

Le petit Journal du design

Juin 2014

SPÉCIAL ÉCO ENTREPRISES ET DESIGN MAP

Cité
du
design
◀

3, rue
Javelin
Pagnon
42000
Saint-
Etienne

www.
citedu
design.com
tél. +33
04 77 49
74 70

**P-2 IL ÉTAIT UNE FOIS
LE DESIGN EN RHÔNE-
ALPES**

**P-3 ET LA CITÉ DU DESIGN
DANS TOUT ÇA ?**

P-4 UN ROBOT AU LYCÉE

**P-5 DESIGNER :
UN MÉTIER/3 POSSIBILITÉS**

**P-6 LES DESIGNERS
CRÉATEURS DE VALEURS
POUR L'ENTREPRISE**

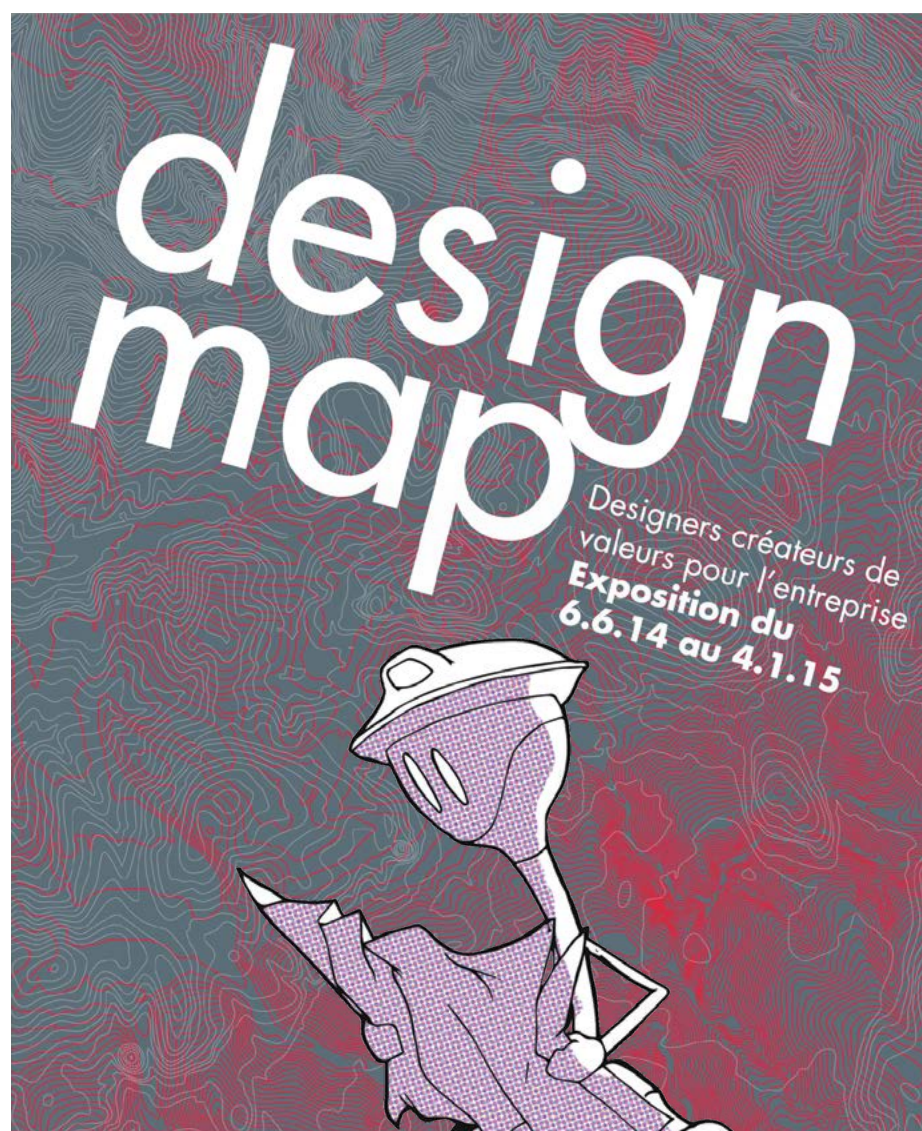
**P-7 ZOOM SUR DES
PROJETS DE L'EXPOSITION
DESIGN MAP**

**P-8 INTERVIEW DE
PHILIPPE COLANÇON,
PDG DE L'ENTREPRISE
AIXAM MÉGA**

**P-9 PORTRAIT D'UNE
MARQUE : OPINEL**

**P-10 ET AU NIVEAU DES
MATÉRIAUX ?**

**P-11 LE DESIGN EST
PARTOUT**



ÉDITO

Saviez-vous que le design joue un rôle très important dans le monde de l'entreprise ? Le design est inscrit dans l'ADN de la région Rhône-Alpes. Les collaborations étroites entre designers et industriels sont un facteur d'innovation et sont sources de création de valeurs. A travers plus de 30 exemples concrets,

l'exposition *Design map* valorise les résultats des collaborations entre designers et entreprises. Le Petit Journal du design va vous aider à mieux comprendre le métier du designer et ses liens avec le monde de l'entreprise.

IL ÉTAIT UNE FOIS LE DESIGN EN RHÔNES-ALPES

Le design occupe une place prépondérante dans la région Rhône-Alpes. Les principales activités économiques du territoire concernent les services et les entreprises à la pointe dans les domaines de l'optique, la mécanique, les technologies médicales... Au-delà d'une démarche purement esthétique, le design joue un rôle important auprès des entreprises : il est un véritable levier de croissance économique. Les entreprises ayant eu recours au design voient leur chiffre d'affaires s'accroître de manière significative. Il apporte également une vraie valeur ajoutée en permettant aux entreprises de se démarquer des autres, de porter les valeurs de leur marque, d'optimiser les coûts de fabrication...

