



# LOST IN PARIS

DESIGN &  
TOURISME  
EN ÎLE-  
DE-FRANCE

10  
SEPT.  
2013

11  
JANV.  
2014

EXPOSITION  
AU LIEU  
DU DESIGN  
ENTRÉE LIBRE

[WWW.LELIEUDUDESIGN.COM](http://WWW.LELIEUDUDESIGN.COM)

DOSSIER DE PRESSE



# EXPOSITION

Commissaires et scénographes

**MAURIZIO GALANTE & TAL LANCMAN**

## **PRESSE**

lundi 9 septembre de 12h30 à 14h30

## **VERNISSAGE**

lundi 9 septembre de 18h30 à 22h

---

**LOST  
IN PARIS**

DESIGN &  
TOURISME  
EN ÎLE-  
DE-FRANCE

**10  
SEPT.**  
2013

**11  
JANV.**  
2014

EXPOSITION  
AU LIEU  
DU DESIGN  
ENTRÉE LIBRE

---

/ **4** Communiqué de presse / **7** Design et renouvellement de l'offre touristique en Île-de-France par Laurent Dutheil et Jean-Pierre Blat / **8** Quand l'émotion guide nos pas par Lyne Cohen-Solal et Jean-Bernard Bros / **9** Parisien, touriste éternel, par Maurizio Galante et Tal Lancman / **10** Réalisations / **22** No price - ce qui n'a pas de prix / **25** Maurizio Galante et Tal Lancman, commissaires et scénographes / **26** Nos partenaires / **28** Informations pratiques et contacts

---

## LOST IN PARIS

### COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

Le Lieu du Design, en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France et avec le soutien de la Mairie de Paris, présente un événement consacré au design et au tourisme à Paris et en Ile-de-France: *Lost in Paris*. Maurizio Galante et Tal Lancman, créateurs aux multiples visages et parisiens d'adoption ont répondu avec enthousiasme à ce défi. À travers un concept original, ils offrent une vision personnelle d'un Paris instantané et inattendu. Cette exposition sera l'un des événements phares de la *Paris Design Week* (9-15 septembre 2013).

La Région Ile-de-France est la première destination touristique mondiale. Le rôle de ce secteur est prépondérant pour son économie. Les acteurs du tourisme se mobilisent pour renouveler leur offre et se différencier dans un contexte de concurrence mondiale exacerbée. Chaque séjour doit être pour le visiteur une expérience unique, une nouvelle « première fois ».

C'est précisément le parti-pris de Maurizio Galante et Tal Lancman. Ils proposent pour cette exposition de « dessiner des expériences » et de faire vivre aux publics des instants hors du commun qui seront autant de souvenirs gravés dans leur mémoire. Conçue aussi bien pour les franciliens que pour les touristes français et étrangers, cette exposition invite à poser un regard neuf sur Paris et sa Région et réveiller le touriste en chacun de nous. Empreints d'humour et menés avec générosité et finesse, les projets conçus par les deux designers invitent à la détente, à la contemplation, à la découverte, au rire, à l'émotion...

Certains projets déployés sur le territoire francilien, révéleront des lieux réinventés grâce à de nouvelles pratiques touristiques hors des circuits habituels, tels que *Take your time*, – des couples de chaises inséparables conçus par les designers pour *Lost in Paris*, disposés sur différents sites de Paris et des environs, qui invitent à la contemplation de paysages insolites –, *Moment souvenir* –, des timbres-portrait avec en toile de fond les monuments de Paris, photographiés in situ et délivrés aux touristes par La Poste (Mon Timbramoï) – ou encore *Couleur de Paris* – lancée officiellement pendant l'exposition, cette nouvelle teinte qui caractérise la pierre parisienne, figurera sur le catalogue de Pantone.

Tous les projets feront la démonstration de la capacité du design à générer de l'émotion et à ré-enchanter le quotidien. La démarche et le travail de Maurizio Galante et Tal Lancman illustrent comment les designers, par leur approche transversale, leur créativité et leur attention à l'usage, ont un rôle majeur à jouer dans l'élaboration de l'offre touristique et dans le renforcement de l'attractivité et du rayonnement de Paris et de la Région Ile-de-France.

---



---

## DESIGN ET RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE

PAR LAURENT DUTHEIL  
& JEAN-PIERRE BLAT

---

### LAURENT DUTHEIL

DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DU LIEU DU DESIGN

### JEAN-PIERRE BLAT

DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DU COMITÉ RÉGIONAL  
DU TOURISME PARIS  
ÎLE-DE-FRANCE

L'attractivité d'une destination ne peut plus seulement se fonder sur des héritages patrimoniaux, aussi prestigieux soient-ils. Elle s'appuie désormais, et chaque année davantage, sur notre capacité créative et l'envie donnée aux touristes de visiter, découvrir et redécouvrir notre territoire.

C'est dans cette perspective que le Lieu du design et le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France ont décidé, avec la Région Ile-de-France et son président Jean-Paul Huchon, et avec le soutien de la Ville de Paris, d'unir leurs efforts pour mobiliser les acteurs et partenaires de l'industrie touristique en Ile-de-France et de les encourager à se différencier dans un contexte de concurrence mondiale exacerbée.

Objectif? Que chaque séjour soit pour le visiteur une expérience unique, une nouvelle « première fois ». Car ce sont avant tout des motivations d'ordre émotionnel et affectif qui l'incitent à visiter Paris Ile-de-France ou qui président au choix d'y revenir.

Aujourd'hui, le maître-mot, c'est la différenciation. Et le design en est l'un des atouts maître. Partout, les designers sont mis à contribution pour vitaliser l'économie touristique régionale et les potentialités de développement du secteur. Tourisme et design ont désormais partie liée.



## QUAND L'ÉMOTION GUIDE NOS PAS

PAR LYNE COHEN-SOLAL  
& JEAN-BERNARD BROS

### LYNE COHEN-SOLAL

ADJOINTE AU MAIRE  
DE PARIS EN CHARGE  
DU COMMERCE,  
DE L'ARTISANAT,  
DES MÉTIERS D'ART  
ET DES PROFESSIONS  
LIBÉRALES

### JEAN-BERNARD BROS

ADJOINT AU MAIRE  
DE PARIS EN CHARGE  
DU TOURISME  
ET DES NOUVEAUX  
MÉDIAS LOCAUX

Chaque année, la capitale reçoit trente millions de visiteurs qui repartent avec des souvenirs plein la tête, plein les yeux, plein le cœur... Ils sont les meilleurs ambassadeurs de l'ambiance parisienne pleine de charme et de style.

Pour rester la première destination mondiale, l'offre touristique doit s'enrichir, se renouveler et se diversifier constamment. Tous les acteurs, dont la Ville de Paris, participent aux processus créatifs de propositions nouvelles, attrayantes et qualitatives. Le design, si vivace dans notre ville, constitue une valeur intéressante pour ceux qui découvrent Paris pour la première fois mais aussi pour les éternels touristes que restent les Parisiens...

Aussi, quand le Lieu du Design a décidé d'organiser l'exposition « Lost In Paris, design et tourisme en Ile-de-France », la Ville de Paris s'est immédiatement associée à cet événement.

L'originalité du projet, réalisé par deux designers reconnus, réside dans leur volonté de créer des installations inédites, des émotions nouvelles à destination de tous les curieux. Les balades, les visites de monuments ou de lieux insolites prennent ainsi une dimension inédite. Des souvenirs originaux en perspective, des émotions rares garanties, des sourires et de la poésie pour les visiteurs mais aussi pour les Parisiens qui redécouvriront leur ville autrement.



## « PARISIEN, TOURISTE ÉTERNEL »

PAR MAURIZIO GALANTE  
& TAL LANCMAN

### TAL LANCMAN & MAURIZIO GALANTE

COMMISSAIRES ET SCÉNOGRAPHES

Lorsque nous avons été invités par le Lieu du Design à travailler sur le concept de l'exposition Design & Tourisme à Paris et en Région Ile-de-France, nous avons choisi de montrer la ville de Paris telle que nous la voyons, la ressentons, à travers le filtre d'un regard sans cesse émerveillé de deux Parisiens de cœur.

Bien que nous appartenions désormais à cette ville, nous ne cesserons jamais d'avoir ce regard amoureux et rêveur de celui qui a d'abord rêvé Paris avant d'y habiter. Rester un touriste éternel c'est garder la fraîcheur qui existe dans la découverte, laisser subsister l'innocence bien après la connaissance d'un lieu, que l'on soit touriste ou parisien, de passage ou résident.

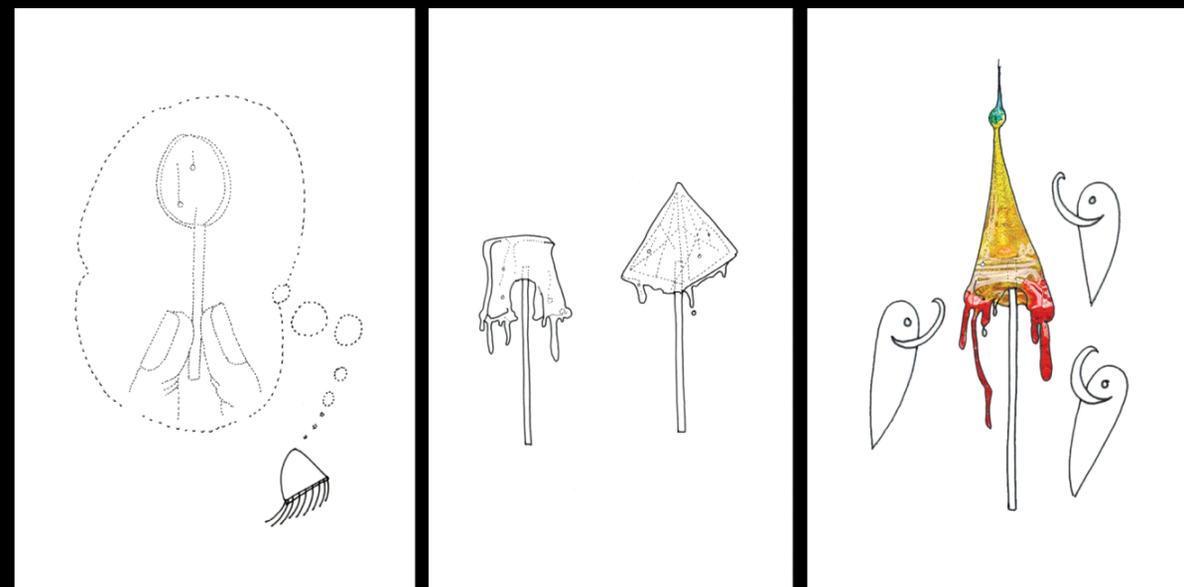
N'ayant ni la nostalgie d'un Paris passé, ni l'intention de nous projeter dans le futur, nous aimerions mettre en avant par ce projet la notion de l'instant « t », renforcer la valeur d'un moment vécu au présent, afin d'apporter une vision actuelle et poétique de Paris et sa région.

