

L'agence Moswo est reprise par The Links

MOSWO «*va repartir avec des bases solides et saines*», affirme Arno Lebrunet. Le fondateur de l'agence nantaise estime que celle-ci va enfin retrouver «*plus de sérénité*». Après avoir été mise en redressement judiciaire en mars [Df 840], elle est reprise par The Links, un groupe basé à Nantes, expert en développement commercial et sur la valorisation du parcours d'achat du consommateur. Travaillant essentiellement pour des grandes marques, majoritairement situées hors de la région, The Links emploie 153 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 17 millions d'euros en 2012. Il n'y a aucun recoupement d'activité entre les deux agences dont les offres sont complémentaires.

«*C'EST un nouvel élan pour Moswo*», déclare Alban Roy, directeur général de The Links et nouveau président de Moswo. Celui-ci souligne qu'il s'agit de poursuivre l'activité avec maintien du management et de l'équipe. Arno Lebrunet reste au poste de directeur des stratégies, chargé de poursuivre le projet de l'entreprise. «*Deux recrutements sont prévus, voire trois*», indique Arno Lebrunet. Ce seront des profils commerciaux, prélude à «*l'accueil à venir de talents supplémentaires*». L'agence peut également envisager un développement international avec l'appui de The Links.

«*CE que j'ai construit ne disparaît pas*», se félicite Arno Lebrunet qui a vécu «*quatre années cauchemardesques à titre personnel, comme à titre professionnel*». La crise et la maladie de son fondateur ont, en effet, pénalisé cette agence qui avait connu un développement régulier et qui bénéficie d'une excellente image dans le métier. Après avoir employé plus d'une trentaine de collaborateurs (à Nantes et Paris), elle a dû fortement réduire son effectif «*tout en gardant la même offre*», précise Arno Lebrunet. Moswo comprend 17 collaborateurs à Nantes et a réalisé un chiffre d'affaires de 2,15 millions d'euros en 2012 ●

■ **Altima**, agence spécialisée en e-commerce, renforce son bureau parisien avec la nomination d'Audrey Broutin en tant que directrice associée. Altima emploie 250 personnes dans 6 bureaux (Paris, Lyon, Lille, Pékin, Shanghai et Moscou) ●

■ **Parsons Paris** : Susan Taylor-Leduc sera la directrice de l'école qu'ouvrira en septembre, au 45 rue Saint-Roch, Parsons The New School for Design de New York. Cette historienne de l'art donne des cours à Paris depuis une vingtaine d'années et propose des prestations associant art, gastronomie et jardins.

■ **Orange**. Luc Bretones est nommé directeur du Technocentre. Diplômé de Centrale Marseille et de l'Essec, 39 ans, il était en charge du marché professionnel chez Orange Business Services. Le Technocentre, créé en janvier 2006, est présenté comme «*l'usine à produits et design*» du groupe. Plus de 500 personnes y travaillent sur 4 sites : Châtillon, Londres, Amman et Abidjan.

■ **Les Après-Demain** signent la communication d'AIDES (logo, flyers...) pour l'Europride, événement LGBT (lesbien, gay, bisexuel, trans) jusqu'au 20 juillet à Marseille.

■ **Oberflex** lance Tectonique 5.5, nouveau système de plafonds suspendus conçu avec 5.5 Design Studio. Ce second projet mené avec les 5.5 est présenté comme «*un exemple d'une démarche design intégrée au développement produit*». «*Cette relation de travail à long terme permet d'intégrer des problématiques de fond dans un échange permanent sur l'innovation au sein de l'entreprise*», indique le catalogue (plus de 100 pages) qui fait une large place au design.

■ **Porte Dorée**. La Cité nationale de l'histoire de l'immigration devient le Musée de l'histoire de l'immigration. Logo conçu par BETC.

■ **BETC Design** crée l'identité visuelle et le packaging de Wikippearl : nouveau concept d'aliments et boissons enveloppés dans une membrane comestible.

■ **Outsign** contribue au repositionnement de la gamme phare des maisons Phénix en intervenant dans deux domaines. D'une part, l'approche marketing en créant le nom et l'identité visuelle de Welcome par Phénix. D'autre part, Outsign crée une signature architecturale «*qui associe l'attractivité du prix à un esprit basic chic*».

■ **Minale Design Strategy** crée la nouvelle identité de Gustave Roussy. L'agence a repensé le nom, le logo, les codes coloriels et le système identitaire de l'Institut de lutte contre le cancer. Elle a même conçu une mascotte «*Gustave*».

■ **RCP design global** signe pour le château de Chambord une campagne d'affichage 4x3 et Cart'com déployée à Paris.

■ **Market Value** signe le concept et l'identité du centre commercial Bleu Capelette à Marseille.

■ **Ruedi Baur** et Intégral Paris vont définir le système d'identification du Musée des Confluences à Lyon.

■ **Académie Charpentier** : Élisabeth Nicole, directrice, passe le relais. Elle sera remplacée par Laurence Barjini, graphiste et enseignante.

■ **Cumulus**. La présidence de l'association (198 écoles d'art et design de 48 pays) est désormais assurée par Luisa Collina du Politecnico de Milan.

■ **Légion d'honneur**. Dans la promotion du 14-Juillet : Geneviève Gallot, directrice de l'École nationale supérieure des Arts décoratifs, est promue au grade d'officier. Sophie Pene, qui a créé la recherche en design à l'ENSCI-Les Ateliers en 2009, est nommée chevalier.

■ **Lunetiers du Jura** : les projets lauréats du concours de design sont sur www.design-jura.com ●