

Jun 2011
RdD # 05
Le mensuel de
La Revue du Design



Edito

Ce mois-ci, nous vous présentons notre avant-dernier numéro avant de marquer une (courte) pause estivale.

Vous trouverez ainsi, dans ce cinquième magazine RdD, une sélection de projets récents qui ont retenu notre attention, notamment une étonnante chaise utilisant un matériau habituellement utilisé pour l'habillage intérieur des portières de voiture, une collection de plats "paysagers", un canapé hamac, des meubles en bois reconstitué à partir de papiers usagés, du mobilier urbain ondulant...

Vous aurez également l'occasion d'en savoir plus sur le parcours d'Eric Berthes, designer diplômé de l'École Boulle et de Strate College, et intervenant dans les domaines du design industriel, du luxe et du mobilier.

L'agence de design industriel Dici Design nous en dira également plus sur la conception d'une série d'adaptateurs électriques réalisés pour la société Watt&Co.

Je souhaite une excellente lecture.

Alexandre Cocco
redac@larevuedudesign.com

Sommaire

A la une	4
Interview: Eric Berthes	5
L'objet en question(s): les adaptateurs WATT&CO par l'agence Dici Design	5
Sélection design suisse: les « espAces » du Design 2011	11
Projets et actualités design	15
Cape	16
Landscape	17
Stamp	18
Orto	19
Siesta	20
Top Four	21
O	22
Eu/phoria	23
Iyon	24
NewspaperWood	25
Worksofa	26
Léon	27
White light collection	28
Fog coffee table	29
Sinus	30
Skin Collection	31
La part du texte	32
Les malentendus du design et du kitsch	33
Lettre d'un jeune designer suédois en 1971	36
A voir, lire ou écouter	38
Design à voir	39
Design à lire ou écouter	40
Brèves	41
Nous en parlions il y a un an	42
Mékesdonc?	42
Nos lecteurs ont la parole	43
Les stats	43
Les offres d'emploi	44

En couverture:

Prototype en stéréolithographie de l'adaptateur universel, conçu par l'agence Dici Design pour la société Watt&Co (focus clip pour enrouleur).

A la une

Interview: Eric Berthes



Nous interviewons aujourd'hui Eric Berthes, designer diplômé de l'Ecole Boulle et de Strate College, et intervenant dans les domaines du design industriel, du luxe et du mobilier.

Pouvez-vous nous dire quelques mots sur votre formation et votre parcours professionnel?

Je suis diplômé de l'école Boulle, où j'ai passé 5 années dans la section art de l'habitat. J'ai ensuite poursuivi par un diplôme en design produit, obtenu à Strate College (3 années).

En 1998, à ma sortie des études, je me suis lancé directement en Freelance comme designer produit. Je commence alors à travailler en France, notamment pour des marques d'électroménager asiatiques qui souhaitent importer leurs produits en Europe. Après 4 années de travail exclusivement en design produit, je commence à me rapprocher de marques françaises, notamment dans l'industrie du luxe, pour exprimer un travail créatif plus libre.

Sur quel(s) sujet(s) travaillez-vous en ce moment?

Je travaille sur de nombreux projets. Cela va de d'objet en art de la table à du mobilier pour des éditeurs en passant par des lieux de vie. En ce moment, je travaille notamment sur un concept de fromagerie haut de gamme et contemporaine.

Combien de personnes compte votre agence?

Nous sommes 4 personnes à plein temps: 3 designers et un prototypiste, car j'ai un atelier en interne. C'est beaucoup de travail et d'implication, car nous sommes une relativement petite équipe. Mais je ne souhaite employer davantage de personnes, car je pense souvent que cela serait au détriment de la créativité et du choix des projets.

Quelle est votre méthode de travail habituelle?

Etablir un bon brief avec le client. Ecouter mon client avec beaucoup d'attention.

Et par la suite de la créativité, des idées et des projets intelligents à fabriquer.

Fréquentez-vous les blogs et sites Internet consacrés au design, et si oui lesquels?

Oui beaucoup car j'aime la fraîcheur des blogs, la rapidité des parutions, la simplicité de lecture. Et surtout je trouve que les projets design sur les blogs sont plus créatifs avec moins de lourdeur éditoriale. Le votre, j'adore et ensuite Trendsnow.

Y a-t-il un ou plusieurs designers, ou créateurs, qui vous inspirent au quotidien?

Je porte plus d'importance quand je feuillette un livre à l'objet qu'à son créateur. Mais j'aime que le produit soit signé d'un créateur.

S'il y avait une chose à changer dans le design?

Les mauvais designers qui nuisent au développement de ce métier... Et les copieurs qui pillent les bénéfices de la créativité!

Quelle est la commande que vous aimeriez vous voire confier?

Un hôtel ou un bar contemporain.

De votre point de vue, le métier de designer est-il enviable aujourd'hui?

Oui si vous réussissez, mais ce n'est pas gagné au départ!!!

Pour finir, un livre, un site Internet, un film, une découverte récente... que vous auriez envie de partager avec nous?

J'attends avec impatience le salon du meuble de Milan que je trouve très dynamique.

Quelques projets d'Eric Berthes:



Collection Emma (gamme composée de cinq meubles: un canapé, une chauffeuse, un fauteuil, un pouf et un tapis).



Création d'un bar Chivas pour le festival de Cannes (2007).



Sicclair (2003, édition Studio Planet Design). Chaise longue en Corian.



Seau en étain pour l'Orfèvrerie d'Anjou (direction artistique, 2003).



Vasque à magnum en étain, pour le champagne Dom Ruinart (2001).



Création et développement d'une gamme de disques durs externes 5 pouces 1/2, pour Packard Bell (2006).



Création et développement d'une gamme d'accessoires en téléphonie mobile (2005).



Création d'une gamme de sèche-cheveux (2002).



Couteau de table avec une lame de Laguiole (pour l'Orfèvrerie d'Anjou).



Set de dégustation de champagne glamour (pour l'Orfèvrerie d'Anjou).



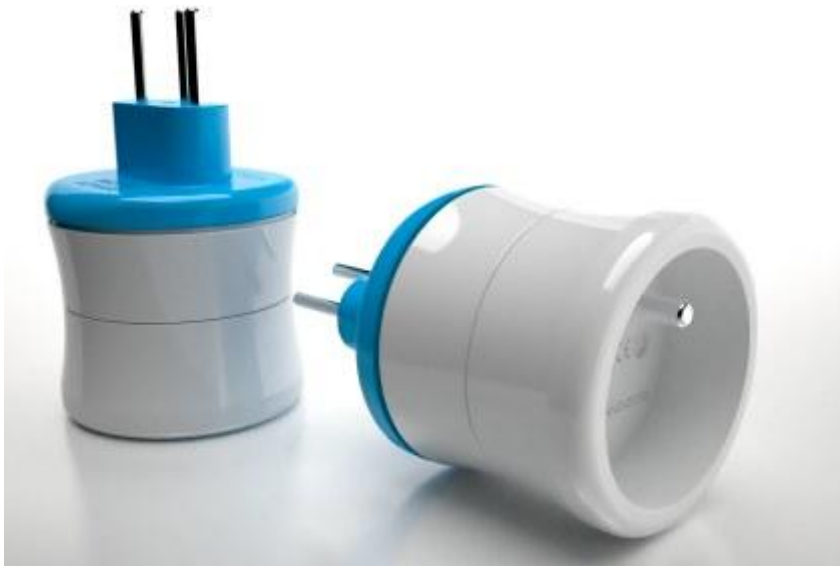
Vue de l'agence.

Projets et photos © Eric Berthes.

Pour en savoir plus: www.planetdesign.fr.

>>> Voir nos autres interviews

L'objet en question(s): les adaptateurs WATT&CO par l'agence Dici Design



La rubrique "L'objet en question(s)" présente des portraits d'objet ou de séries d'objets, par leurs créateurs: l'histoire de leur genèse, leurs contraintes, leurs enjeux...

Ce mois-ci, nous rencontrons Hugues Touzot, chef de projet au sein de l'agence Dici Design, qui nous en dit plus sur la conception d'une série d'adaptateurs réalisés pour la société Watt&Co.

Pourriez-vous nous décrire votre projet en quelques mots?

Il s'agit de la conception et du design d'une gamme d'adaptateurs de prise électrique de voyage pour l'entreprise française Watt&Co. Un objet qui permet aux personnes se déplaçant dans un pays où les normes électriques sont différentes de pouvoir néanmoins brancher ses appareils sur le courant électrique local.

Comment ce projet vous a-t-il été confié?

Watt&Co distribuait déjà des produits de connectique électrique comme des adaptateurs, transformateurs et convertisseurs. Cette PME d'une quinzaine de salariés, qui vendait principalement en GMS (grande et moyenne surface), souhaitait trouver un positionnement différenciateur de ses concurrents et générateur de nouvelles parts de marché sur un secteur concurrentiel.

Nous travaillions avec ce client depuis quelques mois. Nous avons déjà procédé à son repositionnement de marque. Nous lui avons ainsi conseillé de passer du rôle de simple distributeur à celui de fabricant. L'adaptateur était ainsi le second produit que l'entreprise développait pour son propre compte et constituait la première vente de notre client.

Quels étaient, selon vous, les principales contraintes et les principaux enjeux de ce projet?

Tout d'abord, l'adaptateur de prise électrique de voyage est un objet que l'on pourrait qualifier de "générique". Peu d'innovations sont réalisées. Nous souhaitons développer une réelle valeur ajoutée en termes de facilité d'utilisation, et nous interroger

sur la manière dont on utilise réellement un adaptateur, dans quelles circonstances, etc. Ensuite, pour diverses raisons, notre client devait forcément produire l'adaptateur chez un fabricant chinois spécifique. Nous devions donc nous "plier" aux méthodes et aux contraintes de ce fournisseur. Enfin, nous devions proposer un produit dont le coût de conception ne devait pas dépasser ou alors seulement très légèrement le prix d'achat d'un adaptateur qui serait déjà produit.

Quel était votre concept ou votre idée de départ?

Un adaptateur est une interface entre un appareil électrique et le courant électrique d'un pays de destination. C'est le câble électrique qui est le lien. Nous avons réfléchi à comment cet objet pouvait interagir / se placer sur ce câble.

Lors de déplacements, l'adaptateur est par ailleurs constamment branché et débranché. Le risque principal est de l'oublier sur la prise électrique. Nous avons donc cherché un moyen de résoudre ce problème.

Le câble étant avant tout un fil, nous avons donc pensé à une bobine. L'utilisateur peut enrouler le câble de son appareil électrique, qu'un clip permet de fixer à l'adaptateur.

Pourquoi le projet a-t-il, au final, cette forme et ce ou ces matériaux?

Nous avons eu la chance de pouvoir conserver notre idée jusqu'à sa finalisation. Seule la version "adaptateur universel" a nécessité une modification de la forme en raison de contraintes techniques.

