

## RENDEZ-VOUS

### Raymond Depardon. Les Jeux olympiques 1964-1980.

Jusqu'au 5 janvier, le Frac Bretagne, présente l'exposition "Raymond Depardon. Les Jeux olympiques 1964-1980". En 1964, Raymond Depardon est depuis quatre ans salarié en tant que photographe-reporter pour l'agence Dalmas. Il est alors envoyé à Tokyo pour couvrir les Jeux olympiques d'été et fait ainsi ses premiers pas de photographe de sport. Lors de ces événements, "le célèbre photographe apprend que, pour saisir la beauté du moment, il faut le devancer". Ainsi "parvient-il à immobiliser l'exploit, la force et l'émotion extrême". Au 19 avenue André Mussat à Rennes (35).

[Plus d'informations](#)

### Manger le temps.

Jusqu'au 14 juillet, l'ENSCI et Le Bis présentent "Manger le temps". Par le biais d'une exposition, le mémoire

d'enquête de Cordélia Faure nous invite "à suivre la manière dont la conservation alimentaire a glissé d'un enjeu vital pour l'homme à une pratique au service de l'industrialisation alimentaire". De "la confiture maison d'Irma aux betteraves stérilisées de l'usine Baby ou les semi-conserves locales de Pots d'Anne", cette recherche "croise récits théoriques et expériences personnelles pour interroger des aspects sociaux, économiques et environnementaux liés à cette pratique". Au 52 bd de la Bastille, Paris 12e.

[Plus d'informations](#)

### Fragments de Métaréalité.

Jusqu'au 29 juin, la galerie Dutko présente "Fragments de Métaréalité", une exposition personnelle de l'artiste français Benoit Lemerrier. Dix ans après sa dernière présentation à la galerie, "cette exposition est l'occasion de découvrir ses œuvres récentes". Au 17 quai Voltaire, Paris 7e.

[Plus d'informations](#)

### AREP : IMPOSANT MAIS DISCRET P1 À 3.

### EN BREF P3 À 6.

### APPELS D'OFFRES P7.

## AREP : imposant mais discret

**CETTE SEMAINE DESIGN FAX INTERVIEW CÉLINE PORTAZ, DIRECTRICE DU DÉVELOPPEMENT FRANCE D'AREP, ET CÉLINE DAVID, DIRECTRICE DU DESIGN. LE GROUPE AREP, FILIALE DE SNCF GARES & CONNEXIONS, SE DÉCRIT COMME UNE ENTITÉ "RÉUNISSANT DE MULTIPLES COMPÉTENCES : ARCHITECTURE (AREP ARCHITECTES), URBANISME, DESIGN, INGÉNIERIE, PROGRAMMATION, FLUX, CONSEIL ET MANAGEMENT DE PROJET".**

### Céline Portaz, Céline David, pouvez-vous vous présenter et présenter AREP ?

**C.P.** Pour ce qui me concerne, j'ai rejoint AREP en 2009, avec deux vies : d'abord en travaillant avec Isabelle Le Saux qui était directrice du design (ndlr : et aujourd'hui directrice du design de SNCF Voyageurs), puis en rejoignant le Codir d'AREP avec la mission d'amplifier l'activité de la société en dehors de SNCF Gares & Connexions. Le groupe AREP, dirigé depuis fin 2018 par Raphaël Ménard, rassemble au total 1000 personnes, dont 50 pour l'activité touchant au design. Notre positionnement est construit sur deux piliers, la mobilité et l'environnement, qui structurent fortement nos actions de développement. Nos donneurs d'ordre sont généralement issus de la sphère publique, même si l'un de nos objectifs est de dessiner des trains pour des donneurs d'ordre privés. Le groupe AREP se concentre sur trois métiers : architecture d'intérieur, design de produits, graphisme et signalétique, auxquels il convient d'ajouter un lab d'Innovation et de design

de services. Nous avons très peu de concurrents, du fait de notre taille et de notre diversité d'expertises, mais disons qu'une structure comme AIA Life Designers pourrait se rapprocher de ce que nous faisons. Sur la partie design seule, nos concurrents sont les agences de design global, et bien sûr les agences spécialisées dans le secteur de la mobilité. **C.D.** Je suis architecte d'intérieur, diplômée de Camondo. J'ai démarré ma carrière dans le retail des produits de luxe, ce qui constitue une excellente école, compte tenu, notamment, du soin apporté aux détails. Je suis ensuite partie au Canada, à Montréal,

