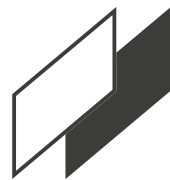


IMPACTS

2017



L'ÉCOLE DE
DESIGN
Nantes Atlantique

20 TEAMS OF DESIGNERS
FROM L'ÉCOLE DE DESIGN NANTES ATLANTIQUE

20 PRODUCTS
WHICH HAVE AN IMPACT ON YOUR DAILY LIFE

20 ÉQUIPES DE DESIGNERS
ISSUES DE L'ÉCOLE DE DESIGN NANTES ATLANTIQUE

20 PRODUITS
QUI IMPACTENT VOTRE QUOTIDIEN

Congratulations on the success of our alumni

As far as most people are concerned, design is all about beautiful tables, expensive chairs, stylish lamps or even sleek car bodywork. Simply place a white chair and a white sofa in a room with white walls, and people will find your home "design". Put a carnival mask on a lamp bought from a chic department store, add the name of a well-known designer and you'll have made a designer object. Defining exactly what design is, or what it is not, has no meaning whatsoever except the meaning we wish to give it.

So, is everything design? No, of course not. Design is born of the meaning that we give to it and that which it inspires to create value. This value can be purely emotional or more objectively tangible and measurable. Function, ergonomics, using new materials, taking into account changes in the ecological, sociological, technological, economic and cultural contexts – all these parameters must be considered in order to find meaning, a sense of "betterment", and depending on the context, to be more profitable, bring progress or generate emotion.

And that of course goes for everything: products, packaging, spatial planning, interactive objects, graphic design, but also for houses, cities, businesses, public and political institutions, what we put on our plates, medicine, ageing of the population, etc. Absolutely everything! So naturally, we find our alumni in every imaginable line of business. They cope with all sorts of situations, take up every challenge and deal with all kinds of socio-economic issues.

This 6th edition of **Impacts** dedicates the relevance of applied design to redefining the world or, as Orwell put it, "re-naturing" the world, and to restoring meaning to all that constitutes its wealth and diversity.

And that is a truly exciting prospect!

Emmanuelle Gaudemer

President, L'École de design Nantes Atlantique

Christian Guellerin

Managing director, L'École de design Nantes Atlantique

Bravo à la réussite de nos alumnis

Pour le sens commun, le design s'applique aux belles tables, aux belles chaises, aux belles lampes, voire à de belles carrosseries automobiles. Placez une chaise blanche, un canapé blanc dans une salle aux murs blancs, et l'on trouvera que c'est « design » chez vous. Mettez un masque de carnaval sur une lampe du BHV, ajoutez-y le nom d'un grand designer et vous aurez créé un objet « design ».

Définir ce qui serait « design » ou ce qui ne l'est pas n'a aucun sens si ce n'est celui qu'on veut bien lui donner.

Alors, tout est « design » ? Non, bien sûr que non. Le design naît du sens qu'on lui accorde et de celui qu'il suscite pour générer de la valeur. Et cette valeur peut être purement émotionnelle ou plus objectivement tangible et mesurable. La fonction, l'ergonomie, l'utilisation de nouveaux matériaux, la prise en compte des évolutions des contextes écologiques, sociologiques, technologiques, économiques, culturels... autant de paramètres qu'il convient d'intégrer pour donner du sens, celui du « mieux », et selon le contexte, pour être plus rentable, pour apporter du progrès ou générer de l'émotion.

Et cela s'applique évidemment à tout, aux produits, aux emballages, aux aménagements d'espace, aux objets interactifs, au graphisme, mais aussi aux maisons, aux villes, aux entreprises, aux institutions publiques et politiques, à ce que nous avons dans l'assiette, à la médecine, au vieillissement de la population... À tout !

Alors évidemment, on retrouve nos **alumnis** dans tous les secteurs d'activités. Ils font face à toutes les situations, relèvent tous les challenges, traitent de toutes les problématiques socio-économiques.

Ce 6^e numéro d'**Impacts** consacre la pertinence du design qui s'applique à re-définir le monde ou, comme aurait dit Orwell, à le « re-naturer », et à redonner sens à tout ce qui en fait sa richesse et sa diversité.

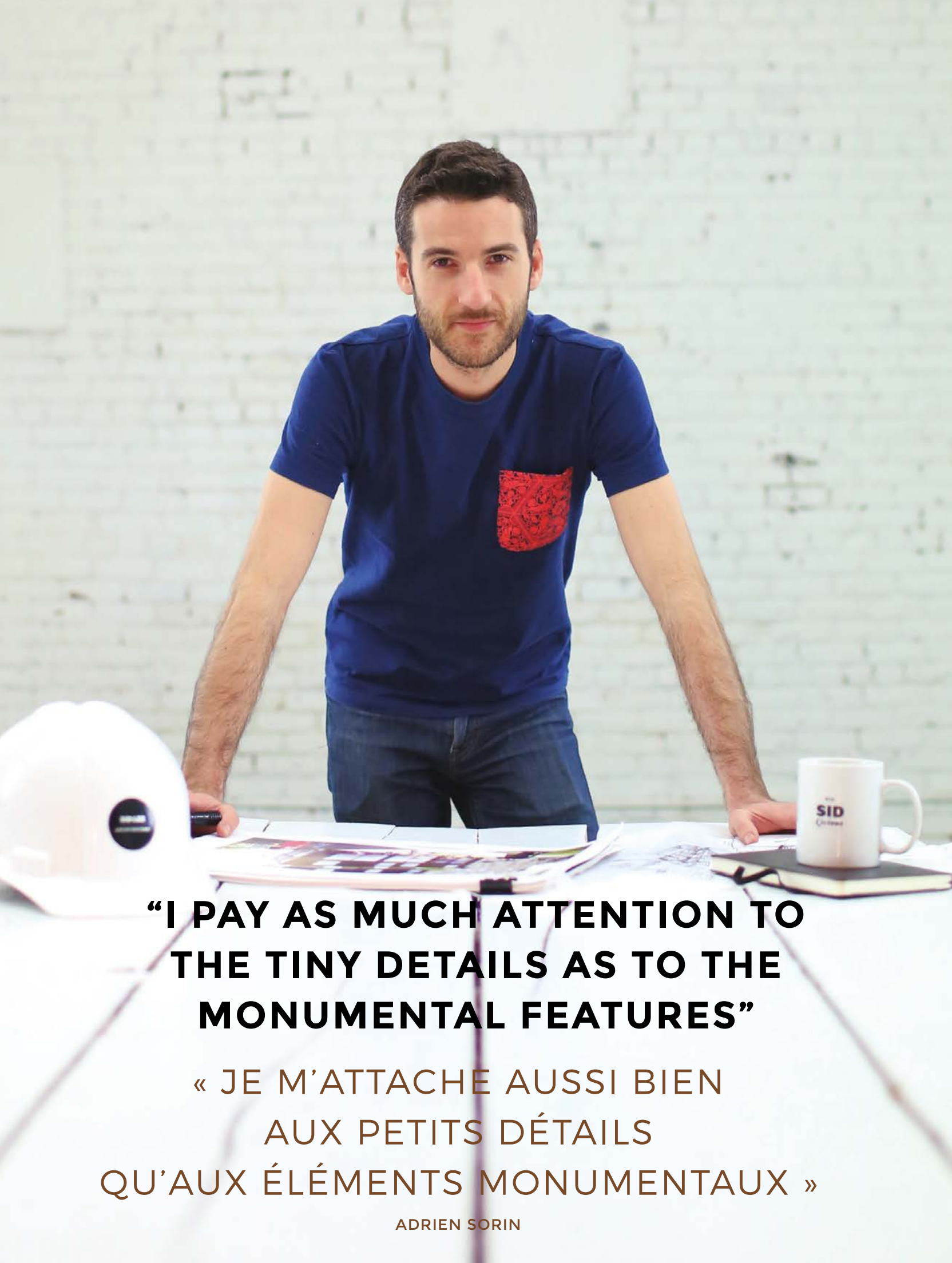
Et c'est enthousiasmant !

Emmanuelle Gaudemer

Présidente de L'École de design Nantes Atlantique

Christian Guellerin

Directeur général de L'École de design Nantes Atlantique



“I PAY AS MUCH ATTENTION TO THE TINY DETAILS AS TO THE MONUMENTAL FEATURES”

« JE M'ATTACHE AUSSI BIEN AUX PETITS DÉTAILS QU'AUX ÉLÉMENTS MONUMENTAUX »

ADRIEN SORIN

© Designer photo / Photo credits: Carl-Antony Dufault



Bureaux Coalision Lolë

Work spaces
Espaces de travail

ADRIEN SORIN ALUMNI 2012

Since 2015
Architectural designer,
Sid Lee Architecture,
Montreal, Canada
2012/2014
Designer, La Firme Design,
Montreal, Canada
2012
Master's degree in design

Depuis 2015
Concepteur en architecture,
Sid Lee Architecture,
Montréal, Canada
2012/2014
Designer, La Firme Design,
Montréal, Canada
2012
Diplôme de design Bac + 5

“There’s a lot of overlap between the disciplines taught at L’École de design,” remarks Adrien, “this diversity affords us a very open vision of design.” “In fact, my way of approaching space is more like that of an architect,” admits Adrien, a designer in the Quebec-based agency Sid Lee Architecture.

“I try to move from one scale to another and I pay as much attention to the tiny details as to the monumental features”.

Adrien helped convert an old train station into offices, dealing with everything from 3D spatial planning to lighting and designing a gigantic staircase.

“We needed to find a strong architectural style to create cohesion between the design of new spaces and this outstanding heritage site”.

Connecting areas, bringing in natural daylight, facilitating mobility - Adrien’s priority was optimizing the well-being and interaction between the future users of the site.

“I like minimalist lines,” insists the architectural designer, “but I also like adding some unexpected details, a few small iconic and subtle features”.

« Il existe une grande porosité entre les disciplines enseignées à L’École de design » constate Adrien, « cette richesse nous permet d’avoir une vision très ouverte sur le design ». « D’ailleurs, je me rapproche sûrement d’un architecte dans ma façon d’envisager l’espace » reconnaît ce designer de l’agence Sid Lee Architecture.

« J’essaie de passer d’une échelle à l’autre et je m’attache aussi bien aux petits détails qu’aux éléments monumentaux ».

De la conception de l’espace en 3D en passant par les luminaires ou encore la création d’un gigantesque escalier, Adrien a participé au réaménagement d’une ancienne gare en espaces de bureaux.

« Il fallait réfléchir à un geste architectural fort pour trouver une cohésion entre la création de nouveaux espaces et ce site patrimonial d’exception ».

Trouver des liens entre les espaces, amener de la lumière naturelle, faciliter les circulations, Adrien s’est attaché à favoriser le confort et les échanges entre les futurs usagers du lieu.

« J’aime les espaces épurés » insiste le designer concepteur en architecture « mais j’aime aussi ajouter des petits éléments perturbateurs, des petits détails iconiques et subtils ».