Nous avons, par ailleurs, proposé le marquage des noms des pays directement sur le produit pour permettre à l'utilisateur de connaître immédiatement les pays d'utilisation sans recherche par rapport à la forme de la prise. Le plastique est brillant d'une part et coloré d'autre part. Sa forme ronde est sympathique malgré les contraintes en termes de normes et de sécurité imposées à la connectique électrique.

Qui étaient vos interlocuteurs chez votre client, et avec qui avez-vous collaboré ?

Chez notre client, nos interlocuteurs étaient le PDG et le responsable achat/qualité. Nous avons également fait appel à un prototypiste pour la production d'une stéréolithographie permettant de valider l'aspect formel.

Nous avons ensuite collaboré avec les fabricants chinois qui faisaient intervenir deux ingénieurs.

Au total, combien de personnes ont travaillé sur ce projet ?

Sept personnes: deux chez Dici Design, deux chez le client, deux chez les fabricants chinois et un prototypiste.

Quelles sont les difficultés que vous avez éventuellement rencontrées sur ce projet, et comment les avez-vous contournées ?

La principale difficulté résidait dans l'intégration des éléments techniques dus aux normes électriques des pays. C'est le fabricant chinois, spécialiste de la connectique électrique, qui a trouvé la solution. Sous notre validation, il a pu nous proposer un équilibre entre la norme à respecter et la forme que nous avons donnée au produit.

Sur combien de temps s'est déroulé ce projet ?

L'agence a travaillé 3 mois sur la conception du produit. Le développement industriel, c'est à dire la mise en plan industrielle, la fabrication des moules, l'intégration des pièces ainsi que l'obtention des certifications de respect des normes, a quant à lui duré un peu plus d'un an.

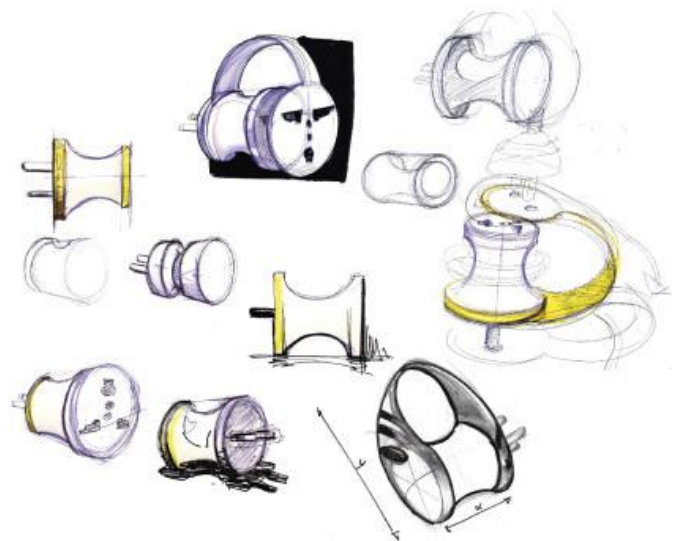
Rétrospectivement, changeriez-vous aujourd'hui quelque chose à votre projet ?

Nous intégrerions le savoir-faire du fabricant plus en amont, avant la phase de développement du produit final plutôt qu'uniquement au moment de l'envoi des fichiers pour production.

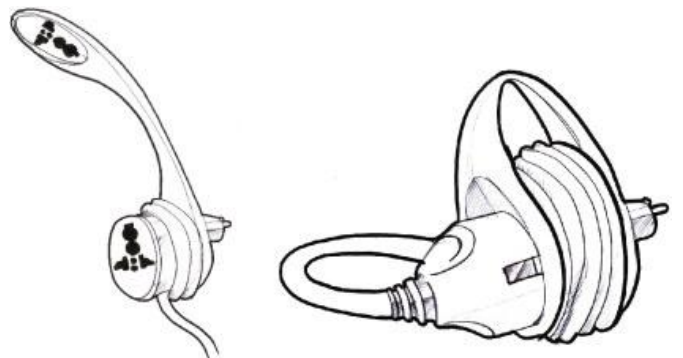
Et pour finir, où en est ce projet ?

L'adaptateur est encore en attente de certaines certifications. Sa mise en vente est prévue en juin en grande surface alimentaire et de bricolage. Les premières présentations aux acheteurs de GMS ont été très positives. Et ce produit a reçu un label de l'Observateur du design.

Quelques images du projet:



Rough phase "créative" - focus mise en situation du câble.



Rough phase "créative" - focus mise en situation du câble.



Image 3D de l'adaptateur universel en phase "design développement", avant finalisation.



Image 3D l'adaptateur universel en phase "design développement" soit avant finalisation – focus clip pour enrouleur.



Prototype en stéréolithographie de l'adaptateur universel finalisé – focus clip pour enrouleur.



Prototype en stéréolithographie de l'adaptateur universel finalisé.

Sélection design suisse: les « espAces » du Design 2011

A chacun de ses nouveaux numéros, le magazine suisse *Espaces contemporains* présente aux lecteurs de *La Revue du Design* une sélection d'actualités, de démarches ou de projets suisses.

Aujourd'hui, nous évoquons la seconde édition des « espAces » du design, une sélection annuelle de projets marquants opérée par le magazine, ayant pour objet de promouvoir et valoriser la création contemporaine helvétique au travers de 10 objets choisis pour la qualité et l'originalité de leur démarche (ci-dessus, la mise en œuvre du Trash cube, par Nicolas Lemoigne).

Meilleur objet recyclé: le Trash cube, du designer Nicolas Le Moigne



Fabriqué à partir de chutes de fibrociment, un matériau de couverture et de façade, le Trash cube est un petit meuble bas, mi-tabouret mi-table d'appoint. Utilisable en intérieur comme en extérieur, chaque pièce, moulée, est unique. Si vous souhaitez voir davantage d'images du Trash cube, vous pouvez consulter l'article que nous avons consacré à ce projet sur notre site. www.nicolaslemoigne.ch et www.eternitdesign.com

Meilleure collection de mobilier universel: la collection de meubles Shanhaï, design Inchfurniture



A l'origine de cette collection, l'aventure personnelle des deux fondateurs de la société Inchfurniture, qui

ont effectué leur service civil en Indonésie. Cherchant à offrir un vocabulaire plus contemporain aux meubles produits dans cette région du monde, et à s'ancrer dans une démarche accordant une place à l'éthique (en intégrant notamment des problématiques liées à la formation des artisans sur place, au développement durable), le duo bâlois a ainsi imaginé une collection en bois massif, aux lignes modernes et élégantes. www.inchfurniture.ch

Meilleur téléphone portable d'intérieur: le téléphone DP 01 par Jasper Morrison



Conçu par le designer anglais Jasper Morrison, cet appareil main libre propose une esthétique minimaliste et une utilisation simple, volontairement réduite aux fonctions essentielles. La réflexion du designer a été de « penser aux anciens téléphones, posés sur leur socle », et de se demander « s'il ne serait pas mieux de les retourner de façon à voir l'écran et à composer le numéro sans décrocher »... www.punktgroup.com et www.jaspermorrison.com

Meilleur siège de voiture mythique: le fauteuil Marvin, par Christophe Marchand



Le fauteuil Marvin a été imaginé par le designer Zuricho-Fribourgeois Christophe Marchand. Avec ses lignes tendues et légèrement rétro, rappelant les courbes élégantes des voitures des années 1950, il a été présenté lors du dernier Designer's Saturday de Langenthal, au milieu d'images cinématographiques extraites du film « Mépris » de Godard. Existissant uni ou bicolore, en cuir ou alcantara, il dissimule

également, sous son assise, un repose-pied.
www.christophemarchand.ch et www.montis.nl

Meilleur objet non identifié: les contenants Bidum, par Laetitia Florin



La série de contenants Bidum est composée de fines bandes de métal. Elle a été conçue par la jeune designer Laetitia Florin. Se déclinant en différentes dimensions, elle possède des formes courbes et douces, rappelant celles que pourrait posséder un ballon de baudruche rempli d'eau, que l'on poserait sur le sol. Multifonctionnel, l'objet peut se prêter à différents usages.
www.laetitiaflorin.ch

Meilleure mise en scène de vie: l'armoire et le buffet bas Aris, par Moritz Schmid



Nous avons déjà évoqué sur ce site, il y a quelques mois, le travail qu'avait mené Moritz Schmid pour l'[Atelier Pfister](http://www.atelierpfister.ch). La sélection des espaces du design nous offre donc l'occasion de vous présenter une nouvelle fois sa collection Aris. Celle-ci est composée de structures rigides, recouvertes de peaux textiles souples que l'on peut replier en accordéon. Selon notre goût pour l'ordre, elles nous permettront ainsi de ranger, de dissimuler ou d'entasser les objets qui nous entourent ...
www.moritz-schmid.com et www.atelierpfister.ch

Meilleur système de rangement modulaire: Kansas, design Christian Dupraz



Imaginé par l'architecte Christian Dupraz, le système de rangement modulaire Kansas se décline en version domestique (Kansas Book) ou professionnelle (Kansas Office). Sa conception, très simple, permet de créer différentes configurations grâce à un simple croisement des six éléments de base qui peuvent composer l'objet, un peu comme dans le fameux jeu House of Cards de Charles et Ray Eames.
www.36furnituresystem.ch et www.christiandupraz.ch

Meilleure table grimpante: Trayble, par Pablo Lunin et Reto Togni



La table Trayble est issue d'un concours lancé par l'éditeur de mobilier Lista Office. Elle propose une structure basse – la table en elle-même – surmontée par une petite console mobile, pouvant faire office de plateau. Le tout est réalisé en métal plié et laqué.
www.lista-office.com

**Meilleure ligne d'accessoires cosmeticables:
Spatulas-Mirrors, par Jennifer Rabatel**



La designer Jennifer Rabatel a imaginé cette ligne de miroirs en empruntant au vocabulaire formel d'outils du bâtiment, un domaine habituellement très majoritairement masculin. Nous retrouvons donc une spatule, une taloche ou encore un couteau de peintre, transformés en miroirs et réalisés à partir d'acier inoxydable et de bois de tilleul. Un mélange des genres inédits et amusant, qui nous offrira désormais à tous l'occasion d'un « ravatement de façade ».

www.jennifer-rabatel.com

Meilleure lampe discrète: Bromo, par Christian Deuber



Spécialiste du domaine de l'éclairage, Christian Deuber livre ici une petite lampe à poser par terre, discrète et efficace. Bromo est composée d'un tube d'acier de 15cm de diamètre, découpé et laqué. Sa forme particulière permet de diffuser une lumière douce en partie haute comme en partie basse.

www.christiandeuber.ch

6TH INTERNATIONAL FESTIVAL OF DESIGN

DESIGN PARADE 6

July 1, 2 & 3, 2011
Exhibitions until October 2

SAVE THE DATE

VILLA NOAILLES, HYÈRES
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION TOULON PROVENCE MÉDITERRANÉE

WWW.VILLANOAILLES-HYERES.COM

© FRANÇOIS DUMAS, SÈVRES - CITÉ DE LA CÉRAMIQUE, 2011

Projets et actualités design

Cape



Cape est un canapé aux formes archétypales, simplement recouvert par une pièce de tissu interchangeable. Conçu par le designer allemand Konstantin Grcic pour l'éditeur Established & Sons, il se décline également en fauteuil.

