

Etude sur
Les **clés du design**
Pour **les PME** du domaine
De **l'instrumentation optique**

septembre 2011



Opération soutenue par
l'État / Fonds National
d'Aménagement et
de Développement du
Territoire



Commanditaire :
Opticsvalley
Programme « Grappe
d'entreprises »

dici design®

STRATÉGIE DE MARQUE

Auteur : agence dici design

<http://www.dicidesign.com/>

AVANTS-PROPOS

En France, on entend souvent que le design est un terme vague, à la mode, centré sur une approche esthétique, inaccessible aux PME et inutile sur un marché de pointe.

Cette étude, commanditée par l'association **Opticsvalley** dans le cadre du programme « Grappe d'entreprises » a pour objectif de démontrer aux entreprises opérant sur le secteur de l'instrumentation optique, des logiciels, des télécoms et des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sur le développement durable, les sciences du vivant et la télésanté sur la région Ile-de-France, **l'intérêt stratégique et économique du design sur leur activité.**

Construit comme une véritable **boîte à outils** à l'intention des chefs d'entreprises et managers, cet ouvrage, articulé en trois parties, s'attache à présenter la place du design dans les politiques de soutien à l'innovation en France et à l'étranger, à décrypter le métier du designer et enfin à connaître ses financements et ses tests en conditions d'usage. Ainsi, le lecteur y trouvera un lexique des principaux termes, un annuaire des écoles de design et des organismes de soutien et de financement, ainsi qu'une bibliographie permettant d'approfondir un sujet.

SOMMAIRE

AVANTS-PROPOS	p.3
INTRODUCTION	p. 5
1. Place du design dans les politiques de soutien à l'innovation françaises	p. 7
1.1. Principales études publiées par les Ministères et les organismes de soutien au design en France	p. 7
1.2. Comparaison avec les politiques design d'autres pays	p. 9
1.3. Événements autour du design (France et international)	p. 11
2. Métier du designer	p. 16
2.1. Etudes et formations (écoles, diplômes, spécificités)	p. 16
2.2. Comparaison designer free lance / agence / designer intégré	p. 23
2.3. Rentrer en contact avec un designer	p. 24
2.4. Méthodologie de travail du designer	p. 27
2.5. Rémunération du design	p. 28
2.6. Propriété intellectuelle	p. 29

3. Tests en conditions d'usage et financements du design	p. 34
3.1. Laboratoires design des grands comptes	p. 34
3.2 Laboratoires et centres d'expertises	p. 35
3.3 Tests du design hors laboratoires	p. 36
3.4. Financements dédiés au design	p. 38
3.5. Financements utilisables pour les étapes design	p. 39
CONCLUSION GENERALE	p. 45
LEXIQUE	p. 47
BIBLIOGRAPHIE & WEBOGRAPHIE	p. 49



INTRODUCTION

UNE DISCIPLINE ANCIENNE QUI PREND SON ENVOL AU XXÈME SIÈCLE

Contrairement aux idées reçues, le design n'est pas une activité nouvelle. Considéré aujourd'hui uniquement comme un terme anglo-saxon signifiant « concevoir », son étymologie est pourtant latine et vient du mot *dessein* (projet) ou *dessin*. Ces deux notions sont restées indifférenciées jusqu'au XVIIIème siècle où le « *dessein* » est devenu le projet et le « *dessin* » une représentation graphique.

L'essor du design est apparu avec **la seconde révolution industrielle au XIXème siècle** et la **production en série**. On attribue ainsi à la chaise Thonet, et son modèle Bistrot, le véritable essor du design industriel (50 millions d'exemplaires vendus entre 1859 et 1930)¹. Le développement de l'industrie automobile, au XXème siècle, est un bon exemple d'utilisation continue et reconnue du design dans les entreprises.

Le design français a fortement été marqué par l'influence des **Arts Décoratifs** (XVIIIème). Il a ensuite investi tous les champs de l'industrie (automobile, aéronautique, électroménagers, arts de la table). Il semble, aujourd'hui, qu'il y ait **autant de types de design français que de designers français** (contrairement à l'Italie ou aux pays scandinaves). Il est très souvent associé à la notion de **luxe** à l'étranger. Enfin, certains diront que le design français accorde une place très importante à l'étude de **l'usage**, en amont des projets.

En France, le public associe le design au stylisme et donc à l'habillage des produits et des services. Devenu un adjectif signifiant souvent « beau », à la mode et accolé aux noms de designers qui ont fait sa renommée comme Philippe Starck, le design souffre d'un déficit de reconnaissance d'une activité moteur dans l'entreprise et les organisations, en général. Pourtant, réfléchi en termes de stratégie et de moyens clairs à mettre en place, **le design tend à « satisfaire durablement le consommateur dans une logique de profit pour les entreprises »** (définition extraite de « Le Design Management stratégique et opérationnel », Editions Vuibert – Collection Lire Agir, 2011, par Christophe Chaptal de Chanteloup).

¹ Source : www.placeaudeesign.fr, « Brève – histoire du design »

NON PAS UN MAIS DES DESIGN

Il n'existe **pas de définition unique du terme design en France**. Il vous est ici proposé la définition suivante « discipline qui vise à analyser et à représenter concrètement, une pensée, un concept ou une intention en tenant compte des contraintes fonctionnelles, structurelles, esthétiques, techniques et productives. A partir de la prise en compte de l'utilisateur et de l'entreprise productrice, le design a pour but de proposer des produits, services ou espaces qui génèrent un attrait pour le consommateur et donc un acte d'achat. ».

Le design possède plusieurs spécialités dont les plus développées sont (Définitions lexique p.47):

- Le design produit également nommé design industriel ;
- Le design de packaging ;
- Le design d'identité visuelle et de communication ;
- Le design d'espace.

Cette étude s'intéresse tout particulièrement à la première catégorie qu'est **le design de produit**. Il s'agit alors de **créer un produit par rapport à sa fonctionnalité, son usage, son esthétisme en prenant en compte les contraintes et les coûts de fabrication**. On y inclut le design numérique qui porte sur les interfaces numériques (Internet, logiciels, etc.).

UN AVANTAGE COMPÉTITIF POUR LES ENTREPRISES UTILISATRICES

Le design, quand il est utilisé au bon moment, avec les bonnes ressources est un facteur déterminant dans la croissance des entreprises :

- Développement de l'image de marque, de la **notoriété** ;
- **Différenciation** vis-à-vis de la concurrence ;
- **Réponse à des besoins** concrets et durables des consommateurs (besoin fondamental et sous-besoins) ;
- **Respect des moyens et des contraintes** internes à l'entreprise et à son marché.

A terme, le design a pour objectif d'**augmenter les marges** réalisées sur les ventes (hausse des quantités vendues, augmentation du prix de vente sans augmentation du coût de revient, rationalisation des coûts de production). Il est également un outil de dialogue avec des investisseurs et participe ainsi à **l'aide à la levée de fonds**.

La France et certains pays européens, comme les pays scandinaves et le Royaume-Uni, ont mené des études pour mesurer l'impact du design sur l'activité des entreprises :

- Près de $\frac{3}{4}$ des entreprises françaises qui ont eu recours au design perçoivent une augmentation réelle de leur chiffre d'affaires et la moitié affirment avoir ressenti une hausse de leur valeur financière¹.
- +22% de chiffre d'affaires pour les entreprises danoises qui utilisent le design par rapport à celles qui ne l'utilisent pas².

- Les entreprises britanniques usant de manière intensive du design (intégration dans le processus de l'entreprise) ont deux fois plus de probabilités d'avoir développé de nouveaux produits et services que les autres³.

- 81% des entreprises espagnoles affirment que le design a un impact sur leurs profits⁴.

1 Source : « Economie du design », APCI, Cité du design et IFM sur commande de la Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services, 2010

2 Source : « The economic effects of design », agence nationale danoise pour l'entreprise et la construction, 2003

3 Source : « Design in Britain 2005-2006 », Design Council, 2006

4 Source : « Design as a driver of user-centred innovation », Commission staff working document from the Commission of the European communities, avril 2009

1. Place du design dans les politiques de soutien à l'innovation françaises

Il vous est proposé, ici, un panorama des études, menées en France et dans les principaux pays utilisateurs du design (Royaume-Uni, pays scandinaves et Corée du Sud), sur le marché du design (offre et demande) et les politiques de soutien nationales.

1.1. Principales études publiées par les Ministères et les organismes de soutien au design en France

Peu d'études ont été menées, en France, sur le design en tant que filière économique et moteur de la compétitivité des entreprises.

C'est la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (**DGCIS**), placée sous l'autorité du ministre de l'Économie, des finances et de l'industrie, qui a pour mission de développer la compétitivité et la croissance des entreprises de l'industrie et des services et donc le design (plus de renseignements sur www.entreprise-et-design.fr).

Jean-François SERRE, chef du bureau design et création à la DGCIS, explique que « *L'action de la DGCIS en faveur du design et de la création s'articule autour de quatre priorités : encourager l'utilisation du design dans les entreprises en développant des outils de sensibilisation adaptés ; développer l'offre de design et de création aux entreprises en particulier dans les PME/PMI ; assurer l'excellence de l'enseignement supérieur du design ; promouvoir le design français à l'international et valoriser les productions françaises grâce au design.* » (Interview réalisée par Tiphaine Igigabel, Dici Design, juillet 2010).

Ces actions se traduisent par :

- Une communication sur les apports bénéfiques du design pour les PME par l'intermédiaire du site Internet www.entreprise-et-design.fr ;
- Un soutien aux écoles et à la formation en design ;

- La conduite d'études pour mieux connaître le secteur et chercher des axes de développement ;
- Un soutien financier et un accompagnement des PME désireuses de recourir au design.

Dans ce cadre, elle a commandité une étude intitulée « **Economie du design** », en 2010, auprès de l'APCI¹, de la cité du design et de l'IFM² (200 pages). Certainement l'étude la plus complète sur le marché français, elle éclaire sur l'offre et la demande de design en France et propose des recommandations sous forme de leviers susceptibles de valoriser l'offre en design et de stimuler la demande en créant des outils d'appréciation et de suivi de l'apport du design dans la performance des entreprises.

Les principaux résultats sont :

- Concentration de la profession en Ile-de-France et en Rhône-Alpes (70% de la profession).

