

## RENDEZ-VOUS

**Rapports commerciaux entre industriels & designers** : conférence débat, 29 oct., 18h30, Via, Paris. Avec Samuel Coriat (Coédition), Constance Guisset et Dominique Serrell (auteur du livre : *Exercer le métier de designer*). Tél. : 01 44 68 18 00.

**Reciprocity** : triennale de design, jusqu'au 1<sup>er</sup> novembre, Liège. [www.reciprocityliege.be](http://www.reciprocityliege.be)

**Design Thinking for Better Business** : workshop gratuit de 90 minutes + cocktail, École Parsons Paris, 6 nov., 15h30-18h30. <http://goo.gl/LORxfa>

**MIF Expo** : salon des produits made in France, 6-8 nov. Paris, Porte de Versailles. <http://www.mifexpo.fr>

**Figures du Beau / Unexpected Shapes** : expo de l'Institut français du design, jusqu'au 11 nov., Cité de la Mode et du Design. [www.citemodedesign.fr](http://www.citemodedesign.fr)

**Graphisme contemporain et engagement(s)** : exposition jusqu'au 22 nov., Bibliothèque nationale de France.

**Korea Now** : jusqu'au 3 janv., Les Arts décoratifs. [www.lesartsdecoratifs.fr](http://www.lesartsdecoratifs.fr)

**Beauté Congo** : jusqu'au 10 janv., Fondation Cartier. <http://fondation.cartier.com>

**Artistes et Architecture, Dimensions variables** : expo jusqu'au 17 janv., Pavillon de l'Arsenal, Paris. <http://art.pavillon-arsenal.com>

e-mail : [info@design-fax.fr](mailto:info@design-fax.fr)  
twitter : [@design\\_fax](https://twitter.com/design_fax)

**Le «TechShop-Ateliers Leroy Merlin» vu par Jean-Louis Frechin** : p 2. **Le Via cherche à évoluer dans un contexte financier limité** : p 3. **Javier Mariscal est dans une situation «précaire»** : p 3. **Vu ailleurs** : p 3. **Études** : p 6. **Appels d'offres, Échos** : p 7. **Offres d'emploi** : p 8.

## Galileo est le nouveau propriétaire de la vingtaine d'écoles du groupe Studialis

**Strate, Ésag, IESA, Atelier Chardon-Savard, Hetic, etc... les 23 écoles françaises de Studialis appartiennent désormais à Galileo Global Education (filiale du fonds américain Providence Equity Partners). Selon l'acquéreur, cette opération crée «le premier groupe européen d'enseignement supérieur».**

LE RACHAT du groupe Studialis par Galileo était en négociation depuis plusieurs mois. Il a été officialisé la semaine dernière. Studialis appartenait à Bregal Capital (fonds détenu par la famille fondatrice de C&A) et il avait été créé en 2007 à la suite de la reprise du groupe ESG. Constitué de deux pôles (écoles de commerce et écoles de création), il a racheté, au fil des ans, plus d'une vingtaine d'écoles, dont Strate École de design en 2012 [Df 788], Esag Penninghen en mai dernier [Df 938], IESA, Hetic, Cifap, Cours Florent, Atelier Chardon-Savard... Il accueille plus de 20 000 étudiants. Galileo Global Education est également un groupe d'enseignement supérieur. Basé au Luxembourg (Galileo Global Education Finance), il opère depuis Londres et appartient au fonds américain Providence Equity qui gère 40 milliards de dollars d'actifs. Il revendique une présence dans quatre pays européens, ainsi qu'au Mexique, en Inde et en Chine. En France, il a racheté fin 2012 Lisaa (L'Institut supérieur des arts appliqués, plus de 2200 étudiants, Paris, Rennes, Strasbourg, Nantes ainsi que New Delhi et Bangalore) et l'Atelier de Sèvres [Df 846]. Il possède l'Istituto Marangoni (Milan, Paris, Londres, Shanghai), l'université

Macromedia en Allemagne (Berlin, Hambourg, Cologne, Stuttgart, Munich) et l'Instituto de Estudios Universitarios (17 campus au Mexique).

Le rachat de Studialis par Galileo est d'abord une opération financière d'envergure. Selon une source interne, le prix de vente aurait été de 225 millions d'euros. La presse financière cite une somme légèrement supérieure. Elle estime que l'Ebitda (bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements) de Studialis avoisine 20 millions d'euros. Et elle prévoit que le nouvel ensemble générera près de 50 millions d'euros d'Ebitda. Bregal était conseillé par Rothschild & Cie. Plusieurs banques interviennent dans le financement : ING, Bank of Ireland, Société Générale, Mizuho Bank.

Le changement d'actionnaire s'accompagne de changements dans l'équipe de direction. Laurent Tran Van Lieu, président de Studialis quasiment depuis le début, quitte le groupe. Marc-François Mignot-Mahon, qui était directeur général depuis près d'un an, devient président. Il dirigeait auparavant le pôle des écoles d'art et de création depuis 2010. Il est fondateur de Cifacom (formation web) en 1999, d'Hetic (école de l'Internet) en 2000, de CIFAP (formation professionnelle dans l'audiovisuel et les technologies de l'information), cofondateur de la Fing.