En adoptant une forme très simple et archétypique, le designer nous explique qu'il a ainsi pu se concentrer sur l'amélioration du confort et la qualité de fabrication. Pour le revêtement, il s'est inspiré de la manière informelle dont un tissu est parfois simplement jeté sur un canapé dans les hôtels ou maisons de campagne.

"CAPE is the first sofa I designed for industry. By accepting a very typical geometry for it, I was able to direct all of attention to the refinement of comfort and quality of manufacture. For the cover I took inspiration from the informal way in which loose fabric is draped over furniture in hotels or country estates for their preservation off season. Different fabric options are available for CAPE making it more usable year round: heavier fabric for warmth in the winter, lighter fabric for comfort in the summer."
Konstantin Grcic

Sources: konstantin-grcic.com, establishedandsons.com.



Landscape



Dévoilée lors du salon du meuble de Milan 2011, la collection Landscape de la designer Véronique Maire a été conçue pour la marque italienne Italesse. Elle est composée d'une série de plats rectangulaires et empilables, dont la forme évoque de petits paysages et permet de mettre en scène les aliments qui y sont présentés.

Ces plats individuels proposent "une nouvelle approche de la nourriture. Ils permettent de scénographier les mets les plus simples en racontant une histoire tout en étant ludiques".

*"Les brochettes s'adossent aux montagnes.
La sauce nappe le lac.
Le velouté fume dans le volcan..."*
Véronique Maire.

Ce projet, encore en cours de développement, a été présenté en rouge lors du salon du meuble de Milan, mais les plats seront en fait réalisés en céramique blanche, pour une sortie officielle fin 2012.

Pour en savoir plus sur le travail de Véronique Maire: www.veroniquemaire.fr.



Chaîne de montagne.



Le volcan.



Le lac.

Stamp



Stamp est un jeu de couverts conçu par le designer londonien Tomás Alonso pour la marque Italesse. Réalisées en tôle d'acier inoxydable emboutie, les différentes pièces qui le composent – une fourchette, un couteau et une cuillère – sont conçues pour une utilisation intérieure ou extérieure.

Elles sont par ailleurs superposables, et elles peuvent être maintenues ensemble par une petite pièce de jonction.

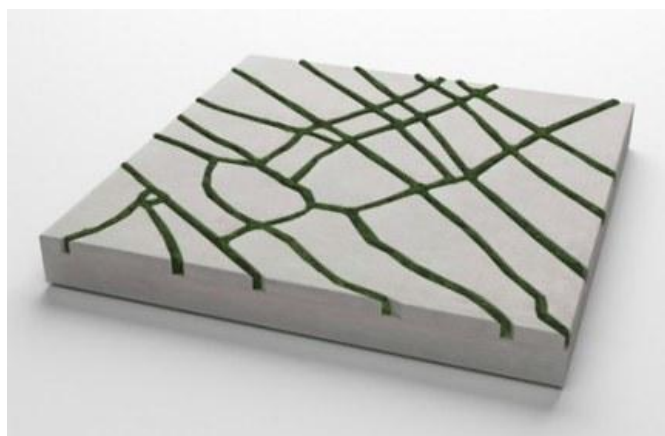
Les ondulations présentes sur la surface des objets apportent un aspect décoratif, en même temps qu'elles rigidifient la structure et qu'elles permettent aux objets de rester calés lorsqu'ils sont superposés.



Photos © Cemal Okten.

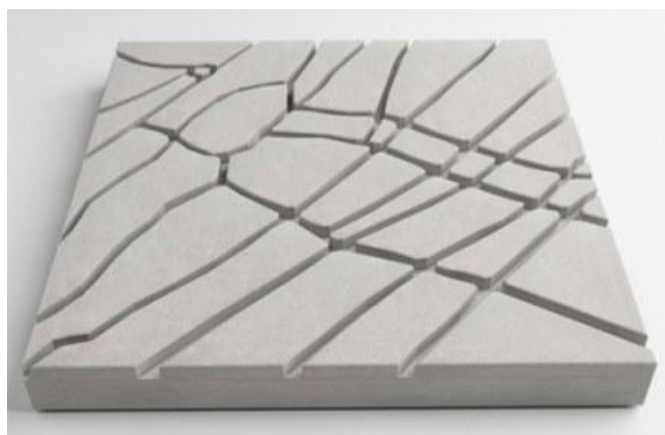
Source: dezeen.com.

Orto



La société de design hongroise Ivanka a été fondée par Katalin et András Ivánka en 2004. Spécialisés dans la production d'objets en béton, ils ont récemment conçu une dalle intitulée Orto, dont la spécificité est d'être rainurée afin de laisser pousser de la mousse.

Dans les sillons viennent ainsi se loger ce que l'on a l'habitude de craindre et de repousser au maximum, la mousse, qui se développe ici en générant un aspect décoratif.



Source: designeast.eu.

Siesta



Nous avons déjà repéré le canapé Siesta dans notre sélection de projets présentés lors du salon du meuble de Milan 2011.

Conçu par le designer italien Emanuele Magini pour la marque Campeggi, spécialiste du mobilier transformable, flexible ou modulable, ce meuble ludique étonne: avec sa structure en tube de métal laqué, il propose également un filet tendu rappelant un hamac, et permettant de s'étendre confortablement.

"S'asseoir et regarder les nuages, par une belle journée, couché sur un banc, est l'un des moments les plus agréables du bonheur ordinaire."

Emanuele Magini

Sources: campeggisrl.it, emanuelemagini.it.



Top Four



Top Four est une série de lampes conçue par Alberto Basaglia et Natalia Rota Nodari pour Luxit. Avec leurs allures de pièces de Lego, celles-ci se déclinent en différentes couleurs, en lampadaires, lampes de bureau, suspensions ou encore appliques. Proposant un éclairage par Led, amplifié par des lentilles optiques, Top Four est modulaire, proposant – tout comme le célèbre jeu de construction évoqué plus haut – de composer près d'une dizaine de modèles à partir d'un nombre réduit de pièces.



Dans le même esprit, une série comportant davantage de sources lumineuses:



Sources: basagliarotnodari.com, core77.com.

O



“O” est le dernier concept de montre conçu par le designer Tokujin Yoshioka pour le *Issey Miyake watch project*, un projet mené depuis 10 ans en partenariat avec Seiko Instruments.

Pensée comme un objet qui aurait été sculpté dans un bloc de glace ou d'eau (d'où son nom), cette montre aux lignes fluides devrait être commercialisée cet été.

Le mécanisme est simplement intégré, depuis la sous-face, dans les courbes douces et transparentes de l'objet.

Photos © Tokujin Yoshioka

Source: designboom.



Eu/phoria



Eu/phoria est une chaise monocoque dont l'assise et le dossier sont réalisés en Woodstock®, un matériau habituellement employé dans l'industrie automobile, pour les habillages intérieurs des portes notamment.

Composé de déchets d'usinage du bois et de polypropylène, le Woodstock® est fabriqué sous forme de plaques thermoformables. Il présente d'excellentes de bonnes qualités d'élasticité et de résistance. Il peut par ailleurs être moulé, et être associé lors de cette opération avec n'importe quel tissu.

Conçue par la designer Paola Navone pour l'éditeur italien Eumenes, ce fauteuil comporte une structure en métal laqué, qui se décline dans sept couleurs différentes. Une grande variété de revêtements est disponible, permettant de multiples combinaisons.

Source: eumenes.it.



Iyon



La marque Zumtobel a développé une suspension lumineuse à base de Leds en collaboration avec l'atelier de design et d'architecture autrichien Delugan Meissl Associated.

Nommé Iyon, cette lampe possède des lignes douces, et un boîtier en aluminium moulé s'écartant légèrement en partie arrière, afin de favoriser la ventilation des sources lumineuses, garantissant ainsi leur longévité.

L'ensemble – la base et le spot – existent en noir et blanc.

Sources: zumtobel.com, deluganmeissl.at.

NewspaperWood



NewspaperWood est un matériau mis au point par la designer Meike Meijer, passée par la design academy d'Eindhoven, en partenariat avec Vij5. En collant ensemble plusieurs couches de vieux journaux, celle-ci a créé une matière prenant la forme et l'aspect de planches de bois "traditionnelles".

Polyvalent, ce nouveau matériau peut être utilisé comme n'importe quelles planches de bois naturel. Il a été présenté lors du précédent salon du meuble de Milan, à l'occasion duquel il a été employé pour réaliser un certain nombre de prototypes, regroupés sous l'appellation Vij5 et conçus par différents designers.

Pour en savoir plus: dans une [vidéo](#) présentée sur notre site, Anieke Branderhorst, un des cofondateur de Vij5, nous en dit plus sur le NewspaperWood.

Source: dezeen.com.



Paper Frames par Ontwerpduo.



Framed by Breg Hanssen.

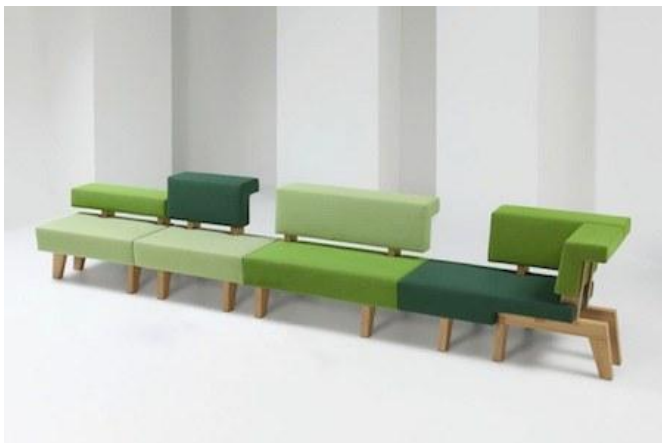


Display Cabinet by rENS.



Sample Series by rENS.

Worksofa



Worksofa est un système d'assises modulable, créé par l'architecte Rianne Makkink et le designer Jurgen Bey, du Studio Makkink & Bey.

Cet ensemble se décline en canapés et fauteuils, aux formes et configurations variables. Il a été conçu pour favoriser la communication, la productivité et les échanges entre les collaborateurs lors de la tenue de réunions.

Grâce à leurs formes fragmentées, et leur aspect ludique, évoquant un jeu de construction géant, ces meubles peuvent s'emboîter et se combiner comme de pièces de puzzle.

Source: muuz.com.

Léon



Avec la collection Léon, composée d'une table, de chaises et d'un meuble bas de rangement, Guillaume Delvigne et Vincent Eschalié proposent, pour la marque Tek Import, un ensemble de meubles aux lignes simples, mettant en valeur la finesse du bois utilisé et la qualité des assemblages.

La collection tire son identité – outre l'usage exclusif d'un même matériau (du teck ou du chêne) – de la présence d'un même débord sur chaque pièce. Agissant comme une "signature", cet arrondi permet également de porter plus facilement ces meubles, et vient terminer en douceur leurs volumes aux arrêtes vives.

