

# LYON VISION MODE

**Lettre  
d'information**  
1<sup>er</sup> semestre  
2008

# 08

Industries  
créatives

Griffe  
lyonnaise

## INSPIREZ, RESPIREZ!

### Édito

Du 3 au 5 février, Lyon accueille à Eurexpo la 16<sup>ème</sup> édition du salon Print'Or. Incontournable, cette rencontre des professionnels de l'horlogerie, bijouterie, joaillerie et orfèvrerie est tout à la fois placée sous le signe des affaires, de l'inspiration et de la convivialité. Avec plus de 600 marques et exposants représentés, Print'Or est le premier salon du secteur en France. Son Espace Tendances affichera les nouveautés 2008 de façon originale et interactive. Trois jours d'exposition et de business étincelants !

Print'Or s'inscrit parfaitement dans la démarche Industries Créatives. En complément des actions de Lyon Vision Mode, ce dispositif entend stimuler la recherche et l'innovation en décloisonnant les domaines d'activité. Les entreprises de tous les secteurs des Industries Créatives sont ainsi appelées à échanger et à s'enrichir de leurs différences. Elles s'ouvrent à leur savoir-faire, leurs techniques et leurs expériences respectives. Autant de nouveaux horizons envisagés, de nouveaux produits imaginés et de nouveaux marchés potentiels. 2008, à n'en pas douter, sera une année riche, collaborative et inspirée !

**02+03**  
**Print'Or,**  
Tous les fuseaux  
horaires au rythme  
de l'heure lyonnaise

**04**  
**Marché de  
la mode Vintage,**  
En mai, faisons  
ce qui nous plaît

**05**  
**Nuits sonores**  
Lyon est dans la place !

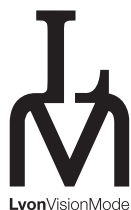
**06+07+08+09**  
**LVM : Industries  
créatives**  
Une effervescence  
génératrice de valeur

**10+11**  
**Biennales d'art  
contemporain  
et du Design**  
Les deux font la paire !

**12**  
**Griffes 2007**  
Toutes  
les couleurs  
du talent...



**Print'Or**  
**du 3 au 5 Février**  
Premier salon de la  
bijouterie-joaillerie  
en France



# PLANÈTE BIJOUX PRINT'OR

## Tous les fuseaux horaires au rythme de l'heure lyonnaise

Pour sa 16<sup>e</sup> édition, le salon Print'Or des professionnels de l'horlogerie, bijouterie, joaillerie et orfèvrerie (HBJO) affiche clairement ses ambitions internationales avec pour horizon le rayonnement de Lyon, capitale des bijoux d'exception. Les 3, 4 et 5 février 2008 à Lyon-Eurexpo.

### French jewellery, only in Lyon

Dans la continuité de la place du Change, où se réunissaient les batteurs d'or au Moyen-Age, aujourd'hui, the place to be is : Print'Or !

Durant trois jours, Lyon étincelle du talent de ses maîtres joailliers qui, comme au temps des très riches heures des bijoux religieux, gravent dans la pierre le nom de la ville. Événement désormais référencé par Promosalons, un réseau assurant la promotion des salons professionnels français auprès de 120 pays, Print'Or est l'éclatante démonstration du dynamisme de Rhône-Alpes et de son pôle d'excellence en bijouterie. Une industrie constituée de 400 PME-PMI, avec une centaine d'entreprises artisanales, plaçant la région au 2<sup>e</sup> rang productif français avec trois millions de bijoux par an.

En outre, l'attrait des touristes étrangers pour les stations alpines et Lyon, avec notamment une forte augmentation des rendez-vous d'affaires depuis trois ans, fait de la joaillerie très haut de gamme une activité économique incontournable. De quoi susciter l'intérêt de pays comme l'Italie, l'Espagne, la Suisse, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Belgique et le Luxembourg, invités à rencontrer les 600 exposants de Print'Or où tout est mis en œuvre pour faciliter les contacts et générer du business.

Le tout dans une ambiance paillettes et tables de jeu orchestrée par l'Espace Place Bellecour, instigateur de la traditionnelle soirée dansante du dimanche soir, faisant suite, et une fois n'est pas coutume, à une nocturne du salon jusqu'à 20 heures.



### QUESTION À : STÉPHANE BIZOUARD, PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION RÉGIONALE HBJO

**Rhône-Alpes est la deuxième grande région joaillière de France en termes de production, derrière l'Île de France. Quelle réalité, en chiffres, sur le terrain ?**

La région compte 763 points de vente, signe d'une bonne santé économique, s'appuyant sur un réseau de PME-PMI dense. L'ensemble des points de vente emploie 1 428 salariés, sur 19 165 dans toute la France. 77 % de ces salariés sont des femmes pour un âge moyen de 38,1 ans, 87 % de contrats de travail établis en CDI et une ancienneté moyenne par poste de 6,8 ans.

Autant d'éléments démontrant le grand besoin de professionnalisme de ce secteur d'activité. Sinon, 85 % des points de vente sont situés en centre-ville, ce qui tend à démontrer que les centres commerciaux ne sont donc pas de grands méchants loups. Ils n'ont d'ailleurs conquis que 20 % du marché et cela ne semble pas évoluer.

Le bijou demeure un achat affectif et non compulsif. Il est le témoignage d'un événement. Par ailleurs la marque d'un créateur intéresse de plus en plus la clientèle à la recherche d'une pièce originale, voire unique. Côté vente, après une année 2007 que l'on peut qualifier de mauvaise, profitant à l'un de nos concurrents directs qu'est le secteur du multimédia en raison de la coupe du monde de rugby, Noël 2007 a été bon, avec un recentrage sur les cadeaux qui créent du lien, venant confirmer l'augmentation de 2 % en 2007 de la vente de bijoux.

Brève

### To be seen

Suite au succès remporté par l'espace Art de faire, créé en 2007 à l'initiative conjointe du syndicat des Artisans de Lyon et sa région et de l'association des Poinçons lyonnais, un nouvel espace valorisant les PME du secteur, voit le jour en 2008 : Faire savoir.