Un autre partant : Michel Augendre, qui avait été DG du pôle management puis conseiller innovation pédagogique, quitte le groupe pour fonder UpStand, une structure destinée à accompagner la mutation de l'enseignement et des écoles dans le cadre de la transformation numérique.

---

Lundi 26 octobre 2015

# Design fax 956

---

Depuis avril, Agnès Nicolas Ifker est directrice générale de Galileo Global Education France. Elle était éditrice et directrice marketing du pôle automobile de Mondadori France après avoir été directrice de la marque chez AOL France.

Et maintenant ? *«On garde les écoles pour ce qu'elles sont et on les déploie à l'international»*, assure un des membres de l'état-major du nouveau groupe. Studialis et Galileo justifient d'ailleurs l'opération de rachat par cette volonté de *«partir à la conquête de l'international»*. Strate École de design prépare depuis plusieurs mois son implantation à Singapour. *«On a avancé sur l'Inde pour Strate et Hetic»*, confie un dirigeant du groupe. L'implantation se fera avec des partenaires. L'Atelier Chardon-Savard (école de mode et stylisme à Paris et Nantes) doit ouvrir au Vietnam. Des étudiants de l'Atelier ont présenté mi-octobre leurs créations à la Vietnam International Fashion Week à Hô-Chi-Minh Ville. L'Afrique est également en ligne de mire du groupe.

Vu de Studialis, l'international est un atout de Galileo : *«Créer des campus à l'étranger, c'est leur savoir-faire. Nous, chez Studialis, notre savoir-faire est plutôt dans les contenus, dans le support apporté aux écoles, dans les passerelles que nous établissons entre elles.»*

Ces grandes manœuvres autour des écoles supérieures (dont la forte rentabilité est une donnée structurelle) laissent songeurs les patrons d'écoles encore indépendantes (il en reste). *«C'est le grand marché, le grand bazar. Chacun avait sa petite maison. Là, ça devient la jungle»*, soupire l'un d'entre eux. D'autant plus que la conjoncture est maussade. Une école vient d'être rachetée, elle n'a qu'une poignée d'élèves en 5<sup>e</sup> année. Une autre a du mal à faire le plein... *«C'est très chaud»*, constate un directeur d'école.

## Le «TechShop-Ateliers Leroy Merlin» vu par Jean-Louis Frechin

LEROY MERLIN ouvrira officiellement lundi prochain 2 novembre, à Ivry-sur-Seine, son Atelier de fabrication collaboratif, le premier installé en France avec la société américaine TechShop. Trois journées portes-ouvertes sont organisées ce week-end (30 octobre-1<sup>er</sup> novembre). Ce *«TechShop Ateliers Leroy Merlin»* est *«impressionnant»*, juge Jean-Louis Frechin. Le designer (agence Nodesign.net) est un promoteur des FabLabs avec la Fing (Fondation Internet nouvelle génération) depuis 2010 et du prototypage comme outil de conception à l'ENSCI-Les Ateliers. Il nous présente ce nouveau lieu :

*« Intéressé depuis plus de trois ans par les « FabLabs » ces ateliers de fabrication numériques dont le succès ne se dément pas en France, Leroy Merlin innove, encore. Ainsi, après le lancement de son premier FabLab à Angers, après la mise en circulation d'un*

*camion FabLabs et d'un partenariat exclusif avec la Maker Fair France, Leroy Merlin a retenu TechShop, une entreprise californienne qui propose une mise à disposition de machines de fabrication et de coaches, sorte de FabLab sur le modèle du club de gym. Pour son fondateur Mark Hatch, les emplois de demain seront dans la conception, le design, le local et la capacité à faire.*

*Le premier TechShop Atelier Leroy Merlin a été inauguré ce jeudi 22 octobre par Thomas Bouret, directeur général France Leroy Merlin en présence de Mark Hatch, de Pierre Gattaz, clairement pas au fait de la force du mouvement FabLabs en France, et de Laure de La Raudière, une députée spécialiste du numérique.*

*L'atelier Leroy Merlin techno propose sur 2000 mètres carrés, à proximité du Leroy Merlin quai d'Ivry, 150 machines, dont plus de la moitié de prototypes industriels lourds (atelier numérique de prototypage léger, atelier métal, atelier bois, soudure, ateliers textiles, électroniques, le tout numérique). Formé par des coaches, l'atelier est ouvert aux particuliers, étu-*

*dants, entrepreneurs, après une formation aux machines. Parmi les coaches Astrid Hauton, designer, et Élise Caron, ingénieur et designer, toutes deux diplômées de l'ENSCI, offrant ainsi des conseils qui dépassent la simple technique. Les forfaits proposés seront vraisemblablement de 50 euros par mois pour accéder au Techshop le matin, 90 euros pour les soirs et les week-ends, et 180 euros pour un accès illimité.*

*L'atelier LeroyMerlin Techshop, même s'il ne se pose pas en concurrent va reconfigurer le paysage français des FabLabs «social» et «militant» d'un côté, les obligeant à se positionner et à être plus «lisibles». Mais également les plus professionnels comme l'Usine IO, qu'il va concurrencer frontalement. Pour l'entreprise du nord, il est surtout une façon légitime d'innover en s'appuyant sur sa culture historique du bricolage, ses communautés et une capacité à déployer les idées jamais démentie. »*

## Le Via cherche à évoluer dans un contexte financier limité

TROIS GRANDES ÉVOLUTIONS sont à l'étude au Via, annonce Jean-Paul Bath. Le directeur général, depuis cet été [Df 942], les présente ainsi : Un «*Via open source*», Un «*Via accélérateur d'innovation et de design expérience*», enfin la création d'un «*Grand prix Via du design*».