Existant depuis une dizaine d'années, la marque Tek Import a récemment lancé une consultation auprès de designers, afin d'apporter une touche plus contemporaine à leur catalogue. La "Collection Design" est ainsi née, et devrait se développer dans les mois qui viennent.

Photos © Vivi Papadopoulou / TekImport.

>>> Découvrez également l'interview que nous avons réalisée de [Guillaume Delvigne](#).

Sources: tekimport.fr, duenderelationspresse.wordpress.com



White light collection



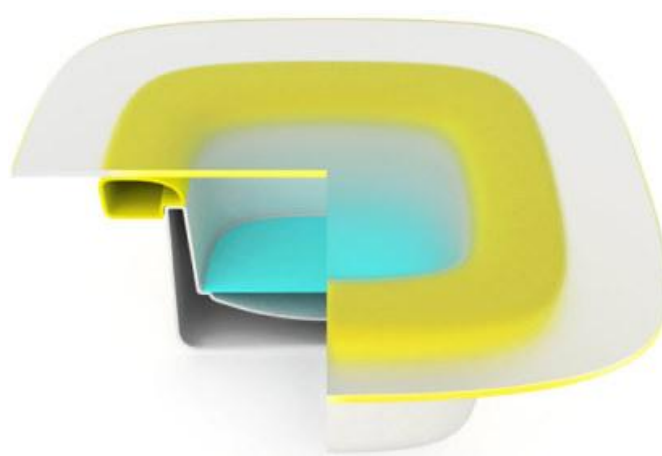
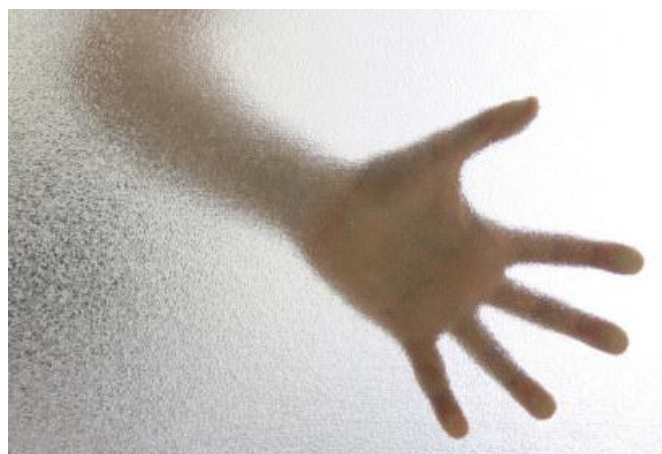
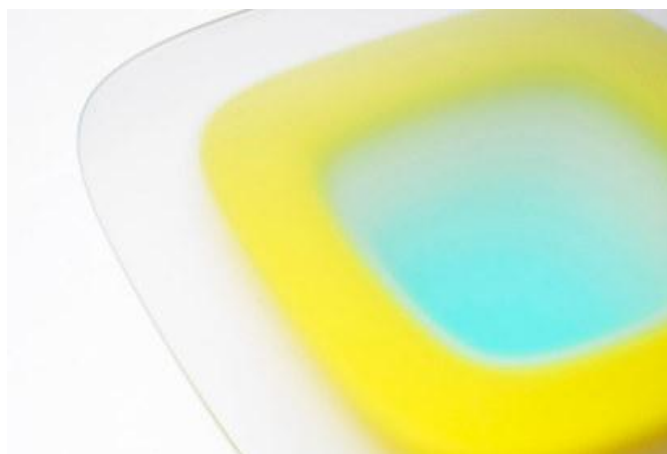
La White light collection est une série de lampes développée par Ville Kokkonen pour Artek. Elle est composée de volumes géométriques simples, réalisés en contreplaqué de bouleau et entièrement peints en blanc, auxquels sont associés de larges surfaces réfléchissantes ou diffusantes, proposant une perception sculpturale de la lumière.

La collection se décline en lampes de table ou à poser, suspensions et panneaux lumineux, toutes équipées de sources fluorescentes (néons).

Elle sera commercialisée à partir de septembre prochain.

Source: artek.fi.

Fog coffee table



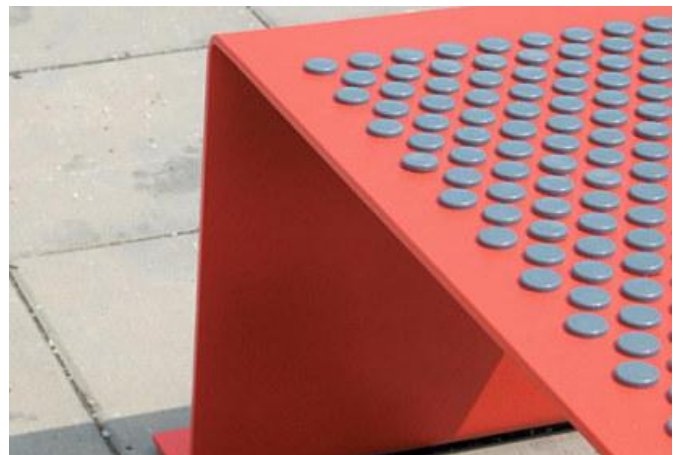
La table Fog est la dernière réalisation du designer italien Odoardo Fioravanti pour l'éditeur Casamania. Elle est composée d'un plateau en verre dépoli, qui déforme et floute sa base aux couleurs vives, en polystyrène expansé.

Photos © Emanuele Zamponi.

Sources: flodeau.com et fioravanti.eu.

"The top of Fog uses this feature to alter the perception of the colored planes which make up its base. The vision of the object gives a sense of depth, with the colored area suspended inside." ("Le plateau de Fog utilise cette fonctionnalité pour modifier la perception des plans colorés qui forment sa base. La perception de l'objet donne une impression de profondeur, avec la zone colorée qui semble suspendue à l'intérieur.").

Sinus



Sinus est une série de bancs et assises urbaines, développée par le designer Roman Vrtiška pour la société thèque Mmcité.

Constituée de plaques de métal laquées et perforées, ce système se décline en banc linéaire ou en module circulaire, pouvant s'insérer dans une grille autour d'un arbre.

Robustes, les tôles d'acier possèdent un profil légèrement trapézoïdal. Elles sont perforées sur toute leur partie supérieure, et il est possible d'y associer – à partir de la sous face – une pièce possédant des excroissances en plastique qui viennent s'insérer dans l'ensemble des trous, et isolent thermiquement l'utilisateur du contact du métal froid.

Sources: stylepark.com, mmcite.com, roman-vrtiska.com.

Skin Collection



Skin Collection est une série de meubles recouverts de restes de cuir. Pour la réaliser, le designer néerlandais Pepe Heykoop a utilisé des chutes provenant d'usines fabriquant des meubles en cuir, et plus particulièrement des chaises (dans ce type d'industrie, environ 25 à 30% de la matière première utilisée est habituellement mise au rebut).

Collés bout à bout, irréguliers, rappelant par certains aspects la marqueterie, les différents morceaux de peaux génèrent un motif aléatoire, évoquant une forme de croissance cellulaire. Les chutes, tout comme leurs assemblages, étant spécifiques, chaque pièce est unique. Les différents meubles de la collection revendiquent une forte matérialité. Ils semblent avoir été sculptés dans de la glaise ou modelés en plâtre. Les différentes couleurs utilisées, ainsi que leurs combinaisons – qui ne correspondent pas toujours de manière "logique" à la structure des meubles – participent par ailleurs à une certaine perception "brouillée", complexe et riche, que l'on peut avoir de la collection.

Photos © Annemarijne Bax.

Sources: pepeheykoop.nl, yatzer.com



La part du texte

Les malentendus du design et du kitsch

Par Jocelyne Leboeuf.

Kitsch, design et modernité

La notion de *Beauté utile*, qui a fourni une base théorique au design industriel issu des arts appliqués au XIXe siècle, a engendré son contraire, le kitsch et aussi un certain nombre de malentendus :

- confusion sur la nature du design (design et "style fonctionnel" deviennent synonymes),
- réduction de la signification du mot kitsch renvoyant au mauvais goût et à l'objet de pacotille,
- assimilation kitsch et ornement (sous-entendu inutile).

Le décor "exagéré"

Concernant Le dernier point, l'origine vient de ce goût pour l'historicisme et le pastiche au XIXe siècle, dans l'architecture et les objets de la maison, devenu vite synonyme de "mauvais goût bourgeois". Jocelyn de Noblet relaie cette idée lorsqu'il écrit :

"Les objets Kitsch du XIXe siècle, pour une grande partie d'entre eux sont le reflet de la mentalité de la bourgeoisie issue de la Révolution industrielle et pour qui certains systèmes d'objets relevant des arts décoratifs traditionnels sont synonymes de promotion sociale. Pour elle, ces objets, dont le décor est exagéré, ont une valeur de symbole. Cette perversion du goût a entraîné une réaction et Morris est de ceux qui ont essayé, par un retour à l'artisanat, de retrouver un style "authentique".(1)

La "perversion du goût"

Tout le mouvement moderne est marqué par cette idée qui assimile ornement ("exagéré" ou pas, les limites restent toujours floues) et mauvais goût.

Dans son ouvrage *La République des Arts*, Jacques Viénot(2) en fait l'objet d'un débat entre différents personnages représentatifs des milieux artistiques liés à l'Union des Artistes Modernes (UAM) :

"L'édification de La République... repose sur les thèmes récurrents de la modernité que sont le jugement de goût, la place de l'ornement, l'esthétique au regard de la raison, du sentiment, de la spiritualité et de la vie, l'unité des arts autour de l'architecture et la ville idéale.

L'analyse des "données essentielles" du goût avait été l'objet déjà d'un article écrit en 1933 pour La Revue des Vivants. L'architecte Fayol (un des personnages de La République...) en résume l'essentiel par ces propos :

"Le sens de la beauté et du goût dépend de l'élévation de la pensée, de la culture et non du porte-monnaie". Est visé le mauvais goût bourgeois amateur de kitsch, produit d'une civilisation qui repose sur "l'idée de richesse,

idée qui a pris, au cours du XIXe siècle, une force telle qu'elle est parvenue à jouir d'un réel prestige moral et à prendre une place dans l'échelle des valeurs (...) Beaucoup de choses "font riche" — et c'est dommage — car cela "ne fait pas" noble, cela "ne fait pas" distingué. On a perdu la notion de dignité, de simplicité, d'élégance, pour consacrer la notion de richesse, et surtout celle de son simulacre, la richesse bourgeoise.