Quel est le point commun entre Opinel, Fermob, Seb, Lafuma, Obut, Thuasne... ? Toutes ces entreprises sont implantées dans la région Rhône-Alpes et ont recours au design !

DE SAINT-CHAMOND À NEW YORK, LES CHAISES FERMOB ONT ENVAHI LE MONDE !

L'entreprise Fermob, située à Saint-Didier-sur-Chalaronne dans l'Ain, dessine, conçoit et fabrique du mobilier d'extérieur en métal depuis plus de 50 ans. Pour faire face à la concurrence du mobilier de jardin en plastique, le PDG Bernard Reybier décide, dès le début des années 90, de s'allier avec des designers chargés de redonner un coup de jeune à la collection. Il se tourne également vers l'export¹. Son idée est payante puisque les ventes à l'étranger représentent 40% du chiffre d'affaires. Les produits se vendent dans plus de 35 pays. La direction est convaincue que la créativité se nourrit d'échanges et de discussion. Fermob est aujourd'hui reconnu pour ses collaborations avec des designers

de renom comme Pascal Mourgue, André Putman, Patrick Jouin, Terence Conran... L'entreprise emploie aujourd'hui 200 personnes contre 14 en 1989. En 2013, l'entreprise Fermob a reçu le Trophée Design lors de la finale des Trophées INPI² de l'innovation. Les Trophées INPI de l'innovation récompensent des entreprises pour leur politique en matière d'innovation et de propriété industrielle, mais aussi des organismes de recherche et laboratoires qui ont su valoriser leur R&D³ grâce à la propriété industrielle.



Fermob à New-York

LE SAVIEZ-VOUS ?

Grâce à l'innovation, la région compte parmi ses entreprises plus de 50 leaders européens et mondiaux.

C'est pour cette raison que la région Rhône-Alpes figure dans le peloton de tête des grandes régions économiques européennes, elle se situe au 6^e rang européen en terme de PIB⁴.

¹Export : Vente de produits à l'étranger.

²INPI : Institut National de la Propriété Industrielle est chargé de la gestion des marques et des brevets.

³R&D : Recherche et Développement. C'est une activité d'expérimentation afin de découvrir et à interpréter des phénomènes et des principes afin de concevoir des applications pratiques à partir de connaissances et savoir-faire nouveaux ou revisités. Les entreprises mènent des activités de recherche et développement afin d'améliorer capacités et qualités de production, cela dans le but de créer de nouveaux biens et services. C'est un élément majeur de la croissance et du développement pour l'entreprise.

⁴PIB : Produit Intérieur Brut : l'ensemble des richesses produites par les entreprises dans un pays. Le PIB par habitant est la richesse produite par habitant dans un pays.



©Pare NovaCierle, Saint-Chamond

ET LA CITÉ DU DESIGN DANS TOUT ÇA ?

À la Cité du design, l'équipe du pôle entreprises et innovation travaille d'arrache-pied pour que les entreprises, les collectivités et les designers collaborent. Tout est mis en œuvre pour que les collectivités locales et les industriels intègrent le design dans leur stratégie d'entreprises¹. Pour cela, le pôle a développé une offre de services :

- le **diagnostic design** détecte les besoins en design dans l'entreprise ;
- la **plateforme numérique d'échange Design map*** constitue un annuaire de designers et permet de diffuser des appels d'offre auprès des designers ;
- la **matériauthèque** de la Cité du design propose des matériaux innovants ;
- la **convention d'affaires**, terme un peu barbare, désigne des rencontres professionnelles de 30 minutes entre un donneur d'ordre et un designer (un peu comme le speed dating mais pour les pros) ! Ces rencontres permettent de nombreux échanges et prises de contacts de manière efficace ;
- le **LUPI** est une méthodologie innovante de co-conception par le design avec les usagers et l'entreprise.

LUPI SIGNIFIE : LABORATOIRE DES USAGES ET DES PRATIQUES INNOVANTES

Animé par un coordinateur de la Cité du design, il s'agit d'un programme de développement d'une durée de 2 à 6 mois selon les projets, qui permet de faire émerger des nouveaux produits, services ou systèmes sous forme de scénario et d'expérimenter de nouveaux concepts.

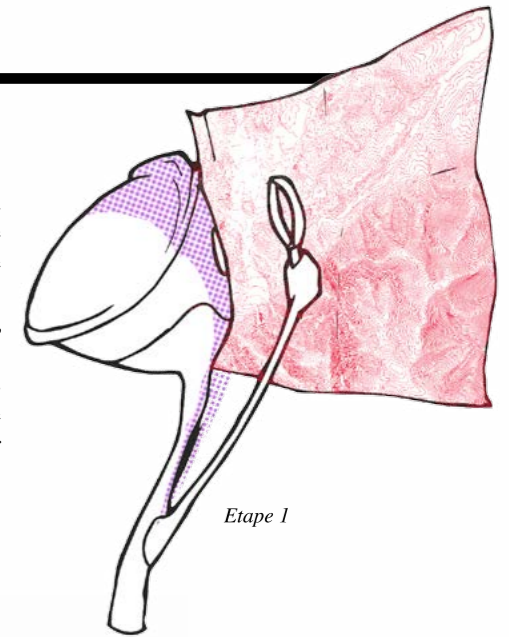
EXPLICATION

Un LUPI se décompose en 3 phases :