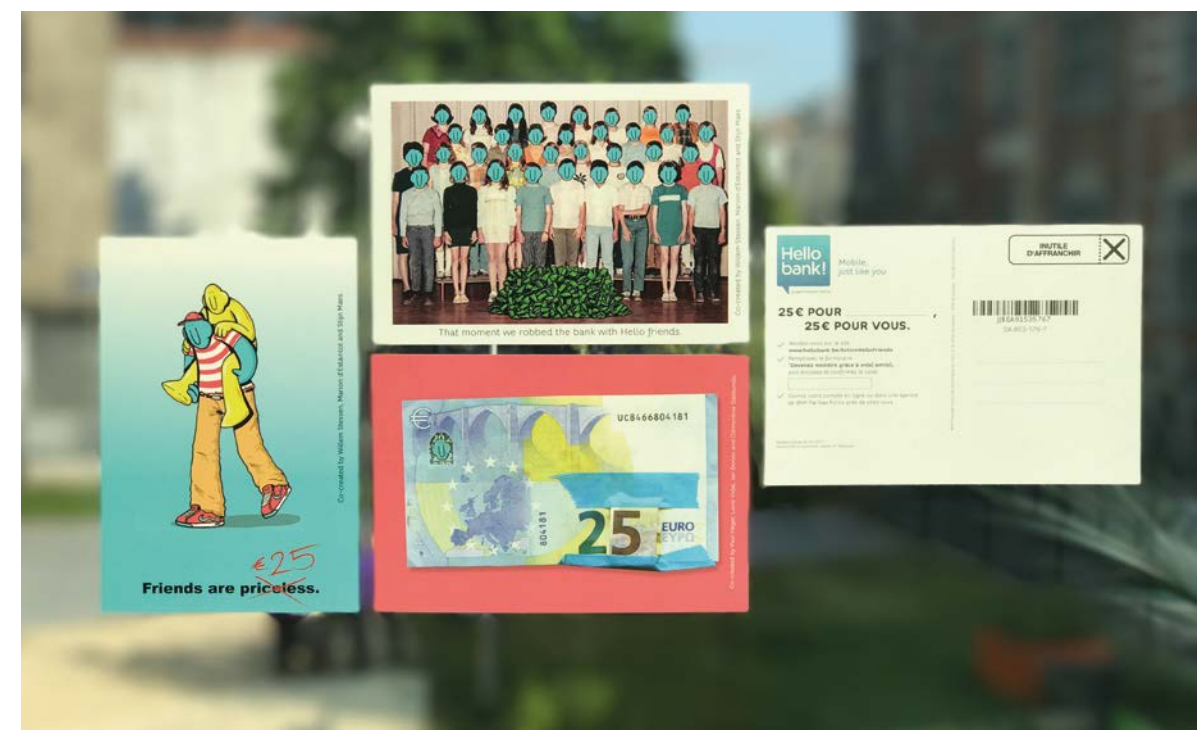
“WE NEED TO BE FACILITATORS AND BE CAPABLE OF POOLING ENERGIES AROUND US”

« IL FAUT ÊTRE DES FACILITATEURS ET AVOIR UNE CAPACITÉ À FÉDÉRER LES ÉNERGIES AUTOUR DE SOI »

ALICE CONQUAND



© Designer photo / Photo credits: Pauline Miko



Hello Friends

Banking program
Programme bancaire

ALICE CONQUAND ALUMNI 2014

Since 2016
Designer and co-manager,
LUC - le Laboratoire d'Usages
Collaboratifs, Brussels,
Belgium

Since 2015
Designer in residence,
MAD in Situ, Brussels, Belgium
2014
Master's degree in design

Depuis 2016
Designer co-gérante,
LUC - le Laboratoire d'Usages
Collaboratifs, Bruxelles,
Belgique

Depuis 2015
Designer en résidence,
MAD in Situ, Bruxelles,
Belgique
2014
Diplôme de design Bac + 5

“Going beyond the functional and aesthetic considerations, our participatory design process aims to initiate new sustainable and inclusive practices,” explains Alice, cofounder with Coline Thomas of LUC - le Laboratoire d'Usages Collaboratifs agency based in Brussels.

Using methods and tools from service design, LUC developed and implemented a co-creation program in HelloBank (BNP Paribas' online bank), in conjunction with an ethnology agency. The program aims to bring together bank staff and clients so they can work together and help the bank to offer banking services and products which are suited to the clients' real needs.

LUC agency resulted in the Hello Friends project, a sponsorship campaign for young people aged 18 to 28, in postcard form.

“The main difficulty in this project was creating a common language with stakeholders from the banking sector, as it wasn't a universe we were familiar with at the outset,” admits Alice. “We need to be facilitators and be capable of pooling energies around us, but we must also show a certain rigor in the organization and visualization of workshops”.

« Notre démarche de design participatif, au delà des considérations fonctionnelles et esthétiques, a pour objectif d'initier de nouvelles pratiques durables et solidaires » explique Alice, cofondatrice avec Coline Thomas de l'agence LUC - le Laboratoire d'Usages Collaboratifs, située à Bruxelles.

À l'aide de méthodes et d'outils de design de services, LUC a élaboré et mis en place un programme de co-création au sein d'HelloBank (la banque en ligne de BNP Paribas), en collaboration avec une agence d'ethnologie.

Ce programme a pour but de faire se rencontrer les employés de la banque et leurs usagers, de travailler ensemble et ainsi permettre à la banque d'offrir des services et produits bancaires adaptés à des vrais besoins. L'agence LUC a débouché sur le projet Hello Friends, une campagne de parrainage à destination des jeunes de 18 à 28 ans, sous forme de cartes postales.

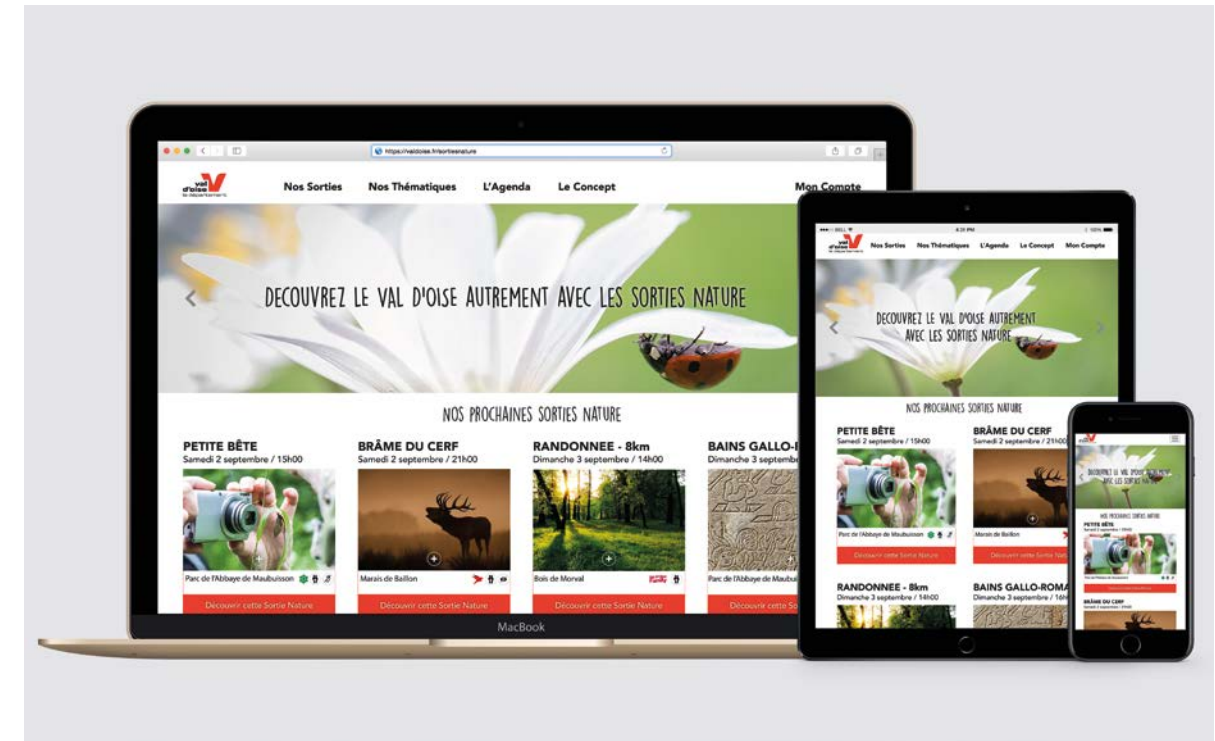
« La contrainte sur ce projet résidait principalement dans la création d'un langage commun avec les acteurs du secteur bancaire, car ce n'était pas un univers qui nous était très familier au départ » reconnaît Alice. « Il faut être des facilitateurs et avoir une capacité à fédérer les énergies autour de soi, mais aussi une certaine rigueur dans l'organisation des workshops et dans leur visualisation ».

“WHAT IS UNIQUE ABOUT SERVICE DESIGN IS THAT WE DON'T HAVE ANY PREJUDICES ABOUT THE FINAL PRODUCT”

« LA PARTICULARITÉ DU DESIGN DE SERVICES, C'EST QUE L'ON NE PRÉJUGE PAS DU SUPPORT FINAL »

ANTHONY BARGAIN

© Designer photo / Photo credits: Adrien Hilpert



Sorties Nature

Website interface

Interface de site internet

ANTHONY BARGAIN ALUMNI 2011

Since 2014
Service designer, Val d'Oise
Departmental Council, Cergy,
France

2014
Graphic designer, Hastone,
Nantes, France

2012
Product designer, Barcalon Co,
Ltd., Chiang Mai, Thailand

2011
Master's degree in design
Master's degree in Business
Administration, IAE University
of Nantes

Depuis 2014
Designer de services, Conseil
Départemental du Val d'Oise,
Cergy

2014
Designer graphique, Hastone,
Nantes

2012
Designer produit, Barcalon Co,
Ltd., Chiang Mai, Thaïlande

2011
Diplôme de design Bac + 5
Master Management et
administration des entreprises
IAE Université de Nantes

“What is unique about service design is that we don't have any prejudices about the final product”, explains Anthony, who has worked as a designer for three years at the Val d'Oise Departmental Council. “My job is just as likely to involve working on interaction design as on spatial or product design.”

For the *Sorties Nature* project, Anthony's contribution took the form of an interface which links users, associations and the Departmental Council.

After analyzing the expectations and feelings of the various stakeholders involved in the project through focus groups, Anthony organized working groups as part of a creative workshop, then initiated user tests. Now, in just a few simple clicks on the website, users can sign up in real time to over 130 *Sorties Nature* in the local area.

“Ever since my studies, I've been really attached to a culture of innovation,” explains Anthony who has developed a genuine sense of public service.

“My vision of design is focused on the user.

This environment is highly creative and diverse, particularly in a local authority with over thirty different departments as well as a departmental laboratory for public innovation...”

« La particularité du design de services, c'est que l'on ne préjuge pas du support final », explique Anthony, designer depuis près de 3 ans au Conseil Départemental du Val d'Oise. « Ma démarche peut conduire à travailler aussi bien sur du design d'interactivité que sur du design d'espace ou de produit ».

Sur le projet des *Sorties Nature*, la contribution d'Anthony a pris la forme d'une interface qui relie les usagers, les associations et le Conseil Départemental.

Après avoir recensé, via des focus group, les attentes et ressentis des différents acteurs du projet, Anthony a animé des groupes de travail lors d'un atelier créatif, puis initié des tests utilisateurs.

Désormais, en quelques clics sur le site internet, les usagers peuvent s'inscrire en temps réel à plus de 130 *Sorties Nature* sur le département.

« Depuis ma formation, je suis très ancré dans une culture de l'innovation », souligne Anthony qui a développé un réel sens du service public.

« Ma conception du design est centrée sur l'utilisateur. Ce cadre reste très créatif et très diversifié surtout dans une collectivité qui compte plus de trente services différents ainsi qu'un laboratoire d'innovation public départemental... »



“DESIGN IS ALL ABOUT WORKING ON
THE FOUNDATIONS BEFORE PUTTING UP
THE ROOF”

« LE DESIGN, C'EST TRAVAILLER SUR
LES FONDATIONS AVANT DE FAIRE
LA TOITURE »

CHARLES DEGENNE



6 Play

TV application
Application TV

CHARLES DEGENNE ALUMNI 2014

2014
UI/UX designer, WIZTIVI,
Carquefou, France
2014
Master's degree in design

2014
Designer UI/UX, WIZTIVI,
Carquefou
2014
Diplôme de design Bac + 5

“Creating the best interface possible with a remote control that only has 4 buttons to browse is a real challenge in our day-to-day life”, says Charles, a UI* designer at Wiztivi, a company specialized in applications and interfaces for television. “With remote controls, users need to be able to easily access any content they want,” he explains. “It is therefore vital that user experience is at the heart of our concerns and that the application is adapted to the technical constraints of a box”. In the job for two years, Charles has designed the application in conjunction with engineers from Wiztivi to give access to the replay program of French TV channel M6.