Mais Fayol, dans La République..., contredit l'opinion de l'auteur de l'article, persuadé que le goût est l'apanage d'une élite. Il pense au contraire que les hommes simples, les paysans, ne conçoivent rien qui soit de mauvais goût. Il faut même plutôt être éduqué pour faire "des choses tartes". Que l'on accorde ou non aux gens du peuple la faculté de reconnaître la perfection, que celle-ci dépende d'une victoire de l'artisanat face à la machine ou de la reconnaissance d'une beauté industrielle, tout le monde s'entend sur le rejet de l'imitation et de l'ornement

"inutile", que l'architecte Adolf Loos avait dénoncé dans son célèbre pamphlet écrit en 1909, "Ornement et crime". Dans son étude sur La mécanisation au pouvoir, Siegfried Giedion analyse les rapports entre ce qu'il considère, lui aussi, comme décadence du goût au XIXe siècle et processus de mécanisation de l'ornement. Étant neutre, la mécanisation ne peut être responsable de la dévaluation des symboles. L'usage qui en a été fait en est la cause.

Le thème est maintes fois repris par Jacques Viénot et fera l'objet d'un projet non abouti de création d'un "musée du mauvais goût". Dans La République..., l'idée est lancée par Berthier qui cite en exemple un "musée de la niaiserie" à Darmstadt. Plus tard, trois articles signés Louis Chéronnet et Jacques Viénot paraîtront sous le titre "Le musée de l'erreur" dans les trois premières revues Art présent, entre 1945 et 1947. L'"idée éducative" revendiquée leur donne bien du mal pour établir une liste de critères, une méthode de classement. Ils imaginent un classement par pays, par genre et classe, par époques, par objets, l'organisation d'expositions temporaires aux thèmes très drôles, le mauvais goût des hommes de lettres, le mauvais goût de l'Antiquité, le mauvais goût et l'amour... Conférences, films, défilés de mannequins font partie du programme. Rien ne les arrête si ce n'est de ne pas parler d'œuvres à caractère d'actualité afin de ne pas tomber dans les "petits succès éphémères de scandales faciles". Le "musée de l'erreur" est bien aussi dans cet esprit de combat qui anime diverses initiatives de l'époque comme la ligue contre

l'enlaidissement de la France, créée par Charles Peignot en 1936, ou la fondation de l'Association populaire des amis des musées, fondée cette même année pour développer le goût de l'art dans le peuple...

Lorsque le sculpteur Chevreuse se demande s'il n'y aurait pas finalement quelque présomption à déterminer le bon ou le mauvais goût, les protagonistes concluent à l'existence de "beautés indiscutables". Tout est question de temps et d'éducation. Mais comment parvenir à définir cette beauté? Les arguments déployés découlent des principaux thèmes de l'esthétique classique re-visités par l'hymne au fonctionnalisme, garant d'une beauté de notre environnement industriel et par là même de son humanisation. Il est possible de déterminer des règles de perfection et la première est celle de la juste adaptation à l'usage. La deuxième, tout aussi importante, consiste à respecter la nature du matériau employé. Elle fait dire à Chevreuse: "Construisez un porte-à-faux en pierre de taille, de même gabarit que celui qui sera construit en béton à côté du premier et en l'armant de telle manière qu'il tienne. Le premier sera laid, le second sera beau". Le premier est laid bien évidemment parce qu'il est "mensonger". Cet argument fondateur de l'esthétique industrielle avait servi à donner ses lettres de noblesse aux produits de l'industrialisation. Mais l'adaptation à la fin n'est pas suffisante, le concours de spécialistes devient indispensable. Les solutions ont donc été cherchées du côté des artistes convaincus de la beauté des formes utiles et des matériaux produits par l'industrie, capables de résoudre les conflits entre les nécessités industrielles et les valeurs esthétiques. Vaste mission qui fut celle des avant-gardes comme l'UAM, mais également du Bauhaus, du mouvement De Stijl ou encore du Constructivisme."



Lit en argent pour un prince Hindou, photographie illustrant l'article "Le musée de l'erreur", Louis Chéronnet, Jacques Viénot, Revue Art présent entre 1945 et 1947.

Le "kitsch fonctionnel"

Les fondements moraux et idéologiques amenant à des jugements sévères sur l'ornement "mensonger" et sur le "mauvais goût" de ceux qui s'y adonnent, créent les conditions d'une assimilation du design moderne à ce style "clair" et "dépouillé" appelé de ses vœux par Jacques Viénot lorsqu'il crée la gamme "Stylnet" pour Les Grands Magasins du Printemps dans les années 1930.

La firme Ikea le comprendra en développant un discours sur "l'institution suédoise qui a changé le goût des masses" à partir des années 1980, sur les conseils de l'agence de publicité Hans Brindfors. Ikea travaille pour des gens qui ont "plus de goût que d'argent" et se fait le chantre d'un "design démocratique" associant le fonctionnalisme à une esthétique progressiste et "politiquement correcte"⁽³⁾. La charge mythique des discours sur le design autour de la "beauté utile" est particulièrement forte dans cet exemple où il est bien "un sermon s'employant à la persuasion" cherchant à "susciter les émotions collectives"⁽⁴⁾ avec un ancrage à la fois dans la société suédoise (parution en 1899 de "Skönhet for alla", "Beauté pour tous" par Ellen Kay), et le mouvement moderne:

"Ikéa fait son apparition au bon moment. Le refus des commodes massives et des armoires encombrantes, le rejet des étoffes pesantes et des coussins décoratifs, tout ce que le Bauhaus et le Mouvement moderne n'ont pas réussi à faire passer auprès des consommateurs, Ikea le fait avec Ivar, Billy, Krumelur et Moppe. Le goût des consommateurs et leur comportement se modifient au contact de leur couleurs claires, de leur transparence et de leur clarté"⁽⁵⁾.

L'assimilation du design à un "style fonctionnel" dont Abraham Moles nous dit bien qu'"il est une contradiction dans les termes" amène, nous l'avons dit, un malentendu sur la nature du design, mais également sur la nature du kitsch.

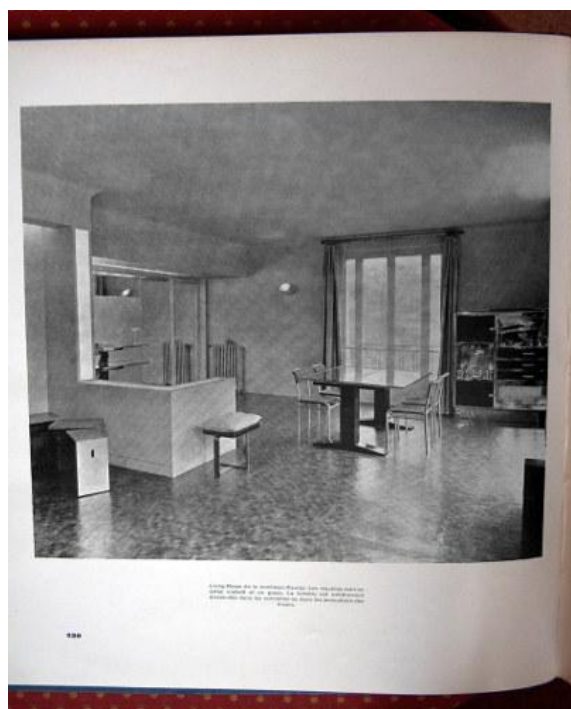
Dans sa réflexion menée sur le luxe⁽⁶⁾, Abraham Moles distingue un "luxe élitocratique" fondé sur "la reconnaissance manifeste de l'élévation de celui qui le pratique dans les degrés de la pyramide sociale" et un "luxe fonctionnel", basé sur une "volonté de maintenir d'abord et d'améliorer ensuite sa qualité de vie". Il rapproche l'idée de luxe de celle de kitsch, écrivant:

"S'il n'y a guère de "faux luxe" comment un luxe pourrait-il être faux s'il est déjà mensonge dans son essence -; il y a par contre un concept évident de kitsch en rapport avec cette notion que "pour un peu moins cher, ce n'est pas mal non plus", qui est le fondement du kitsch à l'époque de la grande consommation. Les faux ors ont toujours existé et la dorure à la feuille a toujours recouvert les rondes bosses en plâtre. Le kitsch est peut-être l'anti-art mais pas

nécessairement l'anti-luxe, il veut lui aussi présenter et proposer sont titulaire, et comporte tous les niveaux, du plastique au stuc, du cendrier en argent aux lingots d'or en cuivre. Le kitsch adopte, – c'est même sa définition – tous les styles et tous les déguisements: il les révèle car il est le plus grand éducateur artistique de tous les temps. S'il existe (ça n'existe pas: c'est une contradiction dans les termes) un "style fonctionnel" (le grand public le croit, on doit donc en faire état), il y aura un "kitsch fonctionnel", dont il n'est pas trop difficile, dans l'univers des meubles et de la décoration d'intérieur d'énoncer quelques traits (...)."

On pourrait donc parler d'un kitsch fonctionnel d'Ikea permettant à tout un chacun de vivre dans l'environnement esthétique prôné par les élites du mouvement moderne, dispensatrices du bon goût...

La revue *Ce Temps-ci, Cahiers d'art contemporain* (1928-1932 – 12 numéros) créée par Jacques Viénot lorsqu'il était directeur d'une grande maison d'art décoratif à Paris (DIM) offrait les exemples du "bon goût" d'une certaine élite acquise à la modernité.



Livingroom de la comtesse Karolyi, Ce Temps-ci, n° 7, 1930.

Le kitsch comme attitude

Dans le *Monde des Livres*, Florence Noiville organise une interview de Milan Kundera où les réponses sont données par des extraits de ses écrits. Concernant l'usage du mot kitsch chez cet auteur, nous sommes renvoyés à son ouvrage *l'Art du roman* où il parle du "besoin du kitsch de l'homme-kitsch" (kitschmensch) comme du "besoin de se regarder dans le miroir du mensonge embellissant et de s'y reconnaître avec une satisfaction émue".

Ce "miroir embellissant" peut prendre des formes diverses. Celle de l'ornement pastiche en fut une des formes au XIXe siècle. Malgré l'engagement de l'Art nouveau à vouloir concilier le rationalisme constructif moderne avec le symbolisme ornemental, la condamnation de l'ornement comme antithèse du design a persisté pendant toute l'époque moderne et persiste sans doute toujours actuellement "dans le grand public", malgré les remises en cause du "bon goût" moderne et la remise à l'honneur d'une certaine forme d'éclectisme stylistique et décoratif par les postmodernes(7).

Nous avons souligné le malentendu qu'engendrent tous ces débats en ramenant le design à un style fonctionnel, conception bien évidemment éloignée de la réalité des métiers issus d'un tronc commun associant conception et projet (dessin et dessin). Mais le kitsch au sens de l'"homme-kitsch" pourrait bien être à son aise dans une certaine idée du design prônée par Ettore Sottsass lorsqu'il disait "le design, c'est la vie"(8).

Cet article est également paru sur le blog de Jocelyne Leboeuf: designethistoires.