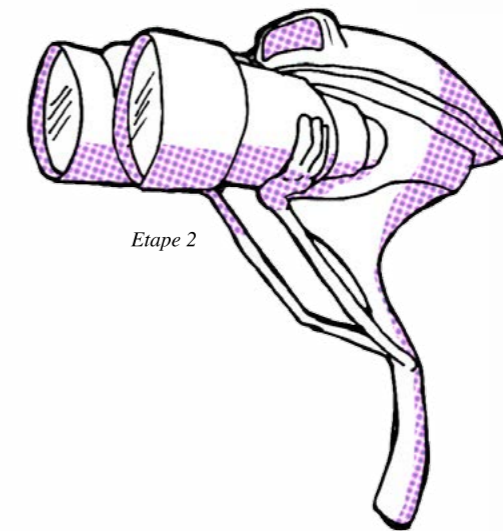
Etape 1 : Cadrage : Validation d'un projet apporté par l'entreprise, d'une piste de réflexion et définition d'une zone de recherche.

Etape 2 : Observation : Enquête, entretiens.

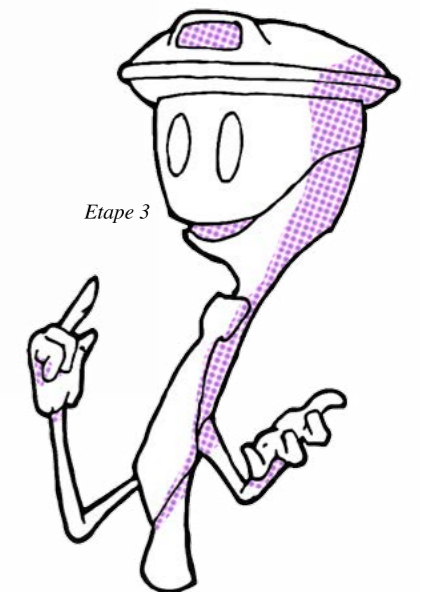
Etape 3 : Restitution : Retour des entretiens, construction d'une histoire autour de l'usage afin de pouvoir développer le projet rapidement.



Etape 1



Etape 2



Etape 3



Convention design map 11-2013 © F. Caterin

¹Stratégie d'entreprise : Se résume en 4 éléments qui sont : la vision de l'entreprise, ces valeurs, sa mission et enfin ces objectifs stratégiques.

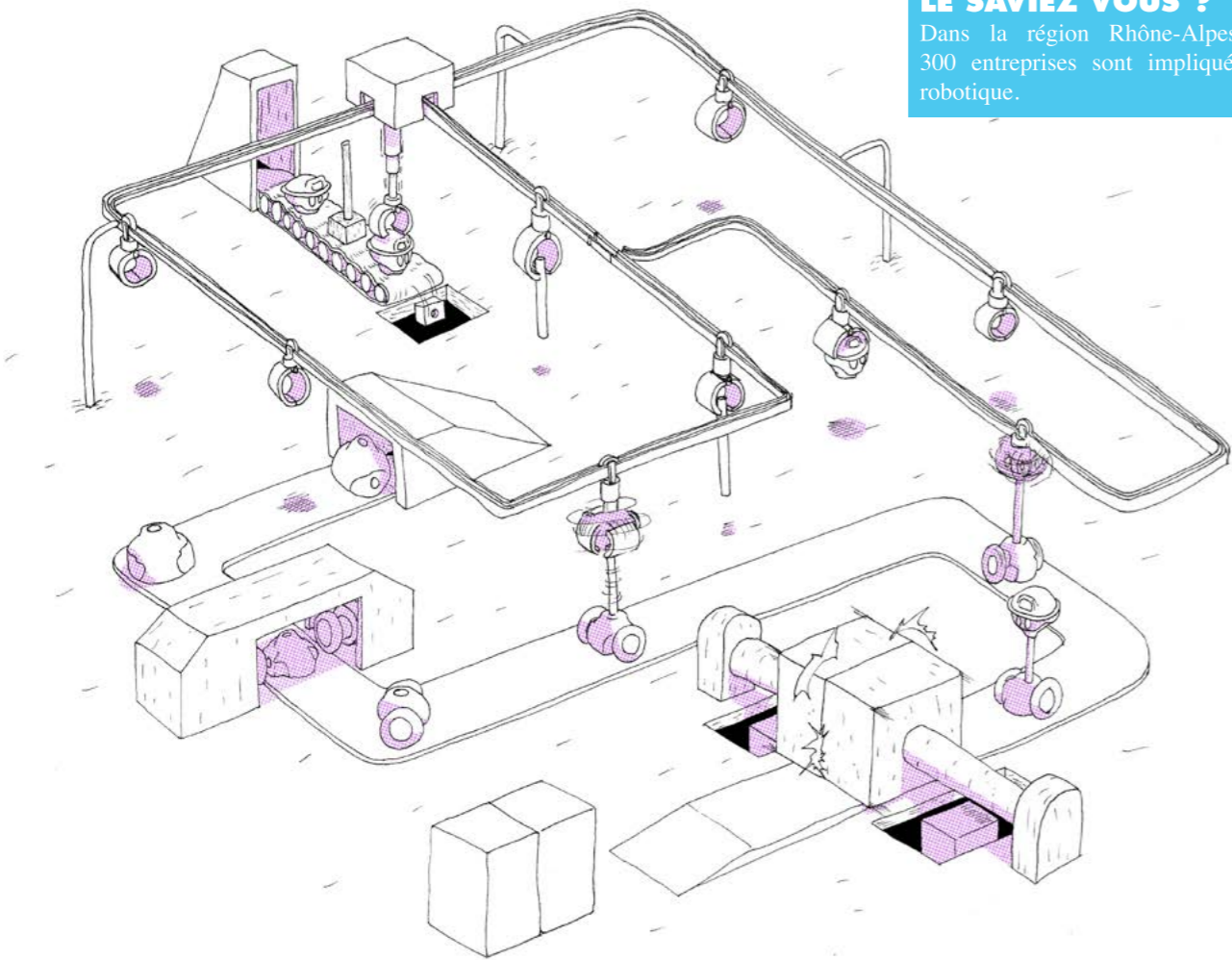
²Donneur d'ordre : Toute personne qui commande à des entreprises sous-traitantes l'exécution d'un travail suivant un cahier des charges.

