

RENDEZ-VOUS

Talents à suivre.

Jusqu'au 29 octobre, la Joyce Gallery expose les lauréats des Grands Prix de la Création de la Ville de Paris. Au 168 Gal de Valois, Paris 1er.

[Plus d'informations](#)

Cosmos.

Charles et Ray Eames, Ingo Maurer, les Belges Jean-François d'Or ou Nathalie Dewez, une quarantaine de designers "ont exploré les galaxies les plus lointaines du design" afin de présenter "Cosmos", où les créations "naviguent entre mystère et beauté". Jusqu'au 27 février au CID à Boussu en Belgique.

[Plus d'informations](#)

Le fleuve source d'inventions.

"Le fleuve source d'inventions" est la première exposition montée à 100% à partir de planches de brevets du 19e siècle. Habituellement conservés dans les archives de l'INPI, 33 brevets d'invention illustrent l'histoire de la

navigation fluviale "entre innovations techniques et très belles planches illustratives".

Jusqu'au 30 janvier 2022, au musée de la Batellerie, 3, place Jules-Gévelot, 78700 Conflans-Sainte-Honorine.

[Plus d'informations](#)

Robert Mathieu.

Du 29 octobre au 11 décembre, la galerie Pascal Cuisinier expose la deuxième partie de "Robert Mathieu, 100 ans, 100 ans de luminaire". Pour rappel, Robert Mathieu (1921-2002) "est l'un des créateurs et producteurs de luminaires les plus talentueux des années 1950. Il entame une carrière d'horloger en 1938 et en 1949 il débute la création de luminaires. Ses premières pièces rivalisent d'ingéniosité et sont empreintes de sa formation initiale. Robert Mathieu connaît plusieurs évolutions dans son style mais reste néanmoins attaché à produire des luminaires d'une haute précision (source : Meubles et Lumières)". Au 13 rue de Seine, Paris 6°.

[Plus d'informations](#)

Sapide : design makers

CETTE SEMAINE, DESIGN FAX RENCONTRE LOUIS-NICOLAS CREUSAT ET ROMAIN HOUSSAIS, CO-FONDATEURS DE SAPIDE, AGENCE DE DESIGN QUI A DÉCIDÉ D'INTÉGRER LA FABRICATION DE SES CRÉATIONS.

Louis-Nicolas Creusat et Romain Houssais pourriez-vous vous présenter ?

L-N.C. Je suis diplômé d'Olivier de Serres en design produit. J'ai commencé chez Vanille Design en identité et packaging dans le secteur du luxe. Vanille Design a ensuite été vendue à l'agence de communication R9 (ndlr : le groupe R9 s'était distingué à partir des années 2010 en rachetant en un temps record plus de 70 sociétés dans les secteurs de la communication, de la publicité, de l'édition ou du design, dans l'objectif de construire une alliance d'agences post-digitales. R9 a compté jusqu'à 500 salariés). C'est chez R9 que je rencontre Romain et rapidement nous décidons de monter Sapide.

R.H. J'ai fait les Beaux-Arts puis suis parti vivre à Berlin où j'ai fait du mobilier pour bars et boîtes de nuit. Rentré en France, j'ai participé à la création de la Concrète (ndlr : péniche électronique parisienne célèbre pour ses afters, qui a fermé en juillet 2019) ce qui m'a permis de me lancer en tant qu'artisan et designer. Comme l'a dit Louis, nous nous sommes rencontrés chez R9 où j'étais prestataire dans la réalisation de mobilier de bureau. Nous avons commencé à travailler ensemble et rapidement on a décidé de monter Sapide, en 2017.

Comment se positionne Sapide et comment travaillez-vous ?

L-N.C. En amont du lancement de Sapide, on avait fait le constat que les annonceurs qui avaient des projets de design recevaient seulement de belles images de la part des agences, alors qu'ils cherchaient des solutions complètes clés en main. C'est pour cela que nous avons voulu monter une agence avec un atelier de fabrication intégré. Sur le marché des agences notre modèle est assez unique – même si un certain nombre de fabricants ont intégré le design. On travaille dans plusieurs domaines :

le marketing et le trade marketing "classiques". À partir de l'esprit d'une marque et après le planning stratégique on interprète et transpose en objet et matière. Par exemple, pour Pernod Ricard on décline les cornes GMS et cash and carry pour les différentes marques du groupe. On va du

concept au dessin, en passant la fabrication jusqu'à la pose. Ensuite on travaille dans le luxe (Chanel, Conticini) avec des objets et du mobilier axés luxe et prestige. On fait également de l'aménagement de bureau. Enfin, nous avons deux lignes de mobilier que nous présentons lors d'expositions. On aime l'idée de faire des expositions sur des thèmes que l'on choisit avec des invités que l'on sélectionne. La première s'appelait Helmut et la seconde Amok. Nous avons d'ailleurs été exposés au Salone Satellite au Salon du Meuble de Milan. Nous sommes donc autant designers que fabricants : on passe autant de temps au bureau qu'à l'atelier. On est si-

Nous sommes une agence avec un atelier de fabrication intégré

SAPIDE : DESIGN MAKERS P1 À 3.