## PORTRAITS DE CRÉATEURS



### Otelina, l'art de l'asymétrie

Le créateur Patrick Ray et la maquettiste Chantal Maquaire, entourés d'une équipe de huit personnes, signent Otelina, une marque de trois ans d'âge décidée à faire sa place sur le marché lyonnais et au-delà. La ligne Arena (diamant et or), caractérisée par la taille d'une pierre brute coupée en deux,

joue sur l'asymétrie pour parvenir à une harmonie évidente. La marque aux couleurs orange et chocolat, située à Caluire, est déjà présente au Japon, à Hong Kong et en Australie. Lors du salon Print'Or, elle compte bien le « faire savoir » dans l'espace réservé à cet effet !

[www.otelina.fr](http://www.otelina.fr)



### Yannick Alexandre, créateur sans tabou

Griffe lyonnaise 2007 en catégorie Métier d'art, Yannick Alexandre pratique la joaillerie, la fonderie d'art, la sculpture, la coutellerie, l'art de la table... et n'a pas encore accroché toutes les cordes à son arc. Créateur de pièces uniques sur les thèmes de la chasse

et de la nature, il ne s'encombre d'aucun interdit. Son atelier est un temple dédié à la création dans tout ce qu'elle a de rude et de beau à la fois. À voir absolument ! Ouverture d'une boutique en février, dans un coin de l'atelier.

[www.yannickalexandre.com](http://www.yannickalexandre.com)

## Histoires d'Art, Lyon en bijoux

Les bracelets, bagues et pendentifs en argent sculptés par Vincent Gourlat reproduisent le plus fidèlement possible le fronton de l'église Saint-Paul ou celui de l'opéra ou bien encore une frise de coquillages inspirée de la fontaine des Jacobins. Ces bijoux historiés, produits en séries limitées, rendent hommage

à l'architecture romane de Lyon. Une passion héritée de Gilles Goineau pour lequel Vincent Gourlat a travaillé 17 ans. La célèbre maison lyonnaise ferme définitivement, mais son héritier spirituel ouvrira bientôt une boutique : Histoires d'Art...

[www.goineau-art-roman.com](http://www.goineau-art-roman.com)



### Barthélemy Amengual, d'nicheur de pierres

On se souvient de la prestigieuse maison de Barthélemy Amengual qui, à son heure de gloire, comptait 150 employés et tous les métiers possibles de la joaillerie. Barthélemy Amengual, fils, perpétue l'amour des pierres que lui a transmis son père. Deux fois l'an, il se rend en Asie pour dénicher en direct les

pierres qui envoûteront sa clientèle. Il ne propose que des bijoux sur-mesure, tout en laissant parler son imagination, au risque de déplaire. Un risque que sa clientèle, venue de tous horizons, n'hésite pas à prendre avec lui.

[www.amengual.fr](http://www.amengual.fr)

## Romain Herzo, dans la cour des grands

Que de chemin parcouru, des 10 m<sup>2</sup> de son premier atelier, rue Royale (Lyon 1<sup>er</sup>), à l'hôtel particulier où il officie désormais ! Tout jeune dans la galaxie des bijoutiers lyonnais, Romain Herzo, qui a créé sa société en 1992, a vu loin en s'exportant vers le Japon, la Russie ou les Etats-Unis, en créant à partir de 2003 une gamme

de montres de prestige en or et en diamants, et en donnant une impulsion résolument « haute joaillerie » à ses créations. Devinez la spécialité de ce bijoutier attiré depuis tout petit par ce qui brille et qui se définit comme un « créateur d'éclat » ? Le pavage de diamants !

<http://romain.herzo.free.fr>



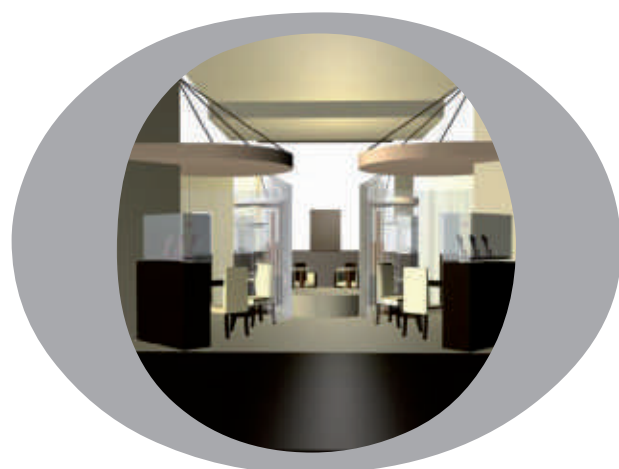
Brève

## New French touch

C'est à French Spirit, société valorisant la joaillerie française auprès des consommateurs et des professionnels, qu'est revenue l'organisation d'un espace Tendances. Quatre vitrines pour les quatre

courants d'influences 2008 : « Radical », démesure et extravagance ; « Origine », respect d'autrui et de l'environnement ; « Harmonie », pureté, esthétisme et poésie et « Trésor de feu », vitrine consacrée

aux couleurs de ce printemps-été (jaune, orangée rouge). Il sera par ailleurs remis aux mille premiers visiteurs de cet espace, un kit vitrine et des livrets de la création inspirés des quatre tendances 2008.





## Événement

# VINTAGE MANIA

En mai, faisons ce qu'il nous plaît... Mais le 17, toutes à nos cabas : le Marché de la mode vintage, millésime 2008, nous tend les bras !

17 mai 2008 : une date à inscrire illico dans les agendas des modeuses averties. C'est ce jour-là que le Marché de la mode vintage posera ses étals et ses portants à Perrache (Lyon 2<sup>e</sup>). Une édition collector, septième du nom, et dernière organisée sur le carreau du vénérable Marché de Gros, promis à la disparition après le déménagement des activités à Corbas.

On fonce, donc, pour dégoter des pièces datant des années 50 aux années 80, de préférence griffées, essentielles à un look qui se respecte : vêtements, chaussures, bijoux et accessoires, sans oublier objets design et petit mobilier. Mais aussi et surtout pour renouer avec l'irrésistible petit air de nostalgie décalée qui flotte entre les stands.