1 APCI : Agence pour la Promotion de la Création Industrielle « développe en collaboration avec ses membres et ses partenaires, des outils et actions collectifs qui valorisent une approche économique, sociale et culturelle du design en France et du design français à l'étranger. » Plus d'informations sur www.apci.asso.fr

2 IFM : Institut Français de la Mode (établissement d'enseignement supérieur en mode et design) Plus d'informations sur www.ifm-paris.com

- Nombre total de structures (indépendants et agences) estimé à 14 000 avec 300 à 400 structures de plus de trois personnes et entre 11 200 et 12 200 structures d'une personne dont l'un des métiers du design constitue l'activité principale (soit 1500 à 2500 structures de deux à trois personnes).
- Polyvalence des structures. Seules 18% se consacrent à une seule activité de design, 65% de ces structures exercent trois activités différentes (40%) ou plus (25%).
- Principaux clients sont les PME avec 79% au total, 70% PME <100, 38% des PME > 100. Le pourcentage des agences travaillant avec des grandes entreprises ou des PME > 100 est le double de celui des indépendants.
- Offre d'activités : design produit (50% des structures), aménagement d'espace, graphisme, identité visuelle et corporate, packaging et développement d'activités nouvelles comme le conseil en design (35%), le design de service (11%), le design interactif (9%).
- Taux d'utilisation du design par les entreprises françaises de 40%. Il est parmi les plus faibles en Europe (près de 50 % en Grande-Bretagne et dans les pays d'Europe du Nord, 70% en Espagne).
- Impact positif du design jugé important : 1° augmentation de chiffre d'affaires ; 2° augmentation de la valeur financière de l'entreprise, ressentie par plus de la moitié des entreprises.

Les études suivantes sont également disponibles et accessibles à partir du site Internet de la DGCIS (<http://www.industrie.gouv.fr/creation/etudes-rapports.html>) :

- « **Étude internationale sur les politiques favorisant l'usage du design par les entreprises** », commanditée par la Direction Générale des Entreprises (DGE), en 2007, à la société ALGOE (148 pages) (<http://www.industrie.gouv.fr/creation/etudes/algoe-design.pdf>). Elle analyse les différentes composantes des politiques publiques en matière de création et de design, en France et dans

plusieurs pays étrangers. L'objectif est de comprendre leur organisation et les choix qu'elles traduisent ainsi que d'en évaluer l'efficacité.

- « **Pour une nouvelle vision de l'innovation** », rapport remis à Christine Lagarde, ministre de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, par P. Morand et D. Manceau de l'ESC-EAP en 2009 (102 pages). Il rappelle que l'innovation, au-delà de la recherche et développement, comprend un travail sur les usages, les modèles économiques, le design et le marketing. De nouveaux indicateurs de mesure de la capacité d'innovation ainsi que dix pistes d'actions à destination des pouvoirs publics sont présentés.
- « **Le management du design par les entreprises présentes dans l'Observateur du design** » (51 pages), étude réalisée, en 2006, par l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle (APCI) avec le soutien de la DGE qui cherche à comprendre les pratiques des entreprises qui ont pris l'initiative d'associer des designers à leurs projets de développement, à sensibiliser les dirigeants des entreprises à l'importance du design et à proposer une perspective comparative des pratiques des entreprises en matière de design au niveau européen.
- « **L'offre de design en France** », étude de l'Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI) (68 pages) réalisée en 2002 recueille les données économiques disponibles sur le secteur et le marché. (<http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sect/pdf/offredesignenfrance.pdf>)

Un rapport de la commission européenne, intitulé « **Le design, moteur de l'innovation** » (69 pages), disponible uniquement en anglais (*Design as a driver of user-centred innovation*) de 2009 cherche à démontrer, au travers de nombreux exemples européens, le rôle du design dans l'innovation et la compétitivité des entreprises.

Pour approfondir le champ du design, sont consultables les études suivantes :

- « **Design et brevet** », (158 pages), étude pilotée par l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) et l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle (APCI) avec la participation de l'Alliance Française des Designers

(AFD) et de Designers Interactifs, en 2011. Elle souligne, à partir d'un recueil de statistiques sur le dépôt de brevets des entreprises et des agences de design, le lien entre innovation et design. (http://www.inpi.fr/fileadmin/mediatheque/pdf/OPI/etude_Design_et_brevet.pdf)

- « **Compétitivité hors prix** », étude menée par le COE (Centre d'Observation Economique de la CCIP), puis de Coe-Rexecode, pendant 10 ans, publiée dans la Lettre de prospective (décembre 2010 N°27). Elle révèle qu'à côté du contenu technologique des produits, leur design peut aussi constituer un véritable atout en matière de compétitivité. (<http://www.etudes.ccip.fr/publication/70-design-et-innovation-technologique>)

Sont également disponibles des documents d'information de la DGCIS :

- « **La valeur ajoutée est dans la créativité, le design** » de Sophie Gleizes, chargée de mission à la DGE. Article extrait de la lettre d'information n°34 de la DGE (avril 2008).
- « **Contribuer plus que jamais à la compétitivité des industries françaises de la mode et de la création** » de Dominique Jacomet, directeur général de l'Institut Français de la Mode. Article extrait de la lettre d'information n°34 de la DGE (avril 2008).

- « **L'enjeu économique lié au design est énorme** » par Patrick Le Quément, ex-directeur du design industriel chez Renault, ancien président de l'École Nationale Supérieure de Création Industrielle. Article extrait de la lettre d'information n°34 de la DGE (avril 2008).

- « **Les industries de la mode** » est une analyse statistique réalisée par le service des études et des statistiques (SESSI) de la DGE. Du produit standard au produit de luxe, du produit traditionnel au produit plus technique, l'industrie de la mode recouvre un ensemble d'activités ayant en commun la « parure de la personne ». Savoir-faire, innovation et créativité sont à l'origine du renom international de cette industrie qui représente 5 % du chiffre d'affaires de l'industrie manufacturière (hors IAA et énergie).

- « **Conception et design** » L'ergonomie d'abord. Extrait de la revue Industrie (mars 1999).

1.2. Comparaison avec les politiques design d'autres pays

Comme le montre le rapport de la Commission européenne « *Design as a driver of user-centred innovation* », des pays comme la Finlande, le Royaume-Uni, le Danemark ou la Nouvelle-Zélande ont mis en place une politique design et déterminé une définition unique du terme design.

Selon l'étude internationale sur les politiques favorisant l'usage du design par les entreprises » (ALGOE, 2007), « *globalement, les politiques nationales structurées en faveur du design sont en émergence mais elles demeurent peu nombreuses, bien que le design constitue désormais un sujet de réflexion pour la plupart des pays industrialisés, notamment dans la perspective d'une*

stratégie de différenciation. Aujourd'hui, seule une quinzaine de politiques menées aux échelles nationales sont véritablement structurées et identifiées par les acteurs internationaux du design. »

Toujours selon cette étude, les politiques et soutiens au design aux Etats-Unis sont difficilement étudiables parce que « *les initiatives stimulantes en matière de design sont foisonnantes, notamment dans le domaine de la recherche et de la formation, n'ont pas fait l'objet de cette étude en raison de l'absence de structuration nationale des interventions. Il en va de même de l'Espagne ou de l'Italie, malgré une forte culture design dans ce dernier pays.* »

Des organismes nationaux de représentation et de défense de la filière, soutenus par les Etats, ont été mis en place :

Pays	Royaume-Uni	Allemagne	Corée du Sud	Danemark	Suède
Principal organisme de représentation	UK Design Council	German Design Council	Korean Institute for Design Promotion (KIDP)	Dansk Design center	Swedish Industrial Design Foundation
Année de création	1944	1953	1970	1978	1989
Soutiens	Department for Business Innovation and Skills and Department for Communities and Local Government du gouvernement britannique Association agréée par la « Royal Charter »	A l'initiative du German Federal Parliament. Association forte de 170 membres issus d'entreprises, de design, d'associations et d'institutions.	Ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Energie	Ministère des Affaires Economiques	Ministère de l'industrie, de l'emploi et des communications
Actions	Démontrer le rôle moteur du design dans l'économie par l'organisation et la collecte d'études, de cas d'entreprises. Il est largement soutenu par le gouvernement comme facteur de compétitivité du Royaume-Uni.	Offrir un support sur les questions de stratégie, de planning et de communication aux entreprises dans leur utilisation du design. Organiser un concours valorisant les meilleures réalisations.	Elargir le nombre d'entreprises utilisatrices du design (focus sur les PME). Faire émerger les designers stars pour développer la notoriété du design coréen. Stimuler l'innovation par le design. Renforcer les capacités en R&D du design. Séoul, Capitale mondiale du design en 2010 - World Design Capital (WDC)	Promouvoir, à l'échelle nationale et internationale, le design danois. Favoriser l'accès des entreprises aux informations et aux outils les plus récents du design. Professionnaliser le secteur du design. Améliorer la formation.	Proposer des services de conseil et consultation, recherche, éducation, projets collaboratifs. Soutenir des entreprises de design suédoises.
Plus d'informations	http://www.designcouncil.org.uk	http://www.german-design-council.de/en/gdc-english.html	http://www.kidp.or.kr/kmain/data/KIDP_brochure_2010.pdf	http://en.ddc.dk/	http://www.svid.se/sv/English/

1.3. Evénements autour du design (France et international)

La **reconnaissance du design**, mais aussi et surtout des entreprises qui l'utilisent, passe par l'**organisation de manifestations nationales et internationales**.

Ces événements peuvent prendre la forme de concours et/ou d'exposition de projets et de démarches. Récompensant souvent le couple entreprise/designer, les réalisations sont présentées au grand public et bénéficient d'une couverture médiatique importante.

Ces manifestations sont à la fois une **reconnaissance** des efforts fournis et un **outil commercial** puissant (exposition, diffusion médiatique).