Dans ce projet aux multiples facettes, des vues et des voix raisonnent de l'intérieur qui donnent un sentiment intime et authentique tandis que des acteurs venant de loin apportent une réflexion d'un Paris instantané et inattendu. Ce que nous aimons dans ce défi, c'est observer et écouter Paris et sa région à travers autant de perspectives différentes.

Les voyages réels et imaginaires de LOST IN PARIS rendent Paris et sa région accessibles au-delà de ses frontières et incitent à la découverte de ce que l'on ne soupçonnait pas dans son propre quartier. Nous voulons que LOST IN PARIS soit un appel à la créativité, que cette exposition fasse naître des émotions, des surprises et des découvertes, et qu'enfin, elle offre des expériences singulières que l'on emporte avec soi.

## RÉALISATIONS

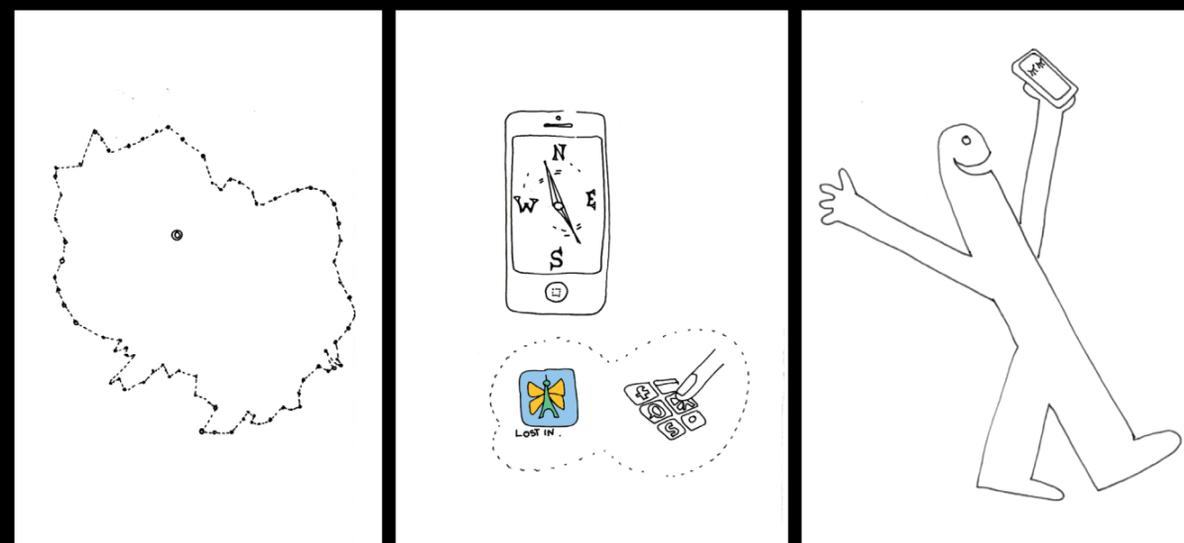
Les projets présentés dans l'exposition et sur le territoire francilien ont été conçus par Maurizio Galante et Tal Lancman, en collaboration avec Le Lieu du Design, le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France, la Mairie de Paris, ainsi que les partenaires associés aux différents projets.



### LOLLI-POPS

MASSIMO GAMMACURTA

La sucette acidulée en forme de Tour Eiffel qui figure sur l'affiche de *Lost in Paris* nous met l'eau à la bouche! Six autres symboles architecturaux franciliens ont été fabriqués spécialement pour l'exposition par l'artiste new yorkais Massimo Gammacurta. Des gourmandises uniques, d'irrésistibles emblèmes, d'alléchantes images!

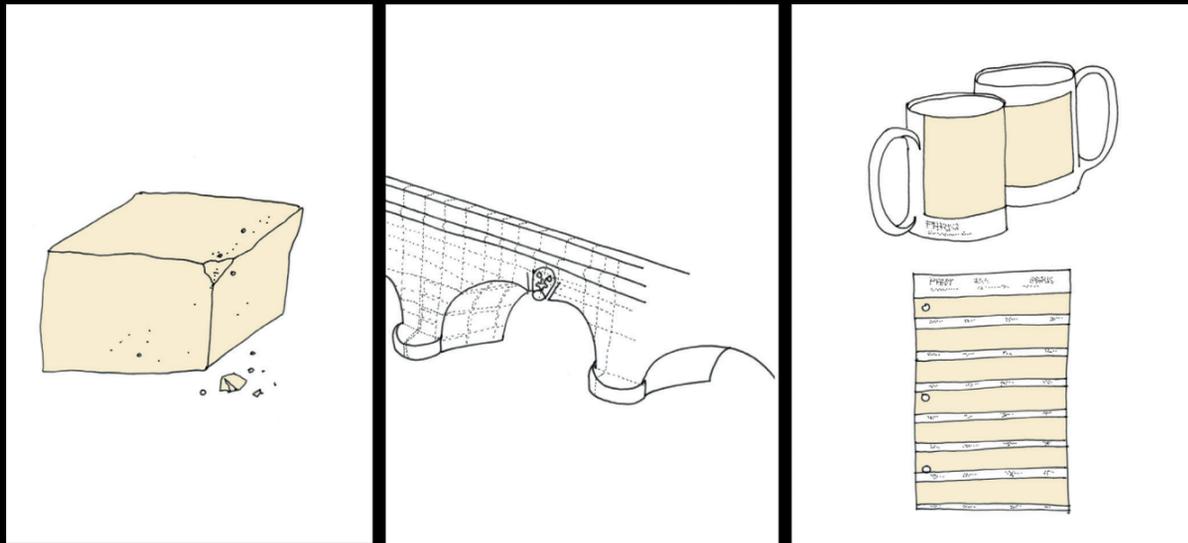


### LOST IN...

MAURIZIO GALANTE  
& TAL LANCMAN  
POUR FABERNOVEL

On ne peut vraiment connaître une ville sans s'y perdre. Comme on s'amuse à poser son doigt sur un planisphère au hasard, cette application va vous guider vers une destination inconnue. Elle permettra de partir à l'aventure au coin de sa rue et, chemin faisant, de découvrir des territoires inexplorés.

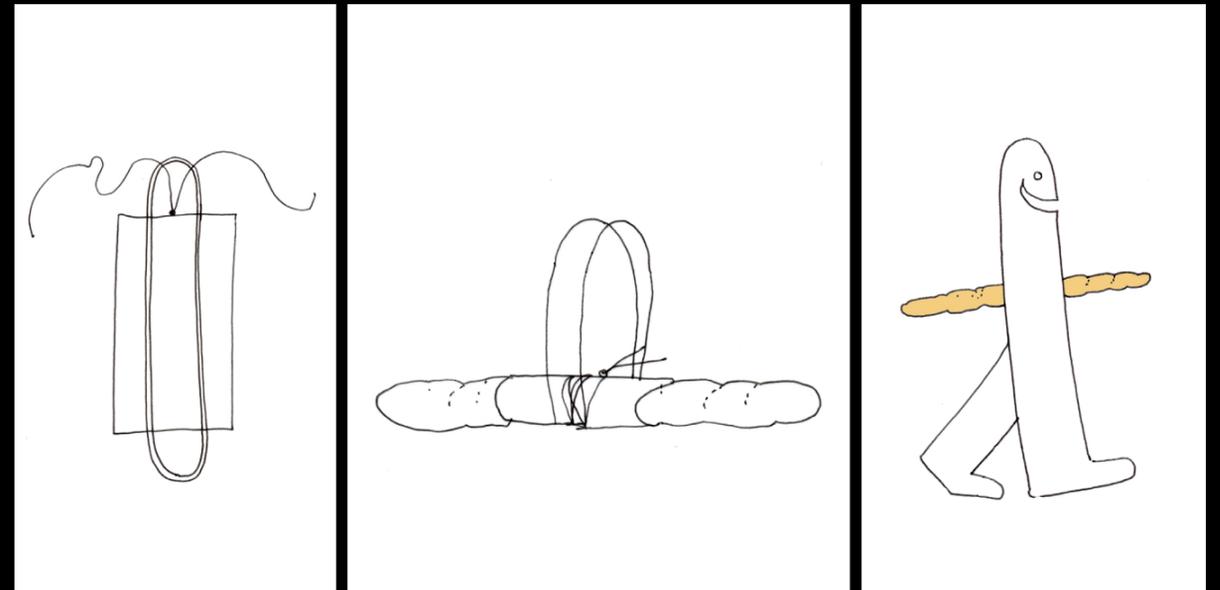
CRÉDITS DESSINS: © MAURIZIO GALANTE & TAL LANCMAN



## COULEUR DE PARIS

TAL LANCMAN  
POUR PANTONE

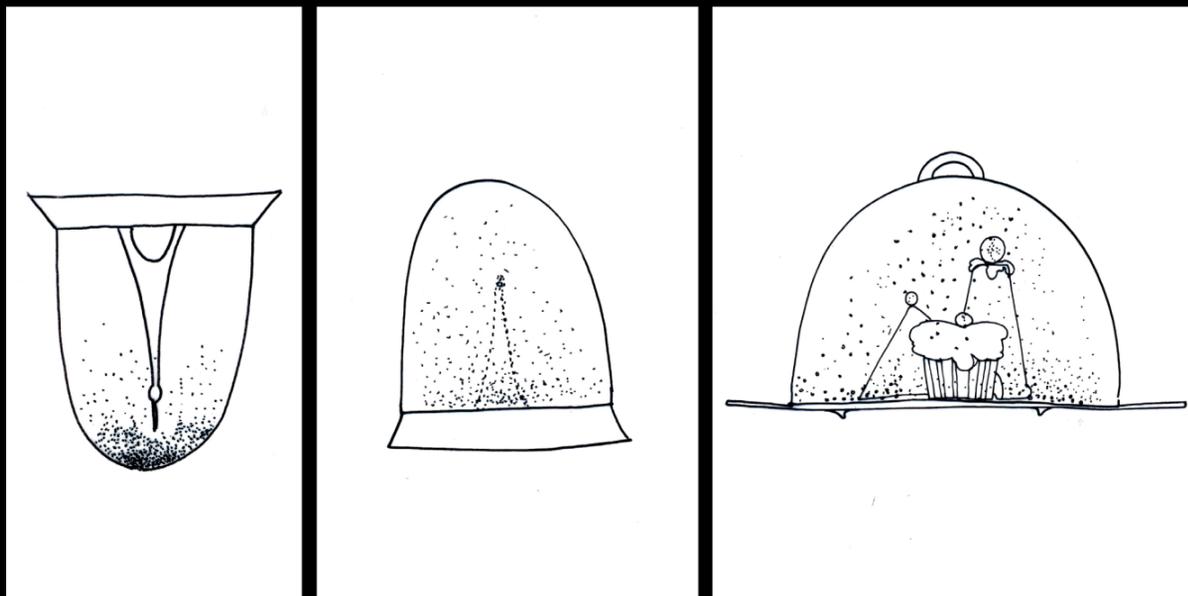
Si Paris était une couleur, ce serait pour Tal Lancman, la couleur Pierre de Paris. Cette teinte caractéristique de l'architecture parisienne intègre officiellement le nuancier Pantone lors de l'exposition *Lost in Paris*.