- Via open source. «*Il y a des pépites en interne. On a un trésor de guerre. Il faut qu'on l'ouvre davantage*», indique Jean-Paul Bath en faisant référence à toutes les «*informations que le Via engrange depuis des années*» (comptes rendus de salons, études, photos, bases de données...). «*Il faut rendre tout cela communicant. Il faut passer à l'ère du digital*», annonce le directeur, conscient qu'il y a «*déjà un an de travail*» pour numériser et rendre les divers fichiers compatibles et accessibles.

L'accès à ces futurs outils numériques devrait être gratuit et payant, selon leur nature. Parmi les formules envisagées : développer les adhésions au Via et fournir aux adhérents l'accès aux bases de données.

- Via accélérateur d'innovation. «*Notre cœur de métier, c'est mettre en relation designers et industriels*», rappelle d'abord Jean-Paul Bath. Le système des aides à la création pourrait être revu et élargi. Jean-Paul Bath souhaite «*une sélection de projets plus large qu'uniquement des prototypes, même s'il y en aura toujours. Il n'y a pas que le design produit, il faut s'intéresser au design de la relation client au sens large. À tous les éléments du design qui aident l'industrie, c'est-à-dire les façons de présenter le produit, de le vendre...*» Il compte s'appuyer sur des relais en région, avec

des ateliers, fabricants, partenaires professionnels. L'objectif est aussi de «*développer plus d'événements de mise en relation : visites, tours, conférences, webinars...*»

En attendant, un recrutement n'est pas prévu pour remplacer Michel Bouisson, chargé des aides à la création et des relations avec les écoles, qui est parti l'autre semaine [Df 955]. Un redéploiement en interne est en cours.

- Grand Prix Via du design. Ce prix annuel regroupera les aides à la création, les labels, les nouvelles démarches... et tentera, grâce à un «*jury élargi*», de «*mettre en avant le meilleur*». Ce prix distinguera plusieurs catégories (projets prospectifs, prototypes, pièces réalisées, travaux des écoles...). Il restera centré sur «*la french touch du design et de la créativité dans l'ameublement et les espaces de vie*», prévient Jean-Paul Bath qui souhaite faire davantage connaître cette création à l'international. Cela pourrait se faire avec le GEM, groupement des exportateurs de meubles. Des discussions sont aussi en cours avec l'Institut français pour une exposition itinérante dans ses établissements à l'étranger. Dans tous les cas, le Via devra trouver des partenaires pour le financement.

## Javier Mariscal affirme être dans une situation «précaire»

LE GRAPHISTE espagnol s'est livré dans une longue interview à la revue culturelle Gurb : «*Je me suis planté. Je suis fauché, sans travail, personne ne m'appelle*», confie Javier Mariscal, qui avoue «*vivre au jour le jour*». «*Je pense que tout a commencé à aller mal à partir de 2008. À l'époque, je pensais, eh bien, tant pis, il y aura toujours un projet en*

*Chine, au Japon, en Corée, au Brésil... Ça va passer.*» Mariscal a dû fermer son agence de Barcelone l'an dernier. Elle a rassemblé jusqu'à une quarantaine de personnes. Le créateur (né à Valence en 1950) est mondialement connu pour la création de Cobi, la mascotte des Jeux Olympiques de Barcelone en 1992. Figure de la création espagnole des années 1980-90, il a touché à tout : peinture, illustration, mobilier (Magis, Moroso), architecture intérieure... Avec son dessin au trait ingénu, naïf et spontané en apparence, son monde joyeux et coloré, l'œuvre de Mariscal symbolise le sursaut de ces années marquées par une création libérée et la joie de vivre (son tabouret Duplex avec ses trois tiges en métal bleu, rouge, jaune de forme biscornue est une icône des années 80, [www.mariscal.com/en/home](http://www.mariscal.com/en/home)) «*Je suis devenu plus contemplatif car personne ne me téléphone et je dois regarder les nuages parce que je ne travaille pas*», affirme-t-il dans l'entretien à Gurb, repris par de nombreux journaux espagnols. Les commentaires des lecteurs ne sont pas toujours tendres. «*Il est le reflet d'une époque. Avec ses excès. Ses postures. Son idéalisme. Ses échecs*», constate un internaute.

<http://www.gurbrevista.com/2015/10/entrevista-a-xavier-mariscal/>

## EN BREF

**Desdoigts & Associés** accompagne Cerfrance (réseau associatif de conseil et d'expertise comptable, 700 agences) dans son repositionnement, sa refonte identitaire (identité visuelle, architecture de marque) et sa communication.