EN BREF P3 À 5.

APPELS D'OFFRES P6.

tués dans le 93, dans une pépinière d'entreprises qui est l'une des rares pépinières avec des ateliers. C'est assez rare mais c'est vraiment l'idéal. On y a tous les mêmes problématiques entrepreneuriales et on voit vraiment l'intérêt de ce type de lieu où se rencontrent des gens qui ne se seraient jamais rencontrés autrement. De façon générale chez Sapide on est dans l'économie du réel et on pense que produire en France c'est toujours possible. Nous ne sommes pas sur une échelle industrielle mais c'est une prémisse. En termes de business, nous sommes arrivés à maintenir l'activité pendant la Covid, en améliorant même notre résultat d'exploitation. On va finir l'année aux environs de 400 000 euros de chiffre d'affaires, avec l'ambition de bien progresser.

R.H. Il y a cette belle complémentarité entre Louis et moi. Lui, c'est plutôt le design et moi la fabrication, le tout en parfaite cohérence. Aujourd'hui Sapide comprend six personnes : nous deux, trois menuisiers et un designer-menuisier.

Vos objectifs et challenges pour les années qui viennent ?

L-N.C. Il y a un recrutement qui est en cours : c'est un profil qui viendra d'une grande agence parisienne. Je ne peux encore rien dire mais je vous passerai l'information dès que ce sera officiel ! L'objectif de ce recrutement est de se recentrer sur la vente de prestations de design, car on a passé beaucoup de temps à consolider la partie production qui a demandé des investissements importants en machines et outils, et aussi en espace car la fabrication prend de la place. On va réattaquer le design car, comme je vous le disais, nous ne sommes pas un fabricant qui a intégré le design mais une agence qui sait fabriquer – et c'est très différent. On va investir dans les hommes, et notamment dans le conseil client

pour vendre le design de façon pédagogique en expliquant pourquoi c'est important d'acheter du design. On va bien sûr continuer à investir dans du matériel de fabrication. Et on va aussi investir dans des surfaces en région parisienne. D'autre part, nous n'excluons pas de la croissance externe sur des savoir-faire spécifiques (une activité de laqueur, par exemple).

Votre vision du design français ?

L-N.C. Il y a encore un déficit de compréhension sur le fait que le design n'est pas un centre de coût mais un outil qui sait créer de la valeur. Et puis, je trouve inutile les débats sur le design d'édition et le design "commercial". Pour moi, il n'y a rien d'antinomique dans ces deux approches, bien au contraire : l'un nourrit l'autre. Par exemple, on ne gagne pas d'argent avec nos expositions, mais cela constitue un petit laboratoire qui bénéficie à tous nos clients. Enfin, il me semble que le modèle de l'agence française – en tout cas celui qui est visible – c'est beaucoup de branding et de packaging et trop peu de design produit.

R.H. On trouve assez peu dans le design français cette capacité combinée de conception et de fabrication. Pour moi cette double expertise est clé alors qu'il y a une espèce de crainte de passer pour un artisan lorsque que l'on touche à la fabrication, avec le risque de ne plus être appelé designer. C'est vraiment dommage.

Un message pour terminer ?

L-N.C. Les designers peuvent être un moteur dans ce processus de réindustrialisation qui se développe aujourd'hui. D'où l'importance de cette double compétence en matière de création et de fabrication que nous avons soulignée. ■

La pépinière de La Courneuve

Sapide est installée à la pépinière de la Courneuve, lieu inauguré en 2005, qui se positionne comme une "structure d'hébergement et d'appui au développement de jeunes entreprises à fort potentiel". Située sur une zone reconnue comme étant un "Territoire Entrepreneur", les entreprises implantées au sein de la pépinière ont la possibilité de bénéficier d'une exonération d'impôt sur les bénéfices à hauteur de 50 000 euros. La particularité de la pépinière est d'offrir, au-delà des bureaux, des locaux mixtes et des ateliers flexibles "adaptés au cycle développement d'une jeune entreprise". Le rêve de tout maker ! ■

[Plus d'informations](#)

L'ANALYSE DESIGN FAX

Louis-Nicolas Creusat et Romain Houssais ont délibérément positionné Sapide comme une agence de design sachant fabriquer. Ils ont même intégré la distribution puisqu'ils vont jusqu'à la pose chez le client du mobilier qu'ils ont conçu et fabriqué. Autrement dit, ils maîtrisent le cycle de conception-fabrication-distribution. De façon générale, d'un point de vue industriel, l'émergence de la conception-fabrication-distribution s'explique pour les raisons suivantes :