Pour la première fois, le Marché se différenciera de la Semaine de la mode, programmée du 7 au 12 avril. Profitant de cette autonomie toute neuve pour s'offrir le luxe d'un thème propre, il se place sous le signe des sixties ! Du côté des animations, les grands classiques sont réédités : le défilé de l'Ecole Esmod, inspiré par la décennie sixties et accompagné d'un cortège de Mini cooper des années 1960 à nos jours, l'atelier créatif « Sylvain et Sylvette » pour les enfants, la rue des créateurs réunissant une sélection pointue de stylistes travaillant dans une veine vintage, sans oublier l'inimitable chasse au look organisée toute la journée sur le site.

Au rayon des nouveautés : un atelier de scrap-booking vintage et un stand « photos » où faire immortaliser en un coup de polaroid son look d'un jour. D'autant que les accros pourront parfaire leur attitude en s'offrant un accessoire estampillé « Marché de la mode vintage » : la manifestation développe ses propres produits dérivés !

Enfin, les moins initiés et les « addicts » seront ravis d'apprendre que le parrain de l'événement, Didier Ludot, antiquaire de mode, propriétaire de deux boutiques dans la Galerie du Palais Royal à Paris et sommité du vintage sur le plan international, balisera un parcours « coups de cœur » au fil des stands.

**Le samedi 17 mai de 10 h à 19 h. Entrée libre.**  
**Marché de gros de Perrache, cours, Lyon 2<sup>e</sup>.**  
[www.marchemodetvintage.com](http://www.marchemodetvintage.com)



Brève

## Vintage de luxe

Inédit : la vente aux enchères de pièces vintage de couturiers et de créateurs fait l'objet, cette année, d'un événement à part entière. Elle prendra place le jeudi 10 avril à 18 heures, dans la prestigieuse salle de ventes Anaf Arts Auction (Lyon 6<sup>e</sup>) et sera dirigée par Maître Anaf. Un cadre en accord avec la qualité des pièces cédées par des particuliers, collectionneurs ou maisons de couture.

Les bénéfices seront reversés à l'association Hôpital Assistance. Les pièces en vente et leur mise à prix sont consultables sur le site à partir de la mi-mars.

[www.marchemodetvintage.com](http://www.marchemodetvintage.com)



## Coup de plume

En 2007, dix-sept textes ont été présentés, et trois primés. Cette année, le concours de nouvelles organisé en collaboration entre les associations Modalyon et Passerelles est réédité sur le Marché de la mode

vintage, ouvert aux Lyonnais d'ici et d'ailleurs. Le thème imposé est lui aussi dans la veine des sixties : « **Mai 68 et ses libertés légères** ».

Tandis que les corps se libèrent, un vent de nouveauté souffle sur la mode : jeans, chemises à fleurs, mini

et maxi jupes, Courrèges et Paco Rabanne... Voilà peut-être un fil à tirer, point de départ d'une histoire.

À vos plumes : les œuvres sont à rendre avant le 20 avril.

Brève

Brève

## C'est ouvert toute la semaine !

En guise de mise en bouche - et en jambes -, un parcours de mode vintage est organisé en ville, balisé toute la semaine précédant le marché, du 10 au 17 mai. Il réunit des boutiques, dépôts-ventes, bars à l'esprit vintage et restaurants proposant pour l'occasion un menu spécial... À pister en suivant le plan !

# NUITS SONORES LYON EST DANS LA PLACE !

Pour la sixième année, Lyon trépidera sur des rythmes électro du 7 au 11 mai prochain. La notoriété du festival Nuits sonores explose. L'interview de Vincent Carry, directeur des Nuits sonores.

## Les Nuits sonores en chiffres

- 48 800 billets vendus en 2007
- 1 000 professionnels accrédités en 2007, dont 300 journalistes
- 11 équipes de télévision, dont MTV, Canal +, BBC et même une chaîne hongroise
- 200 artistes
- 40 lieux



### Quoi de neuf pour cette nouvelle édition des Nuits sonores ?

Pour la sixième année consécutive, Lyon vit aux rythmes des musiques électroniques durant le long week-end de l'Ascension. Du 7 au 11 mai, l'électro et les cultures innovantes prennent d'assaut différents lieux de la ville pour des rendez-vous désormais traditionnels. Outre les trois Nuits sonores, les Apéros sonores, les Siestes sonores et le Village Mixmove, la manifestation donne cette année carte blanche à la ville de Berlin après celles de Marseille, Barcelone, Manchester, Paris et New York. Autre nouveauté, le Parcours associé d'art contemporain, les Warm-up et les Bars sonores sont regroupés sous une même appellation « Extra ! ». Sinon, la programmation est entièrement inédite et haut de gamme...

### Où vont se propager les rythmes des Nuits sonores ?

Comme de coutume, la plupart des lieux est renouvelée. Nous investissons cette année la patinoire Charlemagne, une usine désaffectée de 23 000 m<sup>2</sup> construite au début du XX<sup>e</sup> siècle situé dans le 9<sup>e</sup> arrondissement, la piscine du Rhône et le Transbordeur pour la soirée de clôture. En parallèle, une quarantaine de lieux différents va accueillir durant cinq jours près de deux cents artistes. Quant au traditionnel Circuit électro, il se mobilise pour la candidature de Lyon, capitale européenne 2013 en reprenant la thématique défendue « Lyon, terre de Confluence ». Toutes les étapes de cette balade se concentreront donc sur le quartier de la Confluence, comme le marché de gros et la patinoire Charlemagne.



### Lyon, ville électro ?

De plus en plus, la ville s'affirme comme une place reconnue de l'électro. Aujourd'hui, tous les festivals européens programment au moins un Lyonnais. C'est un phénomène relativement nouveau montrant l'éclosion à grande échelle de nos artistes. Parmi les quelque 200 artistes locaux répertoriés, on peut citer des anciens comme DJ Flore, Agoria et le Peuple de l'Herbe mais aussi des jeunes, notamment le collectif Play, Neil ou Spitzer qui se sont fait une place de choix. Notre situation est plutôt rassurante par rapport aux autres villes françaises. Mais nous ne devons pas nous endormir. C'est pourquoi, il est important que les Nuits sonores perdurent dans le paysage culturel lyonnais.



