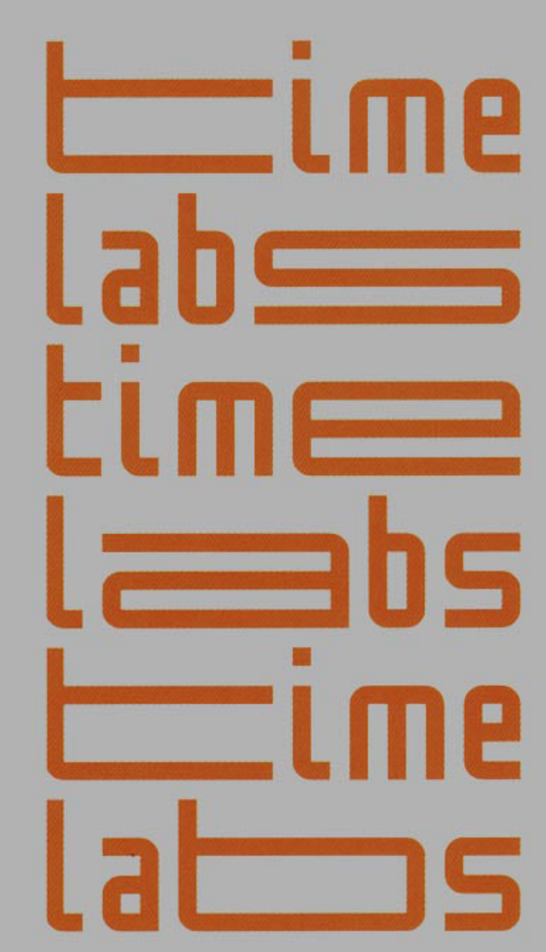
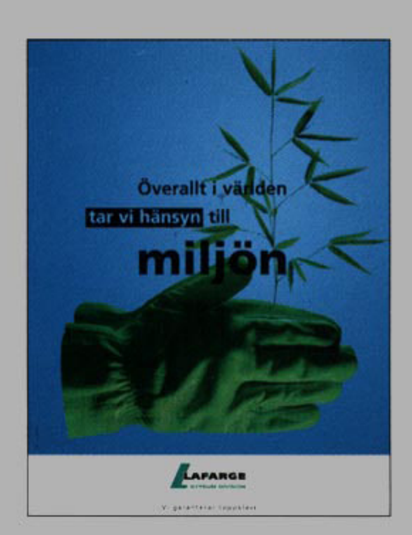
Le style Gelman

Design Machine, la célèbre agence du plus célèbre encore Alexander Gelman*, signe l'identité visuelle de Time Labs, spécialiste du régime et de la remise en forme.
Le concept retenu par l'équipe de créatifs est aux normes du design selon Gelman : dépouillé et substitutif. Située à New York, Time Labs fait actuellement ériger son prochain centre de fitness, avec l'aide de Design Machine qui participe également à l'architecture extérieure et intérieure du bâtiment.
* Membre de l'AGI et du Club des Directeurs artistiques.

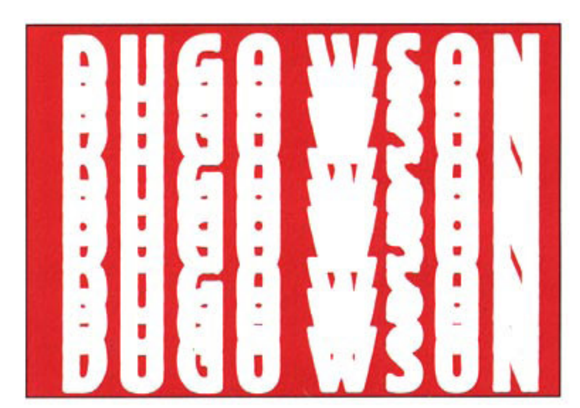


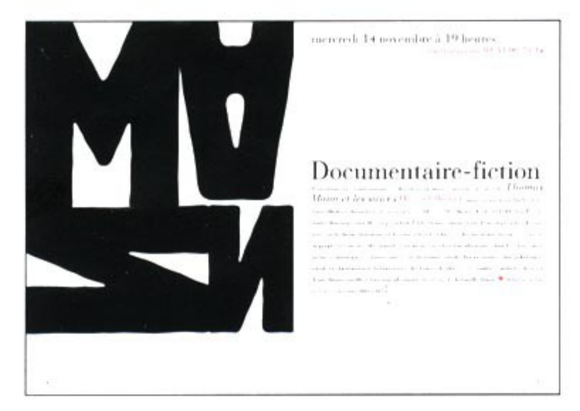
Pas de long discours A la question *comment développer une identité de groupe, capable de fédérer les 6 000 salariés de Lafarge, branche plâtre, disséminés dans 25 pays ?* Via Reale a répondu de façon plutôt maligne. Un gant de plâtrier, image quasi pictographique ; des couleurs vives ; des accroches simples et très corporate. Bref, une campagne dépouillée, facile à traduire, et un soupçon plus moderne que bien des actions de communication interne de grands groupes.