Categorizing information, establishing interaction priorities, coming up with a functional tree structure - the solutions put forward by the designer must be ergonomic and efficient. “Design is all about working on the foundations before putting up the roof,” says Charles. “So, you must never neglect the preparatory phases”.

The impact that this interface has had (several million views) is “a great satisfaction” for him. He would like to continue working his way up in this internationally recognized company.

« Créer la meilleure interface possible avec une télécommande qui n'offre que 4 touches pour naviguer est un vrai challenge au quotidien » assure Charles, designer UI* chez Wiztivi, société spécialisée dans les applications et les interfaces pour la télévision. « Avec la télécommande, l'utilisateur doit avoir accès facilement à tous les contenus qu'il souhaite » explique-t-il. « Il est donc impératif que l'expérience utilisateur soit au coeur de nos préoccupations et que l'application s'adapte aux contraintes techniques d'une box ».

En poste depuis 2 ans, Charles a conçu en lien avec les ingénieurs de Wiztivi l'application qui permet d'accéder au programme replay de la chaîne M6. Hiérarchiser l'information, établir une priorité dans les interactions, proposer une arborescence fonctionnelle, les solutions amenées par le designer doivent être ergonomiques et efficaces. « Le design, c'est travailler sur les fondations avant de faire la toiture » rappelle Charles. « Aussi, il ne faut jamais négliger les phases préparatoires ». L'impact de cette interface (plusieurs millions de vues) est « une réelle satisfaction » pour lui. Il souhaite continuer à évoluer dans cette société au rayonnement international.

* User Interface



**“THIS PROFESSION
REQUIRES STRATEGY
AND GREAT VERSATILITY”**

**« CE MÉTIER EXIGE DE LA STRATÉGIE
ET BEAUCOUP DE POLYVALENCE »**

CLÉMENCE MAHÉ-CLÉMOT



Podium Bobbi Brown pour Sephora

Bobbi Brown Podium for Sephora

CLÉMENCE MAHÉ-CLÉMOT ALUMNI 2012

Since 2013
Project manager – merchandising
and events, Estée Lauder
Companies, Paris, France

2013
Designer, L'Oréal Produits
Professionnels, Paris, France

2012
Master's degree in design
Master's degree in Business
administration, IAE University
of Nantes

Depuis 2013
Chef de projet merchandising
événementiel, Estée Lauder
Companies, Paris

2013
Designer, L'Oréal Produits
Professionnels, Paris

2012
Diplôme de design Bac + 5
Master Management et
administration des entreprises
IAE Université de Nantes

From a young age, the world of cosmetics had always appealed to Clémence who is now one of a team responsible for upholding the brand image of the Estée Lauder group, one of the worldwide leaders in sales and production of beauty products, as part of the French division's event design team. Window dressing, Trade Marketing campaigns, scenography for press events, creating various POS* displays - this merchandising and events project manager can handle up to 5 or 6 different projects a day.

One of these projects saw her designing a podium for the Sephora store on the Champs Élysées to showcase one of the Estée Lauder group's brands. By carefully choosing an illuminated and high-impact display, combining materials, colors and an inspiring design, Clémence took care of every last detail. "Users should be able to recognize the brand at a glance. Working in the luxury market means that the execution has to be perfect," she insists.

"What with managing budgets and timings, setting up the project, doing the preparatory drawings, dealing with suppliers, analyzing the feasibility of the project and installing it with fitters, this profession requires strategy and great versatility," remarks Clémence, who finds the constant effervescence both challenging and stimulating.

* point of sale

Attirée depuis toute petite par l'univers des cosmétiques, Clémence est aujourd'hui l'une des « garantes de l'image » des marques du groupe Estée Lauder, l'un des leaders mondiaux de la vente et production de produits de beauté, au sein de l'équipe design événementiel de la filiale française. Mise en avant de vitrines, campagne de Trade Marketing, scénographie pour les événements presse, création de diverses PLV**, cette chef de projet merchandising événementiel peut gérer près de 5 à 6 projets bien différents par jour. Parmi eux, elle a conçu un podium pour le magasin Sephora des Champs Élysées afin de donner un coup d'éclairage à l'une des marques du groupe Estée Lauder. Avec le choix d'un visuel lumineux et impactant, des matériaux et des couleurs et la création d'un mobilier inspirant, Clémence a soigné cet espace dans les moindres détails. « Les utilisateurs doivent reconnaître la marque au premier coup d'œil. Travailler dans le luxe impose que l'exécution soit parfaite » insiste-t-elle.

« Entre la gestion des budgets et des timings, la création du projet, les dessins préparatoires, les relations avec les fournisseurs, la faisabilité du projet et l'installation avec les poseurs, ce métier exige de la stratégie et beaucoup de polyvalence » constate Clémence qui reconnaît être dans une perpétuelle et stimulante effervescence.

** Publicité sur le Lieu de Vente

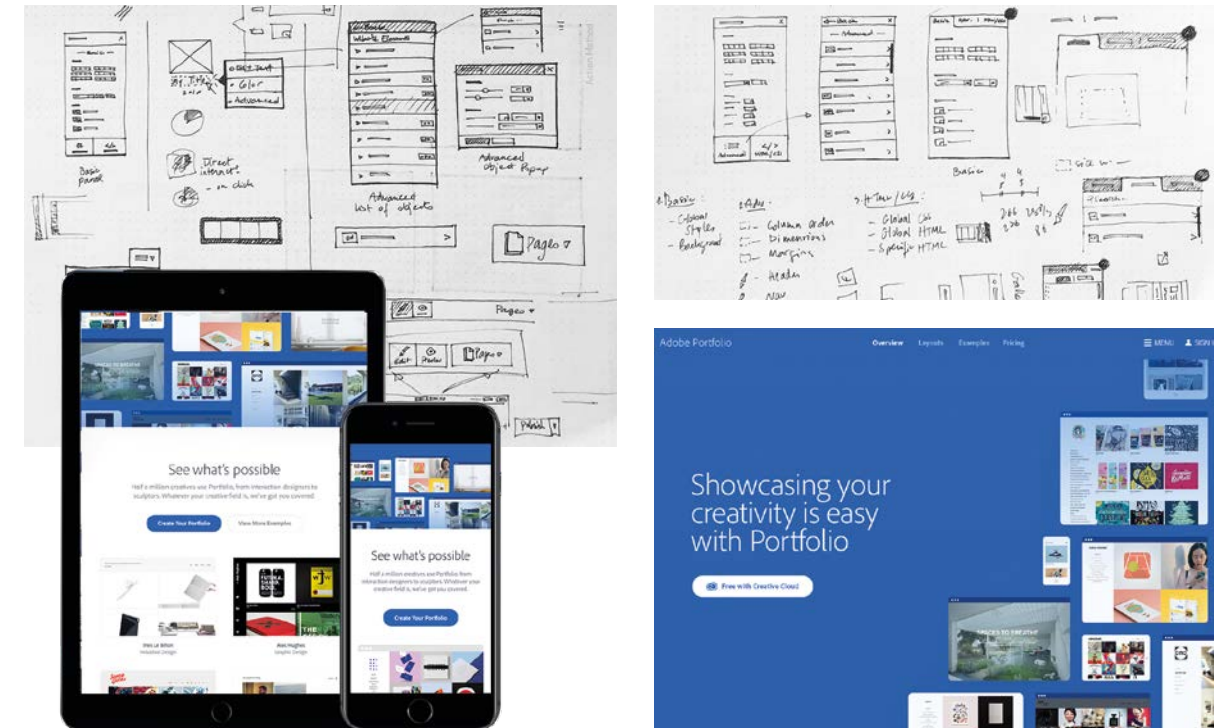


**“IT’S THE VERY PRAGMATIC SIDE
OF TECHNOLOGY WHICH TAKES
PRECEDENCE OVER AESTHETICS”**

**« C’EST LE VERSANT TRÈS PRAGMATIQUE
DE LA TECHNIQUE QUI PRIME
SUR L’ESTHÉTISME »**

CLÉMENT FAYDI

© Designer photo / Photo credits: SOFTlab



Adobe Portfolio

Platform for portfolio creation
Plateforme de création de portfolios

CLÉMENT FAYDI ALUMNI 2011

Since 2014
Principal designer, Adobe,
New York City, USA

2015/2016
Founder, Topick, New York City,
USA

2013/2014
Lead product designer, Adobe,
New York City, USA

2012/2013
Lead designer, Behance,
New York City, USA

2011
Master's degree in design

Depuis 2014
Designer en chef, Adobe,
New York City, États-Unis

2015/2016
Fondateur, Topick,
New York City, États-Unis

2013/2014
Responsable design produit,
Adobe, New York City, États-Unis

2012/2013
Responsable design, Behance,
New York City, États-Unis

2011
Diplôme de design Bac + 5

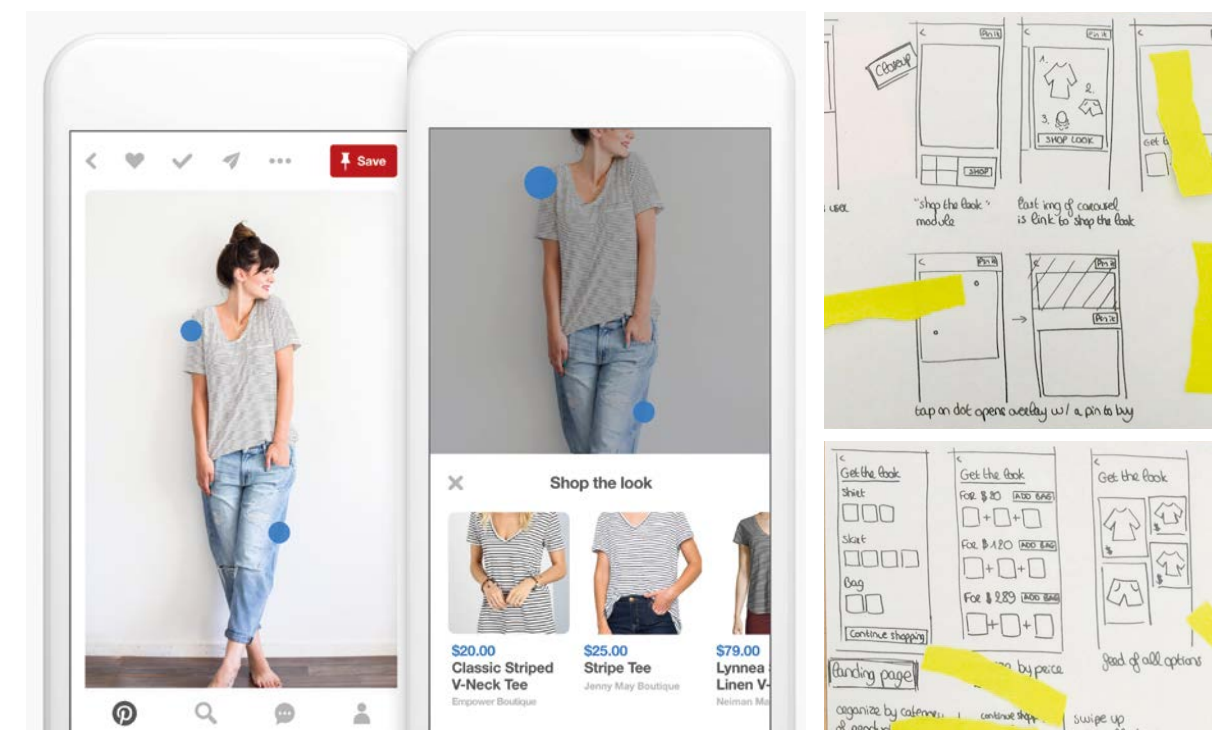
“When Adobe took over Behance,” recalls Clément, “we were just a start-up with around twenty staff”. Then everything happened very quickly for this interaction designer who is now managing design and strategy for the Behance and Adobe Portfolio on-line platforms. A particularly enviable ascent when you bear in mind that the Adobe group has over 15,000 employees and that its products are used by tens of millions of users around the world. “At the outset of the Portfolio project, I really started from a blank sheet of paper,” explains Clément. “The product had to be robust and intuitive. I therefore produced a design brief entirely focused on user experience, particularly as the target audience covers a very wide artistic field (illustrators, photographers, architects...).” “With these projects, it’s the very pragmatic side of technology which takes precedence over aesthetics. You can’t focus exclusively on the artwork and appearances when you do this job,” says Clément, who would like to pursue his career in the country of the famous American Dream of which he is living proof.