### Pensez-vous que les musiques électroniques ont un rôle à jouer dans le dispositif prévu autour des Industries créatives ?

Cette initiative des Industries créatives s'avère très intéressante même si elle se révèle difficile à imposer au quotidien. Avec le monde de la mode, nous avons depuis longtemps des relations fluides se traduisant notamment par la mise en musique des événements du Village des créateurs et de défilés. Le territoire possède également un pôle image important avec des pointures en jeux vidéos, en arts graphiques et en cinéma, des secteurs très demandeurs de musiques. Malheureusement, à ce jour, les passerelles entre nos deux univers ont du mal à se dessiner ; nous n'avons pour ainsi dire aucune relation avec Lyon Game, Atari ou Electronic Arts. Il reste tout à faire...

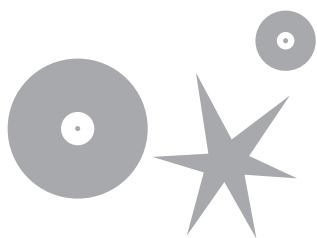


## ARTY FARTY, AGITATEUR D'ÉLECTRO

L'association Arty Farty organise depuis 1999 des expositions, des concerts et des festivals dans différents lieux de l'agglomération. Composée de huit permanents, cette structure est à l'origine des Nuits sonores, dont la première édition a vu le jour en 2003

avec un budget de 500 000 euros, et réussit à faire cohabiter des musiques émergentes, quelquefois pointues, avec des courants plus populaires. Parmi les axes essentiels de développement du festival : la recherche de lieux inédits et emblématiques du patrimoine architectural de Lyon, la mise en synergie de nombreux acteurs locaux des cultures électroniques et innovatrices,

l'ouverture de la ville aux créateurs et aux initiatives artistiques du monde entier. Même si les Nuits sonores mobilisent une grande partie de l'équipe, Arty Farty programme une vingtaine d'échos sonores (concerts) dans l'année, s'occupe du booking et du management d'artistes locaux et effectue des prestations privées.



## Sommaire Dossier

Lyon Vision Mode  
Industries CréativesQuestion à...  
Opération séduction

Karawan authentic

## Innovation

## Dossier

# QUAND LA COMMUNAUTÉ SE FAIT LABORATOIRE D'IDÉES

Mixer les idées et conjuguer les compétences des créateurs les plus talentueux du territoire : au-delà de la beauté de l'image, l'enjeu est décisif. Il s'agit de préparer le berceau des innovations de demain et d'offrir à tous les acteurs une valeur ajoutée en termes de visibilité et d'inventivité. Il était une fois Lyon Vision Mode, puis les Industries Créatives. **Une effervescence génératrice de valeur !**

Marque de fabrique pour la mode lyonnaise lancée en septembre 2003, Lyon Vision Mode voit bien au-delà de l'estampille. Véritable stratégie économique, elle réunit sous une même bannière les acteurs des filières textile, habillement, bijouterie, design, cosmétologie, ameublement, cuir et métiers d'art dans toute leur diversité : créateurs et industriels mais aussi établissements de formation ou de recherche, centres techniques, syndicats professionnels, institutionnels.

L'ambition est de promouvoir Lyon comme « ville de l'intelligence de la mode » via des opérations d'animation, de soutien à la création, d'innovation et de rayonnement. Tout en encourageant les passerelles.

Parmi les actions-phares de Lyon Vision Mode figure le soutien au développement de lieux de ressources pour la création - comme le Village des Créateurs - et d'événements valorisant les savoir-faire locaux, les Griffes Lyonnaises en tête. Une politique de recherche et d'innovation est également soutenue en lien avec les entreprises, les pôles de compétitivité et les filières de formation. La communication, enfin, s'organise autour du label Lyon Vision Mode, des ambassadeurs de la création et des métiers d'art lyonnais (Comité Bellecour) et des rendez-vous incontournables que sont les salons Print'or (horlogerie-bijouterie), le Marché de la mode vintage ou encore le Marché des Soies.

Mais la vision de la création sur le territoire ne saurait s'entendre au sens strict. C'est ainsi qu'en 2007 émerge une nouvelle dynamique, plus large : les Industries Créatives, une stratégie inédite de développement économique basée sur l'innovation par la créativité et le décloisonnement. Les entreprises de secteurs différents travaillent ensemble pour imaginer de nouveaux produits et développer de nouveaux marchés.

Le champ des entreprises concernées, liant les sphères de l'innovation et de la culture - le jeu vidéo, la musique, l'ameublement ou le cinéma aussi bien que le textile ou l'habillement - est estimé, en Rhône-Alpes, à 8 000 structures et 70 000 emplois. L'enjeu : s'inscrire au cœur du dispositif comme facilitateur, animateur des échanges et des rencontres, et offrir un soutien logistique en matière de marketing, d'assistance juridique ou d'ingénierie de la collaboration. Mais aussi, mettre au services des projets l'ensemble des outils développés par ailleurs, comme le dispositif Lyon, Ville de l'Entreprenariat. Ainsi, les différentes démarches se complètent.

[www.lyon-vision-mode.fr](http://www.lyon-vision-mode.fr)

Communiquer



Idées



# EN AVANT LES INDUSTRIES CRÉATIVES

Insoupçonné ou méconnu, le potentiel de l'imaginaire et de l'intervention artistique dans le développement industriel se révèle avec les Industries Créatives : une démarche qui remue les talents !

**Prenez des créatifs d'entreprises variées, aux horizons différents mais aux problématiques similaires, mettez-les autour d'une même table et secouez... Il en sortira forcément une valeur ajoutée. Voilà la recette des Industries Créatives initiées autour d'un maître mot : transversalité !**

Bien souvent, les entreprises approchées pour adhérer au programme ont elles-mêmes déjà perçu ce besoin de déclouonnement : aujourd'hui, l'innovation n'est plus strictement technologique ; il faut innover par la créativité en croisant les approches, les idées, les expériences. Elles planchent donc, ensemble, sur les univers de consommation qu'elles ont en commun. Et, faisant émerger des besoins insoupçonnés, envisagent de nouveaux usages et imaginent des produits inédits.