pour faire de l'architecture d'hôtels, de restaurants ainsi que des projets pour de la clientèle privée. Ce fut l'occasion d'aborder une nouvelle culture et de nouvelles façons de travailler, différentes des nôtres. À mon retour, j'ai rejoint Renault pour 14 ans, à la Direction du design industriel, entité

qui prend en charge de l'ensemble des identités des marques pour ce qui concerne l'UX, l'UI, les iconographies ou l'architecture d'intérieur. J'étais dans le pôle Architecture, en charge de l'événementiel (salons, essais presse, concepts retail, déploiement de certaines activités tertiaires en lien avec la Direction de l'immobilier). Ce fut une expérience très enrichissante du fait du positionnement de cette Direction vis-à-vis des démarches de création, de l'interfaçage avec les nombreuses agences extérieures, et également des suivis de projets devant garantir l'intégrité de chaque marque. J'ai terminé ce parcours automobile en étant promue responsable adjointe

---

**Le design français est à la fois minimaliste et proche des usages**

---

du studio. Au-delà de la voiture, ce passage chez Renault m'a permis de découvrir le design industriel et d'avoir la chance de travailler sur des sujets passionnants et variés. Ce sont également tous ces aspects qui m'ont intéressée chez AREP, où je suis depuis un an et demi, car le design y est abordé selon une approche multimétiers, avec un spectre varié de projet.

### **Quelle est votre perception de la mobilité par le prisme du design ?**

**C.D.** Il y a des choses qui évoluent énormément, en particulier sous l'angle de la décarbonation. On intervient en se centrant sur les usages et sur l'utilisateur. Nous abordons nos projets en tenant compte de la problématique de l'interconnexion, car le voyageur utilise généralement différents moyens de transport pour effectuer son trajet.

**C.P.** On intervient aussi bien sur les périmètres urbains qu'en zones rurales. On travaille sur le produit train, bien sûr, mais également sur tout son écosystème : signalétique, mobilier, etc. D'autre part, il faut bien être conscient que nos réponses ne sont pas les mêmes en fonction des échelles considérées : les problématiques de centre-ville ne sont pas les mêmes qu'en zone peu dense.

**C.D.** Nous prenons aussi en compte le back-office : le parcours des collaborateurs ou les questions d'ergonomie des postes de travail. Notre approche est globale, de l'analyse préalable en allant jusqu'à la question du genre ou la gestion de la sécurité.

**C.P.** Et, bien évidemment, nous intégrons dans notre approche tous les aspects liés à la durabilité ou à la low-tech. Nous avons dans ce cadre une démarche que nous avons appelée EMC2B, pour énergie, matière, carbone, climat et biodiversité. Autrement dit, nous prenons en compte dans nos pilotages de projets le spectre des enjeux sociétaux clés.

**C.D.** Ce qui revient à dire que nous partons en amont de la programmation, en abordant l'ensemble des champs du design, pour aller jusqu'aux développements techniques.

**C.P.** Nous l'avons déjà mentionné, mais je me permets d'insister : nous sommes très orientés usages, c'est l'une de nos caractéristiques majeures. Dans cet esprit, il nous faut combiner approches douces et durabilité. Nous devons piloter des contraintes jusqu'à présent souvent considérées comme opposées. C'est pour cela que nous construisons nos projets en intégrant toujours l'utilisateur final, ce qui nous permet de déployer des parcours globaux avec une vision commune sur l'ensemble des composantes – digital, accueil physique, messages –, le tout en tenant compte des caractéristiques des lieux, comme les petites ou grandes gares.

### **Quelle est votre vision du design français ?**

**C.D.** Le design français est à la fois sensible et pragmatique : sans doute plus minimaliste dans les réponses formelles que des designs d'autres pays, mais avec une grande attention aux usages et en particulier aux utilisateurs finaux. Le métier du design est en constant développement et de moins en moins vu par le grand public sous l'unique prisme du mobilier. Si l'UX et l'UI se développent, il faut bien constater que le design de service reste à promouvoir et à infuser. Il demeure en France des axes de développement importants et il est heureux que la formation du design y soit d'excellent niveau. Je suis persuadée que nous sommes dans des années où le design va se développer en France de façon notable.