*Plateforme numérique : designmap.fr

UN ROBOT AU LYCÉE : À VOTRE SERVICE !

LE SAVIEZ VOUS ?

Dans la région Rhône-Alpes, plus de 300 entreprises sont impliquées dans la robotique.



Après les tableaux interactifs, plus fort que Skype et que ton smartphone, voici le robot lycéen. À la rentrée scolaire 2014, trois lycées de la région Rhône-Alpes (La Martinière Montplaisir, à Lyon, Claude Fauriel, à Saint-Étienne et Joseph Marie Carriat, à Bourg-en-Bresse) accueilleront un robot qui permettra à des élèves absents pour des raisons de santé de suivre les cours et d'interagir avec les professeurs et camarades...

Un LUPI autour du projet « Robotique pour les enfants éloignés du milieu scolaire » a permis de développer, tester et mettre en œuvre le robot dans la classe. Le robot aura plusieurs options : être mobile ou immobile, actionner son écran ou non... afin de s'adapter à différentes situations. Par exemple, certains élèves accepteront d'être filmés tandis que d'autres préféreront avoir un avatar (à cause d'un dispositif médical trop lourd par exemple), d'autres préféreront que leur robot ne puisse pas se

déplacer car eux-mêmes en sont incapables. Ce projet, initié par la région Rhône-Alpes, a réuni différents acteurs : des enfants éloignés du milieu scolaire et leurs parents, des élèves de leur classe, des enseignants, des professionnels de la santé.

CV DU ROBOT

Prénom : QB

Nom : Awabot

Ville de naissance : Villeurbanne (69)

Trait de caractère : serviable

Signe particulier : pas de bras, mais une tête bien faite, dotée d'une caméra et d'un écran



© Franck Trabouillet
Région Rhône-Alpes

DESIGNER : UN MÉTIER/3 POSSIBILITÉS

LES MÉTIERS DU DESIGN SONT MULTIPLES...

Les principaux domaines d'intervention du designer sont le design produit, le design graphique, le design d'espace, le design numérique et le management du design, qui structure la stratégie du design au cœur de l'entreprise. Le design évoluant avec les besoins du monde économique, de nombreux métiers continuent à émerger. Les designers peuvent être spécialisés dans un champ ou, à l'inverse, pratiquer le design global, c'est-à-dire concevoir l'ensemble des signes structurants d'une entreprise à travers les objets, les images qu'elle fabrique, apportant, une cohérence à l'identité de la marque. Le design peut intervenir dans presque tous les secteurs industriels et économiques : biens de consommation, services, transports, sous-traitance, espaces publics, etc.

... TOUT COMME LES STRUCTURES DES MÉTIERS DU DESIGN

Selon la nature de ses attentes, sa taille, son budget, etc., l'entreprise peut faire appel à un designer indépendant, à une agence de design, ou créer son propre service de design intégré.

DESIGNER INDÉPENDANT

Ce statut confère souplesse et réactivité au designer. Le designer indépendant est, le plus souvent, spécialisé dans un domaine d'intervention : design produit, design graphique, design d'espace, design numérique, etc. Pour répondre à un projet complexe, les designers indépendants s'associent entre eux et/ou avec des métiers connexes (architectes, paysagistes, etc...). Parfois appelés « designers free-lance », ils peuvent choisir de travailler au service d'agences.

AGENCE OU STUDIO

Les agences de design disposent de moyens techniques et humains leur permettant de prendre en charge, sur le long terme, des projets plus complexes, grâce aux expertises complémentaires des designers qui y travaillent. Si elles emploient de deux à quatre personnes en moyenne, leur effectif peut atteindre et même dépasser les vingt salariés.

DESIGNER INTÉGRÉ

À partir d'un certain volume d'activité, et dans un souci de cohérence de la marque, une entreprise peut avoir intérêt à créer son propre service de design. Maîtrisant parfaitement les problématiques de l'entreprise ou de l'institution, les services de design intégré travaillent souvent en relation étroite avec des professionnels indépendants, alliant ainsi une expertise pointue à une créativité renouvelée. En France, les designers intégrés sont surtout présents dans les domaines de l'automobile, du sport, du transport, de l'électronique ou de l'énergie.



LES DESIGNERS, CRÉATEURS DE VALEURS POUR L'ENTREPRISE

La 3^e édition de l'exposition *Design map* a pour ambition de dresser une cartographie de la vitalité du design en région Rhône-Alpes. Les projets présentés dans l'exposition ont été sélectionnés suite à un appel à candidature. Designers et entreprises devaient envoyer à la Cité du design un dossier avec une présentation de leur identité et de leurs projets. Ensuite, un jury composé de 9 personnes (chef d'entreprise, journaliste, architecte...) a sélectionné 33 projets, en prenant en compte différents critères.

