par Simone et Joseph Bougro, charcutiers-traiteurs à Saint-Georges de Montaigu, Sodebo est spécialisée dans les produits traiteur frais. Depuis 2000, Marie-Laurence Gouraud, Bénédicte Mercier et Patricia Brochard dirigent l'entreprise. Misant sur une forte intégration, Sodebo fabrique une large partie des ingrédients entrant dans la composition de ses produits (salades, pizzas, box, sandwichs, etc.) tous cuisinés sur place sur un site unique en Vendée (source : sodebo.com). L'entreprise réalise un chiffre d'affaires de 430 millions d'euros en produisant en autres 100 millions de pizzas, 25 millions de Pastabox (boîtes de pâtes prêtes à consommer) et des dizaines de millions de salades (source : entreprendre.fr). ■

[Plus d'informations](#)

L'ANALYSE DESIGN FAX

La posture de Sodebo vis-à-vis de la démarche et des outils du design est tout à fait intéressante : voici une ETI qui a décidé d'utiliser le design sur l'ensemble de la chaîne de valeur, de la réflexion stratégique jusqu'à la mise en marché, en passant par l'analyse – voire l'anticipation – des nouveaux mouvements de consommation ou encore la mise en œuvre de projets visant à innover en matière d'usage. Cette entreprise fait donc mieux que beaucoup d'organisations de taille plus importante qui tirent souvent parti du design d'une trop façon restrictive, notamment en n'utilisant que le seul avantage esthétique. Cela étant, reconnaissons que le niveau de maturité de Sodebo vis-à-vis du design est plutôt rare pour une entreprise de cette dimension (2 500 personnes). Le fait, de surcroît, que son design manager ait une expérience internationale significative au sein d'un grand groupe ajoute au caractère insolite de la configuration. ■

AGENCES ET DESIGNERS

Suze a fait appel à **Hemma Lange** "artiste férue de vintage et reconnue dans l'upcycling" afin de rendre hommage aux années 1970 avec une nouvelle édition limitée. On pourra noter que la gentiane, ingrédient essentiel de la boisson, y est représentée "habillée d'un design très seventies, une inspiration vintage complètement assumée, symbole d'une époque".

[Plus d'informations](#)

Team Créatif investit l'univers de la peinture avec **Maison Déco**, entreprise fondée à Marseille en 1999, leader du marché des peintures à effets et enduits décoratifs. L'agence s'est vue confier la création de la nouvelle charte packaging, pour un relancement prévu en mars 2022.

[Plus d'informations](#)

La fonderie **205TF** présente son nouveau caractère **Cardone** conçu par **Fátima Lázaro**. "Cardone est une interprétation singulière des premiers caractères écossais dits modernes, ensuite nommés Scotch Roman. Créé spécifiquement pour le design éditorial, cette police de caractères à empattements recherche l'équilibre idéal entre élégance et robustesse."

[Plus d'informations](#)

Dassault Systèmes a confié à **MakeMyDay**, la société de production audiovisuelle de **Lonsdale**, la réalisation "d'un film chapeau et une série de trois films spin-off – Industries manufacturières, Sciences de la vie & santé et Infrastructures & villes – pour présenter ses trois secteurs économiques au grand public".

[Plus d'informations](#)

Dragon Rouge signe le design de la gamme **Bio** des gels douche **Le Petit Marseillais**. "100% certifié bio, packaging 100% rechargeable et recyclable, ingrédients locaux et responsables, les équipes de designers de l'agence ont relevé le défi d'exprimer la démarche durable du Petit Marseillais, sans rien enlever à la générosité et à la sympathie de la marque chérie des Français."

[Plus d'informations](#)

Présent à l'**Expo 2020 Dubai** jusqu'au 31 mars 2022, le **Pavillon France** – dont l'architecture est l'œuvre des cabinets **Atelier Pere Prado** et **Celnikier Grabli Architectes** – accueille un ensemble de boutiques thématiques dont la conception est issue d'une collaboration entre la **Réunion des musées nationaux-Grand Palais** (Rmn-Grand Palais) et **STUDIO 5.5**. "Ce projet est une formidable opportunité pour la Rmn-Grand Palais, premier opérateur de boutiques de musées en France, qui dispose d'un large réseau national et international de revendeurs, de promouvoir les marques des musées pour lesquelles elle opère (Louvre, Orsay, Versailles, etc.). En effet, cette boutique est l'occasion pour la Rmn-Grand Palais de rayonner au-delà de l'univers muséal et de démontrer sa légitimité à devenir le partenaire de grands événements internationaux."