–

Notes:

- 1 – Jocelyn de Noblet (avec la collaboration de Catherine Bressy), *Design, Introduction à l'histoire de l'évolution des formes industrielles de 1820 à aujourd'hui*, Paris, Stock, 1974, p.13.
- 2 – "Un programme pour le rayonnement de la pensée et de l'art français", Jocelyne Le Boeuf, *Jacques Viénot (1893-1959), pionnier de l'esthétique industrielle en France*, Presses Universitaires de Rennes, 2006, p. 69-75.
- 3 – Bernd Polster (sous la direction de), *Dictionnaire du design, Scandinavie*, Le Seuil 1999 (titre original, Design Lexikon Scandinavie, Cologne, DuMont, 1999).
- 4 – Voir le chapitre "Trotskismes (réseaux)" dans lequel Michel Maffesoli renvoie aux analyses de Claude Lévi-Strauss sur le mythe, *Iconologie, nos idol@tries postmodernes*, Albin Michel, 2008.
- 5 – "Billy, le rangement d'un chancelier", Ikea-Design, Christine Sievers, Nicolaus Schröder, *Objets, Les objets cultes du XXe siècle*, La Martinière, 2007, (édition originale publiée en 2001 en Allemagne par Gerstenberg Verlag, Hildesheim, sous le titre 50 Klassiker Design des 20. Jahrhunderts), p. 228-231.
- 6 – "A l'intérieur du luxe", *Design/Recherche*, numéro 1, avril 1992, p. 23-30. Abraham Moles, par sa double formation d'ingénieur et de philosophe, son recours à des méthodologies transversales (phénoménologie, cybernétique) a particulièrement contribué à introduire de nouvelles approches dans le domaine du design (enseignement à la Hochschule für Gestaltung d'Ulm 1961-1968, fondation en 1966 de l'Institut de psychologie sociale et des communications à l'université de Strasbourg, introduction d'une nouvelle discipline, la micropsychologie). Il est l'auteur de plus de trente ouvrages et de nombreux articles. *Théorie des objets*, Paris, éd. Universitaires, 1972 et *Psychologie du Kitsch*, Paris, Denoël, 1977, ont été élaborés à partir de ses cours à la Hochschule für Gestaltung d'Ulm.
- 7 – Voir l'ouvrage pionnier de Robert Venturi, *De l'ambiguïté en architecture*(1962), Dunod, Paris, 1999.
- 8 – La citation complète est la suivante: "Faire du design, ce n'est pas donner forme à un produit plus ou moins stupide pour une industrie plus ou moins luxueuse. Pour moi le design est une façon de débattre de la vie.

Lettre d'un jeune designer suédois en 1971

1970-71 – 2010-11, mêmes questions? Quelles questions se posent les jeunes designers actuellement?
Suite des lettres de jeunes designers des années 1970 adressées à l'ICSID.

Par Jocelyne Leboeuf.

La revue "Design Industrie" publie en décembre 1971 (n° 106) un certain nombre de lettres adressées à l'ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) par des étudiants en design de 34 pays. L'ICSID avait en effet souhaité établir un dialogue avec de jeunes designers. Nous avons fait paraître sur le blog Design et Histoire, les écrits d'un jeune designer de Taïwan, d'un jeune designer autrichien, d'une jeune designer anglaise, d'un jeune designer français et d'un jeune designer indien.

Après une rapide synthèse des contributions précédentes, nous publions ci-dessous la lettre d'un jeune designer suédois qui par son côté très polémique rejoint la lettre du jeune designer autrichien. Ce dernier faisait part d'inquiétudes face à "l'exploitation inconsiderée" de la technologie et à une économie et politique axées sur le profit en priorité. Il soulignait les risques d'exploitation inconsiderée des ressources planétaires et une perte du sens des "besoins réels".

Le jeune designer de Taïwan soulignait:

- une confusion entre design et art pour la majorité des gens,
- une approche du design venant de professeurs ayant étudié en Allemagne ou au Japon,
- un manque d'accès à des livres en chinois sur le sujet et un besoin de plus de contacts avec d'autres pays passant par des traductions en anglais,

Et posait les questions suivantes:

- quelles compétences doit avoir un designer industriel?
- quelles sont les frontières de la profession?

Le jeune designer anglaise était aussi très polémique et regrettait que les formations au design fussent plutôt destinées à une élite, privilégiant les aspects artistiques et ne préparant pas à intervenir dans une production conduite par "des ingénieurs, des technologues de l'ordinateur, des politiciens, des juristes et des entrepreneurs". Quel rôle jouer "dans leur design"? Elle prônait d'introduire dans le design méthode de travail et processus structuré auxquels pourraient contribuer les autres disciplines. Le design devait être impliqué dans "l'innovation industrielle" et elle concluait:

Peut-être l'industrial design souhaite-t-il continuer à s'adresser à une élite. Si c'est le cas, le besoin d'une méthode de design n'existe pas et la formation peut continuer suivant ses vieilles formules. Ce pourrait être une question intéressante à étudier au Congrès. En outre, on pourrait essayer d'évaluer le pourcentage de la production industrielle qui contribue à l'environnement,

en dollars ou en tonnages, dont l'industrial designer est responsable. Peut-être un des buts du Congrès pourrait-il être de prévoir une augmentation de ce pourcentage, et de laisser les futurs designers y participer.

Le jeune designer français renvoyait à la seule structure en France lui paraissant répondre à ses préoccupations, l'Institut de l'Environnement (projet qui finalement a été très éphémère). Il soulignait les difficultés d'insertion professionnelle du designer dans les entreprises au niveau de la conception des produits industriels, même avec une formation d'ingénieur à la base. Il trouvait plus pertinent de poser la question "Que peut le design?" par rapport à la dégradation esthétique de l'environnement, plutôt que de chercher à définir le design:

Si effectivement le design arrivait à corriger, modifier l'environnement réel, à créer l'environnement futur, la question "qu'est le design?" n'aurait plus aucun intérêt: ses propres preuves lui suffiraient.

Mais pour cela il fallait que le designer pût intervenir dans les décisions de conception laissées presque exclusivement "aux responsables techniques et aux commerciaux" et il rajoutait:

Quand, dans certaines entreprises la notion de designer est considérée autrement qu'une notion de stylisme, il est remarquable de constater qu'il n'est qu'une composante d'une politique marketing. Le design devient alors un processus rétroactif et surdéterminé de création.

Le jeune designer français en appelait au travail pluridisciplinaire tant dans l'étude des besoins que dans celle des moyens à mettre en œuvre pour les réponses.

Le jeune designer indien mentionnait le côté embryonnaire de la discipline dans son pays et posait la question des priorités et besoins. Il insistait sur la place centrale tenue par le design des ingénieurs et le credo du "fonction d'abord". D'autres définitions, d'autres aspects du design devaient être envisagés, libérés des inhibitions coloniales et traditionnelles.

--

Lettre de Tilman Fuchs, Suède – Design industrie n° 106, 1971

1 – Vous définissez ICSID comme une organisation de professionnels et placez les étudiants dans un groupe à part. Les étudiants en design sont des partenaires

équivalents et doivent avoir les mêmes droits dans le groupe. Nous avons besoin de travail d'équipe pour résoudre tout à la fois les problèmes immédiats et à venir de l'industrial design.

2 – Comme étudiants, nous allons définir l'avenir d'une certaine façon, mais puisqu'il n'existe pas de recherche libre et indépendante en industrial design comme dans d'autres domaines, nous aurons besoin d'un forum permettant la communication à l'échelle mondiale de l'information.

Je pense que c'est la fonction la plus importante d'ICSID et que cela nous permettra d'abord de faire un travail ayant un sens. Les étudiants d'autre part pourraient apporter une inspiration unique permettant une évolution continue par des impulsions neuves.

3 – Les designers sont supposés créer notre environnement qui est sensé devenir plus humain. Mais la plupart des designers servent un marché et ses dernières modes, faisant des affaires en manipulant l'esthétique et cela attire au design une fâcheuse réputation. Au lieu d'essayer de gouverner, nous sommes formés à devenir les esclaves de l'industrie. Pour en sortir, il faut se demander à quoi doit servir un designer et où il se situe par rapport à l'industrie. Notre réalité est guerre, violence, pauvreté et famine, la plus grande partie du monde est un taudis et la majorité des designers travaille dans des îlots de luxe.

L'industrial design avec toutes ses théories a surtout contribué à détruire l'environnement humain. (...)

4 - Je n'ai aucune idée du type de programme qui pourrait être mis au point pour rendre les designers conscients de ces problèmes. (...)

–

1 – You define ICSID as an organization of professionals and make the students designers to a special group.

Students designers are equivalent partners and must have the same rights in the group. We need a teamwork for to solve all together the present and future problems in the field of industrial design.

2 – As students now we are going to design the future somehow, but since there is no free and independant research in industrial design like in other fields, we will need a forum for worldwide communication and information. I think that is the most important function of ICSID and will first make it possible for us to do a meaningful job. The students on the other side could give a unique inspiration for continuous evolution through fresh impulses.

3 – Designers are supposed to make our environment – which is to take as a sketch – more human. But the majority of designers are serving a market and his latest fashions, making business by manipulating with aesthetics. They are bringing the idea of a designer in very bad reputation. Instead of trying to steer, we are educated to be slaves of the industry. The way to come out of this, is to ask, what is a designer for and where is his place in relation to society.

Our reality is war, violence, poverty and starvation, the bigger part of the world became a slum and the majority of designers is working on islands of luxury in this slum. Industriel design with all its differents theories mostly helped to destruct a human environment. (...)

4 – I have no idea what kind of programmes could be developped for to make designers conscious about these problems. (...)

Cet article est également paru sur le blog de Jocelyne Leboeuf: [designethistoires](http://designethistoires.com).

A voir,
lire
ou écouter

Design à voir



C-X75 by Jaguar (via [dezeen](#)).



TiGr: l'antivol élégant pour votre vélo (via [diisign](#)).



Established & Sons: Takeaway box (via [flodeau](#)).



Ami Drach + Dov Ganchrow: BC - AD project (via [designboom](#)).



Training Dresser by Peter Bristol (via [dezeen](#)).



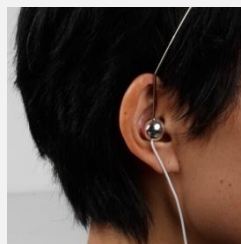
« Art with function - design without », Rasmus Bækkel Fex (via [sleekdesign](#)).



Le banc et la table Divis, par Mike & Maaïke pour Council (via [designboom](#)).



Van Hulsteijn: Real Bike Porn Has Curves (via [core77](#)).



Micro Gem Headphones (via [swiss-miss](#)).



Table Plug-In par Maria Perales (via [blog-espritdesign](#)).



William Sawaya: Meteo chair for Sawaya and Moroni (via [designboom](#)).



Une poignée de porte avec cale-porte intégré, par Amos Marchant - hands on door handles shortlist (via [designboom](#)).



Liquid wood: Philippe Starck et Eugeni Quitlet créent la chaise Zartan pour Magis (via [designboom](#)).

Design à lire ou écouter

[Design: Dieter Rams invité discret d'Apple](#): un article de Florian Innocente, qui montre comment les designers d'Apple, emmenés par Jonathan Ive, se s'inspirent parfois directement du travail de Dieter Rams, qui dessina les produits Braun dans les années 50... (via macgeneration).