Les projets sont répartis en quatre secteurs :

MARCHÉ¹
INNOVATION²
RENTABILITÉ³
IMAGE

LE RÔLE DU DESIGNER DANS L'ENTREPRISE

Pour exprimer parfaitement les valeurs d'une entreprise, le designer doit bien comprendre le produit, son marché, connaître le type d'utilisateur du produit, la marque, l'entreprise, les savoir-faire de celle-ci, ses capacités, ses outils, etc. Il doit avoir une vue globale sur le projet et son environnement. Le designer peut intervenir dans tous les secteurs : automobile, électroménager, ameublement, services, bâtiment...

EXEMPLE

L'entreprise Boyer TTE, fabricant d'accessoires textiles, a demandé à Marie-Cécile Berger, designer, de repenser le packaging des bretelles **BICLIP**[®].

Les bénéfices pour l'entreprise :

Innovation : La designer a proposé un packaging plus pratique qui permet au client de toucher les bretelles sans les sortir de la boîte. L'emballage est également plus fonctionnel grâce à ses nouvelles dimensions. Il est plus léger, plus petit donc moins cher à expédier, et plus d'exemplaires peuvent être exposés en magasin ! Enfin, réalisé avec moins de matière on dit que l'emballage est éco-conçu.

Marché : Les bretelles, pensées à l'origine pour les seniors, sont désormais adaptées à l'homme actif, la femme enceinte et l'enfant. Les bretelles sont aussi exportées en Allemagne et vendues dans les pharmacies paramédicales. Le marché s'est développé de 10%.

Rentabilité : Les ventes ont progressé de 15% tandis que les coûts de production ont été réduits de 22%.

Image : Grâce au nouveau visuel et à la qualité du carton de l'emballage, le produit donne une image plus haut de gamme. Le packaging véhicule également une image technique qui met en valeur le côté innovant du produit.



BICLIP[®]



BICLIP[®]

¹**Marché** : Un marché est la quantité ou la valeur totale des produits ou des services d'une catégorie donnée vendue sur une période de temps donnée sur une zone géographique donnée, par exemple : le marché français de l'automobile.

²**Innovation** : C'est un processus consistant à innover, c'est-à-dire à chercher à améliorer constamment l'existant de façon radicale.

³**Rentabilité** : La rentabilité représente le rapport entre les revenus d'une société et les sommes qu'elle a mobilisées pour les obtenir.

ZOOM SUR L'EXPOSITION DESIGN MAP

L'intervention des designers en entreprise peut être très variée : créer une identité visuelle, améliorer l'usage, l'ergonomie ou la technique d'un objet ou d'un service... Voici une sélection de quatre projets que tu retrouveras dans l'exposition *Design map*.

SITUS PREND PLACE DANS LES STADES

Le siège de stade Situs, fabriqué en France par l'entreprise M.T.S, prend en compte tous les usagers (monteur, spectateur, maintenance) et répond aux nouvelles normes d'équipement de stade. INOVO Design a eu l'idée de fabriquer les sièges avec la technologie de l'extrusion soufflage¹. Cette technique permet d'obtenir un volume fermé plus souple et plus confortable, son ergonomie est améliorée. Pour répondre à une forte demande de personnalisation des stades, les sièges peuvent être proposés en bi-couleur.



© INOVO Design

CA BÛCHE DUR À L'ATELIER CHATERSÈN

Petite leçon d'anglais : Log signifie « rondins ». On dit d'ailleurs sleeping like a log : dormir comme une bûche ! La mission confiée à Julien Marry, formé à l'École supérieure d'art et design de Saint-Étienne était d'utiliser les machines existantes de l'Atelier Chatersèn, qui produit du mobilier écologique en bois, pour créer du mobilier en série. Grâce aux logarithmes, qui donnent la possibilité de transformer des multiplications difficiles en simples additions (par exemple : $102 \times 103 = 100 \times 1000 = 102 + 3 = 105 = 100\ 000$), il a imaginé une collection qui comprend notamment un chandelier, un tabouret et une table. Chaque objet est construit à partir de rondins de bois de différentes hauteurs et de différents diamètres. L'assemblage des différents types de rondins permet d'obtenir une collection variée.

DE DESIGN ET D'EAU FRAÎCHE

En faisant appel au studio de création graphique et visuelle Et d'eau fraîche, l'Opéra Théâtre de Saint-Étienne s'est doté d'un nouveau logo et d'une nouvelle identité graphique² qui évoque le passé industriel de la région, tout en gardant de la modernité. Les formes géométriques, spécialités du studio, sont déclinées sur les affiches, site internet, dépliants, programme... Un univers graphique est dédié au jeune public, en lien avec la tonalité de la saison.