## PORTE-BAGUETTE

MAURIZIO GALANTE  
& TAL LANCMAN  
POUR CHARVET EDITIONS

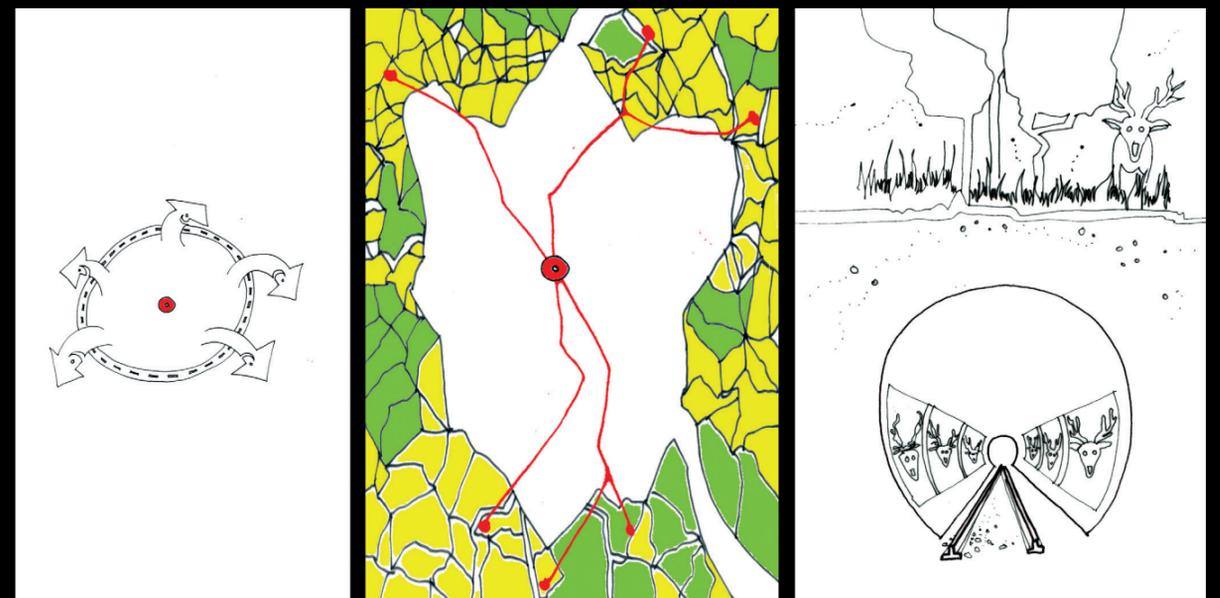
La baguette, pain allongé emblématique de la France, n'entravera plus la marche rapide de la parisienne — ni celle du parisien d'ailleurs! Le porte-baguette, sac à bandoulière, libère le dessous de bras.



## NEIGE ANNIVERSAIRE

MAURIZIO GALANTE  
& TAL LANCMAN POUR LE  
LIDO ET BATEAUX PARISIENS

Dessinée pour les restaurants des Bateaux Parisiens et du Lido, cette cloche de verre transparente accompagnera le service des pâtisseries lors des repas d'anniversaire. Avant de déposer le plat sur la table, le serveur retourne la cloche afin d'agiter les flocons contenus à l'intérieur de la double paroi en verre. Cette création unique n'est autre qu'un hommage insolite aux boules de neige, objets cultes du touriste. Le design de l'objet associé au geste décalé contribue à la magie de ce moment rare.

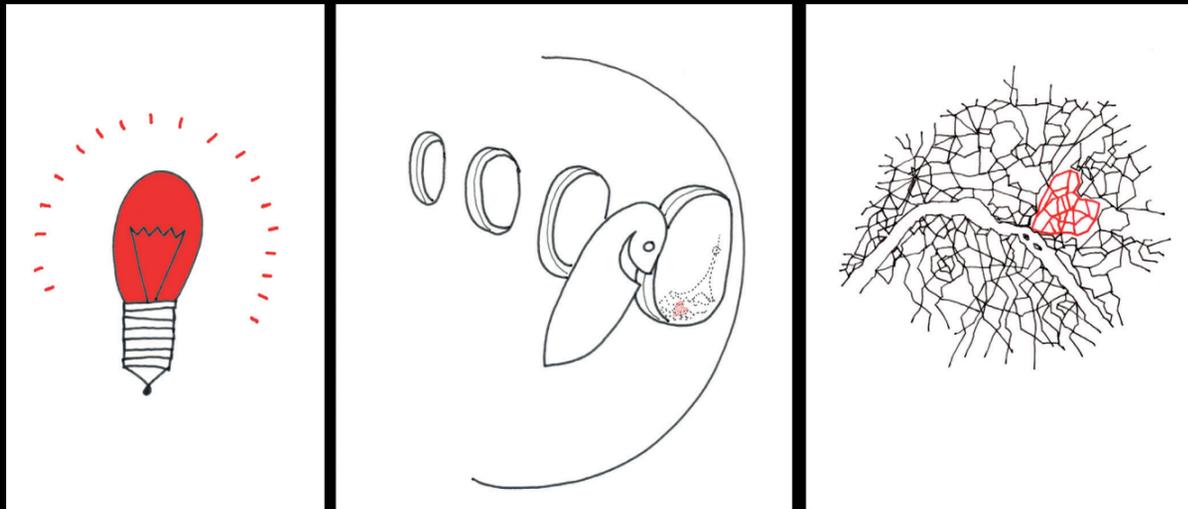


## PLAN B

MAUREEN BARBETTE,  
CHLOÉ CARPENTIER,  
JULIEN CEDOLIN,  
LOUIS MARRAUD DES GROTTES,  
ANNE-CHARLOTTE PIOT  
ET PRISCA RENOUX

Inciter les touristes à sortir de Paris et explorer les banlieues, tel est le défi que Maurizio Galante et Tal Lancman ont lancé à cinq jeunes diplômés et deux étudiants en quatrième année de L'École Nationale Supérieure des Arts décoratifs, coordonnés par Anna Bernagozzi. Voyager dans les tunnels sombres du RER tout en découvrant ce qui se passe à la «surface»...