[Traits de génie](#), un article (pdf) paru dans le magazine Télérama (18 mai 2011), à propos du livre « Images de Pensée », de Marie-Haude Caraës et Nicole Marchand-Zanartu (éditions de la RMN), qui montre comment le cerveau des plus grands créateurs s'en remet parfois à la main pour traduire la pensée par l'image (via ensci).

[Design by Tangible Stories: Enriching Interactive Everyday Products with Ludic Value](#), un article de Tek-Jin Nam et Changwon Kim (via ijdesign).

[design / fiat lux /](#), un article de Didier Saco (via mondaydesign).

[Pour une politique industrielle de l'économie numérique](#), un article d'Henri Verdier (via lesechos).

[World of Design!](#), un long et fourmillant article d'Emmanuel Gilloz (via watsdesign).

[Exploring How Industrial Designers Can Contribute to Scientific Research](#), un article d'Alex James Driver, Carlos Peralta, James Moultrie (via ijdesign).

[On the Foundations of Interaction Design Aesthetics: Revisiting the Notions of Form and Expression](#), un article de Lars Hallnäs (via ijdesign).

["Du design au design numérique", les slides !](#), les slides qui ont été présentées lors d'une conférence de Stéphane Vial (via reduplikation).

[The Innovation Pyramid: A Categorization of the Innovation Phenomenon in the Product-design Field](#), un article de Lucia Rampino (via ijdesign).

Brèves

Après 18 mois de réflexion, la « marque France » est devenue le label « origine France garantie ». Son objectif: valoriser la fabrication nationale et rassurer les consommateurs sur l'origine nationale d'un bien ou d'un service a expliqué Yves Jégo, en charge du dossier. Il s'agit d'un projet de « labellisation volontaire, portée et promue par les entreprises, qui soit à la fois un bouclier des savoir-faire industriels et artisanaux de notre pays, et un drapeau favorisant l'identification des produits français à l'export. » explique-t-il sur son blog (via [dicedesign](#)).

A l'occasion des Designer's Days 2011, le site Internet Yookô proposera une table ronde à l'Appart SFR, traitant du sujet suivant: « Notre secteur face aux enjeux de l'économie numérique: Internet, transformer l'obstacle en opportunité » (via [yooko](#)).

Les inscriptions pour participer au James Dyson Award 2011 sont ouvertes jusqu'au 2 Août 2011. Organisé par la Fondation James Dyson, ce concours

international de design a pour objectif d'encourager la nouvelle génération d'ingénieurs et de designers à être plus créative, inventive et ingénieuse. Plus d'informations sur le site jamesdysonaward.org.

Organisée les 26 et 27 mai, la manifestation What Design Can Do présentera une série de conférences sur le design, à Amsterdam. À travers une approche pluridisciplinaire, plusieurs designers et intervenants extérieurs chercheront à questionner le potentiel actuel, l'impact et les stratégies du design en réponse aux besoins actuels. Plus d'informations sur le site whatdesigncando.nl.

PixCité est un concept développé par l'ENSCI et la PME Plasmasoft qui permet aux citoyens de s'approprier l'espace public et de le transformer à travers les biens communs que sont les patrimoines artistiques, archéologiques et techniques (via [parisdesignlab](#)).

Nous en parlions il y a un an ...

Nous en parlions il y a un an, sur notre site www.larevuedudesign.com.



Champ

Edité par Campeggi, le spécialiste du mobilier transformable ou multi-fonctionnel, le canapé Champ peut aussi faire office de punching-ball, une fois son dossier relevé. Imaginé par le designer Tobias Fraenzel, il entrouvre ainsi, sans prétentions, la possibilité d'appropriations décalées et ludiques des objets qui nous entourent.

Mékesdonc ?

A votre avis, l'objet suivant est...



1. Une pantoufle lumineuse et en plastique
2. Un prototype de voiture sans roues
3. Une baignoire

(réponse sur la page suivante).

Nos lecteurs ont la parole

Voici un long commentaire réalisé à propos de l'article de Jocelyne Leboeuf [Lettre d'un jeune designer suédois en 1971](#), que nous présentons dans ce numéro.

b.d dit:

Petite réflexion sur le sujet...

On trouve en effet deux manières bien distinctes d'exercer le design de produit.

D'une part le « design de galerie », petites séries ou éditions limitées. Un design certes élitiste mais qui va permettre des expérimentations (qu'elles soient fonctionnelles, formelles, techniques...) impossibles dans un autre cadre.

D'autre part le design (intégré ou non) pour une marque, qui répond à un cahier des charges marketing et économique mis en place bien en amont du travail du designer.

Le discours du design « pro-galerie » va être : la galerie est nécessaire pour faire évoluer les choses, tester sans le risque commerciale, changer les habitudes, poser des principes généraux etc.... Ainsi seulement on peut à force, petit à petit, faire changer les choses à plus grande échelle, pour tous...

Très louable, mais concrètement :

_Changer les choses à grande échelle impliquerait donc la « grande distribution », les marques établies, les grandes entreprises (qui sont malheureusement la seule manière de toucher la population au sens large car les petites entreprises et l'artisanat sont actuellement incapables de faire le poids commercialement parlant... mais ceci est encore un autre débat!)

Et ces entreprises ne comprennent que trop rarement le rôle réel du designer et le potentiel qu'un bon designer détient. Ils s'intéressent au designer bien trop souvent pour l'effet de mode, c'est tendance et ça fait bien, ça fait vendre... Sans comprendre l'essence même du design.

_le GROS problème est aussi le déséquilibre. Tout le monde veut faire de la galerie, le marché est saturé,

les jeunes designers et étudiants sont ambitieux et rêvent d'être « designer-star » plutôt que bon designer anonyme... Ils sont intéressants et doués, mais choisissent tous cette même voie...

Il faut avoir un talent certain pour arriver à designer un objet qui tire profit des expériences posées en galerie à un produit grand public.

Et vu le très faible degrés de liberté du designer « pour marque » (qui est en effet considéré comme un styliste bien trop souvent), les designers qui seraient assez talentueux pour faire ce pont (et il y en a beaucoup pourtant) choisissent plutôt la voie de l'expérimentation en galerie, beaucoup plus sexy, mieux considéré, bien plus reconnue et disons le aussi plus à la mode...

Mais alors qui est à blâmer?

Les étudiants, les écoles, les marques...?

Très difficile...

De plus en plus, je pense que le rôle du designer devrait évoluer et avoir une bien plus grande importance au sein d'une entreprise, d'une marque, voir même en être l'initiateur...

Si le designer sait si bien ou il veut aller, ce qu'il veut faire, la manière dont il veut travailler, et bien qu'il prenne sont indépendance!!!

Les créatifs pourraient être les créateurs de l'entreprise, et le marketing deviendrait un outils, une aide, un appui stratégique de rentabilité financière. Le créatif avec son envie, ses idées, son intuition et son énergie va poser un cahier des charges global et le marketing devraient s'y plier et utiliser ses connaissances afin de rendre l'entreprise viable tout en respectant les volontés de base...

C'est en tout cas la seule alternative que je vois aux designers dont l'ambition est de faire changer concrètement les choses, d'être au cœur même des décisions, des stratégies...

Mais peut être est-ce un nouveau métier à inventer? designer d'entreprise...

Pour nous faire parvenir un coup de gueule, une remarque... laissez un commentaire sur notre site Internet, ou écrivez-nous à l'adresse redac@larevuedudesign.com.

Les stats

L'article le plus lu le mois dernier: [L'interview du designer Eric Berthes](#) (673 vu).

L'article le plus commenté le mois dernier: [L'interview du designer Eric Berthes](#) (32 commentaires).

L'article le plus "liké" le mois dernier: la dalle en béton [Orto](#) (51 "like").

Mékesdonc ? / La réponse

Il s'agit d'un modèle de baignoire qui répond au doux nom de "Floatation Tank i-Sopod", et dont l'objectif est d'offrir un cocon de relaxation (avec musique et ambiance lumineuse réglable), pour le corps et l'esprit nous dit-on!

Source: trendir.com

Les offres d'emploi

Directeur artistique senior

Description du poste: Spécialisé en création de concept stratégie commerciale, production de prés. de conception, spécialisation Retail - Grande Distribution Gestion de plusieurs projets de la création à la réalisation

Manager une équipe projets (dessinateur, modeleur, graphiste, commercial)

Gestion des plannings de projets fonction des ressources de l'agence.

Prise et création de brief client

Compréhension et explication du concept aux équipes en interne

Création d'une stratégie retail

Création du concept

Garantie de la bonne relation avec le client et fournisseurs

Mise au point créative sur le projet retail

Mise au point technique plans, coupes, élévations et détails, cahier de normalisation

Relation avec la maîtrise d'œuvre sur les mises au point

Bonne expérience des matériaux, procédés de fab.

Zone géographique: Ile de France

Type de contrat: CDD évolutif CDI

Début du contrat: Au plus tôt

Durée du contrat: 3 mois

Rémunération: A négocier

Commentaires: Doté(e) d'excellentes qualités de rigueur créative, autonomie disponibilité, relationnel, grande capacité d'analyse et d'organisation, bon coup de crayon, vous maîtrisez les outils bureautiques et informatique, en particulier Autocad, Illustrator, sketchup, Photoshop, Acrobat Pro, Adobe, Excel, Powerpoint, Outlook. La connaissance de 3DS Max serait un plus.

Bac 3/5 design ind ou archi int.

Employeur: INTANGIBLES

30 bd Saint Jacques 75014 PARIS FRANCE

Tél.: 01 45 35 76 28

Description de l'entreprise: Le groupe élabore des stratégies innovantes, repositionne des marques, crée des concepts commerciaux efficaces et durables, et les accompagne dans le déploiement de leur réseau. Les équipes d'Architecture R|R Suisse et d'Intangibles, Paris, sont rompues aux exigences des grands groupes internationaux.

Nombre de salariés: 14

Secteur d'activité: Architecture Intérieure Retail

Interlocuteur: Mme Elisabeth LECRU

elisabeth.lecru@intangibles.fr

elisabeth.lecru@intangibles.fr

Via designjob.fr

Imageur

Description du poste: Rattachée à la Direction, notamment au Directeur Artistique, vous prenez en charge la modélisation 3D des projets et la production d'images.

Doté(e) d'excellentes qualités de rigueur, d'autonomie et de disponibilité, vous maîtrisez parfaitement 3DS

Max, Vray, Photoshop, Illustrator (notions d'Autocad, Powerpoint et InDesign).

Vous avez une vraie sensibilité au design, issue d'une formation de designer ou autodidacte, vous justifiez de 2 ans d'expérience minimum.

Une expérience dans un bureau d'études ou un cabinet d'architecture section retail est souhaitée et la pratique de l'anglais serait un plus.

Type de contrat: CDD pouvant évoluer sur un CDI

CV book PDF sommaire par mail: info@intangibles.fr

Zone géographique: Ile de France

Type de contrat: CDD

Début du contrat: Au plus tôt

Durée du contrat: 3 mois

Interlocuteur: Mme Elisabeth LECRU

elisabeth.lecru@intangibles.fr

Via designjob.fr

Designer / architecte d'intérieur

UTOPIKdesign SARL

Description du poste: Dans le cadre de son développement l'agence Utopikdesign recherche des ressources créatives complémentaires.