Réunissant des créatifs aux profils variés mais animés par la même recherche ininterrompue de nouveautés et la même curiosité, les Industries Créatives provoquent donc des rencontres parfois improbables mais très fructueuses.

Sources de valeur, elles offrent également aux entreprises des opportunités concrètes de contacts, en même temps qu'elles leur permettent d'alimenter leur propre démarche d'innovation en initiant une réflexion prospective sur leur offre, en acquérant de nouvelles techniques ou en nouant des relations avec des partenaires.

Emboitant le pas aux quatre premiers initiés en 2007, d'autres groupes projets doivent voir le jour autour de nouvelles thématiques transversales, telles que le marché des seniors ou les loisirs. La communauté des Industries Créatives est également appelée à se développer, à s'ouvrir aux écoles, laboratoires de recherche, centres techniques ou au monde de l'art. Bref, à engendrer de nouvelles fertilisations.

Pour plus d'informations sur les Industries Créatives, contacter Anne-Laure Vuillermoz - GrandLyon - 04 78 63 40 43 [alvuillermoz@grandlyon.org](mailto:alvuillermoz@grandlyon.org)

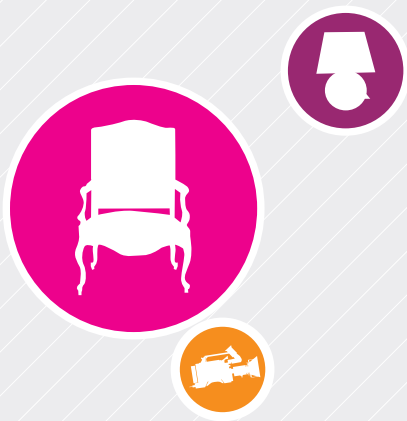


## Dans l'air du temps

Relevant d'une démarche totalement inédite en France, cette approche pluridisciplinaire est expérimentée dans d'autres grandes métropoles internationales. Londres avec Creative London, Philadelphie avec Innovation Philadelphia mais aussi Birmingham ou Barcelone ont également initié des démarches Industries Créatives. Chaque ville jouant la carte de l'émulation la met en oeuvre à sa façon, en tenant compte de ses bassins d'emploi et ses caractéristiques.

La démarche lyonnaise se différencie cependant en englobant les savoir-faire industriels traditionnels : conjonction de la puissance des entreprises les mieux implantées et de la dynamique des nouvelles filières culturelles. L'objectif est donc multiforme : d'une part, renforcer la compétitivité des entreprises traditionnelles en les aidant à innover et d'autre part, soutenir les structures émergentes en les incitant à se professionnaliser et à se développer.

Et ainsi valoriser l'image de la métropole lyonnaise, brillante pour attirer les talents, douée pour stimuler et faire grandir les initiatives créatrices. L'enjeu est évidemment la différenciation dans un contexte de forte concurrence des villes et territoires économiques.



## Boîte à outils

Lancée depuis le début de l'année 2007 - et encore en rodage - la mécanique des Industries Créatives s'est mise en place autour de différents outils.

Au cœur du dispositif, les groupes projets réunissent des industriels de secteurs d'activité différents pour des ateliers d'échange consacrés à des thématiques communes, en fait des champs de consommation : « entre maison et jardin », « sensorialité et peau », « modes culinaires » et « foyers communicants ». Les groupes projets sont orientés vers la création de nouveaux produits ou de nouvelles offres sur ces créneaux identifiés comme des tendances de marché. Temps forts pour développer et animer la communauté mais aussi rendre palpable cette approche nouvelle de la créativité et de l'innovation, les « Creative Time » offrent un rendez-vous trimestriel dans un lieu nouveau, surprenant ou artistique, choisi pour sa cohérence avec la démarche.

Généralement construits autour d'une thématique surprenante pour sensibiliser, interpellier et intéresser les entreprises, ces moments décalés, interactifs et ludiques, sortes de « workshops » à la mode lyonnaise, permettent d'engendrer une démarche prospective, de sortir du quotidien et de travailler à partir d'exemples et d'applications pratiques. L'intervention d'un grand témoin, expert de l'innovation ou personnalité créative, des témoignages d'entreprise, un atelier créatif en groupe, suivi d'un moment de networking dans une atmosphère détendue, constituent la colonne vertébrale de ces véritables séances de remue-méninges, bénéfiques pour l'émulation des participants, les rencontres et l'inspiration.

Enfin, rendez-vous intermédiaire, la newsletter bimestrielle lancée ce début d'année permettra de conserver un lien continu entre les membres tout au long de l'année.

Création

Invention

### QUESTION À EVELYNE LAURENT, JEUNE DESIGNER CHEZ BOUILLARD SAS

**Que retirez-vous de votre participation au groupe projet « Entre maison et jardin » ?**

« Unique designer au sein de mon entreprise, une société de plasturgie fabriquant des contenants et accessoires pour le jardin, j'étais très demandeuse d'échanges. Je souhaitais sortir du cercle, rencontrer d'autres créatifs pour discuter, voir s'ils se posaient les mêmes questions que moi... Exactement la démarche à l'œuvre au sein du groupe. Avec les représentants des sociétés Fermob, Hermès Textiles et Coleman, nous avons travaillé autour de la thématique intérieur-extérieur et des nouveaux usages générés par cette transition. Nous nous sommes retrouvés autour de l'idée d'un concept d'espace nomade pour organiser des réunions. Maintenant que nous avons un concept qui nous intéresse tous, il nous reste à savoir ce que l'on en fait... »

Le groupe a évolué depuis le début de la réflexion : deux membres l'ont quitté, un autre va l'intégrer. Je trouve intéressant que rien ne soit figé. De nouveaux échanges, de nouvelles rencontres, se font au fur et à mesure. L'enjeu est de dépasser la démarche créative menée par chacun dans son travail quotidien en adoptant une vision à la fois globale, prospective et décalée. Nous avons aussi décidé d'organiser les réunions dans nos entreprises respectives, ce qui nous permet de découvrir à chaque fois un savoir-faire et une philosophie. »

## Opération Séduction

Le dernier Creative Time s'est tenu le 14 janvier à Lyon : un rendez-vous qui revendique sa différence...

