

Du Sens dans l'Utile



ISBN 978-2-37074-063-2

Office décembre 2017

Couverture souple avec rabats

23 x 31 cm

224 pages

160 illustrations

49 €

Français-anglais

Positionnement

Design

Architecture

Communication



Points forts

Entretiens exclusifs avec des chefs des plus grands entreprises françaises et des designers reconnus.

Graphisme par Philippe Apeloig, designer graphique de renom.

AUTEURS

Françoise Darmon crée en 1984 la structure Creative Agent Consultants, mettant en avant la création dans l'entreprise comme l'un des facteurs essentiels de rentabilité. Elle publie en 1992 l'ouvrage *Du Sens dans l'Utile, 9 créateurs – 9 entreprises*, premier livre d'art sur la relation créateur-entreprise. Françoise Darmon conçoit ensuite la série télévisuelle *Histoires d'Objets* composée de cinq films documentaires sur le design, coproduite et éditée par le Centre Pompidou – 1995-2000. Membre bienfaiteur de l'ADIAF, elle participe au comité de sélection du Prix Marcel Duchamp en 2017. Elle est présidente du Prix Découverte des Amis du Palais de Tokyo de 2011 à 2015, et membre du cercle des amis de la Fondation Guerlain et membre du GAD-groupe d'acquisition pour le design du MNAM –Centre Pompidou.

Une conjonction de deux exigences, de deux langages

Du Sens dans l'Utile est un ouvrage qui confronte des designers avec des entreprises, mettant en lumière la création innovante qui naît de cette rencontre.

Dans notre société apparaissent des mutations profondes qui amènent les chefs d'entreprise à prendre en compte la nécessité de l'identité du produit. La consommation de l'objet a changé. L'objet doit remplir plus qu'une fonction, il doit satisfaire un besoin culturel.

L'entreprise se voit investie d'un rôle formateur et culturel, elle crée les objets de notre environnement. Ainsi, sa rencontre avec les architectes-designers, capables de penser autrement l'objet, de lui redonner un sens, est primordiale.

Sur le mode du dialogue, cet ouvrage met en lumière la relation entre l'entreprise et la création, suivant huit rencontres productives. La force que représente l'ensemble de ces aventures exceptionnelles avec leurs implications technologiques, sociologiques et culturelles, permet d'offrir à un public attentif et culturellement curieux, une nouvelle approche de leur environnement.

Du Sens dans l'Utile

SOMMAIRE

JCDECAUX - AUREL DESIGN URBAIN

- Jean-Charles Decaux
- Sylvain Larray
- Catarina & Marc Aurel

JEAN-CLAUDE DECAUX, FONDATEUR - PHILIPPE STARCK

- Jean-Claude Decaux
- Philippe Starck

FONDATION D'ENTREPRISE GALERIES LAFAYETTE - REM KOOLHAAS

- Guillaume Houzé
- Rem Koolhaas

GALERIES LAFAYETTE, BERLIN - JEAN NOUVEL

- Georges Meyer
- Jean Nouvel
- Emmanuel Cattani
- Barbara Salin

L'ORÉAL LUXE - VIKTOR&ROLF

- Guillaume de Lesquen
- Viktor&Rolf

SAINT-GOBAIN - LES SISMO

- Didier Roux
- Antoine Fenoglio et Frédéric Lecourt - les Sismo

RENAULT - LAURENS VAN DEN ACKER / ROSS LOVEGROVE

- Laurens van den Acker
- Athony Lo
- Ross Lovegrove

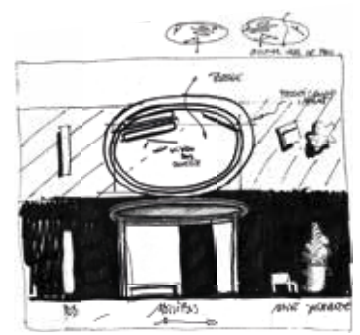
FONDATION DE FRANCE / MATALI CRASSET

- Anastassia Makridou-Bretonneau
- Matali Crasset

Page précédente :
Caterina & Marc Aurel
Design urbain
pour le centre Paris, double
prix de l'architecture, 2014
Image 3D

Page suivante :
Marc Aurel
Recherche thématique
de design objet voyageur
Paris, 2015
Ecrire sur papier

Mécanisme optique et matériel pour
la loi sur l'éclairage des façades et des
monuments historiques et l'éclairage
répartiteur urbain de Berlin.



JCDecaux Créateur des objets de notre environnement

La stratégie actuelle de JCDecaux réussit à rendre l'espace urbain plus connecté, plus convivial et plus durable, sans perdre de vue l'élément central de la ville, le citoyen. C'est ce principe que porte en élan l'entreprise JCDecaux fondée par Jean-Claude Decaux en 1964.

Fort de son succès et de l'action conjugée des trois fils du fondateur, Jean-François, Jean-Charles et Jean-Sébastien Decaux, qui partagent aujourd'hui le même goût d'entreprendre, JCDecaux est devenu un groupe international présent dans soixante-seize pays, numéro 1 mondial de la communication extérieure.