« Lorsqu’Adobe a racheté Behance » se souvient Clément, « nous n’étions à l’époque qu’une start-up d’une vingtaine de personnes ». Ensuite, tout est allé très vite pour ce designer d’interactivité qui dirige aujourd’hui le design et la stratégie des plateformes en ligne Behance et Adobe Portfolio. Une ascension particulièrement enviable lorsqu’on sait que le groupe Adobe compte plus de 15 000 salariés et que ses produits sont utilisés par des dizaines de millions d’utilisateurs dans le monde. « À l’origine du projet Portfolio, je suis vraiment parti d’une feuille blanche » explique Clément. « Le produit devait être robuste et intuitif. J’ai donc réalisé un cahier des charges entièrement centré sur l’expérience utilisateur, d’autant plus que le public ciblé couvre un champ artistique très large (illustrateurs, photographes, architectes...) ». « Sur ces projets, c’est le versant très pragmatique de la technique qui prime sur l’esthétisme. Il ne faut pas être centré que sur le visuel et les apparences pour exercer ce métier » confie celui qui souhaite continuer à évoluer dans le pays du célèbre American Dream... dont il est l’une des incarnations.

“THE FIRST USER TESTS
ARE THE MOST EXCITING
PHASE OF THE PROJECT”

« LES PREMIERS TESTS
UTILISATEURS SONT
LA PHASE LA PLUS
ENTHOUSIASMANTE
DU PROJET »

CORALIE SABIN



Shop the look

Purchase functionalities via Pinterest
Fonctionnalité d'achat via Pinterest

CORALIE SABIN
ALUMNI 2013

Since 2015
Product designer, Pinterest,
San Francisco, USA

2014
Product designer, ZOZI,
San Francisco, USA

2013
Master's degree in design

Depuis 2015
Designer produit, Pinterest,
San Francisco, États-Unis

2014
Designer produit, ZOZI,
San Francisco, États-Unis

2013
Diplôme de design Bac + 5

In just under a week, the Pinterest new feature **Shop the look** has already been used by nearly 8.8 million users.

The project, undertaken by Coralie and her team, represents a real advance for Pinterest, the catalogue of ideas, as from now on Internet users can buy clothes and accessories directly online.

“For me, the first user tests are the most exciting phase of the project,” explains Coralie who has lived in San Francisco for the past four years.

“It’s in this phase that we really test the functionality and confirm our intuitions. It’s the result of a lot of close teamwork,” insists Coralie. “We discuss our projects at great length in-house with the engineers but also with the other designers. In this profession, you need a perfect command of software tools but you also have to be extremely flexible and very well organized,” remarks Coralie who was hired almost immediately after graduating.

One day she may return to Europe, but for now this passionate designer is enjoying “this golden interlude” in the Silicon Valley.

En près d’une semaine, **Shop the look** la nouvelle fonctionnalité de Pinterest a déjà été utilisée par près de 8,8 millions d’utilisateurs.

Ce projet mené par Coralie et son équipe représente une réelle avancée pour le catalogue d’idées Pinterest car désormais les internautes peuvent acheter directement en ligne les vêtements et les accessoires.

« Les premiers tests utilisateurs sont pour moi la phase la plus enthousiasmante du projet » souligne Coralie qui vit depuis 4 ans à San Francisco. « C’est à ce moment que l’on expérimente vraiment la fonctionnalité et que l’on vérifie nos intuitions. C’est le résultat d’un travail très collaboratif » insiste-t-elle. « Nous confrontons beaucoup nos projets en interne avec les ingénieurs mais aussi avec les autres designers. Une parfaite maîtrise des outils informatiques est exigée pour ce métier mais aussi une grande adaptabilité et un sens de l’organisation » constate Coralie qui a été recrutée très rapidement après son diplôme.

Avant un éventuel retour en Europe, cette designer passionnée savoure « cette parenthèse dorée » au sein de la Silicon Valley.

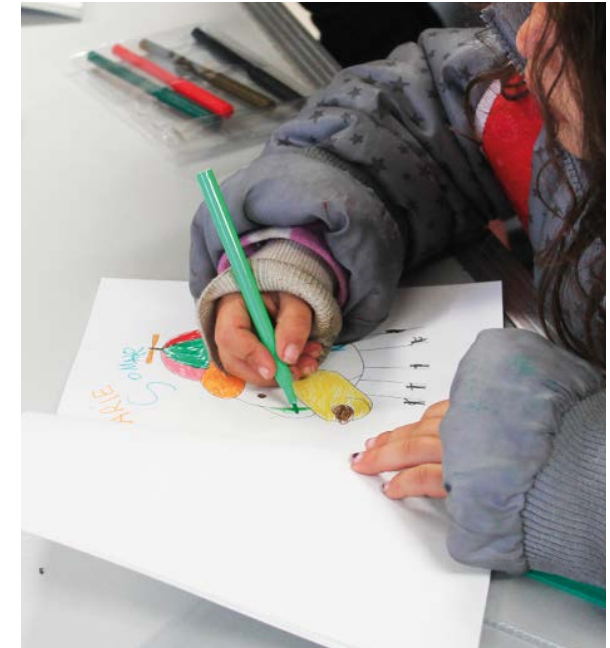
“DRAWING IS A UNIVERSAL
MEANS OF COMMUNICATION”

« LE DESSIN EST UN MOYEN
UNIVERSEL POUR COMMUNIQUER »

DAVID FAUVEAU



© Designer photo / Photo credits: Jessica Downey



Every-Where

Colouring book
Carnet de coloriage

DAVID FAUVEAU ALUMNI 2013

Since 2016
Freelance illustrator,
London, UK
2014/2016
Art director, Reflexgroup Ldn,
London, UK
2013/2014
Art director, Greenhouse Core,
Shanghai, China
2013
Master's degree in design

Depuis 2016
Illustrateur freelance,
Londres, Royaume-Uni

2014/2016
Directeur artistique,
Reflexgroup Ldn,
Londres, Royaume-Uni

2013/2014
Directeur artistique,
Greenhouse Core,
Shanghai, Chine

2013
Diplôme de design Bac + 5

“Drawing is a universal means of communication,” explains David, a freelance illustrator in London working under the name George(s). “According to certain scientific studies, it can soothe anxiety and relieve all kinds of ailments.”

“Creating this coloring book of drawings designed for migrants based in France allowed me to establish relationships on both sides of the Channel,” explains that artistic director.

Plastic sleeves, felt tip pens, paper – the whole project came about thanks to crowdfunding. “I was really amazed by this show of philanthropy,” he admits.

While the original project was about establishing a relationship between the illustrator and the migrants, he soon realized in workshops that the target was extended to the families and volunteer workers, thus creating “precious moments of discussion and exchange”.

“I mix illustration and graphic design in all my projects,” adds David, who chose a design-based training course rather than applying to an art school. “Graphic design opens up more doors,” states the illustrator who is currently working with many different reviews and magazines (Fricote, Shoes Up, Wakeboarding).

« Le dessin est un moyen universel pour communiquer » assure David, illustrateur freelance à Londres sous le nom de George(s). « Selon certaines études scientifiques, il calmerait les angoisses et soignerait toutes sortes de maux. »

« La conception de ces dessins réunis sur un carnet de coloriage à destination des migrants basés en France m'a permis de tisser des liens des deux côtés de la Manche » explique ce directeur artistique. Pochettes plastiques, feutres, papiers, l'ensemble du projet a vu le jour grâce à des financements participatifs. « J'ai été très étonné par cet élan de philanthropie » confie-t-il.

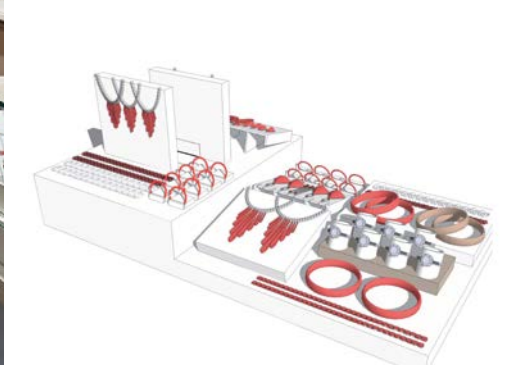
Alors que le projet initial était d'établir un lien entre l'illustrateur et les migrants, il a vite constaté lors des ateliers que la cible s'était étendue aux parents et aux bénévoles créant ainsi « des moments d'échanges d'une grande richesse ». « Je mêle l'illustration et le design graphique dans tous mes projets » décrit David qui a préféré se tourner vers une formation au design plutôt que d'entrer dans une école d'art. « Le design graphique ouvre à plus de liberté » affirme l'illustrateur qui collabore aujourd'hui avec un grand nombre de revues et de magazines (Fricote, Shoes Up, Wakeboarding).



“YOU HAVE TO BE
TENACIOUS
YET FLEXIBLE”

« IL FAUT SAVOIR ÊTRE
À LA FOIS TEIGNEUX
ET SOUPLE »

DOROTHÉE KEMÉNY



Trésor

Jewelry store concept

Concept de magasins de bijouterie

DOROTHÉE KEMÉNY ALUMNI 2007

Since 2013
Architectural project manager,
Saguez & Partners, Saint-Ouen,
France

2010
Interior designer, Stories Design,
Boulogne-Billancourt, France

2007
Master's degree in design

Depuis 2013
Chef de projet architecture,
Saguez & Partners, Saint-Ouen

2010
Architecte d'intérieur,
Stories Design,
Boulogne-Billancourt

2007
Diplôme de design Bac + 5

“In my profession, you have to be tenacious yet flexible,” remarks Dorothee, a designer in interior architecture at the design agency Saguez & Partners, a reference in commercial architecture.

From the cross-section drawings of the store to designing the furniture (counters, lighting, merchandising materials) and supervising the work, Dorothee created a story around Trésor, a new concept for discount jewelry stores.

Supervised by the commercial directors, Dorothee trusts in her taste for the industrial implementation of design and is really excited at the idea of being confronted with a wide variety of projects. “Customers are always worried about profitability, so you have to adapt to their requirements. However, financial constraints should never change the nature of the project,” insists Dorothee who admits that her command of drawing gave her “genuine added value” when it came to being recruited.

“Sketches help you plunge instantly into a universe” and have been a precious help in telling the Trésor stories.

« Dans mon métier, il faut savoir être à la fois teigneux et souple » constate Dorothee, designer en architecture d'intérieur dans l'agence de design Saguez & Partners, une référence dans l'architecture commerciale.

De la réalisation des plans de coupes du magasin à la conception du mobilier (comptoir, luminaire, support merchandising) et au suivi de chantier, Dorothee a recréé une histoire autour de Trésor, un nouveau concept de magasins de bijouterie discount.

Supervisée par les directeurs commerciaux, Dorothee confie son goût pour la concrétisation industrielle du design et s'enthousiasme à l'idée d'être confrontée à une grande diversité de projets. « Les clients ont toujours le souci de la rentabilité, aussi faut-il s'adapter aux demandes. Les contraintes budgétaires ne doivent cependant pas pour autant dénaturer le projet » insiste Dorothee qui reconnaît que sa maîtrise du dessin a été une « vraie plus-value » lors de son recrutement.

« Les croquis permettent une immersion instantanée dans un univers »... et s'avèrent précieux pour raconter les histoires de Trésor.