---

Lundi 26 octobre 2015

# Design fax 956

---

**BETC Design**, qui collabore depuis l'origine avec la marque, conçoit la nouvelle boutique Caudalie au Carrousel du Louvre : un lieu «*pensé comme un havre de paix, un espace naturel et domestique*», édifié par des compagnons charpentiers.

**Seenk** crée l'identité d'Axians, marque unique choisie par Vinci Énergies pour fédérer son activité de technologies de l'information et de la communication.

**La Tête au Cube** (groupe Bronson) crée pour Christofle quatre objets (plateau, presse papier, porte clés, cadre photo) destinés à la gamme Graffiti créée par Thierry d'Istria en 2013.

**BEING** signe la nouvelle identité du distributeur de gaz GRDF.

**Ikea** va lancer Lattjo, une collection qui proposera une large gamme de jeux, jouets, costumes, instruments de musique. Pour faire vivre cette collection, Ikea a collaboré avec DreamWorks afin de créer plus de 25 courts métrages animés «*qui magnifient et élargissent les mondes imaginaires des personnages de Lattjo*».

**Intangibles** a conçu Sephora Flash, le premier magasin de proximité de l'enseigne de parfumerie ouvert la semaine dernière rue de Rivoli, en face de l'Hôtel de Ville de Paris. Ce format de 130 m<sup>2</sup> (contre 400 m<sup>2</sup> en moyenne) propose 3 500 références en boutique et donne accès à 14 000 références : commande par bornes interactives. Pour le fun : robot Nao et distributeur d'échantillons. Le concept permettra à Sephora de s'installer dans des quartiers commerçants de centre-ville où les

surfaces sont petites. Exemples cités : la Croix Rousse à Lyon ou la rue Montorgueil à Paris. Il pourrait aussi être dupliqué en Pologne et en Italie.

**Jouin-Manku** signe, pour Alain Ducasse, le design intérieur du restaurant Rivea et du Skyfall Lounge, situés au 64<sup>e</sup> étage de l'hôtel Delano à Las Vegas.

**L'ENSCI-Les Ateliers et l'ÉNA** organiseront une formation sur «*l'action publique innovante*» les 24 et 25 novembre, dans les locaux de l'école de design. «*L'innovation est un enjeu majeur pour la transformation d'une action publique qui fait face à des contraintes de plus en plus fortes et des évolutions profondes de la société*», note un communiqué de l'École nationale d'administration. *Cela implique un changement des cultures professionnelles et des manières de faire des administrations. Il devient urgent de décentrer et croiser les regards, et de provoquer une acculturation entre des approches parfois éloignées : celles de l'administration et celles de l'innovation et du design.*» Informations : tél. : 01 44 41 85 52. e-mail : caroline.depremonville@ena.fr

**Créart'Up** est un nouveau dispositif gratuit pour accompagner les étudiants en Ile-de-France qui souhaitent entreprendre dans la culture et développer des projets artistiques et culturels. Il est lancé par la Ville de Paris, le Connecteur Étudiants de Paris&Co en partenariat avec Hadopi. Ce dispositif vise à «*accompagner des étudiants franciliens dans la création et le développement d'outils et solutions au service de la culture. En 2016, une vingtaine de projets innovants et audacieux bénéficieront des conseils d'experts dans des domaines aussi variés que les médias, les jeux vidéo, la créa-*

*tion audiovisuelle, le web, la musique, les métiers d'art ou encore le design d'espace ou de produit.*» Lancement officiel ce lundi 26 octobre sur la Barge du Crous, quai François Mauriac, à Paris 13<sup>e</sup>. [www.creatup.com](http://www.creatup.com)

**DAD (The Digital Art Device)** lancera en fin d'année une plateforme d'art digitale donnant accès à un catalogue d'artistes montants. Les œuvres seront visibles sur un écran plat ou grâce à une DAD Drive (tous deux designés par Daï Sugawawa) directement sur un téléviseur. Les membres de DAD pourront acheter des œuvres numériques en édition limitée et recevoir une copie physique des œuvres. Entreprise lancée par Vincent Justin (Muzeo) et Carlos Cardenas (qui était directeur de la galerie Almine Rech).

**Design Derby BE/NL 1815-2015** est le titre de l'exposition présentée au Design Museum de Gand : une confrontation entre les meilleurs designers de Belgique et des Pays-Bas et les principaux projets de design belge et néerlandais de ces deux derniers siècles. Plus de 500 œuvres. «*C'est la première fois que les pratiques de design belges et néerlandaises sont soumises à pareille comparaison. L'exposition révèle de singulières similitudes ou de surprenantes différences entre les deux pays*», soulignent les organisateurs. Jusqu'au 13 mars. <http://www.designmuseumgent.be/en>

**Le château de Versailles** a confié à Zoo-designers graphiques la création de l'identité visuelle de l'exposition *Le Roi est mort* (27 oct.-21 fév.). Valeur du marché : 22 400 euros. Nombre d'offres reçues : 5.

