

Centdegrés mise sur l'international

L'INTERNATIONAL, c'est une vraie volonté», confirme David Nitlich. Face à une Europe qui se «rétrécit», Centdegrés met résolument le cap sur l'étranger. «Nous sommes enthousiastes. Nous avons trouvé un nouveau souffle. C'est un renouveau. Cela enrichit. C'est une banalité de le dire, mais c'est vrai : c'est régénérant», martèle le cofondateur de Centdegrés en 1988 avec Elie Papiernik. Le duo a été rejoint en 2009 par Thibault Ponroy. David Nitlich imagine ce que pourrait devenir Centdegrés dans quelques années : «un gros centre créatif à Paris, sorte de laboratoire de recherche pour les idées nouvelles, la vision prospective et des satellites importants en Chine, en Amérique Latine et ensuite en Afrique. Je crois beaucoup à l'Afrique.» Centdegrés a ouvert en 2009 une agence à Shanghai dirigée par Cécile Devillers (l'équipe compte une dizaine de personnes) et une agence à Casablanca dirigée par Sofia Benyahia. Elle ouvre actuellement une agence à Sao Paulo dirigée par Valeria Grossmann [Df 761].

Le responsable de Centdegrés constate qu'«il y a une demande pour la création française, l'expertise marketing sur les marques, une idée de marque premium propre à la France. La french touch, en création, cela existe.» Et d'ajouter : «Une société chinoise a imposé, dans le contrat, que la création soit faite à Paris.»

L'OUVERTURE internationale se manifeste aussi à Paris. Plusieurs nationalités sont représentées dans l'agence de la rue Martel. Celle-ci accueille aussi en permanence des Chinois. Ce sont des designers ou des salariés envoyés par des clients chinois.

■ **L'EDF Sustainable Design Challenge**, lancé avec l'APCI, a reçu 31 projets déposés par 8 écoles de 5 pays. Quatre projets de l'ENSCI-Les Ateliers figurent parmi les huit lauréats. Ceux-ci doivent recevoir une dotation de 5000 euros destinée à concrétiser leurs projets qui seront exposés au Pavillon EDF des Jeux Olympiques de Londres 2012. EDF lance une seconde édition avec l'espoir que davantage d'écoles participeront. <http://design.edf.com/fr>

■ **L'École de Design Nantes Atlantique** exposera des travaux sur les thèmes de l'eau et du chocolat à Luxe Pack Monaco (19-21 oct.) •

L'américaine Teague atterrit à Munich

TEAGUE, une des plus anciennes agences américaines de design, acquiert Signce, agence basée à Munich. Les deux sociétés travaillent pour de grands groupes. Pour Teague, située à Seattle et fondée en 1926, cette acquisition permettra de se développer sur le marché européen.

■ **Yell Group** crée le poste de directeur de la marque et du design, responsable de la création de nouvelles marques numériques. Il est confié à Chris Landry, Senior Executive Director, Worldwide Design & Experience de Cisco depuis 2006. Il a été directeur du design de Polaroid et Design Director chez Hewlett Packard. Yell Group exploite la marque Yellow Pages et est présent au Royaume-Uni, aux USA, en Espagne, Argentine, au Chili et Pérou.

■ **Indre et Loire** : le conseil général a confié à Garrigues Design Graphique la création de l'identité visuelle et des outils de communication de la manifestation Jour de Loire 2011. Montant : 20 000 euros HT •

■ **Ventura Berlin** sera la nouvelle opération dédiée à un design expérimental que proposera la société néerlandaise Organisation in Design, déjà à l'origine de Ventura Lambrate, off très remarqué de Milan. Ventura Berlin sera organisé dans le cadre de Qubique, nouveau salon du meuble qui se tiendra du 26 au 29 octobre dans l'ex-aéroport Tempelhof à Berlin. www.organisationindesign.com

■ **BETC Design** crée la nouvelle identité visuelle de Cofinoga.

■ **La Ruche**, située sur le canal Saint-Martin à Paris et se présentant comme un «laboratoire vivant d'innovation sociale», propose aux créateurs de disposer d'une boutique éphémère durant l'été. Designers et artistes peuvent louer un espace de 58 m². Une semaine : 900 euros HT. Le week-end : 650 euros HT. Une journée : 400 euros HT. e-mail : bienvenue@la-ruche.net

■ **Tomate et Risson** crée l'identité visuelle de La Minoterie, projet immobilier du groupe Brémond à Ivry-sur-Seine. La typo fait référence à l'architecture du lieu. www.laminoterie-ivry.fr/

■ **Carré Noir (Marseille)** crée l'identité visuelle de La Promenade, l'espace shopping de l'aéroport de Nice Côte d'Azur.

■ **Plan créatif Bees'net** est chargée de la stratégie digitale de l'Institut Pasteur. Par ailleurs, l'agence conçoit l'expo en ligne du Prix Emile Hermès 2011 et l'espace GDF Suez Provalys, destiné aux entreprises et collectivités locales. Plan créatif a conçu la plateforme Internet de la Fondation des Femmes pour la Méditerranée.

■ **Dragon Rouge** crée l'identité et les packagings d'Etat Pur, lancé en juin par le groupe Bioderma/Institut Esthederm. Un Flagship ouvrira en octobre à Paris.

■ **CLTG** accompagne la branche construction Paris Ile-de-France de la Fédération française du bâtiment dans sa stratégie de communication.

■ **Outsign** propose le concept «lounge shopping» pour l'extension du centre commercial parisien Italie Deux qui se veut être «un lieu élégant et plaisant» avec des espaces «cosy et accueillants». Les couleurs de l'identité visuelle, chocolat foncé et carmin intense, doivent inspirer «chaleur et gourmandise». L'agence vient de créer pour Knauf, les plaques de fibres Organic qui se déclinent en trois collections : *Urban world*, *Fractal Poetry* et *Natural life* •