Ndlr : Expo 2020 Dubai est la première exposition universelle organisée dans la région MEASA (Middle East, Africa, South Asia). Elle a pour ambition de "connecter les esprits et de construire le futur" en réunissant plus de 200 participants et en misant sur 25 millions de visites. La France a visiblement mis les moyens pour assurer sa présence, ce que l'on peut comprendre compte tenu des enjeux économiques de la région...

[Plus d'informations](#)

Saguez & Partners a réalisé pour **AXA IM** un "bureau-hôtel services 4 étoiles" situé au 16 ave Matignon à Paris 8e. Il s'agit d'un Hub-Services qui se déploie sur 1000m² au rez-de-chaussé (click&collect, conciergerie, beauty room, restaurant Taillent, bar 24/24, mini RIE, etc.) et en sous-sol sur 800m². "Noblesse des volumes, de la lumière, des trémies, des matériaux, de l'acoustique, des espaces, du confort d'usages, des services... tout pour oublier que l'on est en sous-sol."

[Plus d'informations](#)

Restons dans l'écosystème **Saguez & Partner** avec la petite sœur, l'**Agence-S**, qui remporte trois nouveaux budgets : **Le Domaine de Lamanon** (bastide et vignoble) que l'agence a positionné "au travers d'une stratégie résolument orientée sur la magie d'un lieu secret en parfaite harmonie avec la nature"; **Maison Boinaud** (cognac) pour laquelle l'agence "a rendu visible les engagements environnementaux et sociétaux via une stratégie et un design de marque audacieux"; **Biossent** (extraction et valorisation de matières premières végétales) qui a fait l'objet "de la mise en lumière d'un positionnement fort, celui de s'inspirer de la nature pour mieux la sublimer et mieux sublimer le produit final : les vins, les spiritueux, la cosmétique". Ces projets seront visibles d'ici quelques mois.

[Plus d'informations](#)

DESIGNERS DE RITUELS

Nous ne résistons pas au plaisir de vous faire part d'un extrait du communiqué de presse reçu cette semaine à propos de la naissance de **Utopia Hackers**, nouvelle agence "pour inviter les entreprises

à mettre de l'Utopie dans leur stratégie". Les deux fondateurs, **Édouard Malbois** et **Michaël Mardyks**, souhaitent ainsi "amener les dirigeants, marketeurs, responsables de l'innovation, à aller au-delà de la technologie et des KPI pour leur donner toutes les chances de développer un territoire d'innovation et le traduire en solutions, services, produits inédits. Pour ce faire, Édouard Malbois et Michaël Mardyks ont réuni une équipe composée de profils alternatifs (designer de rituels, spécialiste des peuples premiers, urbanistes, perma-économiste, art thérapeutes, scénographes, chamans, etc.)".

Ndlr : designer de rituels, il fallait le trouver. Félicitations aux deux fondateurs. Pour notre part, nous proposons également designer spatio-temporel, designer reconstructif ou encore designer lexical.

[Plus d'informations](#)

FOIRES

La 130e **China Import and Export Fair** (Canton Fair) a débuté le 13 novembre. "La Foire de Canton a toujours attaché une grande importance à la protection des droits de propriété intellectuelle (DPI). Elle a commencé à piloter la protection DPI en 1992", a déclaré **Quandong Liu**, directeur général adjoint du Bureau des affaires étrangères de la Foire de Canton. "La 130e Foire de Canton a amélioré ses méthodes de protection de la propriété intellectuelle afin de garantir une protection des DPI d'un niveau élevé. Ces efforts visent à renforcer son engagement en faveur d'un développement innovant du commerce international et à servir le nouveau paradigme de développement."

Ndlr : nous voilà rassurés...