## VU AILLEURS

### CORÉE DU SUD. Ambitions réduites pour la 6<sup>e</sup> Biennale de design de Gwangju

L'ambition de la 5<sup>e</sup> biennale de design de Gwangju (2013) était de proposer un uniforme pour tous les chauffeurs de taxi de la 6<sup>e</sup> ville de Corée (1,5 million d'habitants). Mais le choix n'avait pu être arrêté entre les six propositions retenues. Aussi le «réalistiquement viable» est-il l'axe de la 6<sup>e</sup> biennale placée sous la présidence de Choi Kyungran, doyen de l'école doctorale de design de l'université Kookmin. Biennale réduite de deux à un mois. En vedette, près de 2000 m<sup>2</sup> de design italien et expo comparative du design chinois, coréen, nippon.  
<http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/Article.aspx?aid=3010501>

### DANEMARK. Un caractère trapu pour Copenhague

Créée par trois designers, la nouvelle fonte de caractères Copenhague a pour objectif de valoriser l'image de la ville et de son environnement visuel au XX<sup>e</sup> siècle. Cet hommage à la cité devrait jouer un rôle majeur dans de futures campagnes de pub ou de communication. Le caractère est trapu, arrondi, doux, comme la cité elle-même. La gamme est complétée par des symboles évoquant l'opéra, la mairie et les vélos.  
<http://www.thelocal.dk/20151021/copenhagen-gets-its-very-own-font>

### USA. Du design durable pour les logis d'urgence de Brooklyn

Des garde-robes construites par des artisans Amish, une douche sans seuil, un balcon avec vue sur le pont de Manhattan... Les habitats d'urgence de la Federal Emergency Management Agency ressemblent à des grappes de Lego. Mais l'intérieur a bénéficié d'un développement durable. Les unités ont été construites pour que les rescapés y trouvent vite un abri au long cours.

Ce nouveau concept s'appuie sur l'attachement aux lieux de transit, longtemps après le sinistre (cf Kobé, 1995). Il s'agit de blocs de 4 étages de studios et 3 pièces pouvant être posés sur un parking, ou des barges. Simplicité, flexibilité, design universel... Le mobilier est accessible aux fauteuils roulants.

Les modules sont disponibles dans tout le pays en quelques semaines. Label « Design and Construction Excellence Program ».

<http://www.nytimes.com/2015/10/20/nyregion/new-york-city-tests-post-disaster-housing-that-stacks-up.html>

### En bref

**Corée du Sud.** Une version deux tons de la Flying Spur, inspirée des costumes de ville, et une version blanche, suggérée par la porcelaine locale, ont été conçues pour le marché coréen par Bentley. La firme propose 120000 options de couleurs, de cuirs, de coutures... Prix moyen 3 millions d'euros.  
[http://www.koreatimes.co.kr/www/news/biz/2015/10/388\\_188582.html](http://www.koreatimes.co.kr/www/news/biz/2015/10/388_188582.html)

**Japon.** Pow Wow - « Pow », le punch de l'artiste du street-art, Wow, l'exclamation du badaud, le regardant travailler - représente l'acclimatation d'un événement artistique lancé par le graphiste Jasper Wong à HongKong, puis à Hawaï. Les agences de voyages y ont inclus les réalisations dans leurs tours. Au Japon, il s'agit d'abord de familiariser la population avec une expression et un design qui paraissent plutôt étrangers mais sont susceptibles d'étendre leur influence.

<http://www.japantimes.co.jp/culture/2015/10/13/arts/pow-wow-pack-punch-tokyo/#.Vh2HKrTtIBc>

**Russie.** Créant un nouveau logo pour la ville de Moscou, la firme Apostol a été accusée de plagiat, le dessin vendu à la municipalité pour 220000 euros ayant été vu sur le web. La firme a affirmé s'être astreinte à un complexe travail de graphisme informatique pour parvenir au résultat obtenu. Un député à la Douma a confirmé la version d'Apostol.  
<http://www.themoscowtimes.com/business/article/russian-design-firm-denies-plagiarism-accusations-over-new-moscow-logo/539806.html>

**USA.** Le designer Michael Bierut, auteur du logo façade en 800 larmes de l'immeuble du New York Times, laissant à la vitre sa transparence et au graphisme sa forte présence, est le 27<sup>e</sup> lauréat de la Masters Series Award de la Chelsea School of Visual Arts. Son dernier livre : "How to Use Graphic Design to Sell Things, Explain Things, Make Things Look Better, Make People Laugh, Make People Cry, and (Every Once in a While) Change the World." !

[http://www.nytimes.com/2015/10/06/t-magazine/logo-maps-designer-nyc-michael-bierut.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2015/10/06/t-magazine/logo-maps-designer-nyc-michael-bierut.html?_r=1)

## ÉTUDES

### Les cadres sont mécontents de leur entreprise

Si 72% des cadres sont satisfaits de leur emploi (vs 15% d'insatisfaits), 41% seulement apprécient leur rémunération (35% d'insatisfaits). 46% estiment qu'ils sont perdants lorsqu'ils comparent leur investissement dans l'entreprise (compétence, temps...) avec ce qu'ils obtiennent en retour. Seulement 17% s'estiment gagnants. Il y a de la mélancolie chez le cadre ! 66% ont le sentiment de ne pas être associés à la stratégie de leur entreprise ou de leur administration, et 40% aux décisions relatives à leur propre service...