“I WAS KEEN TO EXPERIENCE
THE REALITY ON THE GROUND
VERY EARLY ON”

« J’AI VOULU TRÈS TÔT
ME CONFRONTER
À LA RÉALITÉ DU TERRAIN »

ÉLODIE CARON



© Designer photo / Product photo / Photo credits: Alexandra Poirier Photographie - Le Studio d'Alexandra / Design Duval



Nuancier Sakret

POS* display stand
Présentoir PLV**

ÉLODIE CARON

ALUMNI 2013

Since 2013
Designer, Design Duval,
Redon, France

2013
Master's degree in design

2011
Vocational degree in Design,
Modeling & Materials

2010
Advanced diploma
in Product Design

Depuis 2013
Designer, Design Duval, Redon

2013
Diplôme de design Bac + 5
en apprentissage

2011
Licence professionnelle
Design, Matériaux
et Modélisation
en apprentissage

2010
BTS Design de produits
en apprentissage

“I was keen to experience the reality on the ground very early on, so I chose the apprenticeship route,” explains Elodie, “as a work-study program makes it easier to integrate the business world.”

Elodie's choice proved a wise one since she was immediately recruited by Design Duval after completing her Master's course apprenticeship program.

Elodie designed an ingenious display stand destined for large German retailers which can be used both as a totem or as a book.

“I had to juggle with the quantity of samples (nearly 60 mineral and silicone seals) and with the limitations of the format,” explains Elodie, “but I also had to adapt to the different people involved in the project (clients, suppliers, production, sales reps)”.

“The main advantage of working in this company of about 30 people is the quality of human relations, but also the diversity of projects which range from creating bags for the cosmetics industry, sleeves and cases in welded PVC for the publishing or banking sectors, display stands for the building industry as well as exhibition stands.”

« En choisissant la voie de l'apprentissage, j'ai voulu très tôt me confronter à la réalité du terrain » explique Élodie « car l'alternance permet de s'intégrer plus facilement dans le monde de l'entreprise ».

Le choix d'Élodie s'est révélé judicieux puisqu'elle a été directement recrutée chez Design Duval à l'issue de son cycle master en apprentissage.

Destiné aux grandes enseignes allemandes, Élodie a conçu un ingénieux présentoir qui peut être utilisé à la fois comme totem ou comme livre.

« Il fallait jongler avec la quantité des échantillons (près de 60 joints minéraux et silicone) et avec la contrainte du format » explique Élodie « mais également s'adapter aux différents interlocuteurs du projet (clients, fournisseurs, production, commerciaux) ».

« L'intérêt de travailler dans cette structure d'environ 30 personnes réside surtout dans la qualité des relations humaines mais aussi dans la diversité des projets qui vont de la réalisation de trousse pour le domaine de la cosmétique, de pochettes et étuis en PVC soudé pour l'édition ou le secteur bancaire, des présentoirs pour le bâtiment en passant par des supports d'exposition ».

* point of sale

** Publicité sur le Lieu de Vente

“SCENOGRAPHY SHOULD BE
THOUGHT OF AS A SHOWCASE WHICH
ENHANCES THE WORKS OF ART”

« LA SCÉNOGRAPHIE DOIT ÊTRE CONÇUE
COMME UN ÉCRIN QUI SUBLIME
LES ŒUVRES »

GÉRALDINE THOMAS

1698-1762
BOUCHARDON
UNE IDÉE DU BEAU



© Photo credits: 2016 Musée du Louvre - Antoine Mongodini



Edme Bouchardon

Louvre Museum exhibition
Exposition au Musée du Louvre

GÉRALDINE THOMAS ALUMNI 2011

2016
Scénographe,
Louvre Museum, Paris, France

2014/2015
Collaboration with architect
scenographer Loretta Gaitis,
Paris, France

2011
Master's degree in design

2016
Scénographe,
Musée du Louvre, Paris

2014/2015
Collaboration avec l'architecte
scénographe Loretta Gaitis,
Paris

2011
Diplôme de design Bac + 5

“Designing a space is like creating an atmosphere,” explains Géraldine, the designer of the Edme Bouchardon exhibition at the Louvre Museum.

“Scenography should be thought of as a showcase which enhances the works of art, but we must always remember that we are here to tell a story”.

Working closely with the curators, Géraldine designed a spatial installation for the artist's sculptures and drawings taking into account constraints such as ergonomics, visitor access, accessibility, security, etc. “I use the specialist skills in user experience that I acquired at L'École de design on a daily basis,” explains Géraldine “but also my cross-cutting approach to projects”. It is indeed essential as the designer is the link between the various professions and, “to be a scenographer, you have to be able to listen to everyone involved”.

Exploring pattern design, working in a scenographic agency or getting involved in science exhibitions, Géraldine is open to every opportunity. The most important thing for her is to “hold on to her dreams, further her experiences and, above all, never give up”.

« La conception de l'espace, c'est la création d'une atmosphère » explique Géraldine, designer de l'exposition Edme Bouchardon au musée du Louvre. « La scénographie doit être conçue comme un écrin qui sublime les œuvres mais nous devons toujours garder à l'esprit que nous sommes là pour raconter une histoire ». En étroite collaboration avec les commissaires d'exposition, Géraldine a imaginé une mise en espace des sculptures et des dessins de l'artiste en intégrant les contraintes ergonomiques, la circulation du public, l'accessibilité, la sécurité... « J'utilise au quotidien les compétences très pointues en expérience utilisateur acquises à L'École de design » souligne Géraldine « mais aussi mon approche très transversale des projets ». C'est d'ailleurs nécessaire car le designer est le pivot entre les différents métiers et, « pour être scénographe, il faut savoir être à l'écoute de tous les intervenants ».

Explorer le pattern design, intégrer une agence de scénographie, s'ouvrir à des expositions scientifiques, Géraldine reste ouverte à toutes les opportunités. L'important pour elle est « de s'accrocher à ses rêves, de multiplier les expériences et surtout de ne jamais renoncer ».



“OUR TRAINING HELPED US TO BECOME ENTREPRENEURS AND TO MOBILIZE OUR WORKFLOW CAPACITY”

« NOTRE FORMATION NOUS A AIDÉS À DEVENIR DES ENTREPRENEURS ET À MOBILISER NOTRE CAPACITÉ DE TRAVAIL »

PIERRE-LUC DENIEL ET GUI PERRIER

PIERRE-LUC DENIEL ALUMNI 2011

Since 2014
Co-founder & partnership/
distributor manager, Dodow,
Paris, France

Since 2012
Co-founder & art director,
Yellow Lab, Paris, France

2009/2012
Consultant in innovation,
Hamelin Unilux Group,
Paris, France

2011
Merchandising and architecture
for sales points, Clarins,
Paris, France

2011
Master's degree in design

Depuis 2014
Co-fondateur & responsable
partenariats / distributeurs,
Dodow, Paris

Depuis 2012
Co-fondateur et directeur
artistique, Yellow Lab, Paris

2009/2012
Consultant en innovation,
Groupe Hamelin Unilux, Paris

2011
Merchandising et architecture
des points de ventes, Clarins,
Paris

2011
Diplôme de design Bac + 5

GUI PERRIER ALUMNI 2011

Since 2014
Co-founder & e-commerce/web
marketing manager, Dodow,
Paris, France

Since 2012
Co-founder & head of creations,
Yellow Lab, Paris, France

2011
International marketing
development, L'Oréal Kéarastase,
Paris, France

2009/2012
Consultant in innovation,
Hamelin Unilux Group,
Paris, France

2011
Master's degree in design

Depuis 2014
Co-fondateur & responsable
e-commerce / webmarketing,
Dodow, Paris

Depuis 2012
Co-fondateur & responsable
de la création, Yellow Lab, Paris

2011
Développement marketing
international, L'Oréal Kéarastase,
Paris

2009/2012
Consultant en innovation,
Groupe Hamelin Unilux, Paris

2011
Diplôme de design Bac + 5



Dodow

Sleep enhancing system
Système d'endormissement

“At the very beginning, it was a real challenge and I think people thought we were crazy,” laugh Gui and Pierre-Luc, the two designers behind Dodow. They admit that launching this innovative product which helps induce sleep was “a bit of a gamble”. “It was quite risky as we had to invest our own capital to launch this project,” recall the two friends. “The strength of this product which has already sold 60,000 units is its simplicity,” they explain. Using a combination of natural methods like hypnosis and meditation, this simple and understated design has become a real godsend for insomniacs. “The advantage of this product is that it democratizes alternative techniques which often require a lot of time to master”.

“We were really inspired by Design Thinking in the design of this project but our training helped us to become entrepreneurs and to mobilize our workflow capacity,” remark the successful duo.

« Au tout début, c'était un vrai challenge et les gens nous prenaient un peu pour des fous » s'amuse Gui et Pierre-Luc, les deux designers concepteurs de Dodow.

Ils reconnaissent d'ailleurs avoir tenté « un coup de poker » en lançant sur le marché ce produit innovant qui favorise l'endormissement. « C'était une prise de risque car nous avons dû investir sur nos propres fonds pour lancer ce projet » se souviennent les deux amis. « La force de ce produit distribué à près de 60 000 exemplaires, c'est sa simplicité » expliquent-ils. Grâce à la combinaison de méthodes naturelles comme l'hypnose et la méditation, cet objet au design sobre est devenu une vraie aubaine pour les insomniaques. « L'intérêt de ce produit est qu'il démocratise des techniques alternatives qui nécessitent souvent un temps d'apprentissage assez long ».

« Le Design Thinking nous a beaucoup inspirés pour la conception de ce projet mais notre formation nous a aidés à devenir des entrepreneurs et à mobiliser notre capacité de travail » constate le duo gagnant.



“MORE OFTEN THAN NOT IT IS THESE CONSTRAINTS WHICH FUEL CREATIVITY”

« CE SONT LE PLUS SOUVENT CES CONTRAINTES QUI NOURRISSENT LA CRÉATIVITÉ »

HÉLÈNE THEBAULT

© Designer photo / Photo credits: Debashish Borah Product photo / Photo credits: Héléne Thebaault



Unlock Hundarman

Enhancing heritage
Valorisation du patrimoine

HÉLÈNE THEBAULT
ALUMNI 2014
Since 2017
Educational associate,
Faculty of Planning,
CEPT University,
Ahmedabad, India
Since 2016
Co-founder and creative head,
Farside Collective, India
Since 2015
Co-founder and director,
Roots Collective, Ladakh, India
2014
Master's degree in design

Depuis 2017
Associée pédagogique,
Faculty of Planning,
CEPT University,
Ahmedabad, Inde
Depuis 2016
Co-fondatrice et directrice
artistique, Farside Collective,
Inde
Depuis 2015
Co-fondatrice et directrice,
Roots Collective, Ladakh, Inde
2014
Diplôme de design Bac + 5

“In India, nothing goes the way you expect,” remarks Héléne, co-founder of NGO Roots Collective; “you have to be able to adapt and more often than not it is these constraints which fuel creativity”. Her anthropological and ethnographic training in design have been particularly precious in the development of her project **Unlock Hundarman**. The project was born following workshops involving young design professionals, students and locals, and has helped promote the cultural, material and immaterial heritage of the small village of Hundarman, which was deserted by its inhabitants due to the India-Pakistan conflicts. Repositories of testimonies, collection of objects, architectural drawings - this research has given rise to several exhibitions in India and the creation of a “Museum of memories” in Hundarman. This unique project built with the inhabitants examines the question of re-activating cultural heritage and the ability of design to create new uses for the inhabitants. Héléne travels around India on her motorbike. “The travel and encounters have given me a taste for adventure and changed the way I design,” admits the young professional who spends her summers in the Himalayas and, in winter, teaches design at CEPT University in Ahmedabad.