**C.P.** J'ai le souvenir d'une cliente qui me disait "Je ne vous demande pas de réfléchir, je vous demande de faire du design". C'était il y a longtemps, mais c'est quand même très révélateur !

### **Comment va évoluer le design chez AREP ?**

**C.D.** On le voit bien : nous sommes dans une phase d'expansion pour ce qui concerne le design. Il y a seulement quelques années, la mobilité chez AREP c'était le train et les gares. Aujourd'hui, nous sommes sur toutes les mobilités, avec par exemple les véhicules intermédiaires. On se développe sur tout ce qui est l'environnement tertiaire et on travaille avec plusieurs clients engagés sur le design low-tech comme le réemploi, les solutions thermiques, les solutions de proximité avec le corps, tout en prenant en considération l'existant. Il s'agit de s'adapter activement au changement climatique en retravaillant les aménagements intérieurs, en y apportant, par exemple, des cloisons rafraichissantes. Pour information, nous testons beaucoup en interne avant de déployer en dehors.

**C.P.** Il faut bien constater que l'aménagement intérieur et le mobilier sont des "impensés" du réchauffement climatique. Nous avons la chance chez AREP d'avoir des ingénieurs environnement qui travaillent avec les designers pour développer de nouvelles solutions.

**C.D.** Tout à fait, et dans cet esprit on réfléchit actuellement à une "chaise bouillotte" qui permettra de savoir si l'on peut-on se passer ou non d'un chauffage ou d'une climatisation à grande échelle. Il ne s'agit pas de réinventer l'objet chaise, mais de penser un dispositif adaptable sur tout modèle pour apporter un confort de façon responsable. Dans la même veine, on regarde les rafraichisseurs adiabatiques ainsi que les essais à base de terre cuite.

**C.P.** Tous ces sujets de flux d'air sont pour nous très intéressants. .../...

**C.D.** Il faut savoir que pour chaque solution nouvelle, nous créons des guides pour les utilisateurs : cela permet d'accompagner le changement de façon douce.

**C.P.** Finalement, le design c'est aussi de la conduite du changement...

## Un message pour terminer ?

**C.D.** N'hésitez pas à venir nous voir pour échanger et travailler avec nous ! On est trop souvent identifié pour des sujets comme la gare, alors que nous avons la chance de pouvoir aborder tout secteur du fait la pluridisciplinarité d'expertises de nos équipes. Je voudrais également insister sur le fait que malgré un climat ambiant compliqué, on travaille sur des sujets enthousiasmants, porteurs de sens et engagés sur le bien commun ou sur la notion de service public au sens large. ■

## L'ANALYSE DESIGN FAX

Il est certain que combiner les expertises en ingénierie, en architecture et en design global constitue un avantage considérable quand il s'agit de penser écosystème – c'est-à-dire lorsque l'on souhaite s'adresser à l'ensemble des parties prenantes concernées d'une problématique donnée. Dans ces conditions, il faut bien avoir à l'esprit qu'AREP est un acteur d'un poids considérable sur le marché du design, à la condition, comme le soulignent Céline Portaz et Céline David, que l'entreprise soit identifiée au-delà de son domaine d'action historique, à savoir les trains et les gares. ■

## AGENCES ET DESIGNERS

**Production Type** présente sa nouvelle fonte **Supleix**. Supleix examine "la tension entre les formes angulaires et courbes dans la typographie sans empattement". Conçue par **Jean-Baptiste Levée** et publiée en 2024, Supleix "a d'abord été abordée comme

une étude géométrique, où la forme et la contre-forme créent un jeu de tension". Alors que Jean-Baptiste Levée "cherchait à introduire des courbes polies et lissées sur les formes extérieures de Supleix, le résultat était d'une rondeur frustrante". Explorant plus avant "la superellipse telle qu'elle est illustrée dans l'ouvrage fondateur d'Aldo Novarese, *Eurostile*", Jean-Baptiste Levée "a introduit ces courbes de Lamé (d'après le mathématicien français Gabriel Lamé, un autre nom pour superellipse) dans les contre-formes de Supleix". Cette fonte "possède toutes les nuances des caractères gothiques américains, ainsi qu'un aspect modérément carré que l'on retrouve souvent dans les Grotesk teutoniques".