*(750 cadres du privé, 250 du public interrogés en ligne du 14 au 22 septembre).*

<http://www.tns-sofres.com/sites/default/files/2015.10.15-cfdt.pdf>

### L'aliment de qualité devient bio

Le régime change ! La « naturalité » des produits se fait vecteur de bonne santé au détriment des solutions minceur. L'emballage recyclable, la proximité pour l'achat ont la cote. Le goûter se développe chez les adultes (vs grignotage). Mais, on mange moins qu'avant, et pour moins cher, tout en faisant plus de cuisine. Apéritifs dînatoires, plateaux repas, livraisons à domicile se multiplient. Les enfants apprécient de plus en plus d'avoir leurs propres plats individualisés.

[http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Expo\\_Milano2015\\_Consommation.pdf](http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Expo_Milano2015_Consommation.pdf)

### La qualité du bureau et son emplacement, un enjeu RH

Paris Centre-Ouest-Étoile arrive en tête devant Issy-Boulogne-Saint-Cloud et Paris Javel-Alésia-Italie au palmarès des lieux de travail appréciés des cadres franciliens. Selon Dimitri Boulte, directeur général délégué de la Société foncière lyonnaise (SFL), l'espace de travail est devenu un levier RH. Un cadre, travaillant dans les beaux quartiers parisiens, passe 30 h de moins en transports hebdomadaires que beaucoup de ses collègues banlieusards ! Il se plaît donc davantage sur son lieu de travail, s'estime valorisé parce que ses interlocuteurs sont dans le même quartier.

A noter que les jeunes, plus volages que les vieux, apprécient d'être choyés, d'avoir de beaux bureaux (80%).

[http://www.ifop.com/?option=com\\_publication&type=publication&id=846](http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=publication&id=846)

### À la Toussaint, des vacances pour CSP+

27% des foyers gagnant plus de 3500 euros/mois (contre 18% pour la moyenne des foyers et 11% de ceux gagnant entre 1000-1999 euros) partent à la Toussaint. Ce sont les « petites vacances » où l'on part le moins (65+, 20%).

Parmi les 82% de non partants, 45% disent ne jamais partir, 37% manquer d'argent, 27% économiser. Les motivations pour ne pas partir ont tendance à régresser, exception faite de la crainte de la météo, passée de 3% en 2011 à 10% et de n'avoir personne avec qui partir (3% en 2011, vs 8% en

2015). Moyenne des séjours : 8 jours. On privilégie la campagne (29%), la mer (24%), la ville (19%). La mer fait un tabac chez les plus de 3500 euros/mois. 27% d'entre eux y consacrent un budget supérieur à 1200 euros.

*(1004 personnes interrogées en ligne les 23-24 septembre).*

[http://www.opinion-way.com/pdf/sondage\\_opinionway\\_pour\\_mondial\\_assistance\\_-\\_les\\_francais\\_et\\_les\\_vacances\\_-\\_vague\\_17\\_-\\_septembre\\_2015.pdf](http://www.opinion-way.com/pdf/sondage_opinionway_pour_mondial_assistance_-_les_francais_et_les_vacances_-_vague_17_-_septembre_2015.pdf)

## En bref

**Asie.** Près de la moitié des ventes d'épicerie en Asie du Sud-est ont lieu dans l'une des cinq millions d'épiceries de quartier de la région. Avec 48% des ventes, elles représentent la première part du marché alimentaire, les supermarchés ne comptant que pour 18%. Avantage marketing : la possibilité de placer la marque sous les yeux du public et d'établir un lien direct avec le commerçant.

<http://www.nielsen.com/apac/en/insights/reports/2015/the-power-of-traditional-trade.html>

**Royaume Uni.** En un an, les ventes de peintures d'extérieur de maison ont décliné de 10%, notamment pour les fenêtres, en raison de l'utilisation croissante du PVC. La porte d'entrée demeure une valeur sûre, mais la finition brillante décroît (-10%) au profit d'une apparence bois satiné.

<http://www.gfk.com/uk/news-and-events/news/pages/exterior-paint-at-the-mercy-of-the-elements.aspx>

## APPELS D'OFFRES

### Ville de Nancy -

Conception et suivi de la scénographie de l'exposition d'envergure nationale «*La Lorraine pour horizon. La France et les duchés, de René II à Stanislas*», (titre provisoire), au Palais des ducs de Lorraine. Date limite de réception des offres : 13 novembre.

Tél. : 03 83 17 54 40 ou 03 83 32 18 74.  
e-mail : museelorrain@mairie-nancy.fr

### Communauté d'agglomération du Pays de Grasse -

Conception de la scénographie de l'exposition «*De la Belle Époque aux Années folles, la parfumerie au tournant du XX<sup>e</sup> siècle*» au Musée International de la Parfumerie. Réalisation, montage et démontage. Estimation de la valeur : 115 000 euros HT. Date limite de réception des offres : 20 novembre.