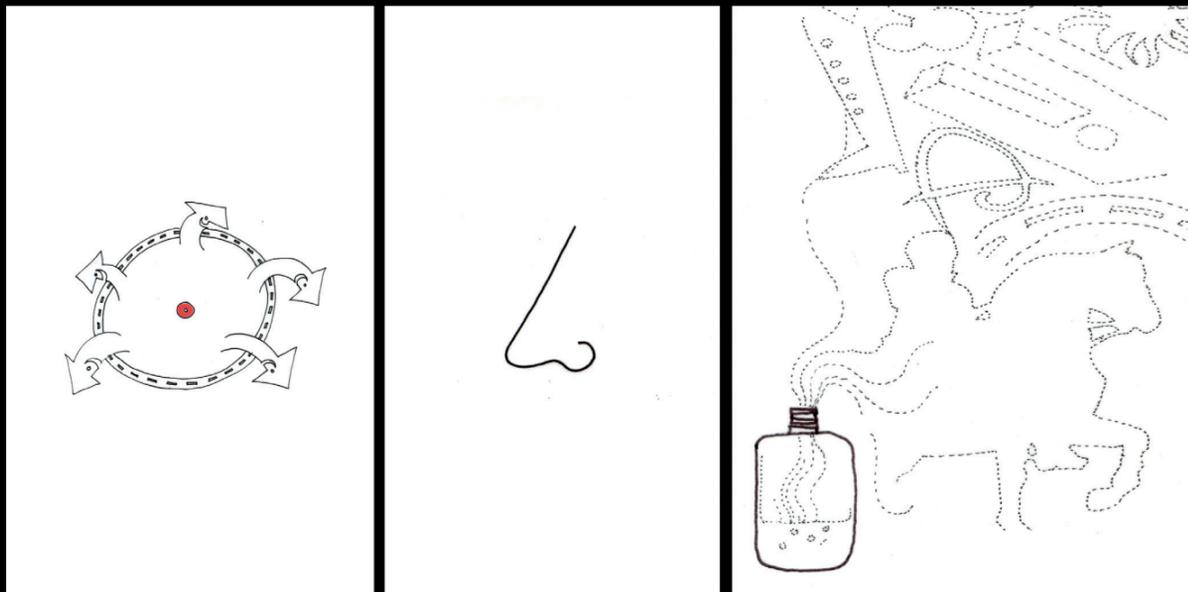




## LUMIÈRES DE PARIS

MAURIZIO GALANTE & TAL LANCMAN POUR LA VILLE DE PARIS

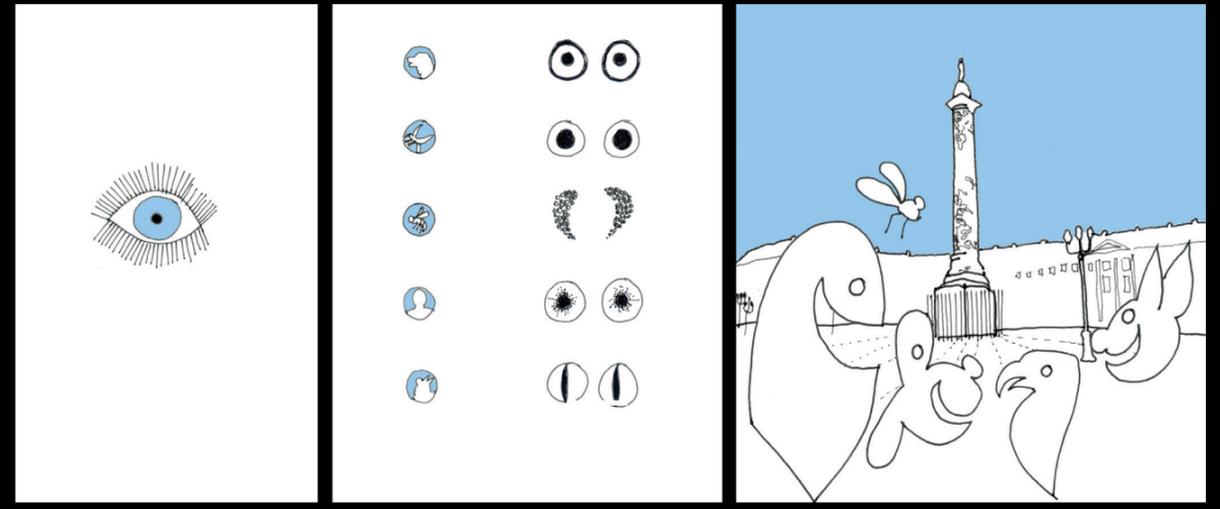
Vu du ciel, Lumière de Paris est un cœur lumineux qui bat quelque part à la périphérie de Paris. Vu du sol, c'est un nouvel éclairage urbain qui balise tout un quartier. En excentrant les foyers lumineux des habituels centres d'intérêts, Paris, la ville lumière, nous illumine différemment.



## OUTSIDE PARIS

MAUREEN BARBETTE, CHLOÉ CARPENTIER, JULIEN CEDOLIN, KEVIN GARCIA, LOUIS MARRAUD DES GROTTES, ANNE-CHARLOTTE PIOT ET PRISCA RENOUX POUR INTERNATIONAL FLAVORS & FRAGRANCES I.F.F.

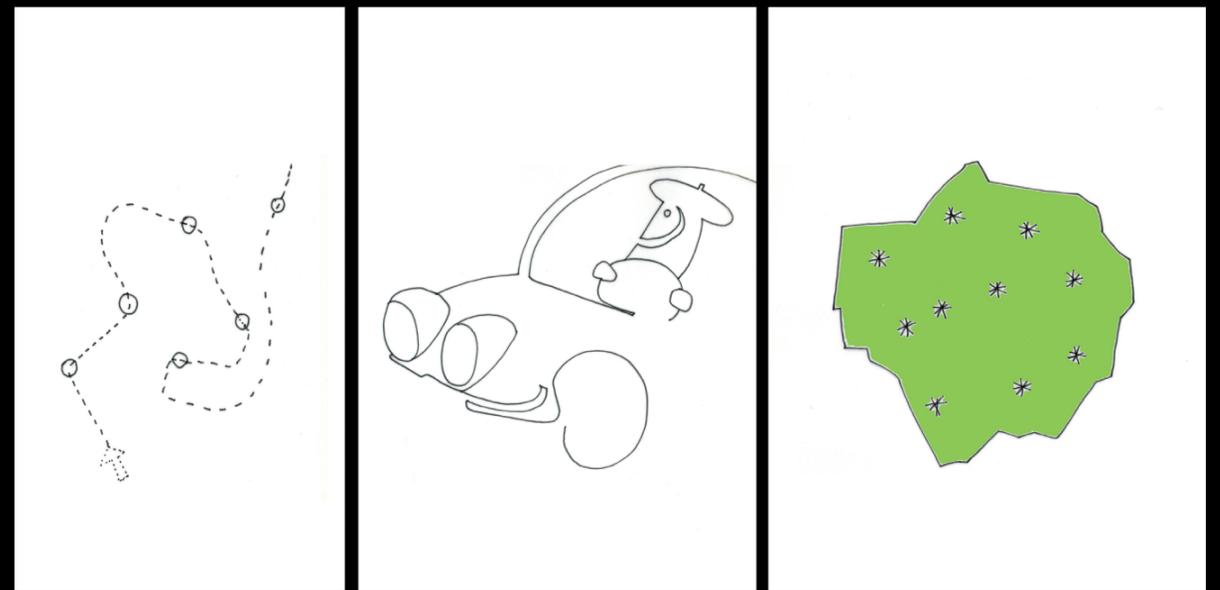
Inciter les touristes à sortir de Paris et explorer les banlieues, tel est le défi que Maurizio Galante et Tal Lancman ont lancé à cinq jeunes diplômés et deux étudiants en quatrième année de L'École Nationale Supérieure des Arts décoratifs, coordonnés par Anna Bernagozzi. Les jeunes designers ont cherché à concrétiser le souvenir olfactif d'un lieu. Avec les parfumeurs d'I.F.F., ils ont développé plusieurs parfums à partir de lieux emblématiques de la banlieue.



## ALL EYES ON PARIS

CURRENT AVEC DASSAULT SYSTEMES

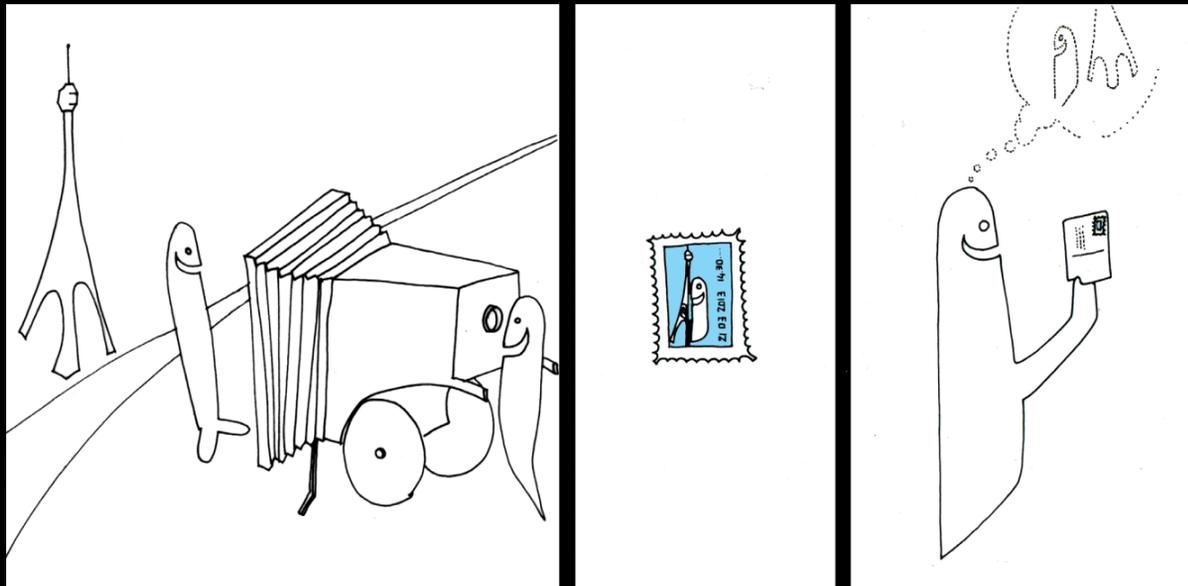
Regarder la Place Vendôme à travers des yeux d'animaux : félin, insecte, faucon. Avec cette application qui offre une perception tridimensionnelle spécifique à chaque animal, le champ de vision et le point de vue changent radicalement. La possibilité de regarder Paris d'une manière différente.



## PARCOURS 2CV / LAISSEZ LE TEMPS AU TEMPS

MAURIZIO GALANTE & TAL LANCMAN POUR 4 ROUES SOUS UN PARAPLUIE

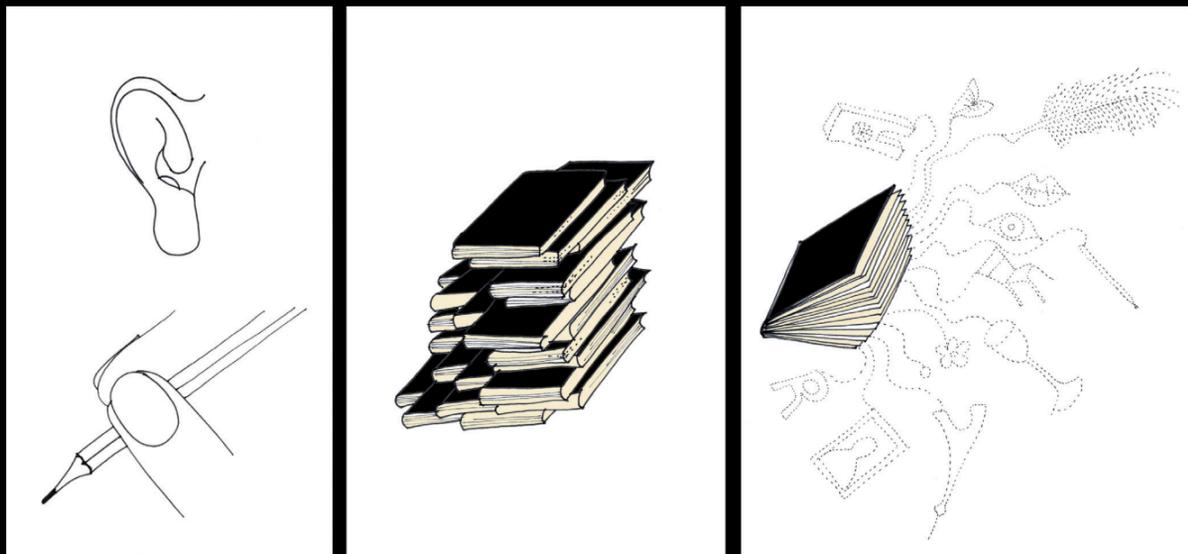
Parcours déterminé selon les témoignages recueillis par Alexandra Senes pour son livre *Le Paris du Tout Paris*. La 2 CV, mythique automobile, vous entraîne dans ce parcours inédit d'un Paris méconnu, une flânerie pensée spécialement pour Lost in Paris. Faire une pause exquise, feuilleter des beaux livres... Laissez-vous transporter...