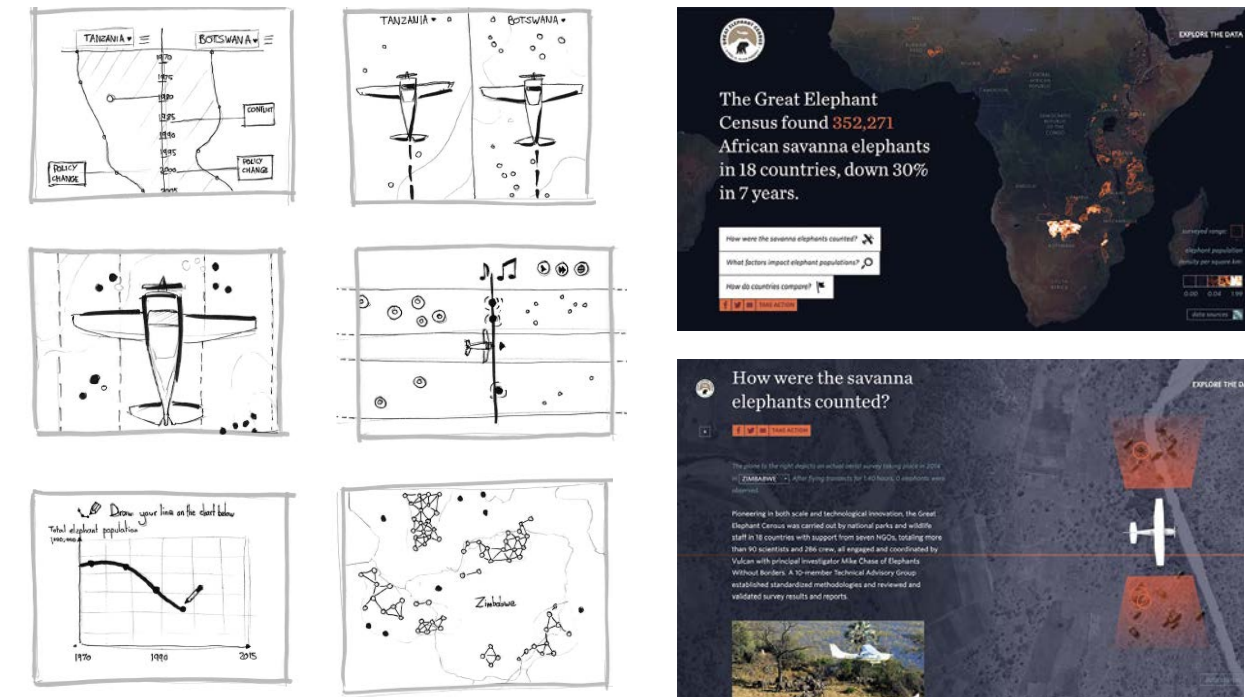
« En Inde, rien ne se passe jamais comme prévu » constate Héléne, cofondatrice de l'ONG Roots Collective ; « il faut savoir s'adapter et ce sont le plus souvent ces contraintes qui nourrissent la créativité ». Sa formation anthropologique et ethnographique du design lui a d'ailleurs été particulièrement précieuse pour développer son projet **Unlock Hundarman**. Ce projet initié lors d'ateliers regroupant jeunes professionnels du design, étudiants et population locale, a permis la valorisation du patrimoine culturel matériel et immatériel du petit village d'Hundarman, déserté par les habitants en raison des conflits indo-pakistanaïns. Recueils de témoignages, collecte d'objets, dessins architecturaux, ces recherches ont donné lieu à plusieurs expositions en Inde et à la création d'un « Musée des mémoires » à Hundarman. Ce projet singulier bâti avec les habitants interroge la question de l'activation du patrimoine culturel et la capacité du design à créer de nouveaux usages pour les habitants. Héléne parcourt l'Inde en moto. « Les voyages et les rencontres ont façonné mon esprit d'aventure et ma pratique du design » confie la jeune professionnelle qui passe l'été dans l'Himalaya et dispense l'hiver des cours de design au sein de CEPT University à Ahmedabad.



“YOU HAVE TO BE ABLE TO SCULPT INFORMATION”

« IL FAUT SAVOIR SCULPTER L'INFORMATION »

IAN ARDOUIN-FUMAT



African Elephant Atlas

Elephant census tool
Outil de recensement des éléphants

IAN ARDOUIN-FUMAT
ALUMNI 2012

Since 2013
Lead designer and senior creative researcher, The Office for Creative Research, New York, USA
2012
Visiting research assistant at MIT's Senseable City Lab, Cambridge, USA
2012
Master's degree in design

Depuis 2013
Directeur design des interfaces, The Office for Creative Research, New York, États-Unis
2012
Designer, MIT Senseable City Lab, Cambridge, États-Unis
2012
Diplôme de design Bac + 5

The African Elephant Atlas run by Ian at The Office for Creative Research is a slightly crazy project based on the census of 350,000 elephants geolocated in 19 African countries. Thanks to the setting up of a website to view this data, this census can be explored and correlated with many other factors (drought, war, economic and social factors, etc.). All users, whether the general public or professionals, can then interpret this information depending on the purpose of their research. This unique tool, born of a long and thorough fieldwork, meetings and tests, was presented at the CITES conference and led to the signature of a key agreement promoting the protection of elephants. "A real source of pride," for this interaction designer. "Designing a visualization tool demands creativity and strategy especially when dealing with complex data. You have to be able to sculpt information," explains Ian. "As a designer, you have to be prepared to use tools like programming, a powerful tool which helps you bring data to life and explore endless subjects and possibilities. Bringing information to life is a great privilege and I'd like to continue using it to further social justice," explains Ian.

L'African Elephant Atlas mené par Ian au sein de The Office for Creative Research est un projet un peu fou basé sur le recensement de 350 000 éléphants géolocalisés dans 19 pays d'Afrique. Grâce à la création d'une visualisation de données en ligne, ce recensement peut être exploré et mis en corrélation avec de nombreux autres facteurs (sécheresse, guerre, facteurs économiques et sociaux...). Chaque utilisateur grand public ou professionnel peut alors interpréter ces informations selon son angle de recherche. Cet outil inédit, fruit d'un travail minutieux sur le terrain, de rencontres et de tests, a été présenté à la conférence CITES et a conduit à la signature d'un accord majeur en faveur de la sauvegarde des éléphants. « Une réelle fierté » pour ce designer d'interactivité. « Concevoir un outil de visualisation exige de la créativité et de la stratégie surtout lorsque l'on traite des données complexes. Il faut savoir sculpter l'information » explique Ian. « En tant que designer, il ne faut pas hésiter à s'approprier des outils comme la programmation, moyen puissant qui permet de donner vie aux données et d'explorer des thématiques infinies. Donner vie à l'information est une chance et j'aimerais continuer de la mettre au profit de la justice sociale » espère Ian.



“DECISIONS CAN BE MADE QUICKLY
IN A CLIMATE OF TRUST
AND EFFICIENCY”

« LES DÉCISIONS SE PRENNENT VITE
DANS LA CONFIANCE ET L'EFFICACITÉ »

INÈS LE BIHAN

© Product photo / Photo credits: Huami

INÈS LE BIHAN
ALUMNI 2013

Since 2015
Industrial designer and project
lead, Huami, Mountain View,
USA

2014/2015
Industrial designer,
HTC America Innovation,
San Francisco, USA

2013/2014
Designer and entrepreneur,
European Institute of Innovation
and Technology, Trento, Italy

2013
Designer, Nendo, Tokyo, Japan

2013
Master's degree in design
Master's degree
in Business administration,
IAE University of Nantes

Depuis 2015
Designer industriel et chef de
projet, Huami, Mountain View,
États-Unis

2014/2015
Designer industriel, HTC
America Innovation,
San Francisco, États-Unis

2013/2014
Designer et entrepreneur,
Institut Européen d'Innovation
et de Technologie, Trento, Italie

2013
Designer, Nendo, Tokyo, Japon

2013
Diplôme de design Bac + 5
Master Management
et administration
des entreprises IAE Université
de Nantes



Amazfit

Connected bracelet
Bracelet connecté

Checking your heart rate day in day out, counting the number of steps in a day, monitoring the quality of your sleep – the connected bracelet designed by Inès has the distinctive appearance of a jade disc. This connected piece of jewelry combines ceramic and state-of-the-art technology at a great price. “Elegant and hardwearing, this object is designed for the Chinese market but is sold all over the world,” explains Inès, an industrial designer in the Huami subsidiary in San Francisco.

When Inès was hired by this Chinese start-up, there were only a few employees – today there are 350 and the start-up's visibility on the global market has increased significantly with nearly 35 million connected objects sold, mainly in China. With her perfect command of 3D graphics and her knowledge of the market, Inès is “on the boundary between designer and engineer”.

“The importance given to designers is significant in this company which has only one French employee out of 350” remarks Inès. “Thanks to my daily contact with the group's CEO, decisions can be made quickly in a climate of trust and efficiency”.

Vérifier jour après jour son rythme cardiaque, compter le nombre de pas dans la journée, veiller sur la qualité de son sommeil, le bracelet connecté conçu par Inès a la forme particulière d'un disque de jade. Ce bijou connecté combine céramique et haute technologie pour un prix très attractif.

« Élégant et résistant, cet objet parle à la Chine mais il est vendu partout dans le monde » explique Inès, designer industriel dans la filiale d'Huami à San Francisco. Lorsqu'Inès a été recrutée par cette start-up chinoise, celle-ci ne comptait que quelques salariés, ils sont maintenant 350 et sa visibilité sur le marché mondial a fortement progressé avec près de 35 millions d'objets connectés vendus principalement en Chine. Grâce à sa parfaite maîtrise de la 3D et sa connaissance du marché, Inès se situe « à la frontière entre le designer et l'ingénieur ».

« La place accordée au designer est considérable dans cette entreprise qui ne compte qu'une Française parmi les 350 salariés » constate Inès. « Grâce à mon contact quotidien avec le PDG du groupe, les décisions se prennent vite, dans la confiance et l'efficacité ».



“WINE IS AN ART FORM WITH
A STORY TO TELL”

« LE VIN EST UN ART ET IL RACONTE
UNE HISTOIRE »

LUCAS BRICENO, QUENTIN TABLEAU ET JEAN-BAPTISTE PONSOT

LUCAS BRICENO ALUMNI 2013

Since 2015
Creative director,
Sensis Innovation Ltd,
Hong Kong
2013/2015
Interaction designer,
Ming Labs, Shanghai, China
2013
Master's degree in design

Depuis 2015
Directeur de création,
Sensis Innovation Ltd,
Hong Kong
2013/2015
Designer interactif, Ming Labs,
Shanghai, Chine
2013
Diplôme de design Bac + 5

JEAN BAPTISTE PONSOT ALUMNI 2013

Since 2013
Design director,
Sensis Innovation Ltd,
Hong Kong
2012/2013
Industrial designer,
Philips Design, Hong Kong
2013
Master's degree in design

Depuis 2013
Directeur du design,
Sensis Innovation Ltd,
Hong Kong
2012/2013
Designer industriel,
Philips Design, Hong Kong
2013
Diplôme de design Bac + 5

QUENTIN TABLEAU ALUMNI 2010

Since 2016
Lead designer,
Sensis Innovation Ltd,
Hong Kong
2014/2016
Creative director,
Quintessence, Shanghai, China
2010/2014
Art director, Atelier Forever,
Shanghai, China
2010
Master's degree in design

Depuis 2016
Designer, Sensis Innovation Ltd,
Hong Kong
2014/2016
Directeur de création,
Quintessence, Shanghai, Chine
2010/2014
Directeur artistique,
Atelier Forever, Shanghai, Chine
2010
Diplôme de design Bac + 5



Jeannie Cho Lee

Wine cellar
Cave à vins

“Wine is an art form with a story to tell” explain Lucas, Jean-Baptiste and Quentin, designers at Sensis, the company located in Hong Kong, specialized in the design of luxury wine cellars and industrial fridge production. The three young men from Brittany met during their Master's program in Shanghai and it was their shared passion for wine which was the inspiration for this unusual adventure.