Sont présentés dans cette étude les principaux événements, en France et à l'étranger, concernant des réalisations en design de produits :

Intitulé	Organisateurs	Couverture géographique	Objectif	Promotion	Fréquence	Date de clôture	Liens web
Red Dot Design Awards	Red dot design institute (Allemagne)	International	Promouvoir les meilleures réalisations design des entreprises (catégories par spécialités dont « design de produit »)	Une sélection de projets récompensés bénéficie d'une exposition à l'international (« red dot tour »)	Annuelle	Début du mois de juillet	http://en.red-dot.org
Design Management Europe Awards	Réseau Design management Europe soutenu par la commission européenne	Européen	Récompenser le rôle du management dans le succès d'une stratégie de design (démarche et intégration du design dans l'entreprise) - catégories par types de structures et d'utilisation du design « petites entreprises », « 1ère utilisation du design », etc.		Annuelle	Début du mois de juillet	http://www.designmanagementeurope.com/site/index.php?page=5
Observateur du design	Agence pour la Promotion de la Création Industrielle (APCI)	Français avec ouverture internationale	Réunir et récompenser les meilleures réalisations (produits, espaces et services) issues de tous les secteurs d'activité qu'elles soient commercialisées, en recherche d'éditeur ou bien prospectives (catégories par spécialités dont « design de produit »)	Projets retenus reçoivent un Label de l'Observateur du design et une exposition de 3 mois auprès du grand public (Généralement Cité des sciences et de l'industrie de la Villette). Les meilleures réalisations reçoivent une Etoile. Une sélection de projets récompensés bénéficie d'une exposition à l'international	Annuelle	Fin du mois de juin	http://www.apci.asso.fr/?cat=7
Janus	Institut Français du Design (IFD)	Français	Récompenser les expériences qui s'inscrivent durablement dans une démarche d'harmonie, d'intégration et de « mieux-vivre ensemble » (catégories Industrie, Santé, Commerce, Cité, Etudiant, Service)	Gagnants peuvent intégrer le « Club des lauréats » et bénéficier d'une relation de partenariat et des services « à la carte ».	8 sessions annuelles	Voir calendrier	http://www.institut-francaisdudesign.com/Les_Janus/

A retenir

CONCLUSION – 1ÈRE PARTIE

Nombre de pays essaient de soutenir le design dans une politique d'innovation et de compétitivité des entreprises.

Les gouvernements, et plus précisément les ministères de l'industrie et/ou des finances, soutiennent des organismes nationaux de représentation du design (communication sur le lien entre compétitivité des entreprises et design, soutien de l'enseignement, communication à l'international, organisation de concours, etc.).

Cas d'entreprise

Mecalac

Extrait de la présentation du cas de l'entreprise MECALAC dans « Economie du design » par APCI, Cité du design et IFM sur commande de la Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services (2010).

- **Nature d'activité** : engins de travaux publics pour milieu urbain
- **Type de marché** : B to B et B to C
- **Nombre de salariés** : 400 (Groupe MECALAC-AHLMANN)
- **CA 2008** : 128 millions d'euros
- **Nature de l'entreprise** : groupe
- **Localisation** : Biarritz (64)
- **Organisation du design** : un designer intégré (un design manager rattaché à la R&D) / appel régulier à la même agence de design
- **Retour sur investissement en design** : pénétration croissante des marchés allemands, traditionnellement réticents aux engins de chantiers polyvalents et fidèles aux grands constructeurs.

OBJECTIF :

Faire face à la concurrence des « poids lourds » comme CATERPILLAR et KOMATSU. Répondre à des objectifs d'identification, de différenciation et de diversification des produits.

MOYENS :

Sous l'impulsion du PDG : Investissement dans l'innovation pour étoffer continuellement sa gamme et se différencier. Collaboration régulière avec une agence de design externe depuis les années 90. Embauche, en 2002, d'un design manager, issu d'une formation ingénierie mécanique.

LES APPORTS DU DESIGN

Fonctionnalités, esthétique, et lisibilité du produit : une « association gagnante »

- Design, a priori, purement industriel (critères de beauté et de plaisir non recherchés) mais sensibilité accrue des clients vers des machines esthétiques, inspirant qualité et robustesse.
- Critères d'ergonomie et de facilité de conduite également primordiaux.
- Prise en compte d'exigences environnementales de plus en plus présentes juridiquement (normes pollutions) et économiquement parlant (pression de la clientèle).

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DU DESIGN

Véritable moteur d'innovation en interne par son pouvoir d'image et sa capacité à associer esthétique et technicité du produit.

- Pénétration croissante des marchés allemands, traditionnellement réticents aux engins de chantiers polyvalents et fidèles aux grands constructeurs.
- Gain de nombreux prix d'innovation et de design: Observateur, Red Dot, trophée INPI, médaille d'or du salon Intermat qui récompensent la stratégie innovante du groupe et assoient les succès de l'intégration du design dans l'entreprise tout en participant à la valorisation de la société et en véhiculant largement une image d'innovation et dynamisme.

LES DIFFICULTÉS DE L'INTÉGRATION DU DESIGN

Entre fierté et réticences : la place du design dans l'entreprise

- Intervention transversale du design manager dans les services bureau d'étude et prototype-validation.
- Design en interne ou en association avec l'agence, prestataire historique, unique et régulier de la société.
- Reconnaissance et fierté du design par les salariés qui estiment les produits « beaux, différenciateurs et innovants ».
- Perception, toutefois, pendant les phases de conception, du design comme une source de complication et pas vraiment indispensable.



2. Métier du designer

Un designer, selon la définition de Jean-Charles Gaté dans « Le design de A à Z » est « un professionnel de la création au service de l'entreprise et de la marque. Ce généraliste aux spécialités multiples allie intuition et expérience pour innover et formuler des solutions concrètes. »

Le type d'études, le niveau d'expérience et de responsabilités, les conditions de travail, de facturation et des droits de propriété intellectuelle sont abordés dans cette partie.

Rappelons que cette étude s'intéresse particulièrement à la spécialité de design produit.

Toute entreprise peut embaucher un designer. Plusieurs questions se posent alors :

- Intégration et pilotage du design dans l'entreprise : rattachement à la Direction générale, au service marketing, au R&D
- Profil du designer : opérationnel ou manager (encadrement), spécialisé ou généraliste
- Missions et champ d'action : spécialisé ou généraliste, conseil stratégique ou opérationnel
- Rémunération : à déterminer selon le profil
- Evolution : pilotage d'un département design

2.1. Etudes et formations (écoles, diplômes, spécificités)

En France, un designer peut se former principalement dans une école de design ou une école d'art, en formation initiale ou continue. Des partenariats entre établissements et des spécialités dans certaines écoles d'ingénieurs, d'architecture (design d'environnement) ou même de commerce permettent d'obtenir également un diplôme de designer.

Il existe quatre niveaux de diplômes.

NIVEAU BAC + 2

- BTS conception de produits industriels, design de produits ;
- Diplôme national d'art et technique (DNAT) option design de produit ;

Les BTS sont des formations courtes réalisables dans les lycées ou dans certaines

écoles de design, à plein temps ou en alternance.

NIVEAU BAC + 3

- Licence pro production industrielle, spécialité conception et fabrication de produits ; production industrielle, spécialité adaptation des emballages et design industriel ; production industrielle, spécialité éco-conception en produits industriels-énergie-environnement.

Ces études aboutissent à un poste d'**assistant(e) designer** qui élabore ces produits, réalise maquettes et prototypes et assure le suivi de fabrication. C'est avant tout un **technicien**. Elles sont accessibles à partir d'un bac STI arts appliqués ou d'un BT dessinateur en arts appliqués. Sinon, une classe de mise à niveau d'un an est obligatoire.

NIVEAU BAC + 4

- Diplôme supérieur d'arts appliqués (DSAA) créateur concepteur option création industrielle ;

NIVEAU BAC + 5

- Diplôme national supérieur d'expression plastique (DNSEP) option design ;
- Diplôme de l'École nationale des arts décoratifs (ENSAD) ;
- Masterpro Sciences, technologies, santé mention sciences pour l'ingénieur spécialité éco-conception ;
- Diplôme de création industrielle de l'ENSCI ;
- Diplôme interne à certaines écoles.

Ces diplômes Bac+ 4 ou 5, reconnus et/ou visés par l'Etat (Diplôme supérieur d'Arts Appliqués (DSAA), Diplôme d'Enseignement Supérieur des Arts et Techniques (DESAT) sont dispensés exclusivement dans des **écoles supérieures**, ils permettent aux diplômés d'accéder à des postes de création et de management d'équipes. Le coût annuel de la formation varie entre 4 900 € et 7 300 € pour les formations payantes. Les écoles d'art et de design peuvent être publiques, consulaires (dépendent des Chambres de Commerce et de l'Industrie) ou privées.

La **réputation des écoles** est souvent primordiale et est dépendante des enseignements, des moyens mis à disposition et des relations nouées avec les entreprises du territoire. Ces écoles recrutent directement après le bac.

Dans les écoles supérieures de création, le design de produits est souvent associé à la conception de mobilier. Le design en lien direct avec l'industrie (autre que l'ameublement) est moins dispensé.

Attention, **le métier de designer n'est pas réglementé**. Il n'est pas nécessaire de détenir un diplôme en design pour se présenter comme designer. Toutefois, les formations en design produit portent sur :

- La connaissance des matériaux et des process d'industrialisation ;
- La maîtrise des outils de représentation (dessin, logiciels informatiques 2D et 3D) ;
- L'appréhension de l'environnement de l'entreprise (marketing, comptabilité, droit) ;
- Les langues.

Les écoles et les formations proposés sont présentées ici par rapport au degré de reconnaissance du diplôme (Etat, entreprises) et leur spécialité en design industriel.

