



DIGITAL MÉDIA
DANS L'ESPACE PUBLIC :
**INFORMER
ORIENTER
DIVERTIR**

DOSSIER PAGES 26 À 39

NOUVEAU SITE ET NOUVEAU LOGO POUR LE CLUB DU DIGITAL MEDIA

Le Club du Digital Media, lancé en février dernier par Digital Media Association France (DMAF), est un club d'affaires qui organise, tout au long de l'année, des événements ouverts aux acteurs du digital, depuis les fabricants et fournisseurs de matériel jusqu'aux régies publicitaires, en passant par les agences de communication et de création.

Le prochain rendez-vous aura lieu le 12 décembre prochain pour un petit-déjeuner juridique animé par Victor Sauvaget, dirigeant de SVPARTENAIRE. Il fera le point sur la réglementation actuelle (textes du Grenelle 2), ses enjeux ainsi que les perspectives d'évolution.

Partie prenante de la FCV (Fédération de la communication visuelle), le Club du Digital Media est désormais identifié par un logo reprenant les couleurs et l'identité visuelle de DMAF.

Toute son actualité et ses actions peuvent désormais être consultées sur

www.clubdigitalmedia.fr



BIENVENUE À TOULOUSE AVEC PICTO !



Les voyageurs débarquant à l'aéroport de Toulouse Blagnac sont accueillis avec une campagne grand format, reposant sur une série d'images symbolisant la ville et d'autres sites touristiques de la région, reliées entre elles par un fil conducteur... « rose » comme il se doit !

La société Picto Toulouse a livré, à partir des mêmes visuels, 4 déclinaisons employant de l'adhésif et de la toile tendue, occultant et diffusant. Bien que Picto Toulouse travaille régulièrement pour l'aéroport de Toulouse-Blagnac (signalétique directionnelle, fresque murale, affichage publicitaire...), cette campagne s'est révélée particulière en raison des défis et contraintes techniques liés à chaque environnement.

Hall A : la lumière est traversante et la combinaison de deux matières a permis d'obtenir un effet verre sablé ou dépoli.

Hall B : des toiles tendues très grand format habillent ce hall. L'essentiel de la difficulté a résidé dans la pose, il a fallu manchonner les pièces directement sur les parois.

Hall C : ici la campagne est visible en recto-verso et l'adhésif utilisé est le plus transparent possible pour ne pas assombrir le hall.

Hall D : les images sont présentées par deux dos à dos, sur un adhésif le plus opaque possible.

www.pictotoulouse.com

TEA TIME À L'HEURE FRANCO-RUSSE



La maison de thé Kusmi Tea a confié à l'agence de conseil en identité de marque Saguez & Partners la réalisation sur les Champs-Élysées de sa première boutique-restaurant aux airs de petit palais russe. Son nom ? Café Kousmichoff, en hommage au fournisseur officiel de thé du dernier tsar également à l'origine de l'histoire française de cette maison de thé.

Au rez-de-chaussée, le décor blanc, lumineux et épuré de la boutique met en valeur les couleurs franches et vives des théières et des boîtes de thé habillées avec les codes identitaires de la marque, le tout dans une ambiance féminine et raffinée où dominant verre, matériaux clairs et transparence. Au fond, le salon Kousmichoff est tapissé de deux trames de jeux floraux signés Saguez & Partners. Des Matriochkas stylisées déclinées en pictogramme guident le visiteur jusqu'à l'escalier en verre qui conduit à l'étage.

Le Café propose un bar en îlot central, mais aussi des recoins plus tranquilles, dans une ambiance moderne alliant l'âme slave et l'esprit loft new yorkais. Produits de la marque et spécialités gastronomiques franco-russes sont à découvrir sous la douce lumière des suspensions de porcelaine Ruski – dessinées par Enrico Zanolla – qui rappellent les dômes des églises orthodoxes...

www.saguez-and-partners.com