Spécialisée dans l'événementiel (architecture d'intérieur événementielle, scénographie, stand, mobilier de présentation...), Utopikdesign recherche des personnes maîtrisant les outils 3D de modélisation et de rendu, ayant une sensibilité aux techniques de production et aux matériaux. Vous serez amené à collaborer avec les pôles commercial et production afin de développer des solutions créatives, pertinentes et réalistes.

Merci de nous envoyer un cv book (impératif) à

contact@utopikdesign.fr.

Zone géographique: Ile de France

Type de contrat: non déterminé

Début du contrat: dès que possible

Durée du contrat: minimum 3 mois

Rémunération: selon compétences

Employeur: UTOPIKdesign SARL

7 rue cadet 75009 paris

Nombre de salariés: 4

e-mail: contact@utopikdesign.fr

Via designjob.fr

Formateurs

Description du poste: Institut de formation design et prépa études supérieures recrute 5 enseignants formateurs CDD ou CDI

Zone géographique: Ile de France

Type de contrat: CDI

Début du contrat: Juin ou juillet 2011

Rémunération: A débattre

Commentaires: Envoyer CV détaillé, diplômes et dernier casier judiciaire avant rendez-vous pour un entretien.

Employeur: ACT DESIGN SCHOOL

6 Passage de Ménilmontant 75011 Paris

Nombre de salariés: 5

Interlocuteur: M. Mickael Bardi

e-mail: actdesignschool@ymail.com

Via designjob.fr

Responsable pédagogique - Ecole de Condé Paris

LES ÉCOLES DE CONDÉ, présentes à Paris, Lyon, Nancy, Nice et Bordeaux, forment plus de 2100 étudiants en design et arts graphiques et métiers d'art en France chaque année. L'école de Condé Paris, qui rassemble plus de 700 étudiants en design et arts graphiques de la mise à niveau en arts appliqués (Mana) aux Masters en arts appliqués, en passant par les 4 filières de BTS (BTS communication visuelle, BTS design d'espace, BTS design de mode, BTS design produit), recherche un responsable pédagogique (adjoint) en CDI. En charge des classes de mise à niveau en arts appliqués (Manaa, 300 étudiants environ), il sera sous la supervision directe de la directrice de l'école et du directeur pédagogique. Il aura notamment pour responsabilité:

- le suivi du niveau général des classes, de l'absentéisme, des projets pédagogiques...
- la participation active au processus d'admission des étudiants (salons, forums, entretiens d'admission...).

Le profil recherché dispose 1) d'une bonne connaissance du milieu du design et des arts graphiques et d'une solide culture générale artistique, 2) d'une grande autonomie et d'un sens aigu de l'organisation, 3) d'une aisance relationnelle et d'un dynamisme affirmé. Le poste est basé à Paris 15ème. Salaire brut mensuel de 2500 euros + prime.

Envoyer CV et lettre de motivation à M. Kevin Guenegan: kevin.guenegan@ecoled-condé.com

Via design-fax.fr

Designer petite enfance

NOUS recrutons pour un de nos clients un(e) designer petite enfance. Description: situé au cœur de Paris, notre client recherche un(e) designer produit pour créer une section de design spécialisé dans l'univers de la petite enfance: 0-4 ans. Vos principales missions seront les suivantes: Recherche créative de propositions de design produit à partir du cahier des charges du client en prenant en compte ses capacités industrielles et ses objectifs. Présentation avec le dirigeant des projets et analyse du «ressenti client» conduisant à une synthèse des orientations du client. Etude de faisabilité économique, technique et industrielle. Présentation du design détaillée. Suivi du développement industriel auprès du client et de ses sous-traitants dans toutes les phases du développement. Profil recherché: Vous avez une expérience confirmée de designer produit dans l'univers de la première enfance 0 -4 ans et une passion réelle pour la pédagogie et la psychologie infantile. Vous possédez de solides connaissances en matériaux et process industriels que vous avez pu démontrer dans les domaines opérationnels de la petite enfance: jeux, jouets, mobilier, habillement, aménagement d'espaces, environnement, ergonomie, matériaux et couleurs, étude des ambiances lumineuses et sonores... Une connaissance de méthodes pédagogiques innovantes et/ou expérimentales et de la psychologie infantile sont indispensables pour postuler à ce poste. Vous avez une réelle expertise en logiciel 3D/ 2D/Volume (ex: Solidworks, Rhino, 3DSmax) et Illustrator ou Photoshop et une très grande aisance

dans le dessin. Capable d'être un excellent interlocuteur d'éducateurs, psychologues, gestionnaires d'établissements d'accueil de petits enfants, votre créativité esthétique et technique n'est plus à démontrer et vous possédez un mini-book. La maîtrise de l'anglais et de l'italien sera un atout apprécié pour ce poste en CDI à pourvoir rapidement. Envoyer votre cv et un mini-book à l'adresse suivante: denissautier@actioncoach.com en précisant le n°11201.

Via design-fax.fr

Chef de projet junior

4UATRE, agence de design et de conseil en identité, dans le cadre de son développement, recherche un ou une chef de projet en CDI. Missions: Participer au contrôle en amont des engagements de dépenses initiés à la création. Participer aux réflexions en amont et à la réunion préparatoire des créatifs pour le lancement des projets. Conscient des enjeux techniques, artistiques et ergonomiques, vous définirez avec votre équipe (DA, créa...) la structure du produit et l'organisation de l'information, sous la supervision de votre supérieur. Formaliser tous les documents qui serviront de base de travail à l'équipe: brief écrit, cahier des charges... Coordonner les services internes et externes intervenant sur les plans techniques et créatifs dans l'élaboration des projets. Etablir les prévisions budgétaires pour validation par votre supérieur. Formaliser les documents de gestion (planning, rétro planning, budget...), structurer les contenus et mettre en place une méthodologie de production et une organisation de travail pour garantir le respect de la qualité, des délais et du budget. Etre garant du respect des budgets alloués aux projets dont vous aurez la charge. Etablir les comptes-rendus de réunions et être à l'écoute des besoins du client afin d'anticiper ses demandes et lui proposer des solutions. Participer à la réflexion stratégique de la mise en œuvre de vos projets. Préparer et participer à la présentation des recommandations au cours des réunions clients. De formation supérieure (Bac +4/5), vous avez une expérience significative en agence d'un an ou plus. Très bon relationnel, bon niveau de culture générale et commerciale, grande capacité d'écoute et excellent rédactionnel. Votre aptitude à gérer vos priorités et à insuffler à vos équipes motivation, dynamisme et adhésion, vous permet d'assurer le suivi de plusieurs projets à la fois. Maîtrise de l'anglais et de l'outil informatique indispensable. La connaissance de logiciels multimédia et de graphisme constitue un avantage. Poste à pourvoir immédiatement.

Contacts et CV à: Emilie Fraboul, e.fraboul@4uatre.fr

Via design-fax.fr

Designer + Graphiste

PHILIPPE DI MEO, et son groupe de créatifs, fédère depuis 1989, avec son agence RESODESIGNBAND, marques prestigieuses et univers créatifs. L'agence s'attache à construire des territoires d'expression à forte valeur ajoutée créative, afin que chaque projet soit cohérent sur sa globalité, c'est un besoin pour nous et une nécessité pour la force du résultat final.

Aujourd'hui l'agence cherche à s'enrichir d'une nouvelle énergie créative en recrutant:

-un(e) designer avec 3 à 5 ans d'expérience professionnelle, capable de gérer un suivi de production.

-un(e) graphiste avec 3 à 5 ans d'expérience professionnelle avec maîtrise de la chaîne graphique. Ces profils se doivent d'être réactifs, autonomes et réceptifs à tout ce qui bouge et nous entoure. Impliqués dans la "vie" de l'agence et ses échanges. Garder un éveil et une curiosité permanente au monde de l'art, de l'artisanat tout comme aux nouvelles technologies, aux nouveaux matériaux et leur mode de transformation. Avoir une sensibilité environnementale est un plus.

Autres qualités requises:

Poste designer. Logiciel: parfaite maîtrise des logiciels 3D type Amapi, Rhino, Photoshop, Illustrator,... Un bon niveau d'anglais.

Poste graphiste. Logiciel: parfaite maîtrise d'Illustrator, InDesign, Photoshop... Un bon niveau d'anglais.

Les conditions proposées: contrat CDI après 3 mois d'essai / ou travail en free lance si souhaité. Poste disponible à partir de septembre 2011. Salaire à préciser en fonction de l'expérience professionnelle. Merci d'envoyer CV, Book (.pdf ou lien Internet) et lettre de motivation à Anne Caroline Paute:

ac.paute@resodesignband.com

Via design-fax.fr

Designer produit

DESIGN FOR YOU est une agence de design produit basée à Bordeaux. Dans le cadre de notre développement nous sommes à la recherche d'un designer produit expérimenté, avec une expérience minimum de 3 ans dans la conception de produits en agence ou en entreprise, avec une forte culture technique, ayant un double cursus de formation design et technique maîtrisant parfaitement le logiciel Solidworks.

Vous serez amené à aborder toutes les facettes de la conception de produits, de l'élaboration des concepts créatifs et innovants à leur mise en forme technique. Vous possédez une bonne maîtrise des formes et une

bonne connaissance des process industriels et de la transformation des matériaux (injection plastique, formage des métaux...). Vous êtes créatif, pragmatique, rigoureux, positif, autonome. Des voyages à l'étranger sont possibles. La maîtrise de l'anglais est indispensable pour ce poste en CDI à pouvoir immédiatement.

Envoyer votre CV et un mini-book à l'adresse suivante: recrut@designforyou.fr

Via design-fax.fr

Designer

Location: San Sebastian (Espagne)

Nous recherchons une personne pour un poste de DESIGNER ayant des connaissances en design produit, design d'espace et design graphique pour intégrer une entreprise basée à San Sebastian dans le Pays Basque espagnol spécialisée dans le retail design (PLV, merchandising, identités visuelles).

Profil: 2 à 3 ans d'expérience, dynamique et autonome pour développer au sein de l'entreprise le département créatif.

Il est impératif d'avoir une bonne connaissance de l'espagnol, l'anglais étant un plus.

Le poste est à pourvoir immédiatement, sous contrat espagnol.

Envoyez un CV et une lettre de motivation à l'adresse suivante: annesophie@kendu.net

Via designanddesign.com

Stage en design produit

Location: Paris

Je suis à la recherche d'un(e) STAGIAIRE et/ou d'un(e) ASSISTANT (e) DESIGNER (junior) PRODUIT avec des connaissances techniques en design produit. Candidatures par mail uniquement (merci de ne pas appeler – je vous contacterai).

Pour info, le job est à Paris, donc priorité aux résidents Parisiens.

Website: www.neilpoulton.com

Envoyez votre book en format pdf à

contact@neilpoulton.com

Via designanddesign.com

www.larevuedudesign.com