Liste des principales écoles de design françaises proposant une formation initiale en design (par ordre alphabétique) :

Norm de l'école	Créapôle	Ecole Supérieure des Arts Appliqués Duperré	Ecole Boule (ESAA)	Ecole Camondo (Les Arts Décoratifs)	Ecole de Design Nantes Atlantique (EDNA)	Ecole Internationale de Design (EID) – Euromed Management	ESAG-Penninghen	Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs (ENSAD)	Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle (ENSCI)
Conditions d'entrée	3 ans - admission Bac et Bac +3 alternance possible	Admission Bac +2	Bac	Bac	Bac ou Bac+3	Bac, bac+1 puis bac +3 ou 4	Bac +2 ou Bac +3	Bac	Bac
Niveau de reconnaissance	Certificat d'établissement	Homologation niveau II	Homologation niveau II et III	Certification niveau I	Certification niveau I	Certification niveau II	Certification niveau II Certification niveau II	Certification niveau I	Certification niveau I
Spécialités	Design produit, Design transport, Création architecture intérieure, Création mode, Création communication visuelle	Création mode, Design d'espace, Création communication visuelle.	Aménagement environnement architectural, Design d'espace, Création communication visuelle, Design produit.	Architecture d'intérieur, Dessin	Design d'espace, Création communication visuelle, Design produit, Design d'interactivité	Design d'espace, Création communication visuelle, Design produit, Design management	Design d'espace, Création communication visuelle, Design produit, Design management	Architecture intérieure, Design graphique / multimédia, Textile et matière, Objet	Design produit, Design textile, Objets numériques
Lien avec les entreprises	Alternance	Stages	Stages	Stages	Stages, Alternance, Séminaires, Formation continue	Stages, Alternance, Séminaires, Workshops	Stages, Workshops	Stages, Workshops, Expositions, Programmes de recherche	Stages, Workshops, Expositions, Programmes de recherche
Diplômes délivrés	Certificat de spécialisation de Créapôle-ESDI, option design produit. Master de Créapôle-ESDI, option design produit.	DSAA mode & environnement	BTS Design de produits (http://www.ecole-boule.org/spip.php?article50&lang=fr) DSAA (Niveau Master 1) Design produits mobiliers Master 2 professionnel en collaboration avec l'ENS Cachan.	Certificat professionnel d'architecte d'intérieur-designer	Diplôme de l'école	Diplôme de l'école	Diplôme de directeur artistique en art graphique et design numérique Diplôme d'architecte d'intérieur-designer	Diplôme design d'objet bac+5	Créateur Industriel / Master 2 recherche «Design, médias, technologies» avec l'Université Paris 1 Panthéon – Sorbonne, Telecom ParisTech Master 2 recherche «Design et développement des objets, médias et espaces numériques» (DDOMEN) avec la CNAM, Université Paris 8 et INA
Coordonnées	128 rue de Rivoli 75001 Paris Tél. : 01 44 88 20 20 www.crepole.fr	11 rue Dupetit-Thouars 75003 Paris Tél. : 01 42 78 59 09 www.duperre.org	9-21 rue Pierre Bourdan 75012 Paris Tél. : 01 44 67 69 67 www.ecole-boule.org	266, bd Raspail 75014 Paris Tél. : 01 43 35 44 28 www.ecole-camondo.fr	Atlanpole La Chantrerie Rue Christian-Pauc - BP30607 44306 Nantes cedex 3 Tél. : 02 51 13 50 70 www.lecolededesign.com	Avenue Arago 83130 La garde Tél. : 04 94 22 81 35 www.eid-design.com	31 rue du Dragon. 75006 Paris Tél. : 01 42 22 55 07 www.penninghen.fr	31, rue d'Ulm 75240 Paris cedex 05 Tél. : 01 42 34 97 00 www.ensad.fr	48 rue St Sabin 75011 Paris Tél. : 01 49 23 12 12 www.ensci.com

Nom de l'école	Ecole Supérieure d'Arts Appliqués de Troyes (groupe ESC Troyes)	Ecole Supérieure d'Art et de Design de Reims (ESAD)	Ecole Supérieure d'Art et de Saint Etienne (ESADSE)	Ecole Supérieure de Design des Landes (CCI des Landes)	Institut Supérieur de Design de Valenciennes (ISD)	Olivier de Serres (ENSAAMA)	Strate Collège
Conditions d'entrée	Bac Bac+3	Bac	Bac	Bac	Bac Bac+3	Bac	Bac
Niveau de reconnaissance	Pas de reconnaissance ou de visa de l'Etat	Homologation niveau II	Homologation niveau II	Homologation niveau III	Certification niveau I	Homologation niveau II et III	Master européen – certification niveau I
Spécialités	Design d'espace Création communication visuelle Design produit Design management	La spécialisation Design d'objet/design d'espace privilégie la création d'objets et leur mise en espace dans une démarche d'auteur	Master Espace public	Design d'espace Design produit	Design produit Design transport Design numérique	Création communication visuelle, Design d'espace, Design produit, Design textile	Design produit
Lien avec les entreprises	Stages	Stages	Stages Workshops Projets	Alternance Stages	Stages Workshops Projets	Partenariats Stage Expositions	Stages Workshops Projets
Diplômes délivrés	Bac+3 Design arts appliqués– design produit Bac+5 design global	Diplôme national supérieur d'expression plastique (DNSEP)	Diplôme national supérieur d'expression plastique (DNSEP)	BTS design de produits Licence professionnelle design et éco-conception	Diplôme de l'école	BTS Design produit DSAA Créateur-concepteur axe création industrielle	Diplôme de l'école Master Design industriel & Conduite de l'Innovation (DI&CI) en partenariat avec l'Option Ingénierie de la Conception de l'Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris. Double diplôme Design & Management avec Grenoble Ecole de management
Coordonnées	Campus Saint Martin, 13 boulevard Henri Barbusse 10002 Troyes • Tél. : 03 25 71 22 22 www.groupe-esc-troyes.com/index.php?option=com_content&task=blog-category&id=68&Itemid=198	12 rue Libergier 51100 Reims Tél. : 03 26 35 36 40 www.esad-reims.fr	3, rue Javelin Pagnon 42048 Saint-Etienne Cedex 1 www.esadse.fr	CFA Bois/Habitat-40993 Saint-Paul lès Dax cedex • IUT des Pays de l'Adour, 40004 Mont-de-Marsan cedex www.landes.cci.fr/index.php/fire/Se-former/Ecole-Superieure-de-Design-des-Landes	132 avenue du faubourg de Cambrai 59300 Valenciennes Tél. : 03 27 28 42 10 www.design-valenciennes.com	63, rue Olivier de Serres 75015 Paris Tél. : 01 53 68 16 90 www.ensaama.net	27, avenue de la Division Leclerc, 92310 Sèvres Tél. : 01 46 42 88 77 www.stratecollege.fr

Liste des principales écoles d'ingénieur et universités proposant une spécialité en design et/ou un partenariat avec une école de design :

Nom de l'école	Université Technologique de Compiègne (UTC)	ENS Cachan Département Design	Arts et Métiers Paris (en partenariat avec Ecole de design Nantes Atlantique)	Télécom Bretagne (en partenariat avec Ecole de design Nantes Atlantique)	École des Mines de Nancy - Institut National Polytechnique de Lorraine (INPL)
Diplômes délivrés	Diplôme d'ingénieur – génie mécanique Filière : Ingénierie du Design Industriel	Master 2 professionnel Design	Master recherche Ingénierie du virtuel et innovation (IVI)	Mastère spécialisé Ingénierie des systèmes informatiques communicants (ISIC), spécialité «Interaction Humain Machine»	Master Design global - spécialités Management de l'innovation et Design industriel et Design produit : conception produits, procédés, matériaux
Conditions d'entrée	Bac	DSAA de l'Ecole Boule, Duperré ou Estienne	1er année accessible après validation d'une Licence scientifique. 2ème année accessible en dernière année d'école d'ingénieur (double cursus) ou après validation d'une 1ère année de Master scientifique. Ouvert aux salariés et aux demandeurs d'emploi dans le cadre de la formation continue, de l'alternance ou de la VAE. Doctorants peuvent suivre des UE du Master dans le cadre de leur formation doctorale.	Diplôme de Grande École d'ingénieur ou de commerce. Diplôme de 3e cycle : master recherche ou master professionnel, DEA ou DESS. Maîtrise ou master 2, assorti d'une expérience professionnelle d'au moins 3 années dans une fonction à responsabilités (1/4 de la promotion maximum). Diplôme équivalent d'une institution étrangère.	Bac+3
Coordonnées	rue du Dr Schweitzer 60200 Compiègne Tél. : 03 44 23 44 23 www.utc.fr	61, avenue du Président Wilson 94235 Cachan www.design.ens-cachan.fr	Centre Angers, 2, boulevard du Ronceray BP 93525 49035 Angers Cedex 01 Tél. : 02 41 20 73 73 http://graduateschool.paristech.fr/programme.php?code=ENSAM_MR_CIRD_IVI	Technopôle Brest-Iroise - CS 83818 - 29238 Brest Cedex 3 Tél. : 02 29 00 11 11 http://www.telecom-bretagne.eu/formations/masteres_specialises/ingenierie_des_systemes_informatiques_communicants/	Parc de Saurupt CS 14 234 54042 Nancy cedex Tél. 03 83 58 42 32 http://www.mines.inpl-nancy.fr/

PRÉSENTATION DE L'ENSCI PAR OLIVIER HIRT, RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

L'ENSCI est, en France, la seule école publique nationale dédiée au design. Elle occupe donc une place particulière dans le paysage des écoles de design françaises.

Créée en 1982, elle compte environ 200 élèves, qui suivent une formation « généraliste », au sens où le cursus n'est pas organisé en spécialités. Le programme des enseignements couvre l'ensemble des champs de la création industrielle, au sens contemporain et le plus étendu du terme (incluant produits et services et les nouveaux champs comme le numérique ou l'innovation sociale) et comporte des activités dans des champs connexes du design (graphisme, arts plastiques, etc.).

L'école a des liens étroits avec l'industrie ou des organismes publics, la quasi totalité des projets se faisant en partenariat avec un acteur extérieur. En formation, comme maintenant en recherche dans le cadre de Paris Design Lab, la structure de recherche de l'ENSCI.

L'école délivre plusieurs diplômes :

- le master de « Créateur industriel », diplôme originel et principal de l'école, qui accueille entre 40 et 50 élèves par an ;

- le master de « Designer textile » ;
- deux mastères spécialisés (post diplômés en un an, accrédités par la Conférence des Grandes Ecoles) : « Création et technologie contemporaine » et « Innovation by Design ».

Des partenariats avec d'autres établissements permettent également depuis peu aux élèves en « Création industrielle » de préparer leur diplôme en double cursus pour obtenir, à l'issue de leur parcours, un deuxième master en management de l'innovation (Ecole Centrale Paris), urbanisme (Université de Marne-la-Vallée), « Design, médias et technologies » (Université de Paris 1, Telecom ParisTech et ENSCI) ou création et développement numérique (CNAM, Université de Paris 8 et ENSCI).

L'ENSCI propose également un double cursus de niveau licence en « Sciences et design » en partenariat avec l'Université de Paris 6.

Nous souhaitons proposer à nos étudiants d'approfondir leur métier tout en s'ouvrant à d'autres domaines.

Interview réalisée par Tiphaine Igigabel, dici design, février 2011.

La **formation continue** se développe peu à peu dans l'enseignement du design.

Elle peut être dispensée par le biais de la **reprise d'études** ou la **Validation des acquis d'expérience (VAE)**.