[Plus d'informations](#)

IN DESIGN WE TRUST

L'**Association Design Conseil** (ADC) organisait le 14 octobre la cinquième session de son événement annuel **In Design We Trust**. Retour sur la soirée avec la présidente de l'ADC, **Delphine Dauge**, qui tient à souligner "l'excellent moment de partage, de création et de créativité". Et qui précise, d'autre part, que "cela a été l'occasion d'être étonnés par la jeune génération de créatifs". Un des axes forts de l'ADC étant le collectif, "les agences ont travaillé en duo sur la thématique du design vu comme source de progrès durable". Delphine tient à souligner qu'ont été présentés "des projets avec des réflexions très profondes et très différentes sur les nouveaux modes de consommation ainsi que des propositions très intéressantes sur la forme". Et puis, après la Covid, "ces réunions de partage sont d'autant plus agréables et appréciées". Enfin, l'école Intuit Lab "a clôturé la session avec beaucoup d'humour".

[Plus d'informations](#)

TENDANCES

La première édition du **Tiendeo Summit** a eu lieu le 13 octobre. En voici les enseignements clés :

- Le magasin physique n'a pas dit son dernier mot. D'après **Gaëlle Le Floch**, strategic Insight director chez **Kantar** : "Même si l'e-commerce est une tendance de fond qui va perdurer, les consommateurs ont aussi redécouvert le plaisir de faire leur shopping en magasin avec le déconfinement. Le magasin physique est un centre de vie, de socialisation qui joue un rôle au-delà de l'objectif commercial où le consommateur peut toucher les produits, les essayer et demander conseil, laissant

place à des achats émotionnels non prévus"

- Le digital, au-delà de l'e-commerce. D'après **Guillaume Cavaroc**, business director retail & e-commerce chez **Facebook** : "On a souvent tendance à associer le digital avec le commerce électronique. Certes, le digital est là pour générer des ventes en ligne, mais il s'agit seulement de la partie émergée de l'iceberg. Le vrai rôle du digital, c'est de parler de la marque, de faire vendre, que ce soit en ligne ou en magasin"
- Être là où les clients sont et seront. D'après **Elisabeth Cony**, fondatrice de **Madame Benchmark** : "L'adaptation dès aujourd'hui et dans le futur, c'est d'être là où les clients sont et seront pour mieux communiquer avec eux. Il faut bien sûr toujours considérer les médias classiques comme la télévision, la radio ou la presse, mais aussi, anticiper de nouvelles formes d'informations pour pouvoir dialoguer avec ses clients et futurs clients"
- Retour en force de la communication locale. Toujours d'après Elisabeth Cony : "La communication locale est une tendance lourde qui est revenue au centre des enjeux des retailers et qui implique de valoriser leur réseau de boutiques au niveau local"
- Et pour ce qui concerne les tendances à venir, on peut les résumer ainsi : éco-responsabilité généralisée, accélération du live shopping, fragmentation du mix média et immédiateté

Ndlr : sans vouloir faire du mauvais esprit, il nous apparaît que nous retrouvons ici les saines bases du commerce, à savoir offre adaptée (et donc parfaitement segmentée), visible, multicanale et immédiatement accessible par l'ensemble des publics concernés. Il est finalement rassurant de constater que les fondamentaux de la vente perdurent !

[Plus d'informations](#)

CONCOURS ET APPELS À PROJETS

Somfy, groupe français spécialisé dans l'automatisation des ouvertures et fermetures de la maison et du bâtiment, et le **Village by CA des Savoies**, structure d'accompagnement de start-up sur le territoire des Savoie, organisent un appel à projets destiné à enrichir la vision sur les tendances du marché et les solutions innovantes et également à permettre aux porteurs de projets de capter et découvrir des concepts pouvant être intégrés dans des développements de solutions et services existants ou futurs. Deux thématiques majeures : le développement durable et la digitalisation. "Ces enjeux sont à la fois des opportunités fortes d'innovation actuellement et au cœur de la stratégie de Somfy. Leur démarche RSE renforcée veille à réduire leur empreinte environnementale, avec un axe sur la digitalisation des solutions qui est également au cœur des démarches d'innovation." Les conditions d'éligibilité sont la cohérence avec les valeurs de Somfy et représenter une opportunité en termes de business, d'expérience ou de processus. Les solutions ou concepts recherchés doivent être une innovation produit ou servicielle, relever d'une technologie déjà existante et maîtrisée (MVP, POC) et être en conformité RGPD. Quatre lauréats (deux Grands Prix et deux Prix coup de cœur). Les dotations sont principalement de l'ordre d'un partenariat avec Somfy et d'un accompagnement Village by CA des Savoies.

Candidatures jusqu'au 5 novembre.