[Plus d'informations](#)

**Dragon Rouge** "a revitalisé le parcours client" du centre commercial **Ruban Bleu** (Saint-Nazaire). Ambition : "reconnecter le centre à son quartier, valoriser l'offre commerciale et créer une promenade urbaine". Pour cela, l'agence a notamment "requalifié les entrées pour émerger dans l'environnement urbain et afficher fièrement la nouvelle identité du centre, positionné de grandes portes ouvertes devant chaque point de vente, invitant les visiteurs à louver d'un commerce à l'autre et articulé une promenade urbaine autour d'un square végétal implanté, d'une zone centrale et d'une aire de jeux". D'autre part, la nouvelle identité visuelle, "directement inspirée des pavillons nautiques, vient affirmer l'ADN marin du centre, en créant un système puissant et signalétique pour personnaliser et valoriser les prises de parole".

[Plus d'informations](#)

**Nooco** (Next Snacking Industry ou NSI) "est une marque 100% marocaine, disruptive, unique et inno-

vante de snackings chocolat, barres chocolatées et biscuits pour adolescents et jeunes adultes". Elle est destinée au marché marocain dans un premier temps "avant de partir à la conquête de l'export, en Afrique notamment". Cette nouvelle proposition est née d'un constat : "le marché du chocolat au Maroc est composé de marques internationales chères et de marques locales de qualité moyenne". Nooco, a donc la volonté de créer "une nouvelle offre innovante élaborée avec des ingrédients d'excellente qualité selon les meilleurs standards internationaux, à un prix accessible". **Team Créatif** a accompagné NSI "dans la création du nom de marque, de l'identité visuelle et de l'architecture de gamme". Résultat : "Nooco, un nom unique et différenciant sur le marché, un logotype de style art au pochoir dans une typographie audacieuse et généreuse, un colour branding puissant avec un jaune vif rappelant le sable du désert, et un principe de navigation pour structurer la gamme, illustré par un coup de pinceau créatif et coloré".

[Plus d'informations](#)

Associées au sein d'une alliance "ad hoc et agile" baptisée **4B**, les agences **Bronson** et **Quatre** signent la nouvelle identité visuelle et le design packaging de la marque végane **Nurishh** (Groupe Bel). Le premier objectif de cette refonte "était de rendre la marque plus qualitative, plus visible et identifiable". L'autre ambition était "de la rendre plus aspirationnelle, désirable, source de plaisir afin de combattre les clichés encore souvent associés à ce type de produits (fadeur, ennui, etc.)". Il s'agissait donc "de positionner clairement Nurishh comme une marque de haute qualité et visionnaire, tout à la fois soucieuse de la santé et de l'environnement". Pour "renforcer la désirabilité et la visibilité de la marque dans

les linéaires", les deux agences ont imaginé "une nouvelle identité visuelle plus dynamique, plus moderne et plus gourmande : nouveau logotype, nouvelle couleur transversale, nouveaux visuels de recettes".

[Plus d'informations](#)

## OUTILS DU DESIGN

Le projet **Seconde Vie** porté par l'**Institut technologique forêt cellulose bois-construction ameublement** (FCBA) a pour ambition "de diffuser auprès de la filière ameublement, le travail de différentes structures (entreprises, éco-organismes, institutions, etc.) portant une démarche d'économie circulaire visant l'optimisation des ressources (minimiser les déchets, prolonger la durée de vie des produits, favoriser la réutilisation, la réparation et le recyclage).

[Plus d'informations](#)

## STRATÉGIES DU DESIGN

**Groupe extreme** lance **extreme Nova**, "agence de production packaging end-to-end qui consolide l'activité historique de production d'artworks packaging, initiée avec L'Oréal il y a presque 30 ans". Cette business unit a pour objectif "de répondre aux enjeux business des acteurs clés du secteur FMCG et de la cosmétique-beauté, en créant un nouveau modèle d'agence de conseil et de production". Sont ainsi intégrés "l'ensemble des métiers de la production de packaging, du développement créatif à la photogravure en déployant une production end-to-end, sans coutures". Conséquence : "le taux d'erreurs est ainsi proche de zéro et le délai de mise sur le marché

baisse de 30%". **extreme Nova** indique "proposer de nouvelles solutions hybrides et innovantes, augmentées par la technologie, intégrant l'intelligence artificielle pour automatiser la production, avec des workflows packaging et la présence d'équipes **extreme Nova** chez les clients, en mode in-house pour optimiser les process". Est également proposé "un accompagnement des marques en conseil et change management, ainsi que sur les sujets d'organisation et d'optimisation de la chaîne graphique (outils, process, ressources, organisation, etc.).