Un VAE est un « dispositif qui permet l'obtention de tout ou partie d'une certification (diplôme, titre à finalité professionnelle ou certificat de qualification professionnelle) sur la base d'une expérience professionnelle salariée, non salariée (commerçant, collaborateur de commerçant, profession libérale, agriculteur ou artisan...) et/ou bénévole (syndicale, associative) et/ou volontaire. Cette expérience, en lien avec la certification visée, est validée par un

jury. Les certifications, enregistrées au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP), sont accessibles par la VAE. Il peut être entreprise par toute personne, quels que soient son âge, sa nationalité, son statut et son niveau de formation, ayant au moins trois ans d'expérience salariée, non salariée ou bénévole. »¹

¹ Source : www.vae.gouv.fr

Liste des principales écoles de design françaises et organismes proposant une formation continue en design

Nom de l'école	Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs (ENSAD)	Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle (ENSCI)	Ecole de Design Nantes Atlantique	4design
Diplômés délivrés	Formation continue non diplômante : design objet VAE	Formations à la demande : workshops, sensibilisation, collaboration avec des écoles.	Conduite de projet design : formation professionnalisante de 21 jours. Formations à la demande.	Chef de projet en conception de produits industriels - Certification professionnelle de niveau II
Public	Toute personne répondant aux critères de sélection.	NC	Professionnels de la création et de l'innovation tels que : designers, ingénieurs ou techniciens en bureaux d'études, professionnels du marketing, chefs de produits, consultants et autres.	NC
Conditions d'entrée	VAE : 3 ans d'expérience et acquisition des connaissances ou aptitudes exigées pour l'obtention du diplôme de l'ENSAD	NC	NC	NC
Coût	Sans prise en charge: 2373 € Avec prise en charge (Assedic, Fongecif, employeur etc.): 3173 €	NC	Formation courte (2 à 10 jours) : 500 à 3 000 € Formation diplômante : jusqu'à 8 350 €	NC
Plus d'informations	http://www.ensad.fr/spip.php?article174	http://www.ensci.com/formation-continue/formations/presentation/	http://www.lecolededesign.com/fr/formation_continue/catalogue/	http://www.4design.fr/DIPLÔME

2.2. Comparaison designer free lance / agence / designer intégré

Les entreprises peuvent recourir aux services de design sous essentiellement trois grandes formes :

- Recours à un designer indépendant communément appelé « **freelance** » ;
- Appel à des consultants externes regroupés en « **agences de design** » ;

- Embauche d'un designer dans l'entreprise généralement nommé « **designer intégré** ».

Ces services répondent à des problématiques spécifiques. Le choix entre le designer indépendant, l'agence et le designer intégré s'effectue à partir d'une définition des enjeux et des moyens de l'entreprise.

Type	Designer indépendant	Agence de design (quelques personnes à une centaine de personnes)	Designer intégré
Spécialisation	Forte sur un domaine d'activité.	Faible à forte (dépend si l'agence est dite « globale » ou spécialisée sur un domaine ou secteur d'activité).	Forte sur le secteur d'activité.
Avantages	Réactivité, souplesse, tarifs souvent plus faibles.	Equipe souvent pluridisciplinaire. Réponse à des problématiques variées (marque, communication, produit, espace, etc.). Capacité à répondre à des projets lourds nécessitant un temps et un effectif importants.	Très bonne connaissance de l'entreprise et de son marché. Forte réactivité.
Inconvénients	Seul (une seule compétence, charge de travail limitée). Outils restreints.	Tarifs moyens à élevés (dépend des compétences requises).	Possibilité d'assèchement de la créativité ? (débat) Besoin d'implication réelle dans la structure de l'entreprise.
Relation avec les entreprises	Fournisseur en direct ou en sous-traitance d'une agence. Regard extérieur sur l'activité de l'entreprise cliente.	Un interlocuteur principal. Regard extérieur sur l'activité de l'entreprise cliente.	Salariat, rapport hiérarchique.
Choix le plus judicieux si...	Besoin de compétences ponctuelles.	Besoin de conseil et d'élaboration de projets importants.	Volonté d'intégrer le design dans la stratégie de l'entreprise.

Source : « Le Design Management stratégique et opérationnel », Editions Vuibert – Collection Lire Agir, 2011, par Christophe Chaptal de Chanteloup.

Afin de démarrer une première relation avec un professionnel du design, il est possible de nouer des **partenariats avec des écoles** sous forme de :

- Projets et/ou séminaires : problématique apportée par l'entreprise (rétribution financière vis-à-vis de l'école),
- Stages et apprentissage.

Il est nécessaire de rappeler que les travaux réalisés sont ceux d'étudiants et ne peuvent donc être aboutis ou comparés à ceux de professionnels. Les sujets sont d'ailleurs souvent prospectifs (anticipation de plusieurs années sur les futurs besoins et usages des consommateurs / usagers).

2.3. Rentrer en contact avec un designer

Il est souvent judicieux de se renseigner auprès d'organismes nationaux ou régionaux pour rentrer en contact avec un professionnel du design.

Liste des principaux organismes qui aident et accompagnent les entreprises dans l'utilisation du design au niveau national et en Ile-de-France :

Organisme	Rayonnement géographique	Missions	Actions pour les entreprises	Site Internet
Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS), placée sous l'autorité du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie	National	Développer la compétitivité et la croissance des entreprises de l'industrie et des services au travers du design.	Communiquer sur les bénéfices que représente le design pour les entreprises. Informar sur les différentes aides publiques aux entreprises en faveur du design.	http://www.entreprise-et-design.fr/
Agence pour la Promotion de la Création Industrielle (APCI)	National	Faire reconnaître le design comme facteur clé de la compétitivité des entreprises et de l'innovation économique, sociale et culturelle. Développer des actions permanentes de promotion du design et mettre en œuvre son expertise et celle de ses réseaux, en France et à l'international, pour la réalisation d'actions spécifiques à la demande de ses partenaires ou de sa propre initiative.	Informar sur la profession. Valoriser le partenariat entreprises-designers par l'intermédiaire de l'organisation de l'Observateur du design (cf Récompenses).	http://www.apci.asso.fr
Institut Français du Design (IFD)	National	Promouvoir et valoriser le design.	Gérer des appels d'offres. Réaliser des audits design. Accompagner à la définition d'un projet de design.	http://www.institutfrancaisdudesign.com/Espace_Entreprises/Conseils_et_Accompagnement/Gestion_d_appel_d_offres/index.htm
Alliance Française des Designers (AFD)	National	Etre le premier syndicat du design pluridisciplinaire et premier par le nombre de membres, gérants d'entreprises, indépendants ou intégrés. Défendre et promouvoir tous les métiers du design en France et en Europe.	Informar sur la profession.	http://www.alliance-francaise-des-designers.org
Association Design Communication (ADC)	National	Regrouper et représenter des agences de design françaises.	Informar sur la profession et notamment les relations clients-fournisseurs : édition du « Livre blanc sur les consultations design », « Design et RSE ».	http://www.adc-asso.com
Le Lieu du design	Ile-de-France	Offrir un espace d'accueil et d'échanges permanents entre les différents acteurs du secteur du design : étudiants, chercheurs, industriels, designers, consommateurs...	Accompagner les TPE/PME/PMI dans leur démarche d'intégration du design et de l'éco-design : sensibilisation, analyse des besoins, conseil sur le choix de la structure de design, relais d'instruction de dossiers de demande de financement, conseil sur la propriété industrielle, etc.	http://www.lielieududesign.com

D'AUTRES ORGANISMES RÉGIONAUX FOURNISSENT DES INFORMATIONS :

ARDI Rhône-Alpes centre de design - <http://www.ardi-rhonealpes.fr>

Centre design Marseille Provence - <http://www.designmarseille.org>

Design In Pays-de-la-Loire - <http://designin.paysdelaloire.fr>

Elophys (Limousin) - <http://www.elophys.fr>

Le Mans Créapolis - <http://www.lemans-creapolis.com>

Innovalis Aquitaine - <http://www.innovalis-aquitaine.org> et 4design - <http://www.4design.fr>

3pod design (Nord Pas de Calais – frontière belge) - <http://www.3pod.eu>

2.4. Méthodologie de travail du designer

Quel que soit la structure ou le type de designer choisi, la méthodologie de travail est la même et se divise en **trois grandes étapes** :

- Phase 1 : compréhension et analyse de la demande, du marché du client, audit de la marque et de ses produits et supports de communication
- Phase 2 : propositions créatives (cette phase est elle-même divisée en plusieurs phases afin de développer un produit qui satisfasse le commanditaire et le consommateur au moyen de roughs¹ et de maquettes).
- Phase 3 : développement et suivi fournisseurs.

Tout projet se doit de commencer par la transmission d'un **brief design** qui fixe le socle et le cadre du projet². Ce dernier est généralement présenté de la sorte :

1. ANALYSE DU CONTEXTE DU PROJET

- Présentation de l'entreprise et de son historique
- Ambition
- Chiffres clés
- Objet du brief

1 Un rough est un dessin qui doit simuler une photographie (ou, plus rarement, une illustration) avant que celle-ci ne soit effectivement réalisée.

2 Source : « Le Design Management stratégique et opérationnel », Editions Vuibert – Collection Lire Agir, 2011, par Christophe Chaptal de Chanteloup

2. CARTOGRAPHIE DU MARCHÉ VISÉ

- Tendances
- Usages
- Concurrence
- Chiffres clés

3. POSITIONNEMENT DU NOUVEAU PRODUIT

- Description du besoin fondamental et des sous-besoins auxquels le produit répond
- Description de la contribution de chaque processus (marketing, R&D, etc.) et du périmètre de responsabilité
- Description des choix de communication et de distribution

4. FORMALISATION DU NOUVEAU PRODUIT

- Proposition du concept de base
- Déclinaison du concept par sous-besoins
- Tests consommateurs
- Finalisation

5. PLANNING

ÉCO-DESIGN ET ÉCO-CONCEPTION

L'éco-conception est une démarche industrielle, qui vise à minimiser les impacts sur l'environnement de sa production tout au long de son cycle de vie, c'est-à-dire depuis la fabrication de la matière première nécessaire à la transformation, en passant par les phases de production, de logistique jusqu'à la fin de vie du produit et à son traitement (recyclage, valorisation, destruction).