Tél. : 04 97 05 22 00.  
e-mail : commande@paysdegrasse.fr  
[www.e-marches06.fr](http://www.e-marches06.fr)

### Archives nationales -

Conception scénographique, graphique et production déléguée de l'exposition «*Des voyageurs à l'épreuve du terrain: études, enquêtes, explorations (19<sup>e</sup>-20<sup>e</sup> siècles)*» aux Archives nationales, 60 rue des Francs Bourgeois, Paris. Enveloppe de 55 000 euros TTC. Date limite de réception des offres : 16 novembre.

Tél. : 01 75 47 20 82. e-mail :  
marches.archives-nationales@culture.gouv.fr

### PNR Millevaches en Limousin -

Création graphique 2016. Date limite de réception des offres : 13 novembre.

Tél. : 05 55 96 97 21.  
e-mail : a.legrand@pnr-millevaches.fr

### Saint-Nazaire -

Créations graphiques pour l'Atelier. Date limite de réception des offres : 16 novembre. Tél. : 02 40 00 41 63.  
e-mail : mao@mairie-saintnazaire.fr,  
cell\_adm\_duh@mairie-saintnazaire.fr  
[www.mairie-saintnazaire.fr/](http://www.mairie-saintnazaire.fr/)

### Saint-Étienne Métropole -

Assistance à maîtrise d'ouvrage pour la réalisation de programme d'aménagement d'espace public avec l'intervention du design pour les projets d'équipements communautaires multilocaux. Date limite de réception des offres : 30 novembre.

Tél. : 04 77 53 73 74, e-mail :  
c.grolet@agglo-st-etienne.fr (tech).  
Tél. : 04 77 49 74 07, e-mail :  
marches@agglo-st-etienne.fr (adm).  
<http://www.agglo-st-etienne.fr/>

### Réseau Canopé -

Conception scénographique, graphisme, fabrication, installation de l'exposition *Lumineuses projections !*, au Musée national de l'éducation à Rouen. Date limite de réception des offres : 6 novembre.

Tél. : 02 32 08 71 21, e-mail :  
anne.quillien@reseau-canope.fr (tech).  
Tél. : 05 49 49 79 14, e-mail :  
renee.galipaud@reseau-canope.fr (adm).

### Ville d'Arras -

Conception de l'identité visuelle du musée des Beaux-Arts et déclinaison de la charte graphique. L'enveloppe budgétaire globale pour la création et l'exécution est de 7 000 euros HT. Date limite de réception des offres : 9 novembre.

Tél. : 03 21 71 26 43,  
e-mail : m-bilde@ville-arras.fr  
<http://arras.fr>

## APPEL À PROJET

**Engie**, dans le cadre de l'appel à projet urbain innovant «*Réinventer Paris*», propose le «*Chronotope*», bâtiment transformable au fil de la journée pour répondre à différents usages. Dès lors, Engie recherche des concepts de design de «*mobilier-valise*». L'appel s'adresse aux start-ups, architectes, designers indépendants et étudiants en année de diplôme. Date limite de dépôt des dossiers : 30 octobre. <http://openinnovation-engie.com/fr/appels-a-projets>

## ÉCHOS

### NUMÉRIQUE

**Emmanuel Macron visitera, mardi matin, l'école 42 de Xavier Niel. Il échangera avec les étudiants «sur les nouvelles opportunités économiques liées à la transformation numérique de l'économie». Et après, visitera-t-il une école de design ?**

**PLANTES Les 1000 plantes constituant «Le Dragon à Deux**

**Têtes», installation monumentale conçue par Alexis Tricoire et exposée à la Cité de la Mode et du Design depuis fin juin, seront mises en vente mercredi 4 novembre de 11h à 19h à la Cité. Prix : 2 et 5 euros. La recette sera reversée à Envol Vert, association engagée pour la protection de la forêt tropicale.**

**YOUTUBE «De l'idée au marché en deux minutes», c'est le titre**

**des courtes vidéos proposées sur YouTube par Christophe Chaptal de Chanteloup. L'histoire vite troussée de produits et marques iconiques : Beats, Oreo, baskets Stan Smith, YouTube, Instagram, M&M's.**  
<https://www.youtube.com/channel/UCiXyUyB7b6xOJr7ef2qoJCQ>

OFFRES D'EMPLOI : P 8

## OFFRES D'EMPLOI

### Designer / Architecte retail

SERVAIRE&CO. L'équipe retail de l'agence développe son activité et recherche de nouveaux collaborateurs créatifs pour renforcer son effectif. Que vous soyez jeune designer ou que vous ayez un bagage de 3 à 5 ans d'expérience en retail, n'hésitez pas à nous proposer votre candidature. Sous la responsabilité d'un directeur de création, vous aurez à imaginer de nouveaux concepts retail institutionnels et événementiels pour le secteur du luxe. Poste basé à Paris. À pourvoir dès que possible en CDD/CDI. Rémunération à déterminer selon expérience. Logiciels C4D, Rhino, Keyshot, V-Ray et Autocad.

Les qualités requises par Servaire&Co : créativité, curiosité, dynamisme et motivation à intégrer l'agence.