L'innovation se définit-elle par des fonctionnalités mesurables ou par des éléments culturels plus subjectifs ? Dans la mode, l'intelligence vestimentaire permet-elle de conjuguer innovation et séduction ? Tels ont été les thèmes décortiqués lors du Creative Time du 14 janvier, intitulé « Innover pour séduire ».

Au « Quai des Arts », bar-resto des Substances, sur les quais de Saône (Lyon 1<sup>er</sup>), ce rendez-vous, moment-clé de sensibilisation et d'animation pour les Industries Créatives, a réuni les acteurs des secteurs de la mode, du textile et de l'habillement mais aussi des cosmétiques et loisirs numériques.

Tellement singulière et complémentaire, l'approche de Jean-Paul Longavesne, coordinateur du département Vêtements de l'École nationale supérieure des arts décoratifs, à la fois ingénieur et artiste

plasticien, a permis de traiter les aspects scientifiques aussi bien qu'artistiques de cette thématique.

La jeune entreprise lyonnaise Karawan Authentic, à la jonction des savoir-faire artisanaux des Routes de la Soie et des nouvelles tendances des marchés du bain et de la décoration, a ensuite pris le micro pour insuffler son dynamisme en partageant son expérience et sa vision des Industries Créatives. La rencontre s'est achevée sur un temps récréatif : un « creative dating » - soit un speed dating appliqué aux Industries Créatives - engendrant des associations improbables, entre des entreprises de secteurs différents ou également entre un styliste et un ingénieur.

témoignages

## Karawan authentic, un monde de métissages

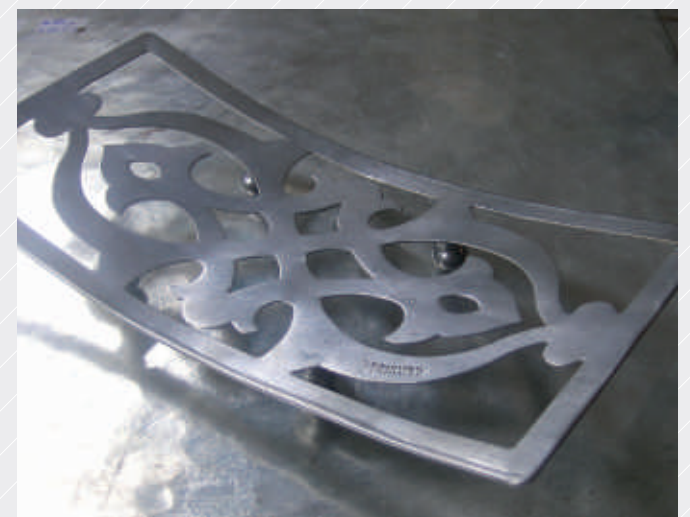
La jeune société lyonnaise Karawan authentic allie patrimoine et innovation en réinterprétant des produits inspirés des savoir-faire artisanaux des pays des Routes de la Soie.

Depuis les origines, brassages et partenariats participent de l'esprit de Karawan authentic, créée en août 2004 par Christine Delpal et Marc Carbonare. Par exemple, ils ont travaillé avec un « nez » de Grasse pour décliner une gamme de six senteurs dans une collection évoquant les étapes d'un voyage en Orient sur une base de savon d'Alep. « Le trousseau du hammam », une gamme textile associant du pneu et un tissu traditionnel, le sayé, procède du même état d'esprit. Christine Delpal confirme : « nous aimons métisser les compétences pour tisser quelque chose à l'articulation entre les deux, innover et inventer d'autres manières de produire ».

Tout en poursuivant un véritable travail de création pour adapter les produits artisanaux du bout du monde aux exigences esthétiques du marché occidental, Karawan se distingue à l'autre bout de la chaîne par la mise en place de filières de production équitables.

Les collaborations avec des artisans locaux, des coopératives de production ou des étudiants en design sont intrinsèquement liées à la culture d'entreprise. C'est à la faveur d'un projet mené avec les étudiants du pôle Arts appliqués de la Martinière-Terreaux pour développer de nouveaux produits autour de l'art du bain que Christine Delpal se rapproche du dispositif Industries Créatives.

Ne dissimulant pas son enthousiasme, elle formule au moins deux attentes : « travailler sur des thématiques transversales, des champs de modes de vie ou des tendances de consommation et mutualiser avec d'autres entreprises autour de projets communs. Je ne sais pas qui l'on va rencontrer ni sur quoi cela peut déboucher, mais nous sommes ouverts à toutes les collaborations permettant de concrétiser et de réaliser du nouveau ! ».



INDUSTRIES CRÉATIVES croisons les idées de ceux qui n'auraient jamais dû se croiser

Pour plus d'informations sur les Industries Créatives, contacter Anne-Laure Vuillermoz - GrandLyon - 04 78 63 40 43 - alvuillermoz@grandlyon.org

# LA BIENNALE ÉCRIT L'HISTOIRE DU TEMPS PRÉSENT...



Conçue comme un livre d'histoire, la neuvième édition de la **Biennale d'art contemporain** a connu un succès public - notamment auprès des jeunes - et a suscité un large débat.

La neuvième édition de la Biennale d'art contemporain a refermé ses portes le 6 janvier dernier après quatre mois passés à écrire l'histoire d'une décennie qui n'est pas encore nommée. Plus de 145 000 visiteurs, dont la moitié âgée de moins de 26 ans, se sont prêtés à ce jeu initié par les commissaires Stéphanie Moisdon et Hans Ulrich Obrist consistant à présenter la sélection d'œuvres de 60 curateurs ; une archéologie du présent exposée à la Sucrière, à l'Institut d'art contemporain de Villeurbanne, au musée d'Art contemporain de Lyon et à la Fondation Bullukian, place Bellecour.