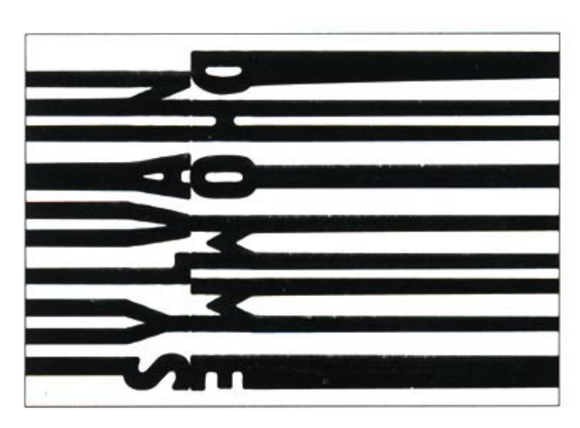


Au programme Défenseur du documentaire TV, la SCAM (Société civile des auteurs multimédias) s'incline devant les vertus de l'imprimé. Depuis 1993, Catherine Zask élabore chaque année tout un appareil de communication. Devant le nombre d'événements prévus pour la saison 2001-2002, les invitations laissent la place à un programme mensuel au format A5 où le texte l'emporte devant l'image de documentaire.

VOICI LE PROGRAMME DE LA CHAÎNE SCAM POUR NOVEMBRE. AU FIL DES MOIS, VOUS AUREZ COMPRIS QUE CETTE PROGRAMMATION A POUR OBJECTIF AMBITIEUX DE MONTRER CE QUE POURRAIT ÊTRE UNE POLITIQUE DE DIFFUSION DU DOCUMENTAIRE SUR LES CHAÎNES DU SERVICE PUBLIC DE TÉLÉVISION FRANÇAISE. CES DOCUMENTAIRES ABORDENT LES PROBLÈMES FONDAMENTAUX DE NOTRE ACTUELLE SOCIÉTÉ. LA SCAM PREND LE TEMPS DE LA RÉFLEXION, CELUI DU DOCUMENTAIRE, NON PAS LE TEMPS DE LA RÉACTION, DE L'INFORMATION BRUTE. CE TEMPS-LÀ, LE SERVICE PUBLIC Y A RENONCÉ : CE TEMPS-LÀ, LE SERVICE PUBLIC LE PRÉMD PARFOIS, TRADIVEMENT, À DES HEURES DE DIFFUSION RÉSERVÉES AUX NOCTAMBULES IMPÉNITENTS. POUR FRANCE TÉLÉVISION, CE TEMPS-LÀ A CESSÉ D'ÊTRE LE TEMPS DU PUBLIC. IL EST DEVENU L'INSTANTANÉ DE L'AUDIMAT, SEULE RÈGLE ÉCONOMIQUE PRÉVALANT SUR TOUTE AUTRE. EN NÉGLIGEANT LE DOCUMENTAIRE, FRANCE TÉLÉVISION NÉGLIGE LE PUBLIC. CE N'EST PAS SA MISSION. CELLE DE LA SCAM EST DE RAPPELER SANS CESSE QU'UN SERVICE PUBLIC DE TÉLÉVISION DOIT ÊTRE VOLONTARISTE. ON APPELLE CELA UNE POLITIQUE. OR IL N'Y A PLUS DE POLITIQUE DOCUMENTAIRE DIGNE DE CE NOM À FRANCE TÉLÉVISION.







La "cellule interactive du Club des Directeurs artistiques", créée par Alain Castoriano, organise un prix de la Création interactive dont les sélections auront lieu ce mois (janvier 2002) • Havas Advertising est rebaptisée Havas • Benjamin Vagnard rejoint Gilles Lanier à la direction commerciale de FKGB • Rubeena Hussein est nommée responsable Relations publiques Europe de ScanSoft, éditeur leader en conversion de documents papier en numérique • La septième Biennale du design graphique se tiendra du 12 février au 20 avril 2002 au Centre culturel Niavarn de Téhéran avec le support de l'Icograda • Les inscriptions à la 8e compétition du design interactif de Communication Arts

Pour être présent dans cette rubrique : etapes@pyramyd.fr