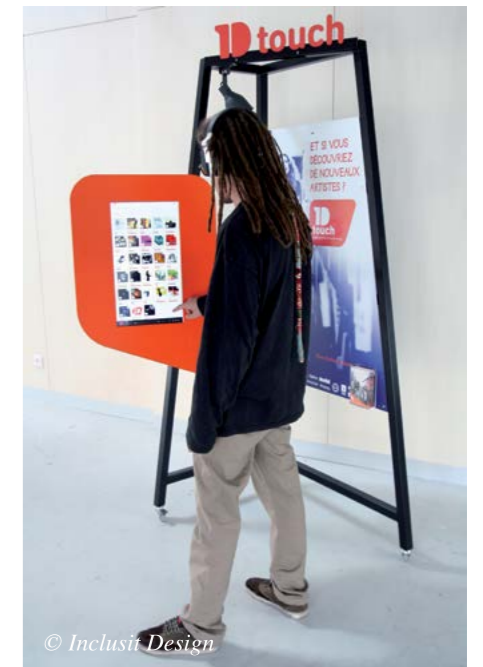
© Et d'Eau Fraîche



© Log - Plateau de Repos - Pelous

UNE SCÉNO POUR 1D TOUCH

Pour défendre la diversité musicale et la créativité des artistes, l'association stéphanoise CDID a développé une plateforme de streaming indépendante 1D touch ; en adhérant à la plateforme, tu as accès à des nouveautés musicales avec l'assurance que les artistes seront rémunérés équitablement pour le travail. Pour rendre ce service visible, des bornes d'écoute sont installées dans les lieux partenaires (salle de concert, médiathèques, centres culturels...). Une scénographie imaginée par Inclusit Design s'adapte aux lieux et qui propose des bornes d'écoute et des assises.



© Inclusit Design

¹**Extrusion soufflage** : L'extrusion-soufflage est un procédé de mise en forme de matériaux thermoplastiques qui est utilisé pour fabriquer des objets creux de contenance variable (de quelques cm³ à quelques m³).

²**Identité graphique** : L'identité visuelle exprime grâce à un style graphique propre à l'entreprise, ses valeurs, son activité et ses ambitions.

INTERVIEW DE PHILIPPE COLANÇON, PDG DE L'ENTREPRISE AIXAM

L'entreprise Aixam est le leader européen de la voiture sans permis. En décidant de collaborer avec l'agence Barré Design, l'entreprise souhaite développer une nouvelle image en cassant les codes du genre. Le challenge était de définir une nouvelle identité pour la Gamme Vision aux multiples facettes : *trendy*¹, dynamique et audacieuse, tout en respectant les process² et les contraintes liées aux petites séries. L'image des voitures sans permis se rapproche toujours plus des standards automobiles.

PHILIPPE COLANÇON, PDG DE AIXAM MÉGA, A ACCEPTÉ DE RÉPONDRE À NOS QUESTIONS :

Pourquoi l'entreprise Aixam est-elle implantée en Rhône-Alpes ?

C'est Georges Blain qui a créé Aixam en 1983, en reprenant une société qui était leader de la voiture sans-permis dans les années 70. A cette époque, les voitures étaient imaginées et fabriquées à Aix-les-Bains et les fournisseurs des pièces de carrosseries étaient basés à Chanas, en Isère. Depuis, Les voitures AIXAM sont imaginées, créées et montées dans nos deux usines de production en Région Rhône-Alpes.

Pourquoi avez-vous fait appel à un designer ?

Dès le début, le design a joué un rôle important, il fallait imaginer un véhicule qui ressemble le plus possible à une voiture classique afin d'éviter de stigmatiser les conducteurs. Les designers ont réutilisé les codes du design automobile tout en étant vigilant à ne pas être trop avant-gardiste pour ne pas perdre de clientèle.

Quel est le positionnement (marketing) de la marque sur le marché de l'automobile ?

Jusqu'à la fin des années 90, 100% de la clientèle était française, à la retraite et vivait à la campagne. Fin 2002, la recherche d'une clientèle plus jeune se met en œuvre : une nouvelle gamme est créée afin de toucher de nouvelles cibles : des voitures étroites pour les habitants des centres-villes, des voitures rallongées pour les habitants de la campagne et ensuite des modèles à destination des jeunes. La voiture sans permis avait à la base un rôle social dans les campagnes, puis s'est ajouté un aspect sécuritaire, en effet, l'habitacle de la voiture sans permis permet d'être plus en sécurité que sur un cyclomoteur. En recréant un modèle trendy, la marque souhaitait attirer les parents ne

voulant pas que leurs enfants circulent en scooter. En 2010, la clientèle a largement rajeuni : elle compte 2/3 d'actifs. Aujourd'hui, 50% des véhicules sont exportés. Le développement du marché est limité aux pays qui appliquent la réglementation sur les véhicules sans permis.

Pourquoi avoir choisi de collaborer avec l'agence Barré et Associés ?

La collaboration avec l'agence Barré et Associés a débuté pour le re-styling de la gamme Vision. La proximité physique entre l'agence et l'entreprise est un gros avantage. Cette collaboration continue aujourd'hui sur de nouveaux projets, mais nous travaillons également avec d'autres agences de designers.



Philippe Colançon

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les voitures sans permis ne sont pas considérées comme des voitures mais comme des quadricycles à moteur léger. Les premières voitures sans permis étaient dotées de moteur de mobylette !



© AROLA



© AIXAM



© INOVEO Design

¹Trendy : À la mode.

²Process : Ensemble d'étapes nécessaires pour créer un produit.

PORTRAIT D'UNE MARQUE

Je peux couper, découper, racler, gratter, tailler, dénuder un fil, étaler, tartiner... À l'étranger, on me surnomme « Le couteau français. » Qui suis-je ?

Avant d'être un couteau, Opinel est le nom d'une famille de forgeron qui, dès 1800 travaille le métal. Les premiers couteaux Opinel sont fabriqués en Savoie en 1890 et le développement industriel et commercial de la marque¹ se fait dès 1920. Le couteau pliant est composé d'une lame, d'un manche et d'une virole (système de blocage). Les 2 grandes caractéristiques formelles des couteaux de la marque sont sa simplicité et sa rondeur. Contrairement à d'autres couteaux bien connus, l'Opinel ne possède aucun motif. Simple, robuste et très pratique, il est avant tout utilisé comme un outil, un instrument de travail et de loisir.