**Ndlr** : constatons un dynamisme qui ne se dément pas chez **extreme**, avec la volonté visible de coller en permanence aux souhaits et attentes du marché.

[Plus d'informations](#)

## RÉEMPLOIS

La plateforme de mobilité **Bolt** s'est associée au studio **Interesting Times Gang** basé à Stockholm "pour transformer des voitures hors d'usage en mobilier urbain unique". La collection, appelée **Living Vroom**, comprend "six pièces de designer symbolisant le potentiel des paysages urbains lorsque nous donnons la priorité aux habitants plutôt qu'à une infrastructure centrée sur les voitures : un pouf, une chaise simple, un banc, une lampe fleur, une petite lampe de sol et une table basse". Les principaux matériaux utilisés dans la collection "sont les airbags reconditionnés". Ceux-ci sont renforcés "avec de la fibre de verre pour la chaise et le banc, tandis que les lampes sont équipées de panneaux solaires". Les matériaux et la conception modulaire "garantissent que le mobilier peut résister aux intempéries des quatre saisons et est en même temps transportable".

**Ndlr** : voilà ce qui s'appelle un teaser efficace ! Cla-

mer que l'on transforme les voitures hors d'usage pour finalement n'en récupérer que les airbags est une démarche certes vertueuse, mais un peu courte, surtout pour un opérateur dont l'automobile est la principale proposition de valeur. Saluons néanmoins l'initiative.

[Plus d'informations](#)

## INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

L'**Institut national de la propriété industrielle** (INPI) a homologué l'indication géographique **pierre de Vianne**. "La pierre de Vianne est une roche calcaire réputée pour sa teinte chaleureuse, allant du beige au doré, et pour sa robustesse. Cette pierre locale a participé à la construction de monuments historiques emblématiques du Sud-Ouest – citons par exemple le pont-canal d'Agen, le Pont de Pierre de Bordeaux ou encore les châteaux de Montgaillard et de Nérac. Aujourd'hui, elle demeure un matériau de choix pour les projets de construction, pour le BTP et pour la décoration. Une seule carrière est en activité, à Lavardac, située dans le Lot-et-Garonne (47)."

[Plus d'informations](#)

## ÉVÈNEMENTS DU DESIGN

**Rébellion** propose l'évènement **Re:Marques**, "l'émission des marques qui se démarquent, pour mettre en lumière son expertise et décrypter les tendances émergentes". Diffusé sur Teams, ce rendez-vous trimestriel d'une demi-heure animé par les équipes de l'agence "aura pour objectif de décrypter au gré des recherches du bureau de tendance intégré de l'agence, un mouvement qui prend de l'ampleur".

Pour **Nicolas Boccaccio**, co-fondateur et co-CEO de Rébellion, "avec *Re: Marques*, nous avons voulu valoriser notre expertise sur les tendances et les grands mouvements qui impactent les marques au quotidien. En transformant un webinaire adressé en premier lieu à nos clients et collaborateurs en émission ouverte à tous, l'idée est de mettre en lumière le travail effectué au sein de l'agence pour décrypter, analyser et proposer des éclairages sur les mouvements qui irriguent la société". Ouvert à tous, le troisième rendez-vous aura lieu le 27 juin à 9h00.

[Se connecter](#)

Les 26 et 27 juin, **Figma** organise son évènement annuel **Config** qui permet de participer (gratuitement) en ligne "à deux jours de conférences et de discussions sur le design et le développement". L'on pourra assister "à la keynote produit de Figma, à des analyses approfondies des fonctionnalités et à des sessions sur l'avenir de l'IA".

