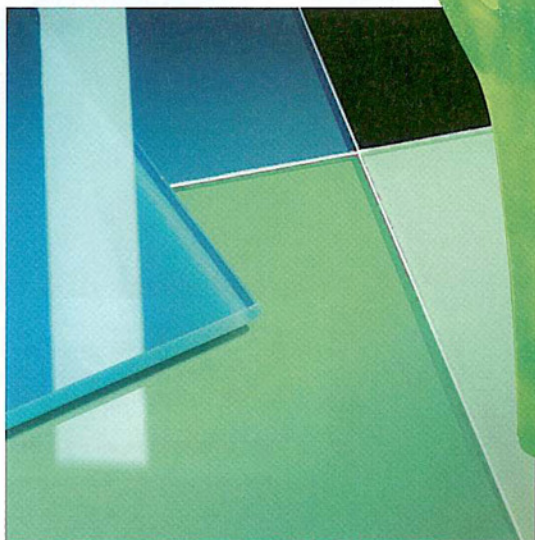


JBSB

Directeur de la création chez Daum France, Jean-Baptiste Sibertin-Blanc a la lourde responsabilité de ranimer l'intérêt du public pour une marque historique, née en 1878, au savoir-faire traditionnel unique dans la maîtrise de la pâte de cristal et de la resituer dans le XXI^e siècle. En cinq ans Daum a renouvelé son catalogue à 90%. Historiquement la marque a toujours fait appel à l'inspiration d'artistes contemporains. Avec la collection Daum Design 12+1, il invitait douze designers à s'exprimer sur le vase, les résultats sont ambigus et manquent parfois de séduction. Une nouvelle présidente, Sophie Saint-Bonnet, transfuge de L'Oréal relève le défi de faire évoluer la marque vers la modernité et de s'imposer comme une marque du luxe actuelle, recentrée sur le design l'édition d'art et le bijou. A ses moments perdus, JBSB participe à d'autres projets. Avec Patrick Nadeau, il signe toujours dans le verre mais dans un autre registre, Feeling, une collection de carrelage mural pour Saint Gobain Glass, récompensée par un Janus de l'Industrie. Déclinée à travers trois gammes, les Basics, les Gravés et les Metallics, ces carreaux en grand format, de 15 x 15 cm, 15x45 cm, 30 x 30 cm et 45 x 45 cm possèdent des qualités tant techniques qu'esthétiques. En extra blanc, ivoire, vert amande, bleu aqua, jaune solar, rouge opéra ou noir, à effets de mailles, de rayures, de vagues ou de bulles, la collection peut investir toutes les pièces de l'habitat.

Vase "Cosmos",
design Jean-Baptiste Sibertin-Blanc. Daum



La collection de carrelages en verre "Feeling",
design Jean-Baptiste Sibertin-Blanc et Patrick Nadeau pour Saint-Gobain Glass

La samare de Fermob

Fermob a fait appel au talent de la graphiste Catherine Peifer pour redessiner son logo et son image de marque. Le résultat est un succès. La samare, double graine à ailettes, fruit de l'érable, que tous les enfants connaissent et ont fait voler comme des hélicoptères, apporte une valeur affective à la marque. Le logo redessiné en bas de casse, rond et confortable, lui redonne de la séduction, effaçant l'ancien FERMOB majuscule et rigide qui portait en lui tout le savoir-faire industriel de l'entreprise. Il ne s'agit pas de renier ce passé explique Bernard Reybier, son pdg, mais de recentrer la marque sur l'image qu'elle véhicule aujourd'hui à savoir une marque de mobiliers confortables développés autour du concept de outdoor lounge, de salon d'extérieur. En accord avec ce concept, le vert s'est naturellement imposé. Clair, il symbolise la nature, la transparence et la légèreté, qualité première des mobiliers Fermob. Kaki, il rassure, souligne le côté pérenne et la maturité de la marque. Fermob peut remercier Catherine Peifer de ce lifting réussi, lifting qu'elle a déjà opéré avec succès pour des marques comme Petit Bateau, les poupées Corolle ou la marque de lingerie Huit



La chaise "Sénat" du jardin du Luxembourg redessinée par Frédéric Sofia. Fermob

Le nouveau logo Fermob par Catherine Peifer

B'Bath déménagement

B'Bath a quitté la rive droite pour s'installer rive gauche dans un showroom de 300 m², rue du Cherche-Midi. Deux anciens ateliers sur cours ont été réunis pour faire de ce lieu une vitrine de la création contemporaine en matière d'équipement de salle de bain. Principal partenaire, Agape y expose ses pièces d'exception, Ufo, une baignoire en inox émaillée dessinée par Giampaolo Benedini, la baignoire ovale Spoon, et la douche en spirale Chiocciola sur fond de carreaux de pâte de verre Bisazza, avec robinetterie Hansgrohe, Fantini ou TGH. Il manquait à Paris un Showroom de cette ampleur, le groupe Balas, holding familiale regroupant les entreprises Balas, Meresse Entreprise, Framaco Entreprise, Delamare et B'Bath vient d'y remédier. Entreprise indépendante créée en 1804, Balas développe un chiffre d'affaires de 63 millions d'euros et compte 550 collaborateurs qui se partagent dans trois grandes spécialités du bâtiment : la couverture, la plomberie et le génie climatique et travaillent sur des chantiers d'envergure: du palais de l'Elysée, au Piazza Athénée au technocentre Renault. B'Bath profite de l'expérience de l'entreprise Balas et assure ses aménagements grâce à la présence d'un bureau d'études dans le showroom. La plomberie ne manque pas d'avenir.



Le nouveau showroom B'Bath, rue du cherche-Midi à Paris

Le Salon du Meuble de Paris a décidé d'accompagner les industriels dans leur démarche créative et marketing en leur proposant DOMOVISION, un outil tendanciel d'aide à la décision quant à la stratégie marketing de l'entreprise et l'évolution de son offre produits. Un outil réalisé par le Via et l'agence Loeb Innovation.

Une nouvelle collection "L'Art pour guide" propose aux collégiens et lycéens de découvrir l'art près de chez eux, dans sa

diversité, à travers l'architecture, la sculpture, la peinture, le cinéma, la photographie, les arts vivants, région par région. Viennent de paraître : la Bourgogne, Paris, la Provence, Doivent paraître en octobre : le Nord-Pas-de-Calais, la Bretagne. Editions Gallimard.

Le groupe **MK2** inaugure un nouveau cinéma en octobre 2005. Le mk2 Quai de Loire fera face au mk2 quai de Seine dans le 19^{ème} à Paris.

Les industriels du meuble espagnols organisent une Journée **Portes Ouvertes** le 22 novembre au Centre Pompidou. La matinée sera consacrée à la présentation de designers espagnols et de leurs mobiliers dans une scénographie de Philippe Boisselier. Inscription sur www.creation-espagnole.com ou 01 53 57 95 50.

Les Brasseries Kronenbourg ont engagé la deuxième phase de leur collaboration avec Philippe Starck autour de la

marque 1664. Après avoir transformé la gestuelle liée à la consommation, Philippe Starck fait évoluer les objets liés au service, trois objets dévoilés en octobre et disponibles sur le site www.1664.com.

Ana Mir et Emili Padros du emiliana design studio signent la scénographie de l'exposition "Nature & Arts. Gaudi, Miro, Dalí" au Musée municipal de Toyota près de Nagoya à l'occasion de l'Exposition universelle d'Aichi.