La nouvelle génération JCDecaux envisage le mobilier urbain dans une perspective de modernité, d'écoc conception, d'accessibilité et d'esthétisme. Cependant, il se doit toujours d'être robuste et facile d'entretien. Hier comme aujourd'hui, le design constitue la pierre angulaire du développement du groupe. C'est le dialogue créateur-entreprise qui permet de concevoir cette stratégie dans la continuité.

Jean-Claude Decaux avait initié cette démarche par sa rencontre exemplaire avec Philippe Starck en 1991 autour du candélabre Tournesol. Le design occupe toujours une place centrale dans la stratégie, tout comme l'innovation et l'entretien de tous les mobiliers urbains.

Ainsi la rencontre avec les designers Marc et Catarina Aurel s'inscrit à la croisée de la modernité et des références au passé. En collaboration avec Sylvain Larray, directeur du bureau d'études et son équipe, les designers abordent résolument l'espace numérique et innovent notamment en termes d'accessibilité.

La rencontre avec Philippe Starck illustre pleinement le dialogue créateur-entreprise et la collaboration avec Catarina et Marc Aurel démontre que JCDecaux est plus que jamais tourné vers le futur. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi de présenter tout d'abord le dialogue Jean-Charles Decaux-Marc Aurel.


Tous ces éléments plaçant l'homme au cœur de la réflexion, tendent à améliorer le service au citoyen, mais aussi à se fonder harmonieusement dans l'univers urbain.

JCDecaux / Aurel design urbain 11

Page précédente :
Rem Koolhaas
Bâtiment existant
et usage d'entreprise, 2014
Image 3D

Page suivante :
Rem Koolhaas
Facile de bâtiment, 2014
Dessin

Mécanisme optique et matériel pour
la loi sur l'éclairage des façades et des
monuments historiques et l'éclairage
répartiteur urbain de Berlin.

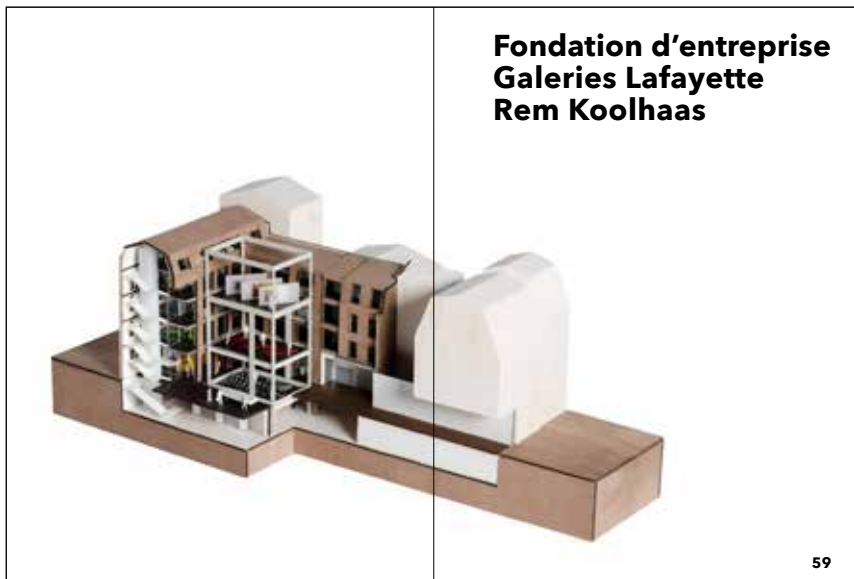


Fondation d'entreprise Galeries Lafayette Un lieu de liberté pluridisciplinaire dédié à la création, un lieu de production

Architecture, sculpture, objet d'art, et ainsi in situ dans un espace urbain existant et caractérisé par une architecture moderne et contemporaine, l'identité est, dans un tel cas, un défi. Il ne s'agit pas de copier l'existant, mais de créer une œuvre qui soit à la fois un hommage et une réponse à son époque. C'est pourquoi la Fondation d'entreprise Galeries Lafayette a choisi de travailler avec Rem Koolhaas, un architecte qui a su créer une œuvre qui soit à la fois un hommage et une réponse à son époque. C'est pourquoi la Fondation d'entreprise Galeries Lafayette a choisi de travailler avec Rem Koolhaas, un architecte qui a su créer une œuvre qui soit à la fois un hommage et une réponse à son époque.

