

LE REGARD DE

# YORGO TLOUPAS

PROPOS RECUEILLIS PAR ISABELLE MOISY

## *Faire comprendre les enjeux et l'impact du design aux décideurs*

Lorsqu'une marque décide de renouveler son identité, elle doit avoir conscience de l'impact de sa décision. Notre responsabilité est en partie celle d'éduquer et de sensibiliser les clients à des codes qui ne sont hélas pas présents dans le débat public. L'exemple de l'architecture est frappant : quand Louis Vuitton décide de demander à Frank Gehry de dessiner sa fondation, les journaux consacrent des pages et des pages à inviter des critiques d'architecture pour en débattre. Mais quand Lancel change de logo, personne ne prend la plume pour en parler. C'est pourquoi l'enjeu paraît moindre aux PDG, car ils n'ont jamais lu de critique de logo, ils n'ont jamais ouvert de livre sur le logo. Ils sont donc tout simplement moins aptes à juger, et moins enclins à accepter les choix d'un designer graphique. Pour les graphistes, l'enjeu est d'être à la fois didactiques et autoritaires. La reconnaissance du métier est cruciale, et commence à prendre forme dans certains

domaines, à tel point que les fonds d'investissement commencent à se poser la question d'avoir en leur sein des designers, où tout du moins des personnes aptes à juger le design. La position de Jonathan Ive dans la hiérarchie d'Apple est remarquable. Il est impossible de nier l'apport positif que peut avoir un designer aussi haut placé dans l'exécutif. Je ne dis pas qu'il faut à tout prix essayer de rentrer au conseil d'administration des clients dont on refait le logo, mais l'idée n'est pas si irrationnelle. Pour Black Crows, la marque de skis dont je m'occupe depuis sa création, je suis actionnaire, et donc impliqué dans toutes les décisions. Je pense que c'est bénéfique à la fois pour la société et pour mon studio de design, ça nous aide à faire des choix à la fois cohérents visuellement et en phase avec des impératifs commerciaux. ●

### **Yorgo Tloupas**

est le fondateur du studio Yorgo&Co, il est aussi directeur artistique des magazines GQ, Vanity Fair et Intersection France, et de la marque Black Crows.

# MARTELL × WALLPAPER × YORGO&CO



Le studio Yorgo&Co et la marque de cognac Martell signent cette flasque de cycliste dans le cadre de la collection annuelle "Handmade" de la revue Wallpaper. L'objet combine deux compartiments, respectivement en acier et en verre: de l'eau pour la course, du cognac pour le verre de la victoire.

[WWW.YORGO.CO](http://WWW.YORGO.CO) | [WWW.WALLPAPER.COM](http://WWW.WALLPAPER.COM)