## MOMENTS SOUVENIRS

MAURIZIO GALANTE  
& TAL LANCMAN  
POUR LA POSTE

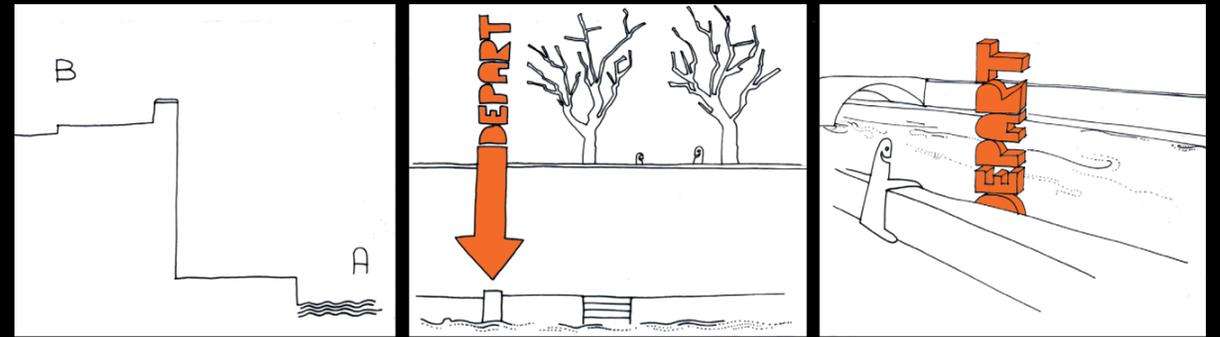
Il vous suffit de sourire devant votre monument préféré pour obtenir un timbre-poste à votre effigie. Un timbre unique commémoratif de cet instant! Repartez avec votre « cliché » et faites-le voyager par voie postale.



## LE PARIS DU TOUT PARIS

ALEXANDRA SENES,  
EDITIONS PLACE  
DES ÉDITEURS LONELY  
PLANET FRANCE

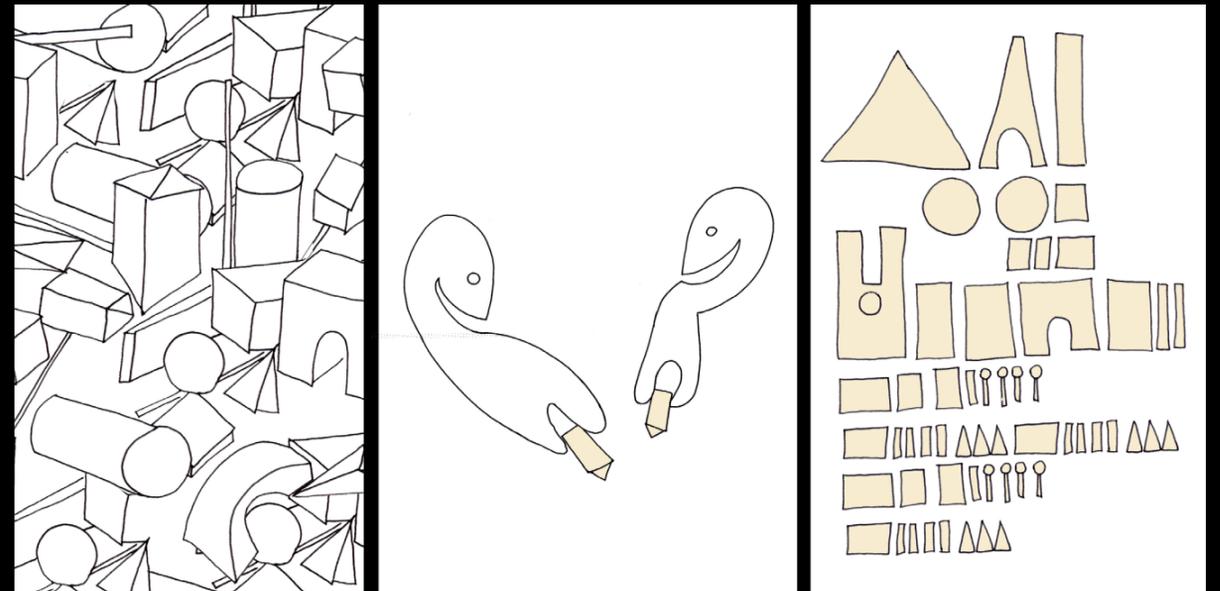
Pour ce guide de voyage particulier consacré à la capitale, cent personnalités (écrivains, philosophes, acteurs...) livrent leur regard sur cette ville aimée et y confient leurs lieux préférés. En attendant la parution de l'ouvrage, l'auteur expose en avant-première ses carnets de note.



## SIGNALISATION PARASITE

MAURIZIO GALANTE &  
TAL LANCMAN POUR BATOBUS

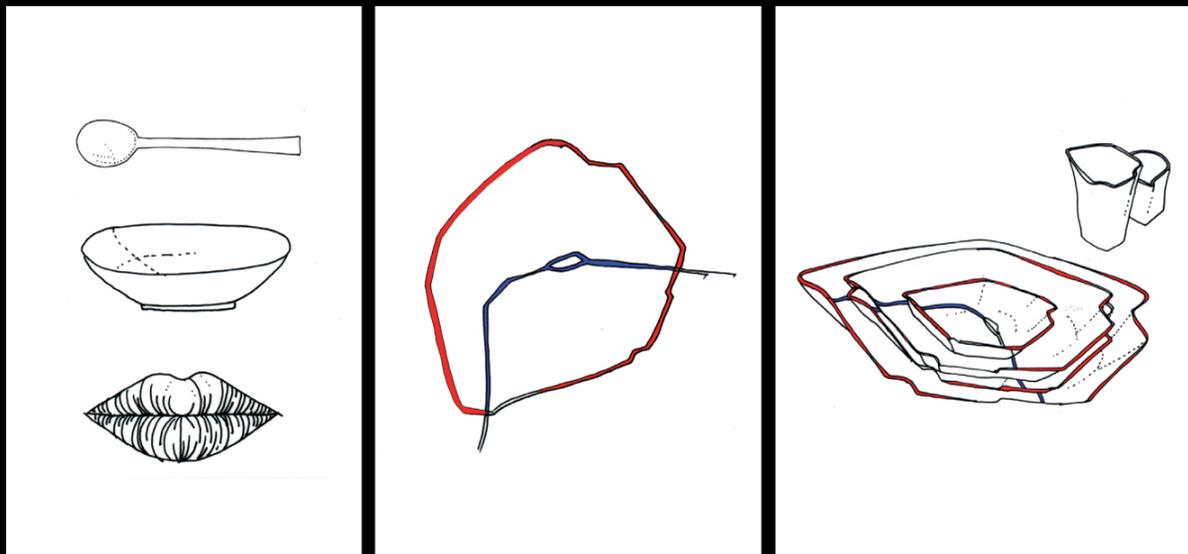
Les designers proposent de signaler clairement les huit escales de la navette fluviale par des totems géants visibles aussi bien depuis la Seine que des quais hauts. Ces structures gonflables, lumineuses et de couleur orange, permettront de faire le lien entre deux mondes qui le plus souvent s'ignorent, la Seine et Paris.



## PARIS RANGÉ

ARMELLE CARON

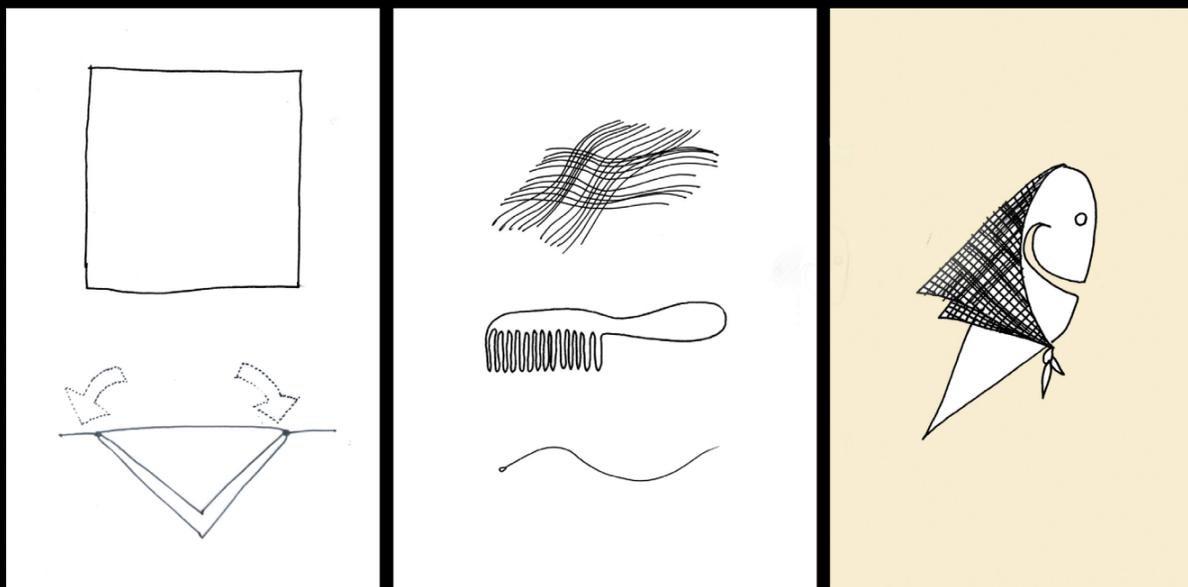
« Paris Rangé » interpelle notre lecture commune d'un plan de ville. Nous nous rendons compte que c'est depuis son désordre fondamental que la ville nous parle. En cherchant un ordre caché, nous perdons son langage. C'est ce que nous démontre Armelle Caron avec ces « anagrammes graphiques ». La ville rangée ce sont les mots sans le langage.