- D'abord, les temps de conception se sont drastiquement raccourcis, grâce en particulier à des outils numériques performants et relativement peu coûteux
- Ensuite, conception et production s'appréhendent de plus en plus de façon simultanée, toujours grâce à ces outils numériques – c'est un gain de temps et d'argent
- D'autre part, la production, étape autrefois inaccessible sans financements et infrastructures consistants, est désormais envisageable pour l'en-

trepreneur individuel ou la très petite entreprise – l'imprimante 3D, par exemple

- Enfin, le "coût économique de l'erreur" a été largement amoindri du fait des technologies de représentation virtuelle permettant de visualiser un projet sous son aspect finalisé – en temps réel ou quasiment – tout au long des étapes de conception. De ce fait, on visualise très en amont les risques ou impossibilités techniques

Bref, le temps du designer-producteur est venu. Et comme le soulignent les deux co-fondateurs de Sapide, vouloir distinguer ceux qui pensent et ceux qui font est parfaitement inutile puisque l'objectif est aussi bien de concevoir que de réaliser.

P.S. Pour poursuivre la réflexion, faisons une petite auto-promotion pour un ouvrage paru en 2016 chez Fyp, **Le manifeste du faire**, où sont notamment abordés les aspects de la maîtrise du cycle de conception-fabrication-distribution, avec un large focus sur la contribution du design. ■

[Plus d'informations sur l'ouvrage](#)

AGENCES ET DESIGNERS

Aurel design urbain a conçu les **luminaires** du **passage France Pejot** qui passe sous la voie de chemin de fer de la **gare de Perrache** à **Lyon**. Entre 700 et 1000mm de diamètre, trois tailles de luminaires ont été conçues. "La mise en lumière intimiste, conçue comme dans un espace intérieur, un hall d'hôtel, participe à la qualité de ce nouvel axe piétonnier. Les luminaires, conçus spécialement pour ce projet, sont suspendus à la voûte à différentes hauteurs et suivant un rythme aléatoire permettant d'atténuer l'effet tunnel."

[Plus d'informations](#)

RCP, qui intervient déjà pour la première ligne du **tramway de Tours**, vient d'être retenue pour le marché du design des rames et des stations de la **deuxième ligne**. Mise en service prévue pour 2025.

[Plus d'informations](#)

En collaboration avec les équipes design du **Groupe SEB**, **Entrautre** signe les hachoirs et mixers de la gamme **Eco-Respect** et remporte du même coup un **Plus X Award**. Les gammes Eco-Respect répondent à cinq critères : matériaux à plus faible impact environnemental ; meilleure efficacité énergétique ; produits conçus pour durer et être réparés ; produits toujours plus recyclables ; emballages à moindre impact environnemental.

[Plus d'informations](#)

FutureBrand a conçu la plateforme de marque et l'identité d'une marque de **La NEF**, institution bancaire qui se définit comme "la référence de la finance éthique en France" avec 41 000 sociétaires, 70 000 clients et 100 salariés. La NEF évolue "au cœur d'un écosystème de partenaires engagés pour la transition écologique et sociale".

[Plus d'informations](#)

Mg Mivela (eaux minérales) a confié à **d'Artagnan** la création de ses nouvelles bouteilles, de son identité visuelle et de ses supports de communication "pour incarner son expertise santé dans tous les pays d'Europe Centrale".

[Plus d'informations](#)

Vincent du Sartel a coopéré avec **NIO** (fabricant chinois de véhicules électriques) et **Blue Sky Lab** (qui, sous la marque **NIO Life**, s'engage à réutiliser certains matériaux restants de la fabrication des au-

tomobiles NIO) pour concevoir une **gamme de sacs** intitulée **Horizon**. Ces créations ont été dévoilées lors de la **Fashion Week de Shanghai**.

[Plus d'informations](#)

Le designer industriel **Michael Jurado** s'apprête à lancer **Petrolettes**, draisienne moto en bois fabriquée en France et destinée aux enfants. Une campagne de crowdfunding aura bientôt lieu sur **KissKissBankBank**.

[Plus d'informations](#)

Seenk a refondu l'identité de marque du **GICAN**, le Groupement des Industries de Construction et Activités Navales. L'agence a travaillé "une identité statutaire, rappelant l'univers marin dans ses couleurs et symboles, avec des lignes épurées reflétant le dynamisme et la modernité de l'industrie maritime française".

[Plus d'informations](#)

Alvina df signe la création de la marque **JOÏCE** pour la **Maison Brasson**. "Un nom (JOY + JUICE), un design raffiné et authentique pour une gamme de jus gourmands, 100% naturels, aux saveurs puissantes et variées. À déguster sans modération dans les plus grands Hôtels et grandes Maisons tels que le Bon Marché, le Meurice, le Sofitel."

[Plus d'informations](#)

Gédéon vien d'être nommée quatre fois aux **Promax Global Excellence Awards** : deux fois pour son travail sur l'identité visuelle dans les catégories Best total brand image package et Meilleur design de logo pour **M6** et deux fois pour **France 5** dans les catégories Meilleure typographie et Meilleur générique de programme.

[Plus d'informations](#)