[Plus d'informations](#)

Le 27 juin aura lieu en visio la deuxième séance du séminaire **Design, territoires et politiques publiques** co-animé par **Vraiment Vraiment** et la **Chaire Transformations de l'action publique**. "Notre deuxième séance interrogera les apports des appels à projets : pourquoi y a-t-on autant recours ? Quelles sont leurs limites ? Nous interrogerons également nos capacités à repenser ce format d'activation / mobilisation des territoires. Est-il possible de designer les appels à projets pour en pallier les lacunes et lutter contre les effets de non-recours qu'ils induisent ? Intégrer les collectivités pour les repenser est-il suffisant ? Ou doit-on totalement repenser les mécanismes d'attribution de soutien à l'expérimentation ? Doit-on totalement repenser de nouvelles modalités de soutien

/ développement de l'action publique territoriale ?" Avec les interventions de **Matthieu Angotti** (ANC-Territoires), **Charlotte Dudignac** (auteure d'un mémoire sur le design des appels à projets) et Grégoire Alix-Tabeling (Vraiment Vraiment).

[Plus d'informations](#)

## LIRE

L'Harmattan publie **Quel design pour un futur incertain ? Est-il possible de concevoir autrement ?** de **Jocelyn de Noblet**. "Le mot design est pris au sens large comme la conception, la configuration et la production de tous les éléments de culture matérielle en usage dans les sociétés humaines. En puisant dans des ouvrages publiés des deux côtés de l'Atlantique, souvent négligés en France, l'auteur met ici en lumière des idées novatrices rarement exploitées en France. Son analyse révèle une déstabilisation irréversible du système technique contemporain. Cette constatation pousse à la nécessité de concevoir dès à présent un système de remplacement. Il souligne également l'urgence de développer une nouvelle culture matérielle, en adéquation avec les limites de la planète. Ce livre offre ainsi une vision prospective et innovante, jetant les bases d'une réflexion cruciale pour l'avenir de notre planète et de notre société".

**Ndlr** : saluons, avec tout le respect dû à l'auteur, la sortie de cet ouvrage. Nous nous permettrons cependant deux remarques. D'abord, l'une des caractéristiques fondamentales du futur étant son caractère incertain, il n'y a pas, dès lors, d'autre solution que d'envisager le design sous le signe de l'incertitude. Ensuite, il nous semble que la définition du design, en tout cas telle qu'elle apparaît sur

la quatrième de couverture, est restrictive. En effet, le design vu comme "la conception, la configuration et la production de tous les éléments de culture matérielle en usage dans les sociétés humaines", autrement dit comme seulement vecteur de culture matérielle paraît exclure la portée stratégique et organisationnelle dudit design. Le débat est ouvert.

[Plus d'informations](#)

Taschen publie **Shigeru Ban. Complete Works 1985-Today** de **Philip Jodidio**. "Le travail de Ban se caractérise par une quête de compréhension des bâtiments et une volonté de sauver et utiliser des matériaux méprisés, qui l'ont conduit à trouver des solutions inventives et à choisir le trivial papier comme base de nombreux projets. Parallèlement à cette ambition, Ban a donné un visage à l'architecture japonaise en ne renonçant jamais à son écriture architecturale unique, qui lui a permis de créer une multitude de constructions dans le monde entier. Lauréat du Pritzker Prize, sa notoriété ne l'a pas empêché de mettre son talent et sa créativité au service des plus fragiles. Il a conçu des abris pour réfugiés au Rwanda et au Sri Lanka, et employé ses structures en tubes cartonnés pour ériger rapidement des hébergements d'urgence à Fukushima et en Ukraine en périodes de crise. Fidèle à une approche pragmatique, généreuse et élégante, Shigeru Ban incarne l'architecture humanitaire et ne cesse de repousser les frontières de son art."