## MA CAPITALE

ELISE FOUIN

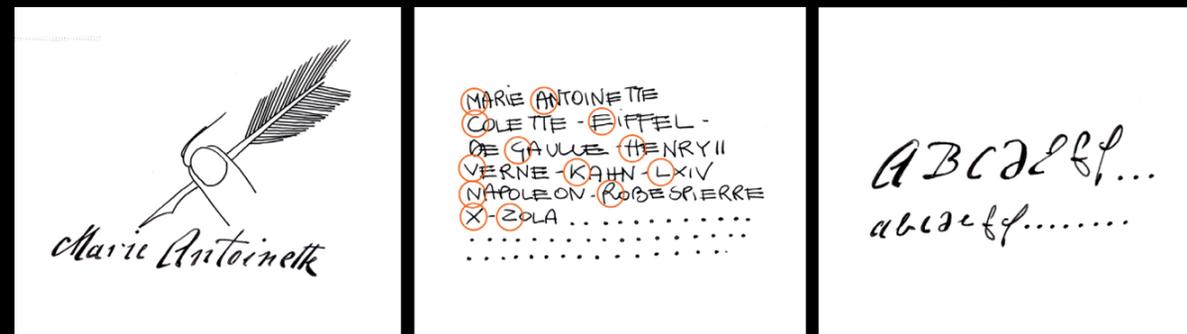
Petit-déjeunez, déjeunez ou dînez à Paris, où que vous soyez dans le monde! Ce service en porcelaine de Limoges offre une interprétation originale du traditionnel «souvenir de Paris».



## LE CARRÉ PARISIEN

JEAN-CLAUDE GALLON

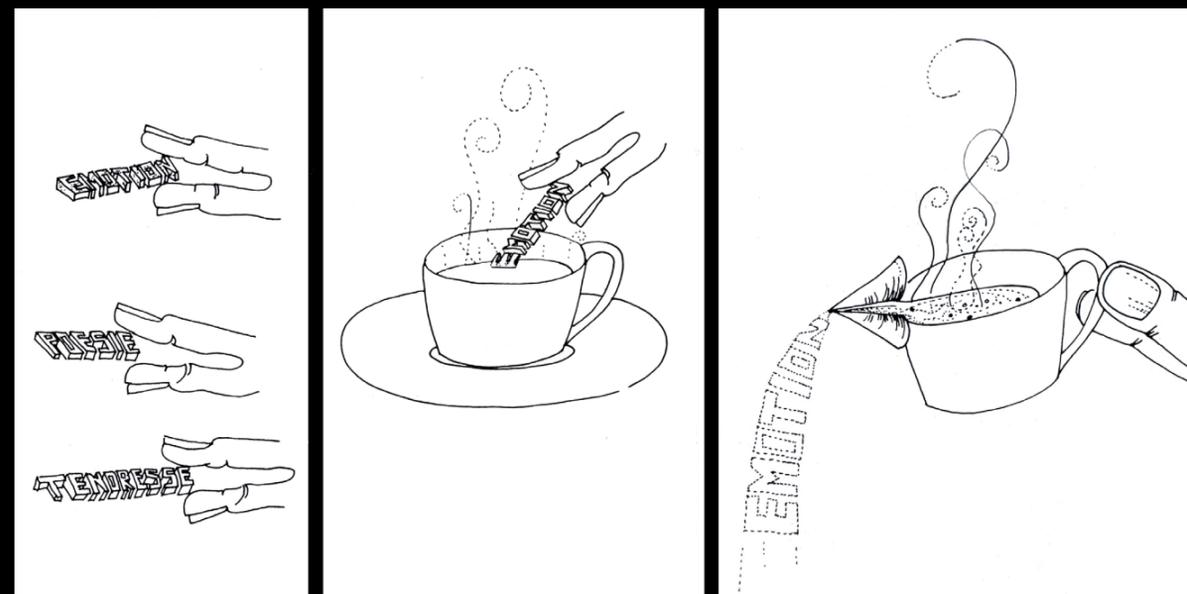
Coiffeur des stars à Paris, Jean-Claude Gallon s'est inspiré de l'univers de la parisienne, et a imaginé un accessoire insolite, conçu en cheveux naturels. Il fait à la fois office de couvre-chef et de nouvelle coupe.



## CITOYENNE

MAURIZIO GALANTE  
ET FABIO D'ACHILLE

Une nouvelle police typographique est créée: chaque lettre correspond à un personnage marquant l'histoire de France tel le N de Napoléon ou le P de Pompadour. L'initiale de leur signature inspire la majuscule, la minuscule est choisie au sein de leur missive manuscrite.



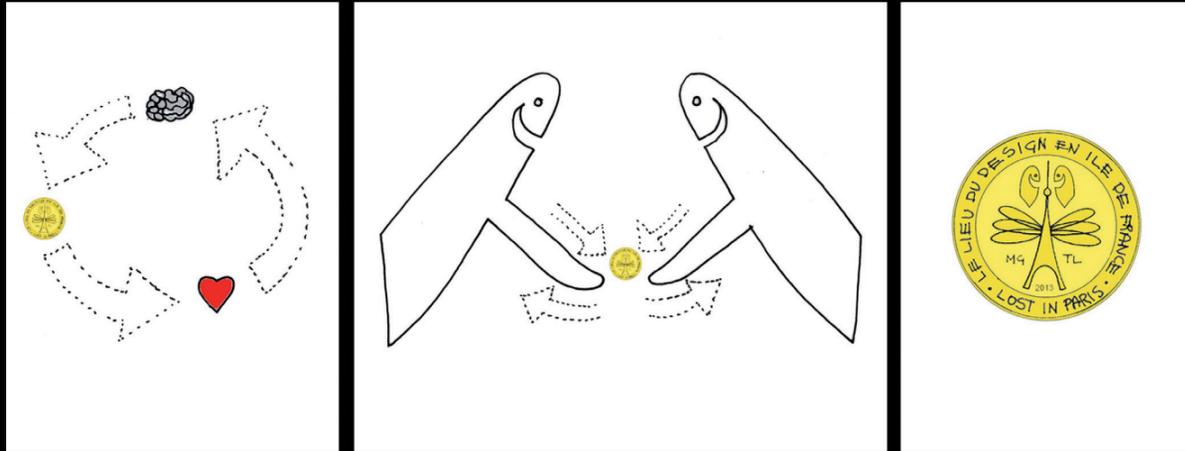
## MOTS SUCRÉS, MOTS EN SUCRE

MAURIZIO GALANTE  
& TAL LANCMAN

Réalisés en sucre, ce sont autant de messages évocateurs de l'esprit de l'exposition. Le consommateur est invité, autour d'un café, à choisir un mot-morceau de sucre, chargé d'émotion, qui se dissoudra dans sa boisson chaude: par ce geste il s'engage et adhère à un sentiment à la fois positif et poétique.

**NO PRICE / CE QUI N'A PAS DE PRIX**  
**JEU-CONCOURS**  
[www.lielieududesign.com/lost-in-paris](http://www.lielieududesign.com/lost-in-paris)

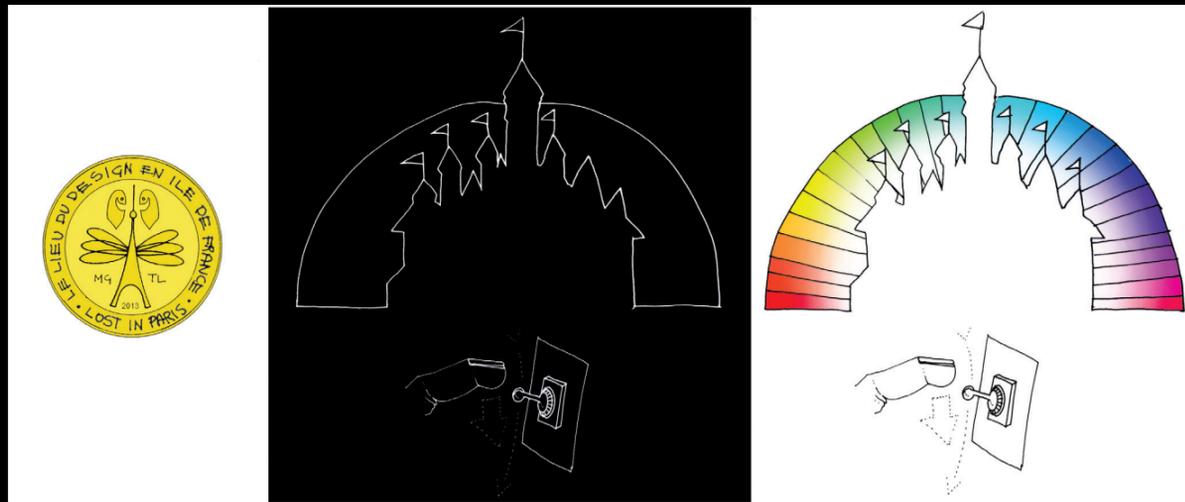
Obtenez ce qui n'est pas à vendre; un instant mémorable, des expériences uniques « dessinées » par Maurizio Galante et Tal Lancman, spécialement pour LOST IN PARIS.  
 Ces expériences seront accessibles grâce à un jeu-concours en ligne, proposé pendant la durée l'exposition.