L'éco-design est une approche qui consiste à mettre en œuvre des méthodologies prenant en compte le respect de l'environnement dans la création et la conception des produits. Depuis la sélection des matériaux en passant par le process de fabrication et la fin de vie du produit.

Eco-conception et éco-design s'appuient sur l'analyse du cycle de vie du produit, du

comportement du consommateur, le choix des matériaux et des technologies, le transport, la fin de vie et le recyclage.

Aujourd'hui, la majorité des efforts est réalisée sur les packagings (emballages) mais son application sur les produits est de plus en plus développée.

Plus de renseignements :

ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) : <http://www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=96&m=3&catid=12922>

Observatoire de l'écodesign : <http://observatoire-ecodesign.com/>

2.5. Rémunération du design

Il est à noter que la relation qui s'instaure entre un designer et une entreprise cliente, pour être efficace, doit :

- Eviter de considérer le designer comme un simple fournisseur¹. Par fournisseur, il faut entendre « prestataire interchangeable » qui sera uniquement sélectionné sur le critère prix.
- Refuser d'organiser des compétitions non rémunérées entre prestataires (problème éthique, coût économique pour le prestataire qui le fera supporter sur un autre contrat, propositions allant forcément dans le sens du commanditaire et manquant donc d'objectivité).

En dehors du salariat soumis aux obligations légales du droit du travail pour les designers intégrés, il existe trois grands types de facturations²:

1. Les honoraires qui représentent le travail d'analyse, de conseil, de création et qui sont les heures de travail d'une prestation intellectuelle ;
2. Les droits liés à la propriété intellectuelle (cf 2.6. propriété intellectuelle) ;
3. Les frais techniques qui sont les moyens utilisés par le designer pour conduire son projet (déplacements, frais juridiques, impressions, maquettes, prototypes, etc.).

1 Source : « Le Design Management stratégique et opérationnel », Editions Vuibert – Collection Lire Agir, 2011, par Christophe Chaptal de Chanteloup

2 Source : « Le Design Management stratégique et opérationnel », Editions Vuibert – Collection Lire Agir, 2011, par Christophe Chaptal de Chanteloup

A l'intérieur des honoraires, on trouve principalement 5 modes de rémunération des prestataires selon le Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi :

- la **rémunération forfaitaire** qui consiste à se mettre d'accord sur une enveloppe forfaitaire globale d'honoraires ;
- la **rémunération aux royalties** qui est une rémunération variable liée aux résultats du produit sur le marché. Dans cette solution, il est nécessaire de convenir d'un à valoir préalable pour rémunérer les frais d'étude
- un **mix** des deux solutions précédentes ;

2.6. Propriété intellectuelle

Selon la loi française, le designer est considéré comme un créateur et engendre donc des droits d'auteur. Une entreprise qui souhaite développer une démarche design doit donc prendre en compte les notions de **droit d'auteur** et de **propriété industrielle**¹.

Lors de la création d'une œuvre, deux types de droits apparaissent :

- Les **droits moraux** qui sont liés à la personne qui a créé l'œuvre. Ils sont incessibles et imprescriptibles. Ils protègent éternellement la création. Il signifie qu'il est interdit à quiconque de transformer ou de s'approprier l'œuvre.
- Les **droits patrimoniaux** qui sont liés à l'exploitation économique de l'œuvre et qui peuvent être cédés à l'entreprise. L'auteur, moyennant une rémunération, autorise l'utilisation de son œuvre. Le droit patrimonial dure jusqu'à 70 ans après la mort de l'auteur ou après la divulgation si l'œuvre appartient à une personne morale (société, association).

¹ Source : « Design et croissance, optimiser la politique design de son entreprise », Editions Maxima, 2007, par Nicolas Minvielle

- la **facturation au temps passé** : l'entreprise et le designer conviennent d'un plan d'études et d'un coût journalier d'intervention qui sera suivi dans un planning de projet ;
- l'**abonnement** qui permet à l'entreprise de s'assurer la disponibilité du designer avant, pendant mais aussi après le projet.

Afin d'élargir la notion de coût lié à l'activité de design et plus particulièrement de design produit, il est nécessaire que l'entreprise prenne également en compte les investissements liés à la production d'un nouveau produit (outillage).

Deux cas sont encore à distinguer :

- Le designer est **intégré** à l'entreprise :
 - le contrat de travail ne fait pas de mention spécifique sur la propriété des créations, le droit d'auteur est alors inaliénable (contrairement au copyright américain) ;
 - le contrat de travail précise que toutes les créations impliquent une cession des droits en faveur de l'entreprise, selon les jurisprudences, la clause peut être validée ou non. Les mentions obligatoires sont le type de droits cédés, la durée de cession, le territoire visé par la cession et la possibilité offerte à l'entreprise de déposer les créations.
- Le designer est **externe** (indépendant, agence) à l'entreprise :

Il est de la même manière nécessaire de s'assurer que la prestation en design, notamment du fait de son paiement intégral, implique la cession des droits y afférant.

Dans tous les cas, il est nécessaire de **définir la cession des droits** sur une zone géographique, pour une durée de temps et un domaine d'exploitation (support).

Les différents types de protection des créations sont :

- Le **droit d'auteur** : seule une personne physique peut bénéficier de ce droit excepté si l'œuvre est dite collective, l'entreprise peut alors bénéficier de ce droit. La protection porte uniquement sur les formes et non sur l'idée (une idée, un concept ne peuvent être déposés). L'œuvre doit être originale ce qui ne signifie pas forcément nouvelle.
- Le **dessin et modèle** porte sur l'apparence de l'ensemble d'un produit ou à une partie de celui-ci. L'apparence doit être caractérisée par des éléments visuels, par exemple ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou les matériaux utilisés. Ces caractéristiques peuvent être celles du produit lui-même ou de son ornementation. Par ornementation, on entend les éléments de décoration du produit. Le dessin ou modèle doit posséder un caractère propre, c'est-à-dire

qu'il ne doit pas susciter une impression de déjà-vu dans son ensemble, par rapport à un dessin ou un modèle divulgué avant la date de protection accordée à votre dépôt. Il peut être déposé à l'INPI.

- La **marque**, au sens de la propriété industrielle, est un "signe" servant à distinguer précisément les produits ou services d'une entreprise par rapport à ses concurrents. La marque peut prendre des formes variées telles qu'un mot, un nom, un slogan, des chiffres, des lettres, un dessin, un logo ou un signe sonore. Elle peut être déposée à l'INPI.

Toutes les informations sur les modalités et les coûts de protection sont sur le site Internet de l'INPI www.inpi.fr.

Les aspects légaux inhérents à la mise en place d'une démarche design sont complexes. Il existe très souvent un décalage entre la réalité juridique et la gestion du design dans l'entreprise.

A retenir

CONCLUSION PARTIE 2

Un designer est un professionnel de la création qui place l'utilisateur et l'entreprise au centre de son travail. Diplômé d'études supérieures, sa méthodologie de travail est normée.

Auteur, ses réalisations bénéficient d'un droit strict de propriété intellectuelle.

Pour entrer en contact avec un designer, plusieurs organismes français existent.

Cas d'entreprise

WATT&CO

Cas client de l'agence Dici Design.

- **Nature d'activité** : connectique électrique
- **Type de marché** : B to C
- **Nombre de salariés** : 10
- **CA 2009** : 2,2 millions d'euros
- **Nature de l'entreprise** : PME
- **Localisation** : Paris (75)
- **Organisation du design** : designer intégré / appel à la même agence de design
- **Retour sur investissement en design** : passage d'un statut de simple distributeur à celui de producteur, levée de fonds de 2 millions d'euros, meilleure lisibilité

OBJECTIF :

Trouver un positionnement différenciateur de ses concurrents et générateur de nouvelles parts de marché sur un secteur concurrentiel.

Faire face à la montée en puissance des marques de distributeurs.

MOYENS :

Collaboration régulière avec une agence (depuis 2008) et embauche d'un designer en interne (2011).

LES APPORTS DU DESIGN

Définir une stratégie et un positionnement clairs

- Passage de l'image d'importateur à celui de producteur / créateur de connectique électrique ;
- Image de marque claire, identifiée et mémorisable par les utilisateurs ;
- Gain en lisibilité et en cohérence vis-à-vis des acheteurs de la grande distribution qui apprécient fortement le recentrage des produits sur les utilisateurs ;
- Rationalisation de la production par la diminution du nombre de fournisseurs packagings et produits ;
- Capitalisation sur la marque, sur l'entreprise ;
- Meilleur respect de l'environnement ;
- Gain de Prix internationaux comme le Label de l'Observateur du design 10 et 11 et d'un Design Management Europe awards 2009, Mention Honorable.

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DU DESIGN

- Obtention d'une levée de fonds de 2 millions d'euros destinée à la recherche et développement. L'intervention en design a donné une crédibilité notamment au travers d'une documentation (contribution estimée à 60% dans la prise de décision des investisseurs) ;
- Hausse prévisionnelle de chiffre d'affaires de 30 % à 2 ans ;
- Pénétration de nouveaux circuits de distribution comme la FNAC qui pourra, à terme, représenter une part très significative du chiffre d'affaires.

L'INTÉGRATION DU DESIGN

- Collaboration régulière avec une agence de design ;
- Placement d'un designer de l'agence en mission chez le client pendant un an ;
- Embauche du designer dans l'entreprise à l'issue de la mission.



3. Tests en conditions d'usage et financements du design

Afin de permettre aux entreprises de recourir à des prestations de design dans les meilleures conditions, il existe des organismes dédiés aux tests en conditions d'usage ainsi que des aides sous forme de financements des prestations.

3.1. Laboratoires design des grands comptes

En France, quelques grands groupes possèdent des centres ou des laboratoires de design. Ces centres, à l'exception de celui de Sony Alsace, sont uniquement destinés à un usage interne à l'entreprise.

- **Orange**

D'une part, Orange dispose d'un laboratoire de recherche et développement nommé « Orange Labs » composé de 18 centres sur trois continents : Chine, Corée du Sud, États-Unis, France, Japon, Pologne et Royaume-Uni et aussi très récemment en Jordanie et en Egypte.