Fondation d'entreprise Galeries Lafayette / Rem Koolhaas 11

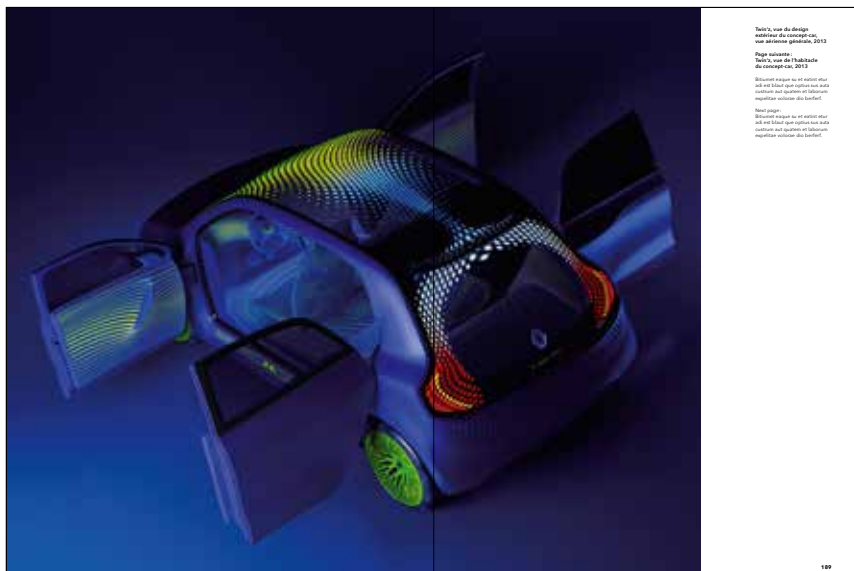
Du Sens dans l'Utile



Fondation d'entreprise Galeries Lafayette Rem Koolhaas



Valise colorée et ses objets
Illustration de David Laouani
pour le service de l'Homme



Tout's, une de design
intérieur du concept car
sur plateforme Skoda, 2013

les Sismo **Saint-Gobain**

LES SISMO
C'est un projet innovant qui vise à améliorer la sécurité des bâtiments existants en France. Le projet est financé par le gouvernement et les collectivités locales. Il s'agit d'un programme de recherche et de développement qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la sécurité des bâtiments existants.

SAINT-GOBAIN
C'est un groupe industriel français qui est leader mondial dans la production de verre et de produits en verre. Le groupe est présent dans plus de 40 pays et emploie plus de 100 000 personnes. Le groupe est connu pour ses produits innovants et de haute qualité.

MARQUE COMPLEMENTAIRE
C'est une marque qui est utilisée pour identifier les produits et services qui sont liés à la marque principale. Elle est utilisée pour créer une identité visuelle et pour faciliter la reconnaissance des produits et services.

LES SISMO
C'est un projet innovant qui vise à améliorer la sécurité des bâtiments existants en France. Le projet est financé par le gouvernement et les collectivités locales. Il s'agit d'un programme de recherche et de développement qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la sécurité des bâtiments existants.

SAINT-GOBAIN
C'est un groupe industriel français qui est leader mondial dans la production de verre et de produits en verre. Le groupe est présent dans plus de 40 pays et emploie plus de 100 000 personnes. Le groupe est connu pour ses produits innovants et de haute qualité.

MARQUE COMPLEMENTAIRE
C'est une marque qui est utilisée pour identifier les produits et services qui sont liés à la marque principale. Elle est utilisée pour créer une identité visuelle et pour faciliter la reconnaissance des produits et services.

Lesquels choisir, dans quelle matière ?
C'est une question qui se pose souvent lors de la conception d'un produit. Il est important de choisir la matière qui est la plus adaptée à l'usage du produit. Il faut prendre en compte plusieurs facteurs, tels que le coût, la durabilité, l'esthétique et l'écologie.

Lequel choisir, dans quelle matière ?
C'est une question qui se pose souvent lors de la conception d'un produit. Il est important de choisir la matière qui est la plus adaptée à l'usage du produit. Il faut prendre en compte plusieurs facteurs, tels que le coût, la durabilité, l'esthétique et l'écologie.

Lequel choisir, dans quelle matière ?
C'est une question qui se pose souvent lors de la conception d'un produit. Il est important de choisir la matière qui est la plus adaptée à l'usage du produit. Il faut prendre en compte plusieurs facteurs, tels que le coût, la durabilité, l'esthétique et l'écologie.

Saint-Gobain
Investir l'habitat de demain

L'évolution et la technologie
doivent être au service de l'Homme

Digital Home
C'est un concept qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants en utilisant les technologies numériques. Il s'agit d'un concept qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la qualité de vie des habitants.

Investir l'habitat de demain
C'est un concept qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants en utilisant les technologies numériques. Il s'agit d'un concept qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la qualité de vie des habitants.

L'évolution et la technologie
doivent être au service de l'Homme

Digital Home
C'est un concept qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants en utilisant les technologies numériques. Il s'agit d'un concept qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la qualité de vie des habitants.

Investir l'habitat de demain
C'est un concept qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants en utilisant les technologies numériques. Il s'agit d'un concept qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la qualité de vie des habitants.

L'évolution et la technologie
doivent être au service de l'Homme

Digital Home
C'est un concept qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants en utilisant les technologies numériques. Il s'agit d'un concept qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la qualité de vie des habitants.

Investir l'habitat de demain
C'est un concept qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants en utilisant les technologies numériques. Il s'agit d'un concept qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la qualité de vie des habitants.

L'évolution et la technologie
doivent être au service de l'Homme

Digital Home
C'est un concept qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants en utilisant les technologies numériques. Il s'agit d'un concept qui vise à créer des produits et services innovants pour améliorer la qualité de vie des habitants.

130

131