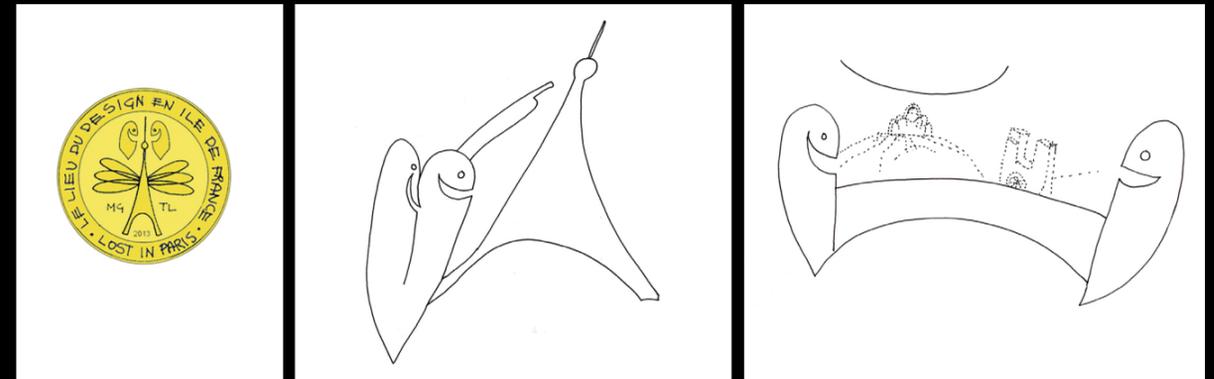
**PIÈCES MONNAIE DE PARIS: « ACHETEZ UNE EXPÉRIENCE »**

MAURIZIO GALANTE & TAL LANCMAN  
 POUR LA MONNAIE DE PARIS

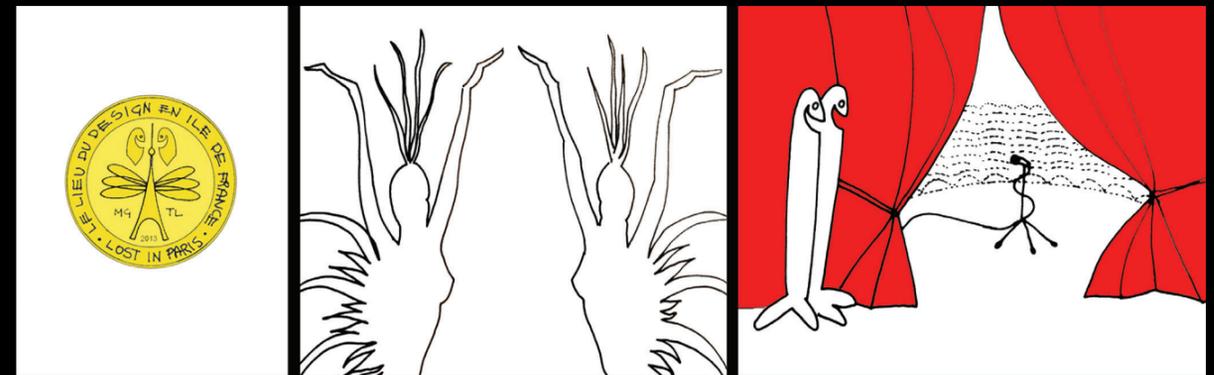
Pour « acheter » ces expériences il fallait bien une nouvelle monnaie d'échange. À cette occasion, la Monnaie de Paris édite des pièces exclusives « Lost in Paris ».



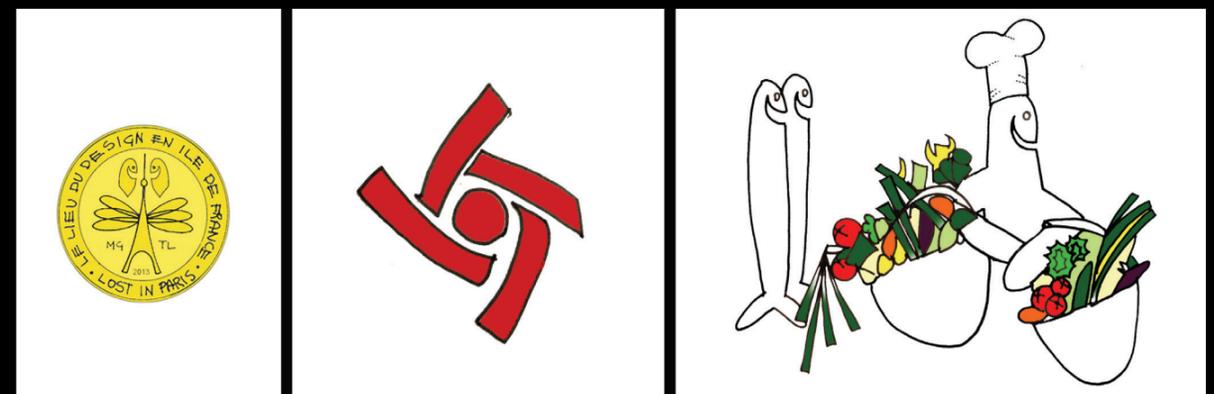
... pénétrez au cœur de la « magical machinery » de Disneyland Paris...



...découvrez Paris du cinquième étage de la Tour Eiffel, non accessible au public ...



... accédez aux coulisses du Lido...



... faites des achats de nuits, avec un grand chef au Marché international de Rungis...

---

## MAURIZIO GALANTE

(LATINA, ITALIE, 1963-)

---



Après des études d'architecture puis de mode à l'Académie du Costume et de la Mode de Rome, Maurizio Galante travaille pour le couturier Roberto Capucci. Il présente sa première collection de prêt-à-porter à Milan en 1986 sous le nom « Maurizio Galante X Circolare ». Depuis 1992, Maurizio Galante présente ses collections en France dans le calendrier officiel de la Haute Couture. Il s'installe à Paris en 1996, et crée la marque « Maurizio Galante » l'année suivante.

En 2003, Maurizio Galante s'associe à Tal Lancman pour créer la société INTERWARE. Depuis 2008, il présente ses collections Haute Couture en tant que membre officiel de la « Chambre Syndicale de la Haute Couture ». Ses créations sont conservées dans d'importants musées internationaux et il participe à de nombreuses expositions. Refusant d'être catalogué ou de se soumettre aux notions restrictives de « saison », la créativité de Maurizio Galante s'exprime tant en mode qu'en design ou encore en aménagement d'intérieur et d'extérieurs. Un heureux mariage contrasté de sophistication et de discrétion, de rigueur et de poésie, de tradition et d'innovation pourrait le définir. Ses créations tous domaines confondus sont des « objets de désir » ou des « pièces de conversation » et ont pour dessein de susciter des émotions.

---

## TAL LANCMAN

(TEL-AVIV, ISRAËL, 1962-)

---



Tal Lancman est prescripteur de tendances et designer.

Depuis 1995, il est rédacteur pour le magazine View Textile, principal magazine professionnel définissant les tendances en matière de couleur, textile, mode, décoration et marketing. Les séries qu'il a créées intitulées « Interware » et « The art of living » introduisent le concept de transversalité : point de rencontre entre les différentes disciplines artistiques que sont le design, la mode, l'art et l'architecture.

Ses expériences en matière de design et de conseil s'étendent auprès de sociétés dans les domaines de la mode, du design, de la beauté et du vêtement de sport, parmi lesquelles American Express, Baccarat, Boffi Italia, Chopard, Felissimo Japon, Itochu Japon, Limited NY, L'Oréal, Reebok, Shiseido Japon, Tai Ping ou Veronese Paris...

Son travail est exposé au musée des Arts Décoratifs à Paris, au Musée d'art et d'Industrie de Saint-Etienne, à la Triennale de Milan ou au MOMA à New York et a également été commissaire d'expositions en France, aux Etats-Unis ou en Israël.

En 2003, Tal Lancman crée avec le couturier et designer Maurizio Galante une société de conseil et de design nommée INTERWARE.

**Maurizio Galante et Tal Lancman ont participé à de nombreuses expositions et installations collectives ou personnelles en tant que directeurs artistique, commissaires ou scénographes que ce soit au MoMA de New York en 2005, au Grand Palais à Paris en 2009, au musée d'art et d'Industrie de Saint-Etienne, à la Triennale de Milan, à la Biennale de Design de Sao Paulo ou encore au MUDAM, musée d'Art Moderne du Luxembourg en 2011.**

## NOS PARTENAIRES

Nous remercions Alexandra Senes, Armelle Caron, Massimo Gammacurta, Janaína Milheiro, Élise Fouin, Jean-Claude Gallon et Fabio D'Achille, ainsi que nos partenaires:



les Berges



Piloté par ARTEVIA, le projet de reconquête des Berges de Seine transforme aujourd'hui le paysage urbain parisien sur 2,3 km le long de la Seine rive gauche, du Musée d'Orsay au Musée du Quai Branly. Ce projet unique offre aux habitants du quartier, Parisiens, touristes de passage, passionnés de sport, de culture ou de nature une grande diversité de programmation autour d'une coopérative d'idées qui, réunissant les forces associatives et institutionnelles de la région met en avant la richesse des propositions créatives de Paris et sa métropole. C'est dans cette optique que les Berges de Seine ont le plaisir d'accueillir «Lost in Paris» et le Lieu du Design avec des projets in situ.



Batobus est un service de navettes fluviales sur la Seine, il dessert 8 stations situées à proximité des principaux quartiers et monuments de

Paris. Découvrez Paris autrement, en toute liberté! Avec votre billet-Pass, vous montez et descendez du bateau où vous voulez, quand vous voulez, aussi souvent que vous le voulez le temps de sa validité (1 jour, 2 jours... toute l'année).



La compagnie des Bateaux Parisiens a le don de faire vivre l'essence de Paris. Découvrez Paris lors d'une promenade commentée, admirez depuis la Seine ses plus beaux monuments ou savourez en famille ou entre amis une cuisine française authentique et profitez d'une vue exceptionnelle sur la Ville, en voguant au fil de la Seine sur l'un de nos navires restaurants. Les deux compagnies sont Ouvertes 7/7 et 365 jours par an.



Caoscreo, marque créée par Terenzi srl. C'est un laboratoire d'idées, une rencontre de talents, un espace entre l'idée et

l'expérience productive. Caoscreo vise à trouver une vraie dimension dans laquelle vous pouvez vous exprimer pleinement et vous rapprocher de la qualité de l'expérience. La marque Caoscreo fait preuve d'une utilisation originale du métal comme matière première, et se dirige vers une industrialisation à faible impact environnemental, qui produit des objets de design. 100 % éco-made, essentiel, original, fonctionnel et abordable.



Cap Digital est le pôle de compétitivité des contenus et services numériques. Il regroupe plus de 700 adhérents: startups, PME, ETI, grandes entreprises, universités, écoles, investisseurs, acteurs de la sphère publique ayant tous l'ambition de faire de la France l'un des pays leaders de l'économie numérique. Dans le cadre de la phase 3 des pôles et du lancement de son plan stratégique Cap2018, Cap Digital a identifié 8 marchés prioritaires, parmi lesquels le Tourisme. Le Design sera l'un des leviers de la transformation numérique et un marché technologique prioritaire pour le pôle. Cap Digital est donc particulièrement heureux de s'associer

aujourd'hui à l'exposition «Lost in Paris - Design et tourisme». [www.capdigital.com](http://www.capdigital.com)

### CURRENT

CURRENT est une société de production parisienne spécialisée dans la conception, le financement et la commercialisation de projets, d'outils et d'expériences utilisateur innovantes. Résolument transmédia, CURRENT a pour vocation de créer des expériences immersives et interactives et décalées pour tous les publics, comme ALL EYES ON PARIS, qui propose aux utilisateurs de se repositionner dans un environnement connu (urbain) à la place d'un animal.