Au fil des ans, la Bac Lyonnaise s'est frayée une place de choix dans l'univers embouteillé des biennales d'art et a su susciter les curiosités : 1 215 journalistes cette année, dont 337 internationaux, une délégation en augmentation par rapport à 2005, en provenance notamment d'Afrique du sud, de Chine, d'Inde, du Japon et de Russie.

Côté festivités, la ville a rayonné, du 19 septembre au 6 janvier, des manifestations associées au parcours « Résonance » : 120 au total organisées dans 91 lieux différents. Sans compter la première édition

de Veduta, qui a duré 30 heures sur la place des Terreaux. Cette exposition a permis de développer un réseau de 80 partenariats régionaux de la culture, de l'édition, de l'enseignement supérieur, des entreprises et du monde politique, dont on devrait connaître prochainement le programme d'actions en commun.



## La Biennale en chiffres

- **145 790 visiteurs** : la deuxième fréquentation de l'histoire de la Biennale
- **52 % du public** est âgé de moins de 26 ans
- **1 215 journalistes**, dont 337 journalistes étrangers : une augmentation de 6 % par rapport à 2005
- **20 délégations** étrangères accueillies.

**Stéphanie Moisdon,**  
commissaire de la 9<sup>e</sup> Biennale d'art contemporain de Lyon



## Que reprenez-vous de cette Biennale 2007 ?

« Dans l'élaboration d'un tel événement, il y a plusieurs phases : celui où l'on y pense simplement, celui où les éléments du projet commencent à se dessiner puis celui, plus concret, où l'on suit l'élaboration de chaque oeuvre exposée. Pour nous, compte tenu de la nature du projet mis en place et du collectif très large impliqué, cela sous-entendait une relation quotidienne avec quelque 150 personnes ! Au final, l'installation est le moment le plus intéressant, le plus palpitant, celui où les projets élaborés sur le papier se concrétisent avec tout ce que cela implique de doutes et de questionnement ; un moment où tout bouge, se met

à vivre. Mais les choses ne s'arrêtent pas là : la Biennale est un organisme vivant, qui continue d'évoluer tout au long des quatre mois d'ouverture.

Cette édition aura été un laboratoire incroyable : nous en tirons de la matière pour écrire, penser et réfléchir pendant les dix prochaines années. Elle est extrêmement précieuse pour les professionnels par son caractère prospectif. Je sais aussi, qu'internationalement, elle a été très bien reçue par les professionnels et les artistes. »



# DESIGN RENDEZ-VOUS AUTOMNAL

Du 15 au 30 novembre prochain, la **Biennale Internationale Design 2008** investira la Cité du design à Saint-Étienne. Une édition des dix ans plus foisonnante que jamais !

Rendez-vous est pris : la Biennale Internationale Design 2008 de Saint-Étienne, qui fête ses dix années d'existence, se déroulera du samedi 15 au dimanche 30 novembre prochain. Moment de travail, d'inventivité et de rencontres organisé pour la seconde fois par l'équipe de la Cité du design et rendant compte de l'activité du pôle de prospective et d'innovation sur le territoire stéphanois et à l'étranger, elle donnera à voir des projets de recherche et des réalisations faisant intervenir designers, chercheurs, étudiants, acteurs économiques ou encore institutions culturelles.

Comme commissaire de l'exposition centrale, elle invite un acteur incontournable de la scène internationale du design : le philosophe et journaliste John Thackara. Celui-ci propose d'orienter l'édition 2008 autour des recherches consacrées aux nécessités d'un monde durable à l'échelle de la ville et des quartiers. D'ailleurs, l'événement se fixe à lui-même l'impératif de réduire au maximum son impact sur l'environnement ! Adossées à l'exposition centrale, six thématiques majeures organisent la Biennale 2008, parmi lesquelles « Le design comme outil d'innovation », « L'image comme objet, esthétique et structure » ou encore « Urbain/rural ».

Plus de 500 créateurs régionaux, nationaux et internationaux sont attendus sur 15 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition à la Cité du design, ancienne manufacture d'armes de Saint-Étienne.

[www.citedudesign.com](http://www.citedudesign.com)



Portrait

## Roxane Andrès, l'art qui fait du bien...

Depuis que Roxane Andrès a créé son activité sur un fil entre art, design et médecine, une foule d'idées incroyables est déjà sortie de l'imagination de cette jeune Lyonnaise de 27 ans, formée à l'école d'arts appliqués de la Martinière et en master Design à l'université de Saint-Étienne. Elle utilise les techniques traditionnelles du textile - impression, sérigraphie au cadre lyonnais, broderie, teinture et couture - pour créer des objets pas conventionnels : tous ludiques, attachants et... aux vertus thérapeutiques. Des objets-liens, servant de support au dialogue avec les enfants touchés dans leur corps par la maladie.

Depuis les débuts de sa démarche avec le Pôle des technologies médicales de Saint-Étienne, plusieurs projets ont vu le jour au sein de la thématique « Panser autrement ». Ainsi, autour de ce qu'elle appelle la « Fabrique de cœurs », de vieilles peluches sont disséquées pour recréer des cœurs tout neufs et sans cesse plus nombreux ! Pour son exposition à la Mapra (Lyon 1<sup>er</sup>) du 17 avril au 3 mai, Roxane espère présenter une centaine de spécimens.

Elle participe aussi aux salons Maison & objet et Who's Next 2008. Il faut dire que la Biennale Internationale Design 2006, où elle a exposé au sein du parcours « Design et santé pour tous », a été un véritable déclencheur de rencontres : avec la Cité de l'architecture et du patrimoine à Paris ou avec le Généthon, par exemple.

[www.panserautrement.com](http://www.panserautrement.com)



## Événement

# GRIFFES LYONNAISES

## Toutes les couleurs du talent

Le voile s'est levé, le 11 décembre dernier, sur la nouvelle cuvée de la Griffes Lyonnaise, présidée cette année par le séillant Xavier Clergerie, créateur des salons parisiens Who's Next et Première Classe. Un cru haut en couleurs et en talents.