Opinel a travaillé avec l'agence de design Think think pour proposer un couteau tout-terrain, adapté à des conditions extrêmes. Même si l'image traditionnelle du couteau reste inchangée, le classique manche en bois est désormais en plastique. Le couteau Outdoor n°8 est le premier couteau Opinel en plastique adapté à l'univers de l'outdoor², du nautisme à la pratique sportive en montagne et en mer. Sa lame très résistante est dotée d'une zone crantée de 3,5cm pour couper les cordes naturelles et synthétiques. Le manche est composé de 2 matières plastiques haut de gamme avec zone grip et sifflet résistant aux températures extrêmes de -40°C à +80°C et à l'eau.



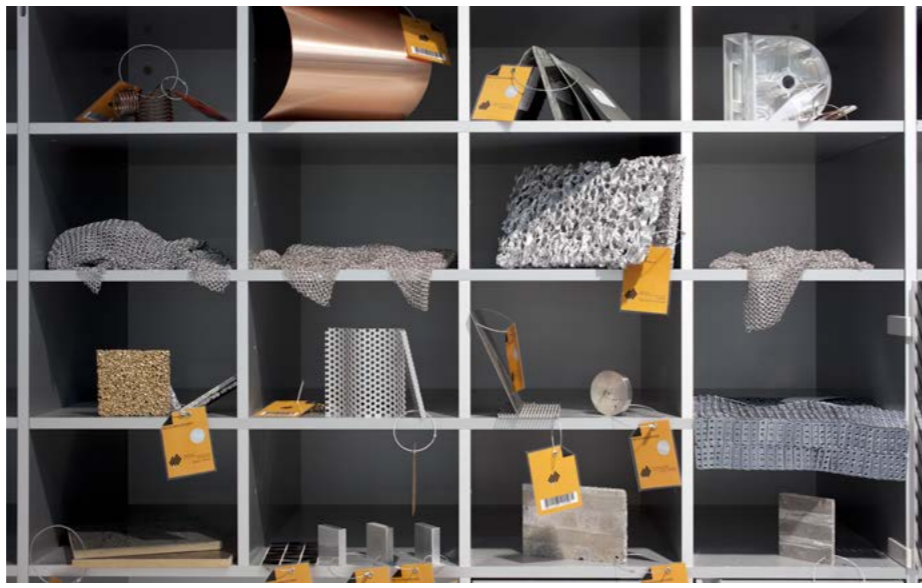
¹Marque : La marque est un nom possédé par une entreprise, une personne ou un service, c'est le signe qui sert à les identifier. Elle est utilisée pour véhiculer des valeurs et pour différencier ses produits de ceux de la concurrence. Une marque est un élément qui peut être déposé à l'INPI.

²Outdoor : De plein air.

ET AU NIVEAU DES MATÉRIAUX ?

LA MATÉRIAUTHÈQUE, SOURCE D'INSPIRATION

Une matériauthèque, c'est comme une bibliothèque, les livres étant remplacés par des matériaux. Celle de la Cité du design est destinée aux professionnels du design (étudiants, designers, entreprises) qui souhaitent découvrir des matériaux pouvant être innovants, éco-conçus et fabriqués dans la région Rhône-Alpes. Une base de données permet de rechercher un matériau en fonction d'un cahier des charges¹ où selon des critères spécifiques. Lieu de présentation, d'information et de conseil, la matériauthèque inspire les designers et permet des rencontres avec des spécialistes. Parmi les échantillons de la matériauthèque, nous avons déniché un nouveau plastique fabriqué à partir de caséine² de lait : Lactips.



LE MATÉRIAU

Lactips est un bioplastique qui a nécessité plus de six ans d'essais en laboratoire. L'ingénieur chercheur Gilles Assézat et le maître de conférences Frédéric Prochazka ont réussi à mettre au point un plastique hydrosoluble à base de protéine de lait. Ce matériau est biodégradable, recyclable à l'infini et comestible.

SES PROPRIÉTÉS

Ce matériau a de nombreux avantages : la matière absorbe l'eau en milieu humide et sèche en milieu sec. C'est une sorte de matériau vivant, qui dépend des conditions environnementales.

QUELLES APPLICATIONS POSSIBLES POUR CE MATÉRIAU ?

Ce plastique permettra de faire cuire une sauce directement dans son sachet sans en mettre partout. Les chercheurs ont fait appel à des étudiants pour imaginer des produits. Elodie Saugues, designer industriel, a proposé différentes utilisations du Lactips.



© Elodie Saugues - designer industriel

¹**Cahier des charges** : Le cahier des charges définit les contraintes et restrictions auxquelles le créateur-prestataire est soumis lorsqu'il répond à la demande d'un commanditaire.

²**Caséine** : La caséine est une protéine contenue dans le lait.



