

CULTURE DU DESIGN

JEUDI 25 & VENDREDI 26 OCTOBRE 2012

Inspiré des mots français « dessein » et « dessin », le nom anglais « design » caractérise une activité créatrice tournée vers la conception inédite d'objets industriels. Ces produits visent deux objectifs : le Beau et l'Utile. Au carrefour des contraintes techniques, commerciales et culturelles, le designer a donc une tâche difficile : matérialiser un concept, une intention à travers un produit emblématique.

Le Design ne cesse d'être réinventé : partez à la rencontre de cette formidable diversité. En l'inscrivant dans une perspective historique, ce séminaire vous aidera à décoder le design d'aujourd'hui.

OBJECTIFS

Acquérir des repères sur l'évolution du design dans le temps.
Connaître les créateurs qui ont marqué l'histoire du design.
Décrypter la création contemporaine et ses dernières évolutions.

Avec **Anne BONY**, spécialiste de l'histoire du design, maître d'ouvrages, auteur,
Gérard LAIZÉ, directeur général - VIA

PROGRAMME

LES GRANDES DÉCENNIES DU DESIGN

Evolution du design indissociable des évolutions technologiques, sociologiques et artistiques
Evolution de la notion de design et de ses comportements à travers des manifestes fondateurs (futurisme, Bauhaus...)
Analyse comparée des décennies à travers le filtre de l'Art du Design et de l'Architecture au XXème siècle

LES ACTEURS INCONTOURNABLES DU DESIGN CONTEMPORAIN

Panorama des designers stars : Ronan et Erwan Bouroullec, Matali Crasset, Ora Ito, Patrick Jouin, Philippe Starck...
Les designers à suivre : Mathieu Lehanneur, Arik Levy, Jean-François Dingjian, 5.5...
Rencontre avec un designer dans son atelier ou à l'IFM

LES DERNIÈRES TENDANCES DU DESIGN CONTEMPORAIN

Design-fiction (design empathique, design humoristique)
Eco-design (les dispositions légales, leur application dans les entreprises)
Design virtuel (les nouvelles technologies de l'information et de la communication)
Design & art (analyse du phénomène, importance du marché...)
Analyse in situ à partir d'un itinéraire du design à Paris : visites de galeries, de magasins, de restaurants et de lieux incontournables

LE DESIGN UNE STRATÉGIE D'INNOVATION

Etude d'un cas de design produit... (Dyson, Philips, Legrand...)

PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DU DESIGN ET CADRE DE VIE

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Responsables marketing, chefs de produits, responsables communication/image, responsables merchandising, créateurs et plus largement tous les collaborateurs désireux d'enrichir leur culture (départements juridique, financier, administratif, production, informatique...).

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche théorique soutenue par un diaporama. Discussions partagées à chaque étape du déroulement de la formation. Etude de cas. Visites de galeries, de magasins, de restaurants et de lieux incontournables.

MODALITÉS DE VALIDATION DES ACQUIS

Fiche d'évaluation à l'issue de la formation.

LIEU : Institut Français de la Mode - 36, quai d'Austerlitz - 75013 Paris

DURÉE : 2 jours - 9h00 / 17h30 (14 heures)

COÛT : 1 550 € HT

Ce séminaire est pris en charge dans le cadre du DIF.