[Candidater](#)

À l'occasion du 73e **International Astronautical Congress** (IAC), qui se tiendra à Paris du 18 au 22 septembre 2022, le **CNES** (Centre National d'Études Spatiales), souhaite impliquer et renforcer ses liens

avec les établissements scolaires de l'enseignement supérieur à l'échelle nationale. Par conséquent, la direction de l'Innovation, des Applications et de la Science du CNES organise le jeu concours intitulé **Move on the Moon Challenge** auprès des établissements scolaires de l'enseignement supérieur situés sur le territoire français. À travers ce concours, le CNES offre "l'opportunité aux établissements scolaires français de l'enseignement supérieur de se mobiliser autour d'un projet technologique qu'ils pourront proposer (nouveau projet) ou enrichir (en partant d'un existant)". Le projet devra aboutir à la réalisation d'un engin électrique, pouvant se recharger rapidement, le plus léger possible, doté d'une autonomie d'au moins deux kilomètres, pouvant se déplacer à une vitesse minimale de 5km/h et capable de transporter une personne avec des outils et échantillons, utilisable par un spationaute en scaphandre, capable de se déplacer sur un sol lunaire (régolite, cailloux, pentes, franchissement, etc.) et compatible du vide. Chaque établissement, proposera librement son projet et ses modalités de mise en œuvre.

Candidatures jusqu'au 30 juin 2022.

[Candidater](#)

LIRE

On ne pouvait pas passer à côté : **Paul Duncan** édite chez **Taschen** l'ouvrage **The James Bond Archives 007**. "Le guide ultime sur tout ce qui concerne l'agent 007 qui offre une plongée dans chaque film de la franchise James Bond, de *Dr No* à *Mourir peut attendre*. Grâce aux plus de 1007 images et aux témoignages recueillis parmi les 150 acteurs et équipes de tournage, cette édition XXL entièrement mise à jour réjouira les fans de la franchise la plus populaire et la plus longue

de l'histoire du cinéma." Réservé, bien entendu, aux designers cultivant le goût du secret ou celui de la double identité.

[Plus d'informations](#)

DISPARITIONS

Richard Schultz, designer industriel, est décédé le 28 septembre à Princeton à l'âge de 95 ans. Ses collections de meubles pour Knoll font partie des classiques du design moderne. "Florence Knoll, la patronne de Richard Schultz, avait emmené quelques chaises en métal du sculpteur et designer Harry Bertoia dans sa maison en bord de mer en Floride, et elles avaient rouillé (les chaises Bertoia sont un autre classique moderniste, fabriqué par Knoll, que Richard Schultz avait contribué à créer). Elle a donc demandé à Richard Schultz de fabriquer quelque chose qui puisse résister aux éléments. À cette époque, au début des années 1960, comme l'a indiqué le designer dans *Form Follows Technique : A Design Manifesto*, la plupart des meubles d'extérieur avaient l'air d'avoir été conçus avant la Révolution française, avec du métal estampé, des bouquets de fleurs et de feuilles (source : The New York Times)."

APPELS D'OFFRES

HAUTE-CORRÈZE COMMUNAUTÉ

Création d'un "portail territoire" Haute-Corrèze Communauté (refonte du site).
Mme Angélique Tromeur, Responsable
Commande Publique, 23 parc d'activité du
Bois Saint Michel, 19200 Ussel.
atromeur@hautecorrezecommunauté.fr
www.achatpublic.com

Date limite de réception des offres
le 28 octobre 2021.

SAINT-ÉTIENNE MÉTROPOLÉ

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
www.saint-etienne-metropole.fr

Date limite de réception des offres
le 02 novembre 2021.

SMMAG MOBILITÉS DE L'AIRE GRENOBLOISE

Prestations de création de l'identité visuelle
multisupports du réseau principal vélo du
SMMAG.

Monsieur le Président, le Forum, CS 50053,
3 rue Malakoff, 38031 Grenoble.
correspondre@aws-france.com
www.lametro.fr

Date limite de réception des offres
le 15 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. Pour faire paraître
votre offre (service gratuit pour les abon-
nés, hors professionnels du recrutement),
envoyez votre texte sous format Word à
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[†]

Directeur de la publication / interviews / analyses

Christophe Chaptal
christophe.chaptal@design-fax.com

Veille stratégique

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

Réseaux

[LinkedIn](#)
[Twitter news](#)
[Twitter emploi](#)

Site

design-fax.fr