© Elodie Saugues - designer industriel

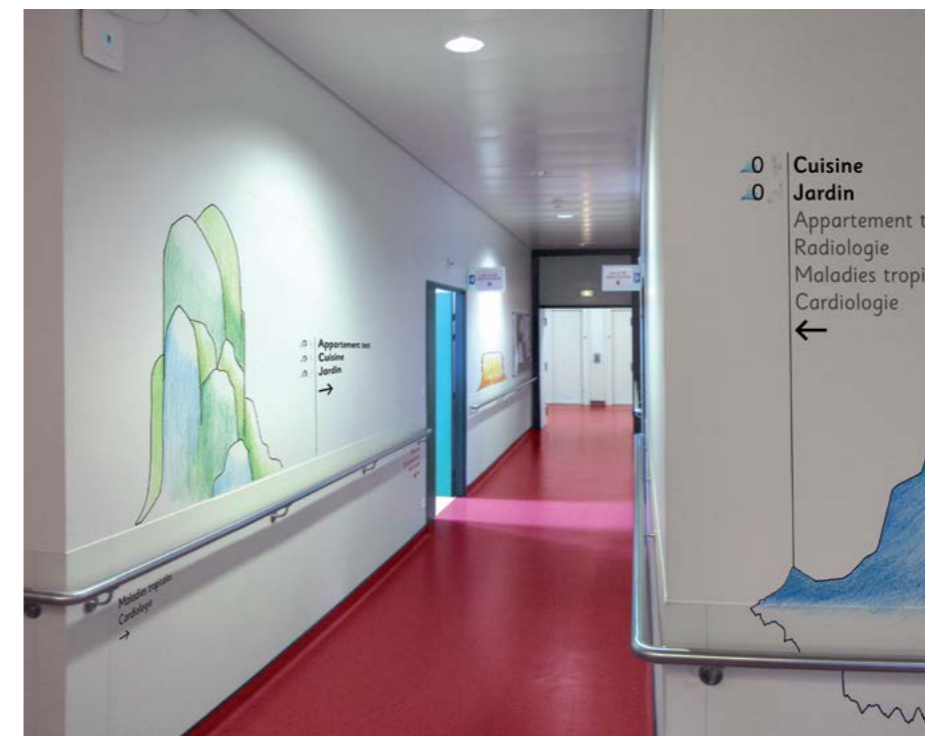
LE DESIGN EST PARTOUT

A L'HÔPITAL

Etudiants ESADSE et le Service de Médecine Physique et de Réadaptation pédiatrique.

Le projet de signalétique du Service de Médecine Physique et de Réadaptation pédiatrique de l'hôpital de Bellevue a été créé en collaboration avec le personnel du service et les étudiants de l'École supérieur

d'art et design de Saint-Étienne. Cette signalétique comprend une typographie, des dessins et des frises. Elle permet aux enfants de se déplacer le plus possible en autonomie. La signalétique est encore à l'étape de projet, un livre a été créé permettant de retracer toutes les étapes de travail des étudiants.



SUR LA PLACE

Laure Bertoni et Sébastien Philibert.

La place du caillou, située à l'intersection de la rue d'Arcole et de la rue du Coin à Saint-Étienne était délaissée et encombrée de déchets. Le réaménagement de cette place met en valeur le bel arbre existant et propose une aire de jeux qui invite à s'inventer des mondes, grimper, se cacher. Ce projet, résultat d'un échange avec les services techniques de la ville, le conseil de quartier Jacquard - Préfecture et les habitants a reçu le Prix du Design Shenzhen¹ pour les jeunes Talents, SZ-DAY 2013.



© Laure Bertoni

¹La ville de Shenzhen, en Chine, fait partie des villes UNESCO de design, au même titre que la ville de Saint-Étienne.

AU STADE

Atelier Tourette & Goux et Julien de Sousa. Le stade Geoffroy Guichard de Saint-Étienne a été agrandi afin d'accueillir les matchs de l'Euro 2016. La nouvelle architecture a été imaginée par le cabinet Chaix et Morel et associés. Son aménagement a été confié aux designers de l'Atelier Tourette & Goux : salons, loges, espaces de restauration. Les vestiaires ont été conçus en collaboration avec le designer Julien de Sousa. Chacun de ces espaces est personnalisé selon une thématique en lien avec l'histoire et les valeurs de la région stéphanoise. L'aménagement du stade reflète un territoire industriel et créatif, collectif et innovant, avec pour objectif d'améliorer le confort du public et l'usage d'espaces et de services, tout en favorisant le « mieux vivre ensemble. » D'ici 2016, quelques concepts novateurs seront développés en partenariats avec des entreprises : une salle de presse numérique, une signalétique communicante ou des applications interactives...



© Studio Bisbee

Remerciements :

Mathilde Thierard et Eric Bibard de Fermob, Philippe Colançon et Emeline Cantinol d'Aixam, Xavier Blanchard de Barré et Associés, Patrick Dusson de Boyer TTE, Marie-Cécile Berger, Guillaume Garait d'Inoveo Design, Julien Marry, Mathilde Damour d'Et d'eau fraîche, Héloïse Thizy d'Inclusit Design, Françoise Detroyat d'Opinel, Frédéric Prochazka de Lactips, Élodie Saugues, Laure Bertoni et Sébastien Philibert, Lionel De Oliveira, Paul Buros, Neven Planchon, Johanna Jacquemond, Amélie Chapet.

L'équipe entreprises et innovation et l'équipe communication et accueil des publics de la Cité du design.

Save the date

Du 12 Mars
au 12 Avril 2015

Biennale Internationale Design Saint-Étienne

*Les Sens du beau
The experiences of beauty*

www.biennale-design.com



Cité du design - mai 2014 - © Sonia Barcet

Cité
du
design
◀▶

3, rue
Javelin
Pagnon
42000
Saint-
Etienne

www.
citedu
design.com
tél. +33
(0)4 77 49
74 70

ville de
Saint-Étienne

SAINT-ÉTIENNE
métropole
LE DÉPARTEMENT D'EXPÉRIENCES

Le Rhône-Alpes
Rhône-Alpes

Centre
d'art contemporain

/saintétienne
Affaires Visuelles/

Saint-Étienne
Métropole
SAINT-ÉTIENNE
Métropole
SAINT-ÉTIENNE
Métropole