Tissage, coupe, confection en de bonnes mains... Charvet perpétue la tradition textile du Nord de la France en maîtrisant tous les savoir-faire et en proposant un lin «Made in France». Lin denim ou lin métallisé, les innovations renouvellent les lins lavés effet vintage et lins d'office, grands classiques de la maison.



Dassault Systèmes ([www.3ds.com](http://www.3ds.com)), «The 3DEXPERIENCE Company», propose aux entreprises comme aux particuliers des univers virtuels où imaginer l'innovation durable. Les solutions collaboratives de Dassault Systèmes favorisent l'innovation sociale, étendant les possibilités pour le monde virtuel d'améliorer le monde réel. Ces expériences 3D, permettent de nouveaux usages, comme la communication et le marketing, la documentation, la formation et l'éducation... Avec le projet *Alleyes* ([www.alleyesonparis.com](http://www.alleyesonparis.com)) sur la vision animale, vous allez apprendre grâce à la simulation scientifique, être immergé dans une scène 3D pour mieux comprendre et découvrir une célèbre place de Paris autrement à travers les yeux de certains animaux.



Disneyland Paris a le plaisir de s'associer à l'exposition «Lost in Paris» — «Design & Tourisme en Ile de France». S'inscrivant pleinement dans les thèmes de cet événement — que sont Paris et la créativité exprimés par des designers de renom — Disneyland Paris est particulièrement fier de pouvoir proposer

à travers le thème de cette exposition, des expériences vraiment uniques autour du rêve et de la magie. Fort de ses 58 attractions, 62 boutiques et 58 restaurants, Disneyland Paris est la première destination touristique d'Europe (16 millions de visites en 2012).

### École nationale supérieure des Arts Décoratifs

L'École nationale supérieure des Arts Décoratifs, établissement public d'enseignement supérieur relevant du ministère de la Culture et de la Communication, accueille 720 étudiants, français et étrangers, et propose dix secteurs de formation: Architecture intérieure, Art-Espace, Cinéma d'animation, Design graphique/multimédia, Design objet, Design textile et matière, Design vêtement, Image imprimée, Photo/vidéo, Scénographie. La formation se déroule sur cinq ans avec une spécialisation dans l'un des dix secteurs offerts et conduit au diplôme de l'École, reconnu au grade de master. Le laboratoire de recherche de l'École (EnsadLab) offre, en outre, une dizaine de programmes de recherche (niveau doctorat). L'École est membre de l'Université de recherche PSL (Paris Sciences et

Lettes — Quartier Latin) et de la Conférence des Grandes Écoles. [www.ensad.fr](http://www.ensad.fr)



«Nous aidons les grandes organisations à penser et agir comme des startups». faberNovel allie des expertises en technologie, stratégie, marketing et design afin d'inventer de nouveaux produits, services et expériences. Créée en 2003, faberNovel est aujourd'hui implantée à Paris, San Francisco, New York et Moscou, réunit une équipe de 60 passionnés de l'innovation et accompagne de grandes entreprises: RATP, SNCF, Sanofi, BioMérieux, L'Oréal, Essilor, Vinci, Toys'R Us, Auchan, JCDecaux...

### IFF

International Flavors & Fragrances Inc (NYSE: IFF), est l'un des leaders mondiaux pour la création d'arômes alimentaires et de parfums. Les consommateurs à travers le monde font l'expérience de ces odeurs et arômes uniques dans des parfums, produits d'hygiène-beauté, détergents, et produits pour la maison, ainsi que des boissons, bonbons, et produits alimentaires. IFF met au service de ses

clients son avantage concurrentiel en matière de connaissance des marques et des consommateurs, associées à la Recherche et Développement et à la création de produits réellement différenciés. Membre du S&P500 Index, IFF dispose d'une structure globale, avec des sites de vente, production, et création dans 32 pays. Pour plus d'information, visitez notre site internet [www.iff.com](http://www.iff.com).

### JCDecaux

Numéro 1 mondial de la communication extérieure, JCDecaux, avec 10 400 collaborateurs, est présent dans plus de 55 pays sur les 5 continents. Seul acteur mondial à exercer exclusivement le métier de la communication extérieure et à en développer toutes les activités: mobilier urbain, publicité dans les transports et affichage grand format, le Groupe est un créateur d'émotions urbaines. Accompagner «Lost in Paris» s'inscrit pour JCDecaux innovante dans cette démarche. Donner une dimension événementielle au design de l'émotion est un projet auquel JCDecaux est très heureux de s'associer.



Vivez une inoubliable soirée au Lido de Paris, mythique cabaret parisien situé sur les Champs-Élysées et découvrez sa revue «Bonheur»: 70 artistes sur scène dont les légendaires Bluebell Girls, 600 costumes ornés de plumes, strass et paillettes, des attractions époustouflantes et des décors surprenants: patinoire, mur de lumière, temple indien... Plus qu'un spectacle, un voyage d'émotions et d'enchantement!



Dans la dynamique de MAISON & OBJET, le 1er rendez-vous mondial des professionnels de la décoration; PARIS DESIGN WEEK va fédérer, du 9 au 15 septembre 2013 les acteurs de la création à Paris dont le LIEU DU DESIGN est un des partenaires majeurs avec l'événement inédit LOST IN PARIS pour offrir à un public français et international toujours plus large une vision décloisonnée, accessible et transversale du Design.



Fondée en 864, la Monnaie de Paris est la plus ancienne des institutions françaises. Elle cultive depuis douze siècles une haute tradition dans les métiers d'arts liés au métal et est à ce titre membre du Comité Colbert qui regroupe les entreprises françaises du luxe. Tout en assurant sa mission de service public de fabrication des monnaies métalliques, la Monnaie de Paris tire désormais 70 % de ses revenus de ses activités commerciales exercées dans le secteur concurrentiel. De plus, elle s'impose à Paris comme un nouvel acteur culturel, à travers sa participation à des expositions prestigieuses d'artistes contemporains, à des rendez-vous du monde de l'art et de la création, ainsi qu'à des opérations collectives. Être partenaire de l'événement *Lost in Paris*, c'est soutenir le potentiel du design dans le secteur touristique en Ile-de-France.



Au sujet de Pantone et de Pantone Color Institute: Pantone LLC, filiale détenue en propriété exclusive par X-Rite Inc. est la référence internationale en terme de couleur et fournit des outils à la pointe de la technologie pour les industries du design en vue de sélectionner une teinte précise, pour une meilleure communication. Le Pantone Color Institute est l'expert mondialement reconnu dans la recherche, tant dans la science et l'émotion de la couleur. Pantone propose également des produits et services inspirés de la peinture et du design. Ayant conscience de l'importance de la couleur dans cette dernière discipline, Pantone est fier de participer à l'exposition «Lost in Paris» et de célébrer la «Couleur de Paris» avec le Lieu du Design.



La Poste édite pour *Lost in Paris* des timbres-portrait avec en toile de fond les monuments de Paris, photographiés in situ et délivrés aux

touristes par La Poste (mon Timbramo). » (nous avons donc un texte pour La Poste)



Avec plus de 8,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 2,4 millions de tonnes de produits alimentaires à l'arrivée chaque année, le Marché International de Rungis est le plus grand marché de produits frais au monde. Véritable ambassadeur de notre patrimoine gastronomique, il est une vitrine à l'international pour les productions françaises. Il assure pour tous la défense de notre culture alimentaire: celle des terroirs, du frais, de la variété et de la qualité.



La SETE est heureuse d'être le partenaire de l'événement LOST IN PARIS et d'offrir aux participants du jeu-concours gratuit des accès privilégiés au 5<sup>ème</sup> étage de la tour Eiffel habituellement inaccessible au public. C'est tout naturellement que le monument symbole de Paris en France et dans le monde s'inscrit dans ce projet

qui met à l'honneur Paris, ses habitants et ses amoureux venus du monde entier. La Ville de Paris confié en 2006 l'exploitation et la promotion de la Tour Eiffel à la Société d'Exploitation de la tour Eiffel (SETE) dans le cadre d'une délégation de service public d'une durée de 10 ans. La SETE est une société d'économie mixte dont le capital est détenu à 60 % par la Ville de Paris. La SETE emploie 300 personnes. Son chiffre d'affaires pour l'année 2012 d'élève à 66,5 millions d'euros. La tour Eiffel reçoit chaque année 7 millions de visiteurs à 90 % étrangers.



Tarkett, leader mondial de solutions de revêtements de sol et de surfaces sportives, place le design, l'innovation au cœur de son développement. Son département design mène une réflexion globale en créant de nouvelles tendances pour le sol et des concepts. Riche de ses nombreux partenariats design, la marque soutient activement le Lieu du design en accompagnant la scénographie de cette exposition par ses produits. Tarkett est également engagée dans une démarche de développement durable.



Depuis 2001, Paris s'engage pour la promotion du vélo comme mode de déplacement à part entière. À travers la réalisation d'aménagements cyclables – 700 km aujourd'hui – ou à travers Vélip, qui compte désormais plus de 250.000 abonnés annuels. Avec Vélip, la Ville de Paris et JCDecaux encouragent également les différentes formes d'expression autour du vélo et présentent pour la première fois un Vélip Tandem à l'occasion de cette exposition.



«Venise a ses gondoles, New York a ses taxis et Paris... les 2CV de 4 roues sous 1 parapluie!» Fondatrice d'un concept innovant lancé à Paris en 2003, 4 roues sous 1 parapluie propose aux particuliers et aux entreprises une palette de prestations originales autour de la 2CV avec chauffeur et de l'art de vivre à la française!

---

**LIEU DU DESIGN**

74, RUE DU FAUBOURG  
SAINT-ANTOINE  
75012 PARIS  
M° BASTILLE/  
LEDRU ROLLIN

OUVERT DU LUNDI AU SAMEDI  
DE 13H À 19H — ENTRÉE LIBRE  
contact@lelieududesign.com  
**WWW.LELIEUDUDESIGN.COM**  
T. 01 40 41 51 02

commissaires  
et scénographes  
**MAURIZIO GALANTE  
& TAL LANCMAN**  
graphisme: **we-we. fr**

service de presse  
et communication:  
**BENOITE BEAUDENON**  
T. 01 40 41 51 09  
benoite.beaudenon@  
lelieududesign.com

---