“The program in China was a fantastic opportunity,” explains Jean-Baptiste, director and founder of the company. “We acquired a real methodology to get our business off the ground.” Interactivity, space, product and user experience - the three friends combine their design experience in their daily work. In this project to design a cellar, the challenge was to fit 830 bottles into a limited space of 4m². State-of-the-art technology to control the hygrometry, choice of wood for the shelves, design of a triple-glazed fridge - the expertise of these three designers was skillfully combined to optimize efficiency and aesthetics.

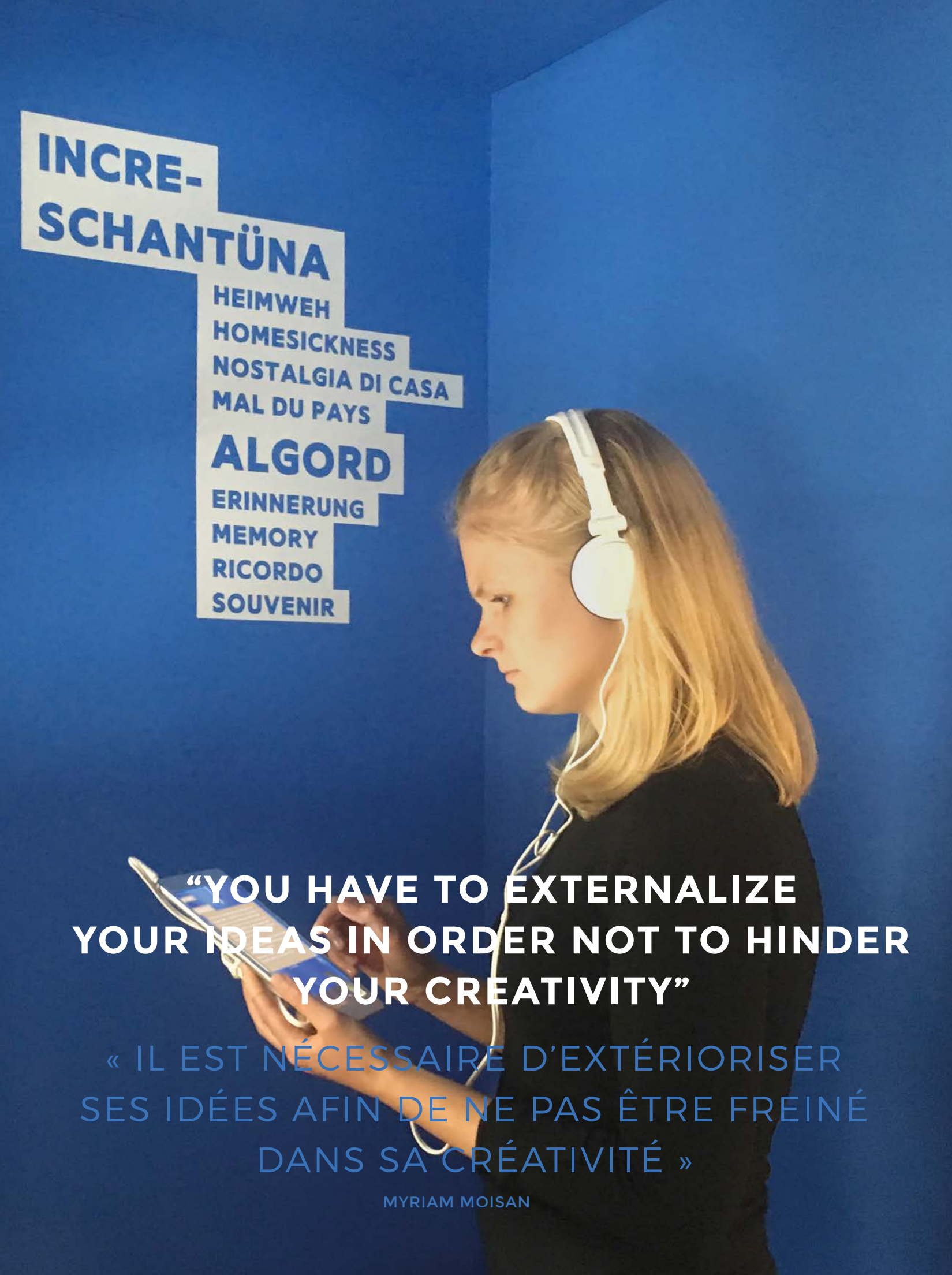
“The key to success,” says the trio “is trust and perseverance. You have to be inquisitive and prepared to roll up your sleeves. When we started studying, we had no idea that one day we would be making a living from our passion in Hong Kong!” they laugh.

« Le vin est un art et il raconte une histoire » assurent Lucas, Jean-Baptiste et Quentin, designers chez Sensis, société basée à Hong Kong, spécialisée dans le design de caves à vins de luxe et de production industrielle de frigos. Les trois bretons se sont rencontrés lors de leur programme de cycle master à Shanghai et c'est leur passion commune pour le vin qui est à l'origine de cette aventure peu commune.

« Ce programme en Chine était une vraie opportunité » explique Jean-Baptiste, directeur et fondateur de la société. « Il nous a permis d'acquérir une vraie méthodologie et de nous lancer ». Interactivité, espace, produit, expérience utilisateur, les trois amis conjuguent au quotidien leur expérience du design.

Sur ce projet de création de cave, le défi était de faire rentrer 830 bouteilles dans un espace restreint de 4 m². Haute technologie pour le contrôle de l'hygrométrie, choix du bois pour les étagères, design du frigo à triple vitrage, l'expertise des designers s'est habilement combinée pour atteindre efficacité et esthétique.

« La clé de la réussite » confie le trio « c'est la confiance et la persévérance. Il faut être curieux et savoir se retrousser les manches. Car il est vrai qu'en commençant l'école, nous étions loin de nous imaginer pouvoir vivre de notre passion à Hong Kong! » s'amuse-t-ils.



**“YOU HAVE TO EXTERNALIZE
YOUR IDEAS IN ORDER NOT TO HINDER
YOUR CREATIVITY”**

« IL EST NÉCESSAIRE D'EXTÉRIORISER
SES IDÉES AFIN DE NE PAS ÊTRE FREINÉ
DANS SA CRÉATIVITÉ »

MYRIAM MOISAN

© Product photo / Photo credits: IRB Zürich



Engadiner Museum, St Moritz

Visual identity & virtual guide
Identité visuelle et guide virtuel

MYRIAM MOISAN
ALUMNI 2014

Since 2015
Graphic designer,
Integral Ruedi Baur,
Zurich, Switzerland

2014
Master's degree in design

Depuis 2015
Designer graphique,
Integral Ruedi Baur,
Zurich, Suisse

2014
Diplôme de design Bac + 5

How does man interact with his environment? How can we reveal the identity of a place through typographical and iconographic choices? Myriam, a designer at the Integral Ruedi Baur agency in Zurich, gets to grips with these questions before each new project. She played a part in the renewal of the Engadiner Museum in Saint Moritz, Switzerland by creating a new identity. The design of new communication media, signposting and a virtual guide (on iPads) represents a new impetus between tradition and modernity for the museum which promotes Engadine cultural heritage and the Romansh language. “Regardless of the tools used, you have to externalize your ideas in order not to hinder your creativity,” insists Myriam, who has successfully combined design, architecture, communication and urban planning. “In this trade, it’s important to remain humble,” she warns, “but you shouldn’t be afraid of defending your ideas, even the small ones, because it is by adding up the ideas of everyone in the team that we can create innovative projects”.

Comment l’homme interagit-il avec son environnement? Comment révéler l’identité d’un lieu à travers des choix typographiques et iconographiques? Myriam, designer dans l’agence Integral Ruedi Baur à Zurich, s’empare de ces questions en amont de chaque projet. Grâce à la création d’une nouvelle identité, elle a contribué au renouveau du Musée engadinois de St Moritz en Suisse. Avec la conception de nouveaux supports de communication, d’une signalétique et d’un guide virtuel (sur iPad), ce musée, qui valorise le patrimoine culturel engadinois et la langue romanche, s’inscrit dans un nouvel élan entre tradition et modernité. « Peu importe les outils utilisés, il est nécessaire d’extérioriser ses idées afin de ne pas être freiné dans sa créativité » insiste Myriam qui a su tisser des liens entre le design, l’architecture, la communication et l’urbanisme. « Dans ce métier, il faut rester humble » prévient-elle « mais il ne faut pas avoir peur pour autant de défendre ses idées même les plus infimes car c’est en additionnant toutes celles d’une équipe que l’on peut conduire des projets innovants ».

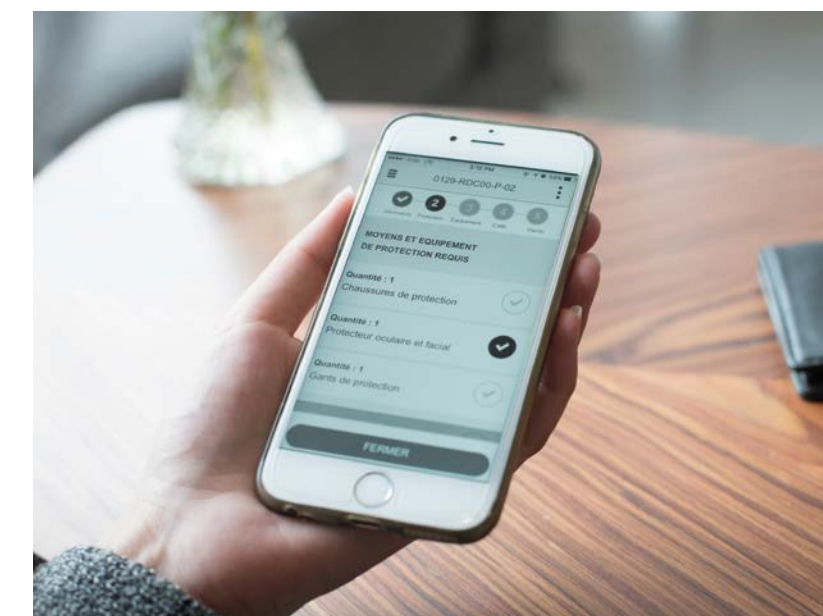


“TO BE A UX DESIGNER, YOU HAVE TO TAKE AN INTEREST IN HUMANS”

« POUR ÊTRE DESIGNER UX, IL FAUT S'INTÉRESSER À L'HUMAIN »

MYRIAM PICOVSCHI

© Designer photo / Photo credits: Van Du Train



MYRIAM PICOVSCHI ALUMNI 2011

Since 2015
Self-employed UX designer,
Montreal, Canada

2014/2017
Active member,
Tout le monde UX,
Montreal, Canada

2014/2015
UX designer, Turbulent,
Montreal, Canada

2013/2014
UX designer, Nventive,
Montreal, Canada

2012/2013
UX designer, Inside Solutions &
Polymorph, Rennes, France

2011
Master's degree in design

Depuis 2015
Designer UX indépendante,
Montréal, Canada

2014/2017
Membre actif,
Tout le monde UX,
Montréal, Canada

2014/2015
Designer UX, Turbulent,
Montréal, Canada

2013/2014
Designer UX, Nventive,
Montréal, Canada

2012/2013
Designer UX,
Inside Solutions & Polymorph,
Rennes

2011
Diplôme de design Bac + 5

Cadenasse

Mobile application
Application mobile

“To be a UX* designer, you have to take an interest in humans, like interacting with others and be prepared to admit when you're wrong,” says Myriam, who has worked as a freelance designer in Montreal since 2015.

She has designed an application for the City of Montreal's department of technology and information which can be accessed on an iPhone.

This interface is designed to guide the deployment of technicians in public buildings. Locking access, signaling a presence, indicating work in progress – Myriam focused on the application's functionality while maintaining control over the visualization of information.