Contact: [accueil@servaireandco.com](mailto:accueil@servaireandco.com)  
[www.servaireandco.com](http://www.servaireandco.com)

### Designer industriel

LE GROUPE SILAMIR recherche un designer industriel produit pour rejoindre son équipe de design intégré (ex Caiman Design).

Vous êtes diplômé d'une école de design, justifiez d'une première expérience minimum en agence ou en intégré, êtes disponible rapidement et souhaitez œuvrer sur

des projets variés ? Les problématiques liées au digital vous intéressent ?

Vous utilisez quotidiennement la suite Adobe, la modélisation 3D sous Solid Works ou Rhinoceros.

En fonction du profil, nous pouvons proposer un contrat type CDI. Lieu : Paris 9<sup>e</sup>.

Contact : Sébastien Corre, e-mail : [scorre@silamir.com](mailto:scorre@silamir.com)

### Directeur du programme design + Chargé de promotion

KEDGE BUSINESS SCHOOL recrute :

- Directeur du programme design (H/F).

Mission. Il/elle aura la responsabilité de la coordination des activités pédagogiques de Kedge Design School. A ce titre, il/elle pilotera la stratégie du design et de l'innovation pédagogique. Il/elle portera le design dans une démarche transversale au sein du groupe. Il/elle est également, le/la garant(e) de la satisfaction des étudiants, au regard des enseignements dispensés.

Profil. Bac+5 et/ou une expérience en entreprise de 10 ans minimum, incluant une composante en management de projet. Vous possédez une expertise confirmée dans le secteur du design international, de bonnes connaissances de l'enseignement supérieur en design, des concurrents et de leur offre de formations, de bonnes connaissances en ingénierie pédagogique, des compétences en management, gestion de budget et en gestion et développement de réseaux. Anglais courant indispensable.

Contrat : CDI. Lieu de travail : Toulon.

Adresser candidature à l'attention de Madame Tashina Giraud à :

[tashina.giraud@kedgebbs.com](mailto:tashina.giraud@kedgebbs.com)

- Chargé(e) de promotion (H/F). Mission.

Assurer la promotion des programmes du site de Toulon : Designer, Ingénieur d'affaires et KEDGE Bachelor. Le chargé(e) de promotion développe le sourcing prospects, participe aux forums/salons/JPO, suit les dossiers de candidature, remonte les informations prospects dans la CRM. Reporting & coordination avec l'équipe Marketing & développement commercial du site de Marseille, avec l'équipe Content, l'équipe Digitale et avec les Programmes.

Profil. Bac+3 / au moins 3 ans d'expérience sur poste similaire. Vous connaissez l'univers des Business Schools, des Design Schools et Engineering Schools et des enjeux business qui y sont associés et vous faites preuve de curiosité, d'initiative et de diplomatie. Anglais courant souhaité et disponibilité indispensable (nombreux déplacements en France, y compris le week-end).

Contrat : CDI. Lieu de travail : Toulon.

Adresser candidature à l'attention de Madame Caroline Dekytpotter à [caroline.dekytpotter@kedgebbs.com](mailto:caroline.dekytpotter@kedgebbs.com)

## Design fax

Tél. : 01 43 38 37 32. e-mail : [info@design-fax.fr](mailto:info@design-fax.fr). twitter : @design\_fax. 289 rue des Pyrénées 75020 Paris. Abonnement un an 47 numéros : 320 euros HT, 384 euros TTC. 20 n° : 150 euros HT, 180 euros TTC. Directeur de la publication : Jean-Charles Gaté. Direction artistique : Pierre-Yvon Carnoy. Enquêtes : Claire Fayolle, Pierre Mangin (Agence Presse Magazine). Études : Jean-Yves Ruaux. Éditeur : Design Fax SARL au capital de 9147 euros. Siège social : 289 rue des Pyrénées 75020 Paris. RCS Paris B 398 907 535. ISSN 1259-4849. Reproduction et redistribution interdites.

## Architecte d'intérieur

PREFERENCE SEARCH, cabinet de conseil en recrutement de cadres en architecture, retail et construction.

Notre client, enseigne implantée à l'international, recherche dans le cadre de son développement un architecte d'intérieur en agencement (H/F). Poste en CDI.

Rattaché au responsable du bureau d'études, vous assurez la gestion globale des projets d'aménagement de la phase étude à la phase réalisation des projets d'ouverture ou de remodeling des différents magasins catégorie 3 ou 4.

Titulaire d'une formation technique supérieure en architecture d'intérieur ou en bâtiment, vous justifiez impérativement d'une expérience de 3 ans minimum en maîtrise d'œuvre dans le domaine de l'agencement et/ou dans l'architecture commerciale sur des projets de mise en application de concepts et de suivi de chantier de magasins. Maîtrise d'Autocad et du pack Office. Salaire : 32K€ brut (selon profil). Lieu : Essonne. Réf : 4315CDPENSDF.

Adresser candidature avec la référence mentionnée sous format Word ou PDF à : [candidature@preferencesearch.fr](mailto:candidature@preferencesearch.fr) à l'attention de Mme Alexia Blanchard.