### Griffe Mode et accessoires

#### Estelle Bollengier

A mi-chemin entre les mondes de la maroquinerie et du design, elle révolutionne avec brio le porté du sac à main avec son b.bag dans lequel on glisse le bras jusqu'à l'épaule ou que l'on porte au poignet.

### Griffe Design et décoration

#### Philippe Batifoulier

Ce décorateur-scénographe, spécialiste de la mise en scène de lieux privés et publics, a introduit la chromothérapie dans ces chantiers spa. Ses espaces aquatiques s'habillent ainsi de jeux de lumières intimistes ou dynamisants.

### Griffe Métiers d'art

#### Yannick Alexandre

Joaillier de formation et sculpteur, il crée sous la marque Lafougère des couteaux et accessoires prestigieux inspirés de la chasse, de la pêche ou de la nature.

### Griffe Gastronomie

#### Jean-Christophe Ansanay-Alex

Le chef « deux macarons » de l'envoûtante Auberge de l'Île Barbe tire son épingle du jeu de la gastronomie lyonnaise avec audace et légèreté. Sa cuisine est à la fois juste, originale et élégante.

### Griffe Communication visuelle et graphisme

#### Roxane Andrès

Pour « Panser autrement », elle lie design et médecine. Ses « bandes originales » jouent sur le principe du placebo visuel pour soigner les petits bobos et ses « Amis doux et étrangers pour aller mieux » nous veulent du bien. Magique !

### Griffe Multimédia

#### Arkane Studios

Cette belle société de développement de jeux vidéos en ligne ou sur consoles travaille actuellement à un projet d'intelligence artificielle.

### Griffe Jeunes talents

#### Nathalie Dupuy

Elle signe avec audace de belles campagnes de communication : Club Med, Ford ou encore le film Kirikou et les bêtes sauvages.

### Griffe du Public

#### Alexandrine Hertzog

L'âme de Sélène et Gaïa, attachante marque de linge de maison aux imprimés fantaisistes et colorés.

### Griffe d'Or

#### Bertrand Barré

Il dirige l'agence de design Barré et associés, qui emploie 40 personnes à Lyon et est à l'origine de plus de 5 000 produits à travers le monde.

### Griffe d'Honneur de la Ville de Lyon

#### Jacotte Brazier

Pour pérenniser la mémoire de sa grand-mère, elle a fondé l'association Les Amis d'Eugénie Brazier, dédiée à la sauvegarde et à la transmission du patrimoine culinaire.

## Un drôle de zèbre !

**Bertrand Barré, président fondateur de l'agence Barré & associés, s'est vu remettre la Griffes d'Or 2007 pour son parcours et sa notoriété internationale. Fiche signalétique.**

**Histoire :** en 1987, après une carrière de sportif de haut niveau, Bertrand Barré fonde avec Francis Lepage l'agence de design produit Barré et associés.

**Métier :** créer des produits, des marques et des identités dans les univers les plus divers, comme l'équipement de la maison, de la personne, le luxe, l'agroalimentaire, les services ou encore le sport ou les loisirs.

**Signe distinctif :** son potentiel d'innovation. L'agence se fonde sur la perpétuelle remise en cause des codes établis et la proposition d'angles nouveaux pour créer des usages, des rapports inédits avec l'objet considéré. Une posture baptisée « la vision oblique ».

**Références :** vingt ans après sa création, Barré & Associés réalise 70 % de son activité à l'international et recense plus de 1 000 clients, dont les plus grandes marques, comme Perrier, Babolat, Moulin de Valdonne, Amora ou Yoplait.

**Logo :** un zèbre à code barres, soignant son image d'agitateur, affirmant son caractère atypique et sa propension à se faire remarquer dans le paysage.

### Focus en Or



[www.barre-design.com](http://www.barre-design.com)

### LA GRIFFE LYONNAISE

### Focus public

## Sélène et Gaïa : le it-poncho

C'est l'objet qu'il nous faut ! Sans renier l'univers de la chambre à coucher, la marque Sélène et Gaïa, Griffes du Public 2007, explore en ce moment d'autres horizons pour décliner son style sur de nouveaux supports. Dernière invention en date : le poncho-plaid « prêt à vélo », en fait un carré réversible et multifonction. Les jours de pluie, on l'enfile pour défier les gouttes à vélo ; et quand il fait soleil, on l'étale par terre pour pique-niquer ! Rouge côté pile, vert côté face, son look très graphique, créé sur mesure à partir de vues de Lyon retravaillées et associées aux mots « liberté », « découverte » et « partage » fait fureur dans la grisaille urbaine. Un objet malin et beau édité à 1 000 exemplaires.

[www.selene-et-gaia.com](http://www.selene-et-gaia.com)



**Lyon Vision Mode**  
Chef de Projet LVM :  
Candice Arlen - T. 04 78 63 49 97  
carlen@grandlyon.org  
[www.lyon-vision-mode.fr](http://www.lyon-vision-mode.fr)

LVM - Lettre N°8  
• Directrice de la publication :  
Nadine Gelas  
• Directrice de la rédaction :  
Nancy Furer - NF2 Presse  
**Rédaction :** Valérie Terrier,  
Vincent Feuillet et Catherine  
Allègre - NF2 Presse

**GRANDLYON**  
[www.grandlyon.com](http://www.grandlyon.com)

**Crédits Photo :**  
Salon Prim'Or : DR.  
Yannick Alexandre : DR.  
Otelina : DR.  
Histoires d'art : DR.  
Barthélemy Amengual : Photo David  
Compagnon.

Romain Herzo : DR.  
Marché de la mode vintage : DR.  
Vincent Carry : Siegfried Marque.  
Nuits sonores : DR.  
Karawan Authentic : Christine Delpal.  
Stéphanie Moisdon : Biennale d'art  
contemporain de Lyon 2007.

Biennale Design : Biennale Internationale  
Design 2006 Saint-Étienne.  
Roxane Andrès : Roxane Andrès.  
Sélène et Gaïa : DR.