[Plus d'informations](#)

Dans **Libération**, l'article de **Louis Moulin** et **Eve Szeftel** intitulé **Mort de Paul Chemetov, laisse béton**. "L'architecte, à qui l'on doit le ministère de l'Économie et des Finances à Paris et des milliers de logements sociaux en banlieue, s'est éteint à l'âge de

95 ans (**ndlr** : le 16 juin). En règle générale, les architectes s'éteignent avant leurs bâtiments. Certains font toutefois l'expérience inverse et on peut y déceler l'obsolescence des constructions, la versatilité des besoins de l'époque ou encore la longévité des concepteurs. Paul Chemetov fait partie de ceux-là. En 2014, il a vu tomber un de ses immeubles de logements à Courcouronnes (Essonne), trente ans seulement après son édification. Trois ans plus tard, c'est la tour Cara, un foyer de jeunes travailleurs, qui disparaissait du paysage de Saint-Ouen (Seine-Saint-Denis). À l'été 2022, l'architecte se battait encore pour sauver des constructions aux Briques-Rouges à Vigneux (Essonne), menacées de finir comme les autres sur l'autel du renouvellement urbain."

[Lire](#)

## **LES BONNES PRATIQUES DESIGN FAX**

**Voici quelques bonnes pratiques à adopter pour s'assurer d'une diffusion optimale de vos informations dans Design fax :**

1. Envoyez systématiquement vos informations (news, dossiers de presse, etc.) à [info@design-fax.fr](mailto:info@design-fax.fr). La rédaction recevant quotidiennement un nombre important de mails, n'hésitez pas à envoyer la même information plusieurs fois sur une ou deux semaines d'affilée
2. Privilégiez le format Word ou PDF (et évitez les autres formats), cela permet une reprise plus aisée et minimise les erreurs sur les noms
3. N'hésitez pas à être bref et factuel : idéalement entre 600 et 1000 caractères (espaces compris). Autrement dit, évitez les envolées lyriques et les longs développements philosophiques... toujours sympathiques sur un strict plan littéraire, mais pas vraiment

- adaptés à l'esprit d'une lettre professionnelle
4. Lorsque vous êtes cité(e), et notamment dans une interview, ne faites figurer sur les réseaux ou les sites internet que le passage qui vous concerne, et surtout pas le journal dans son entier
  5. Mentionnez systématiquement Design fax lorsque vous communiquez à partir d'un élément issu du journal

Merci !



## APPELS D'OFFRES

### CCI BAYONNE PAYS BASQUE

Assistance technique externe pour la création d'identités visuelles et d'outils de promotion et de diffusion du projet EFA 043/01 GATURI 2.

Jean-Philippe Bédère, 64102 Bayonne Cedex.

Date limite : 12 juillet.

[j.bedere@bayonne.cci.fr](mailto:j.bedere@bayonne.cci.fr)  
[www.marches-publics.gouv.fr](http://www.marches-publics.gouv.fr)

### GROUPEMENT D'INTÉRÊT PUBLIC

Accompagnement de Pix dans le développement et le design de ses services publics numériques en mode agile.

21/23 rue des Ardennes, 75019 Paris.

Date limite : 22 juillet.

[commandes@pix.fr](mailto:commandes@pix.fr)

### VILLE DE LYON

Design graphique pour le Centre d'Histoire de la Résistance et de la Déportation. 69205 Lyon.

Date limite : 24 juillet.

[www.marches-publics.info](http://www.marches-publics.info)

### OPÉRA DE LILLE

Conception et adaptation de l'identité visuelle de l'Opéra de Lille sous la nouvelle direction de Barbara Eckle.

Kevin Mathieu, 59001 Lille Cedex.

Date limite : 29 août.

[kmathieu@opera-lille.fr](mailto:kmathieu@opera-lille.fr)  
[www.achatpublic.com](http://www.achatpublic.com)

## 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)

## ADMIRABLE DESIGN

Design fax édite **Admirable Design**, site en accès libre qui reprend en différé une sélection d'interviews parues dans la lettre professionnelle Design fax.

[Voir](#)

## DESIGN ET INDUSTRIE

Design fax est partenaire de l'association **DESIGN ET INDUSTRIE** dont l'objet est de systématiser le recours au design dans le domaine de l'industrie.

[Plus d'informations](#)

## LA LETTRE DE L'EXPÉRIENCE

**Experience makers**, partenaire de **Design fax**, publie **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 l'ensemble des formalités



## DESIGN FAX

### Directeur de la publication / interviews / analyses

Christophe Chaptal  
[christophe.chaptal@design-fax.com](mailto:christophe.chaptal@design-fax.com)

### Fondateur

Jean-Charles Gaté<sup>†</sup>

### 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 la 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](#)

### Site

[design-fax.fr](http://design-fax.fr)