In order to succeed in this profession, Myriam adds that it is essential to have a good command of prototyping and digital standards. But her qualities as a UX designer cannot merely be reduced to a set of technical skills. “Learning to speak in public, selling a project – all the oral presentations we did at school still help me a lot today when I have to speak in front of a big group of people,” remarks Myriam who would like to continue getting involved in projects with a strong emphasis on community and environmental values.

« Pour être designer UX*, il faut s'intéresser à l'humain, aimer échanger avec les autres et accepter de ne pas toujours avoir raison » confie Myriam, freelance à Montréal depuis 2015.

Accessible depuis un iPhone, Myriam a conçu une application pour le service des technologies et d'information de la Ville de Montréal.

Cette interface permet de guider les interventions des techniciens sur les bâtiments publics. Verrouiller un accès, signaler une présence, indiquer des travaux en cours, Myriam s'est centrée sur la fonctionnalité de l'application en gardant toutefois une maîtrise sur la visualisation des informations.

Pour réussir dans ce métier, Myriam reconnaît que la maîtrise du prototypage et des normes numériques sont primordiales. Mais ses qualités de designer UX ne se réduisent pas à l'acquisition de compétences techniques. « Apprendre à s'exprimer en public, argumenter un projet, les nombreux oraux présentés à l'école me servent encore beaucoup aujourd'hui où je dois prendre la parole devant des assemblées parfois nombreuses » constate Myriam qui souhaite continuer à s'investir dans des projets à fortes valeurs communautaires et environnementales.

* User eXperience



“LET YOUR WORK EVOLVE IN
SOMEONE ELSE’S HANDS”

« LAISSER ÉVOLUER SON TRAVAIL ENTRE
LES MAINS DE QUELQU’UN D’AUTRE »

NELLY GARREAU ET LUCIE MOUCHET



Gift Box & Wrapping Paper

Coffret cadeaux

NELLY GARREAU ALUMNI 2013

Since 2016
Graphic designer,
Vault 49, New York, USA

2013/2015

Graphic designer,
Creative Capital,
Shanghai, China

2013

Master's degree in design

Depuis 2016

Designer graphique, Vault 49,
New York, États-Unis

2013/2015

Designer graphique,
Creative Capital,
Shanghai, Chine

2013

Diplôme de design Bac + 5

LUCIE MOUCHET ALUMNI 2015

Since 2015
Graphic designer, Vault49,
New York, USA

2015

Master's degree in design

Depuis 2015

Designer graphique, Vault49,
New York, États-Unis

2015

Diplôme de design Bac + 5

“It’s a privilege to work for clients as prestigious as Baileys or Pepsi,” explain Nelly and Lucie, designers at Vault 49, a New York agency specialized in visual design, illustrations and branding. Indeed, it was for these big-name clients that the duo designed the concept for a unique gift which represents “the spirit of the agency from A to Z”.

The luxury sliding box with screen-printed illustrations contains a bottle of wine. The original patterns on this inspiring object and on the gift wrap reflect the artistic signature of this agency which was created by fans of Street Art.

Packaging, logos, displays – the two designers quickly adapted to the diversity of projects and the teamwork. “You have to be able to share your sources and knowledge and be prepared to let your work evolve in someone else’s hands,” they admit. “It’s a really cosmopolitan team but our opinion counts just as much as the others’,” say Lucie and Nelly who are living “the New York dream” every day.

« C’est une fierté de travailler pour des clients aussi prestigieux que Baileys ou Pepsi » assurent Nelly et Lucie, designers chez Vault 49, agence new yorkaise spécialisée dans le visuel, les illustrations et le branding. C’est d’ailleurs à l’attention de ces clients de marque que le duo a imaginé le concept d’un cadeau unique qui représente « l’esprit de l’agence de A à Z ».

Cette luxueuse boîte coulissante aux illustrations sérigraphiées contient une bouteille de vin. Les motifs originaux de cet objet inspirant et de son papier cadeau s’inscrivent dans la ligne artistique de cette agence créée par des passionnés de Street Art.

Packaging, logos, affiches, les deux designers se sont vite adaptées à la diversité des projets et au travail d’équipe. « Il faut savoir partager ses sources et ses connaissances et accepter de laisser évoluer son travail entre les mains de quelqu’un d’autre » reconnaissent-elles.

« Dans cette équipe très cosmopolite, nous avons le sentiment que notre voix compte autant que celle des autres » confient Lucie et Nelly qui savourent au quotidien le « rêve de la vie new yorkaise ».



“WE REINVENT OUR LINE OF WORK EVERY DAY”

« NOUS RÉINVENTONS NOTRE MÉTIER TOUS LES JOURS »

HEIDI GHERNATI ET NICOLAS CLOAREC

© Product photo / Photo credits: Stephan Menoret - Ville de Nantes Designer photo / Photo credits: Jean-Charles Queffelec



Arbre à vœux

Interactive event
Évènement interactif

NICOLAS CLOAREC ALUMNI 2010

Since 2011
Co-manager & designer,
Bakasable agency,
Nantes, France

2010
Master's degree in design

Depuis 2011
Co-gérant designer,
agence Bakasable, Nantes

2010
Diplôme de design Bac + 5

HEIDI GHERNATI ALUMNI 2009

Since 2011
Co-manager & designer,
Bakasable agency,
Nantes, France

2009/2011
Interaction Designer, L'Arrosoir,
Nantes

2009
Master's degree in design

Depuis 2011
Co-gérant designer,
agence Bakasable, Nantes

2009/2011
Designer d'interactivité,
L'Arrosoir, Nantes

2009
Diplôme de design Bac + 5

“For the past six years, we’ve been reinventing our line of work every day,” explain Nicolas and Heidi, cofounders of the Bakasable agency, “and it’s all the more exhilarating since the profession of UI/UX* designer is still really new”.

Of the wide variety of projects entrusted to the agency, l’arbre à vœux illustrates the expertise of the two partners in interactive events.

Using an interface accessible on digital tablets, the people of Nantes wrote nearly 6,500 festive wishes during the Christmas period which were represented in the same number of stars glittering at the top of a huge linden tree.

Nicolas took care of the scenography and interactive communication side of the projects while Heidi focused on the development and data visualization. “Between us, we are able to do everything,” explain the pair, who have designed everything from applications for the nutrition sector to platforms for services to individuals.

Responsive and eloquent, Heidi and Nicolas also work with some major French groups (L’Oréal, Total, SNCF, etc.) in the field of Smart Data creating tailor-made decision-making tools.

« Cela fait 6 ans que nous réinventons notre métier tous les jours » assurent Nicolas et Heidi, cofondateurs de l’agence Bakasable « et c’est d’autant plus grisant que designer UI/UX* désigne un métier encore tout neuf ». Parmi la grande diversité des projets confiés à l’agence, l’arbre à vœux illustre l’expertise des deux complices dans l’évènementiel interactif.

Grâce à une interface accessible sur des tablettes numériques, les Nantais ont écrit près de 6 500 vœux durant les fêtes de Noël qui se sont incarnés en autant d’étoiles scintillantes au sommet d’un immense tilleul. Nicolas a assuré le versant scénographie et communication interactive des projets tandis qu’Heidi s’est concentré sur le développement et la datavisualisation. « À nous deux, nous sommes en capacité de tout produire » explique le binôme qui conçoit aussi bien des applications pour la filière nutrition que des plateformes de services à la personne.

Réactifs et pédagogues, Heidi et Nicolas accompagnent également de grands groupes français (L’Oréal, Total, SNCF...) dans le domaine du Smart Data en créant des outils sur-mesure d’aide à la décision.

* User Interface / User eXperience

PAGE	ALUMNI / ANCIENS	COMPANIES / ENTREPRISES	CITY & COUNTRY / VILLE & PAYS	WEB SITE / SITE WEB
4/5	Adrien Sorin	Sid Lee Architecture	Montreal (Canada)	www.sidleearchitecture.com
6/7	Alice Conquand	LUC - le Laboratoire d'Usages Collaboratifs	Brussels (Belgium / Belgique)	www.luc-lab.com
8/9	Anthony Bargain	Conseil Départemental du Val d'Oise	Cergy (France)	www.valdoise.fr
10/11	Charles Degenne	WIZTIVI	Carquefou (France)	www.wiztivi.com
12/13	Clémence Mahé-Clémot	Estée Lauder Companies	Paris (France)	www.elcompanies.com
14/15	Clément Faydi	Adobe / Behance	New York (USA / États-Unis)	www.myportfolio.com
16/17	Coralie Sabin	Pinterest	San Francisco (USA / États-Unis)	fr.pinterest.com
18/19	David Fauveau	George(s)	London (United-Kingdom / Royaume-Uni)	www.callmegeorges.co.uk
20/21	Dorothée Kemeny	Saguez & Partners	Saint-Ouen (France)	www.saguez-and-partners.com
22/23	Élodie Caron	Design Duval	Redon (France)	www.design-duval.com
24/25	Géraldine Thomas	Freelance	Paris (France)	www.geraldinethomas.com
26/27	Pierre-Luc Deniel & Gui Perrier	Yellow Lab	Paris (France)	www.yellowlab.fr www.mydodow.com/fr
28/29	Hélène Thébault	Farside Collective	Kargil (India / Inde)	www.farsidecollective.com
30/31	Ian Ardouin-Fumat	The Office for Creative Research	New York (USA / États-Unis)	www.elephant-atlas.org ian.earth
32/33	Inès Le Bihan	Huami	Mountain View (USA / États-Unis)	www.huami-usa.com
34/35	Lucas Briceno, Jean-Baptiste Ponsot & Quentin Tableau	Sensis Innovation Ltd.	Hong Kong	www.sensisworld.com
36/37	Myriam Moisan	Integral Ruedi Baur	Zurich (Switzerland / Suisse)	www.irb-zurich.eu
38/39	Myriam Picovschi	Freelance	Montreal (Canada)	www.myriam-picovschi.com
40/41	Nelly Garreau & Lucie Mouchet	Vault 49	New York (USA / États-Unis)	www.vault49.com
42/43	Nicolas Cloarec & Heidi Ghernati	Bakasable	Nantes (France)	www.bakasable.fr

EDITORIAL TEAM

Director of publication: Christian Guellerin
Project manager: Jean-Luc Barassard
Editor: Arzelle Caron
Editorial coordinators: Marie Berg, Gaëlle Delehelle, Maud Meudic
Translation: Sarah Joksimovic
Proofreading: Marie Berg, Frédéric Degouzon, Gaëlle Delehelle, Maud Meudic
Art direction: Isabelle Champion
Layout & cover: Sophie Champeau
Graphic design: Les Designers Graphiques

Edition 2017 – Printed by Couleur Fab

Paper cover: Rives Dot Natural White 350g, FSC & ECF certified
 Paper internal booklets: offset paper Olin Rough Extra White 150g, FSC & ECF certified

All rights reserved. All trademarks mentioned here are the sole properties of their legal owners.

ÉQUIPE DE RÉDACTION

Direction de la publication: Christian Guellerin
Responsable du projet: Jean-Luc Barassard
Rédactrice: Arzelle Caron
Coordination éditoriale: Marie Berg, Gaëlle Delehelle, Maud Meudic
Traduction: Sarah Joksimovic
Relectures: Marie Berg, Frédéric Degouzon, Gaëlle Delehelle, Maud Meudic
Direction artistique: Isabelle Champion
Mise en page et couverture: Sophie Champeau
Conception graphique: Les Designers Graphiques

Édition 2017 – Imprimé par Couleur Fab

Papier couverture: Rives Dot Natural White 350g, certifié FSC et ECF
 Papier livrets intérieurs: Papier offset Olin Rough Extra Blanc 150g, certifié FSC et ECF

Tous droits réservés. Toutes les marques citées restent la propriété de leurs ayants droits.

ACKNOWLEDGMENTS

To all the designers and their companies for agreeing to take part in this edition as well as all those who made this project possible.

REMERCIEMENTS

À tous les designers et leurs sociétés ayant accepté de participer à cette édition, ainsi qu'à tous ceux qui se sont mobilisés sur le projet.