D'autre part, Orange propose aux professionnels (artisans, commerçants, professions libérales) de tester et découvrir les futures offres du marché « Entreprises » au sein du « Centre de Tests Clients » (Paris 17ème). L'entreprise propose d'évaluer tous les types de services liés à son activité (téléphonie, mobiles, Internet, visioconférence, portails d'administration, etc.).

http://www.francetelecom.com/fr_FR/innovation/creer/reseau_OrangeLabs/

<http://www.pro.orange.fr/CTC/>

- **Renault**

Le « Technocentre » (78) est un centre de recherche où sont conçues les futures voitures du groupe Renault. C'est dans ce lieu que sont réalisés les concept-cars (inspiration à partir des dernières tendances et représentation d'un imaginaire des véhicules du futur) et les show-cars (préfiguration des prochains véhicules de série).

<http://www.renault.com/fr/innovation/l-innovation-selon-renault/pages/technocentre.aspx>

- **EDF**

EDF dispose d'un laboratoire design cognitif R&D qui étudie les usages dans les environnements numérisés. Des utilisateurs volontaires, placés en situation réelle participent à la conception des services. La co-conception entre concepteurs, cognitiens et utilisateurs permet à EDF de travailler sur un processus de design en continu (et non par cycles) qui apporte certaines réponses aux problèmes spécifiques de développement des dispositifs numériques.

■ Sony Alsace

Le laboratoire d'analyses et d'essais alsacien de Sony propose aux entreprises de valider leur produit en phase de design et d'analyser leurs retours marchés (fiabilité des

produits, laboratoire d'analyses, laboratoire d'essais, laboratoire de test cosmétique, field test, laboratoire d'interopérabilité).

<http://www.sony-alsace.com/site/Laboratoires-17.html>

3.2 Laboratoires et centres d'expertises

La tentative de recensement de laboratoires publics permettant de tester le design produit a fait apparaître un manque cruel de structures.

Seuls deux laboratoires ont pu être recensés :

■ Laboratoire Conception de Produits et Innovation (CPI) Arts et Métiers ParisTech - Centre de Paris

Leur savoir faire :

- Design et conception de produits nouveaux
- Management stratégique de l'innovation
- Identification et intégration des nouvelles technologies concourant à l'amélioration du processus de conception (reverse engineering, duplication rapide de formes)
- Management qualité, hygiène et sécurité

Les applications :

- Design et conception de nouveaux produits

- Management qualité, hygiène et sécurité
- Intégration de nouvelles technologies dans un environnement industriel et gestion de changement
- Faisabilité technico-économique de projets d'innovation
- Plan de maintenance, maintenance préventive

Des exemples :

- Accompagnement à l'innovation et à la mutation technologique et organisationnelle auprès de l'entreprise Cavers
- Etude technico-économique d'un dispositif anti vibratoire pour hélicoptère léger (Eurocopter)
- Etude et analyse des défaillances connues du profiloscope, appareil permettant de détecter et de quantifier les défauts périodiques des feuilles de verre.

Leur équipement :

- Laboratoire d'ergonomie
- Spectrocolorimétrie

- Cabine d'analyse sensorielle C.A.O.
- Images de synthèse
- Plate forme pour la démontabilité des produits O.M.C. (Outils et Méthodes du Concepteur)
- Service de maquettage conventionnel
- Service de prototypage et d'essai Service de P.A.O. et d'informatique

http://techneo.oseo.fr/administration/rdt/ile_de_france/arts_et_metiers_pa-ristech_centre_de_paris/laboratoire_conception_de_produits_et_innovation_cpi/%28language%29/fre-FR

3.3 Tests du design hors laboratoires

Dans la majorité des cas, le travail du designer repose sur une **mise en situation réelle**. Il est aidé par les bureaux d'études et il est appuyé par des études de marché.

■ Ergonomie : test utilisateur / mise en situation

Le design d'un produit, d'un service ou d'une interface peut être validé de plusieurs manières.

Dans les étapes d'une démarche de design vertueuse, le designer travaille sur des mises en situation des objets qu'il crée. Pour cela, il réalise généralement une **maquette** à l'échelle et la fait tester par des personnes à morphologie correspondante à l'utilisateur présumé. Il peut, également, travailler sur des mises en situation via des **logiciels** spécifiques d'intégration du corps et de l'objet dans son environnement. Il a la possibilité de rapidement formaliser plusieurs maquettes peu onéreuses (roughly & dirty method)

■ LUTIN USER LAB – Cité des sciences et de l'industrie

Le Laboratoire des Usages en Technologies d'Information Numérique (LUTIN) est un LIVING LAB européen des Universités Paris 8 (EA 4004 - CHArt), Paris 6 (UMR CNRS 7606 - LIP6), UTC de Compiègne (EA 2223 - Costech), et de universcience (Cité des Sciences et de l'Industrie et Palais de la Découverte), dédié à l'étude des usages des nouvelles technologies dans le cadre de recherches académiques et industrielles.

Il offre aux entreprises des services des prestations R&D (conception et évaluation ergonomiques, mise à disposition de la plateforme technique et de l'expertise de l'équipe), des partenariats de recherche (le laboratoire peut rejoindre une équipe projet formée par un grand groupe industriel pour répondre aux appels à projet ANR ou à des contrats européens) ainsi que des formations pour monter en compétence sur les problématiques de conception et d'évaluation des IHM (interfaces homme-machines).

<http://www.lutin-userlab.fr/services/>

pour valider un encombrement ou une taille de pièce.

Dans les phases plus avancées du projet, le designer travaille sur un **prototype d'aspect non-fonctionnel** (c'est-à-dire qu'il ne peut pas être utilisé) permettant de valider les aspects de surface, les couleurs, les détails d'industrialisation (plan de joint, fixation, etc.).

Des **cabinets d'études, spécialisés dans l'ergonomie et l'accompagnement à la création de nouveaux produits**, proposent différents services permettant de valider la démarche de design (cf : Studio d'ergonomie Soizick Berthelot - <http://www.studio-ergonomie.com>) :

- Aide à la conception de nouveaux produits : anthropométrie, analyse des usages, accessibilité, mesures d'effort et de force ;

- Tests utilisateurs : protocole, panels d'utilisateurs, salle de test, vidéo, photo, verbatims, questionnaires, enquêtes ;
- Validation ergonomique de prototypes et de produits : expertise, évaluation, validation selon les critères de confort ;
- Validation sur concepts : modélisation 3D des produits et des activités des utilisateurs, animation de situations futures probables.

L'ensemble de ces méthodes s'appuie sur **l'analyse des usages et des besoins des utilisateurs** en vue d'améliorer la facilité et le confort d'utilisation des produits ou des interfaces en développement.

■ Ingénierie : tests RDM / MP et bureaux d'études

La formation d'un designer lui permet d'envisager la plupart des procédés de fabrication industrielle. Pour autant, il n'est pas un expert en résistance des matériaux ou en mesure physique.

Il dispose alors d'outils physiques comme les **matériauthèques*** qui lui permettent

de valider ses choix en fonction des paramètres et des contraintes du cahier des charges.

Il peut également travailler sur des **logiciels** qui lui permettent de simuler les efforts et les zones de contraintes sur une pièce, en statique ou en dynamique.

Enfin, il accompagne le processus de création et suit le développement industriel du projet **en collaboration directe avec le bureau d'études du fabricant**.

Les tests de contraintes, d'utilisations répétées, sont effectués dans les **laboratoires de mesures physiques** travaillant avec l'entreprise commanditaire de l'étude de design. De nombreux bureaux d'étude intègrent maintenant le design dans l'objectif de proposer une solution globale. Ingénieurs et designers travaillent de concert pour proposer une ergonomie, un usage, du sens en respectant les contraintes de fabrication et de coûts. Ceux-ci sont souvent spécialisés sur un type de matériaux (élastomère, polymère, métaux, bois, etc.) ou sur un service type Interface Homme Machine (IHM).

Ces bureaux sont donc des relais essentiels pour le designer qui place l'utilisateur au centre de sa réflexion. Ils lui permettent de ne s'occuper que dans un deuxième temps de la faisabilité industrielle. Par conséquent, **l'association d'un designer et d'un bureau d'études** (externe ou intégré à l'entreprise commanditaire) permet d'accélérer considérablement le temps de lancement du produit sur le marché.

*Les **matériauthèques** sont des espaces physiques ou sur Internet qui sont des centres de ressources en matériaux (spécialisés ou non). La majorité des écoles possèdent leur propre **matériauthèque**. Les centres de ressources les plus développés sont dédiés à l'habitat.

Il existe un grand nombre de **matériauthèques**, en ligne notamment. Beaucoup sont spécialisées (bâtiment, écoconception, etc.). Une recherche simple sur Internet vous fournira une liste conséquente.

matériO Paris

74, rue du Faubourg Saint-Antoine
75012 Paris
01 40 41 51 15
www.materio.fr
info@materio.com

Materia

Materia Inspiration Centre
Pedro de Medinalaan 1b
1086 XK Amsterdam
+31 (0)20 71 30 650
<http://www.materia.nl/>

Ecolec

Sharrocks Street
Wolverhampton - WV1 3RP
United Kingdom
+44 (0) 1902 457 575
<http://www.ecolec.co.uk/>

3.4. Financements dédiés au design

PRÉSENTATION DES MESURES QUI PEUVENT INCITER LES PME À UTILISER LE DESIGN, JEAN-FRANÇOIS SERRE, DGCIS

L'objectif premier passe par une sensibilisation accrue des entreprises au design comme facteur d'innovation. Les leviers les plus communément cités par les entreprises pour stimuler la demande en design sont, en ordre d'importance décroissante, les aides à l'investissement (pour 58 % des entreprises et 60% des designers interviewés dans

le cadre de l'étude sur l'économie du design), la formation pour les entreprises (qui avouent volontiers un déficit de culture « design »), la preuve chiffrée de la rentabilité de l'investissement, les témoignages sur les bonnes pratiques.

Interview réalisée par Tiphaine Igigabel, dici design, juillet 2011.

Des aides, sous formes de subventions, peuvent être octroyées aux TPE et PME franciliennes pour les aider à prendre en charge des frais liés à des investissements en design (prototypages, études, etc.).

Voici une liste des principales aides nationales et franciliennes :

Organisme	Oséo et Région Île-de-France	Oséo et Région Île-de-France	Région Île-de-France
Territoire	France, par région	France, par région	Région Île-de-France
Type de financement et montant	Jusqu'à 80 % du coût de la prestation, plafonnée à 10 K€ HT, ne peut pas excéder 50 % du montant total du programme (total des dépenses internes et externes).	Jusqu'à 30 K€ HT avec possibilité de verser une avance sur la subvention prévisionnelle. Dépenses internes peuvent être prises en charge par l'aide à la maturation de projets innovants.	Jusqu'à 80 K€ HT par an pour une même entreprise (jusqu'à 90 ou 100 K€ HT sous certaines conditions).
Dénomination des aides	Aide au Premier Projet d'Innovation (APPI) - Anciennement PTR	Aide à la maturation de projets innovants (AIMA)	Aide à l'Innovation Responsable (AIR)
Conditions d'octroi	Petites et micro-entreprises, indépendantes, avec un effectif inférieur à 50 personnes et un chiffre d'affaires ou un total de bilan inférieur à 10 millions d'euros.	PME, créées et implantées en Île-de-France, en situation financière saine ; laboratoires de recherche publics ou privés à but non lucratif dans le cadre des aides à maturation – transfert de technologie ; porteurs de projets (personnes physiques) dans le cadre des aides à maturation ; PME pour l'aide aux projets collaboratifs franciliens et européens ; clusters et structures de gouvernance des pôles de compétitivité pour l'aide aux projets collaboratifs européens clusters.	PME franciliennes qui portent des projets d'éco-innovation et d'éco-design.
Type de dépenses financées	Pré-études technologiques, essais, modélisation, caractérisation de produit, étude de marché et de l'état de l'art technique, recherche de partenaires... Dépenses de dépôt du premier brevet.	Etudes internes et externes, frais de réalisation de prototypes et de maquettes ; recherches sous-traitées à des prestataires extérieurs publics ou privés (laboratoires, centres techniques ou entreprises, ...) ; dépenses de propriété industrielle, de design, d'études de marché, d'acquisition de technologies ou de savoir-faire, etc.	Innovations de produit, service, process, organisation, design faisant appel à une ou plusieurs technologies. Prise en charge pour partie des coûts de personnels affectés aux projets de recherche, développement et innovation aidés, dépenses de propriété industrielle.
Plus d'informations	En Ile-de-France, renseignements, montage du dossier et recherche des partenaires par le Lieu du design : http://www.lelieududesign.com/le-lieu-du-design-etudie-votre-projet-conseils-aux-entreprises	http://www.lelieududesign.com/aide-a-la-maturation-de-projets-innovants-aima-aides-a-l-innovation	En Ile-de-France, renseignements, montage du dossier par le Centre Francilien de l'Innovation : http://www.lelieududesign.com/aide-a-l-innovation-responsible-air-aides-a-l-innovation

3.5. Financements utilisables pour les étapes design

Le design va de pair avec l'innovation. Les aides à l'innovation participent donc indirectement à la prise en charge des frais liés au design.

Voici une liste des principales aides nationales et franciliennes :

Organisme	Oséo	Oséo	INPI	Scientipôle Initiative
Territoire	France	France	France	Île-de-France
Type de financement et montant	Subvention. Avance remboursable à 0% d'intérêt. Montant variable	Financements bancaires (total ou partiel). Garantie sur financements bancaires.	Prise en charge à 100% par l'INPI et le Conseil régional	Prêt personnel à 0% d'intérêt et 0 garantie de 15 à 60 K€
Dénomination des aides	Aide au Partenariat Technologique Aide pour la faisabilité de l'innovation Aide aux projets d'innovation stratégique industrielle (ISI) Aide pour le développement de l'innovation Aide à la création d'entreprise innovante Aide aux sous-traitants de la filière aéronautique Aide au transfert de technologies	Prêt Participatif d'Amorçage Contrat de Développement Innovation Contrat de Développement Participatif Garantie Innovation Garantie des Fonds Propres Biotech Garantie Garantie de caution sur projets innovants	Pré-diagnostic de propriété industrielle	Prêt d'honneur
Conditions d'octroi	PME de moins de 25 salariés ou entreprise indépendante d'un groupe de plus de 2000 ou 5000 salariés. Dépenses design internes à l'entreprise ou dépenses de sous-traitance pour les PME ayant recours à des prestations extérieures. Projets de recherche et développement et d'innovation des PME	PME de moins de 25 salariés ou entreprise indépendante d'un groupe de plus de 2000 ou 5000 salariés. Dépenses design internes à l'entreprise ou dépenses de sous-traitance pour les PME ayant recours à des prestations extérieures. Projets de recherche et développement et d'innovation des PME	TPE et PME innovantes ayant peu ou pas recours à la propriété industrielle, et notamment aux brevets.	Entreprise de moins de 3 ans, installée en Île-de-France, proposant une innovation sur son marché et possédant un potentiel de développement en termes d'emplois.
Type de dépenses financées	Frais de personnel Équipement matériel Études sous-traitées	Programme d'innovation Recrutement Formation Prospection Mise aux normes Besoins en fonds de roulement	Prise en compte de l'ensemble des outils de propriété industrielle (brevets, marques, dessins et modèles) mobilisables au sein de l'entreprise, ainsi que les contrats, les licences, les recherches documentaires, les achats et les ventes de technologies.	Tout type
Plus d'informations	http://www.oseo.fr/votre_projet/innovation/aides_et_financements/aides	http://www.oseo.fr/votre_projet/innovation/aides_et_financements/financements_bancaires	http://www.lelieududesign.com/le-pre-diagnostic-en-propriete-industrielle-aides-a-l-innovation	http://scientipole-initiative.org/

Des aides existent également pour soutenir des projets de design autres que « produits ».

Ainsi, les entreprises peuvent bénéficier de financements pour la conception de stands de salons professionnels ou de packagings dans une démarche export.

Prêt pour l'export d'OSEO : http://www.oseo.fr/notre_mission/notre_offre/international/exportations/pret_pour_l_export

A retenir

CONCLUSION PARTIE 3

Le design a pour particularité de placer l'utilisateur au centre de ses préoccupations. Les tests du design sont ainsi souvent des mises en situation réelles. C'est la collaboration avec des bureaux d'études qui va permettre de tester la fiabilité technique des produits.

Les politiques de soutien à l'innovation et aux PME permettent de financer des étapes liées au design.





CONCLUSION GENERALE

Le design intègre de plus en plus les entreprises pour les accompagner dans leur compétitivité. La collaboration designers et entreprises est source de bénéfices.

En France, comme à l'international, les gouvernements participent au développement de la filière en soutenant son enseignement et son introduction dans les entreprises et plus particulièrement les PME.

Des organismes nationaux et régionaux (APCI, Lieu du design, par exemples) participent à sa promotion et à son introduction dans les entreprises (récompenses, information, mise en relation).

Le design est une discipline qui bénéficie de diplômes allant du bac+2 au bac+5. Une vingtaine d'écoles, sur l'ensemble du territoire français, proposent des formations de qualité (initiale ou continue). Des partenariats avec des écoles d'ingénieurs et de commerce sont tissés.

Les designers disposent d'une méthodologie précise et d'une protection de leurs œuvres, qu'ils soient travailleurs indépendants, salariés d'une industrie ou salariés d'une agence.

Pour permettre aux entreprises, et plus particulièrement aux PME, de recourir au design, des aides financières ont été développées, principalement dans le cadre du soutien à l'innovation des entreprises françaises.

Des laboratoires, mais aussi et surtout la méthodologie d'intervention du designer, garantissent aux entreprises utilisatrices du design de tester leurs réalisations.

LEXIQUE

Design d'espace : conception des lieux publics ou privés dédiés à la consommation, au travail, ou à un service particulier. Il comprend les activités d'architecture commerciale, d'aménagement intérieur, signalétique et PLV.

Design d'identité visuelle : création d'une identité visuelle basée sur des signes graphiques et des mots (logotype, charte graphiques, outils de communication).

Design management : planification d'une stratégie d'ensemble, identification des opportunités, interprétation des besoins de l'entreprise et des consommateurs, évaluation des besoins de la contribution du design à l'amélioration de la chaîne de valeurs.

Design numérique : application du processus innovant du design sur les produits et services issus des technologies de l'information et de la communication. Ces produits et services, visibles ou invisibles sont l'hybridation de réseaux, d'information, d'actions et de personnes. Leurs formes sont autant immatérielles (web, logiciel, système opératif, système de communication) que matérielles (téléphone, PDA, ordinateur, télévision, système domotique, etc).

Design packaging : conception de l'emballage et le conditionnement du produit basée sur la protection du produit, la logistique du produit et la mise en valeur du produit et de sa valeur ajoutée par rapport à la clientèle ciblée.

Marque : ensemble des attributs tangibles et intangibles, symbolisés par une marque déposée qui, bien gérée, crée de la valeur et exerce une influence.

BIBLIOGRAPHIE & WEBOGRAPHIE

Liste des principaux ouvrages et sites Internet permettant d'approfondir le sujet.

OUVRAGES

ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DE LA CREATION INDUSTRIELLE, « Panorama design 2011/2012 – guide du design en Europe, Editions Archibooks, 2011

CENTRE DE CONCEPTION ET DESIGN – AQUITAINE – 4DESIGN, « Déclat design – Guide pour les petites et moyennes entreprises », version 2009

CHAPTAL DE CHANTELOUP Christophe, « Le Design Management stratégique et opérationnel », Editions Vuibert – Collection Lire Agir, 2011

GATE Jean-Charles, « Le design de A à Z », DGCIS, 2010

GUILLERIN Christian, MINVIELLE Nicolas, de JACQUELOT Marie, « Designer : carrières et professionnalisation », Editions de boeck, 2010

MINVIELLE Nicolas, « Design et croissance, optimiser la politique design de son entreprise », Editions Maxima, 2007

SITES INTERNET

AGENCE POUR LA PROMOTION DE LA CREATION INDUSTRIELLE, « Le design », « Design et entreprises ». Site disponible sur : www.apci.asso.fr

INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, « Marques », « Brevets », « Dessins et modèles ». Site disponible sur : www.inpi.fr

LIEU DU DESIGN, « Aides à l'innovation », « Conseils ». Site disponible sur : www.lelieududesign.com

MINISTERE DE L'ECONOMIE, DE LA FINANCE ET DE L'INDUSTRIE, DGCIS, « Faire du design un atout pour les entreprises », « Les rapports, études, documents d'information sur la création et le design ». Site disponible sur : www.entreprise-et-design.fr

OSEO, « Se différencier par l'innovation – aides et financements ». Site disponible sur : www.oseo.fr



Etude sur les clés du design pour les PME du domaine de l'instrumentation optique ■ septembre 2011