

Le design

On dit « c'est design », mais le design n'est pas un style qui évoquerait une tendance contemporaine, un univers de formes originales ou excentriques...
Le design est un métier, une activité qui est née avec l'industrie et évolue en même temps qu'elle.

Le design définit le sens et la forme des objets au sens large.

L'origine du mot design vient du latin *designare* et signifie marquer d'un signe distinctif. Il regroupe à la fois le « dessein » et le « dessin », c'est-à-dire qu'il intervient sur l'objectif, l'idée et la forme que l'on choisit de donner aux objets ou aux images. Le design dans l'entreprise permet d'ouvrir de nouvelles voies de développement. L'ICSID (International Council of Societies of Industrial Design <www.icsid.org>) qui a pour objectif la promotion d'un meilleur design dans le monde, le définit comme « une activité créatrice dont le but est de présenter les multiples facettes de la qualité des objets, des procédés, des services et des systèmes dans lesquels ils sont intégrés au cours de leur cycle de vie. C'est pourquoi il constitue le principal facteur d'humanisation innovante des technologies et un moteur essentiel dans les échanges économiques et culturels ». C'est dans la continuité de cette définition, que la Cité du Design envisage le design comme une activité qui imagine de nouveaux systèmes de vie à travers la conception d'objets, d'images, d'espaces et de services.

Le design est une démarche d'observation, de recherche, d'analyse et de création.

Il tient compte de toutes les données techniques, commerciales, culturelles de l'entreprise pour concevoir la meilleure réponse à ses objectifs, à ses moyens et à sa stratégie.

La démarche créative recherche la solution la plus adaptée à l'entreprise sur son marché. Pour cela il s'agit de réunir et d'étudier les informations clés sur l'entreprise, ses savoir-faires, ses performances techniques et commerciales, son secteur d'activité sur son marché, les autres éléments de contexte qui peuvent intervenir. Le designer tient compte de toutes ces informations pour concevoir la meilleure réponse aux objectifs, aux moyens et à la stratégie de l'entreprise.

Le design est une démarche stratégique.

Le design est une activité transversale, car il agit en tenant compte de nombreux paramètres liés à des disciplines qui ne sont pas toujours habituées à travailler ensemble. En mettant en commun tous ces éléments et en reliant les métiers, le design facilite les choix de l'entreprise et en renforce la cohérence et le développement.

Les métiers du design sont multiples :

Ils participent à la conception d'objets, d'espaces ou de services, à la création et la production de signes structurant l'identité visuelle des marques.

Le design est la conception de l'esthétique, des usages, de la fabrication, de la matière, des couleurs, de la qualité sensorielle des objets, des images, des espaces, des emballages, des services, des sons, etc.

Pourquoi faire appel au design ?

Parce qu'il permet de concevoir des produits, des services, des concepts, des lieux répondant précisément aux attentes des consommateurs et de l'utilisateur, le design constitue un puissant moteur d'innovation et de développement des entreprises.

Par cette démarche vers la personne, il s'adresse aussi au commerce, à la grande

distribution et aux acteurs publics qui tous accueillent et sont au service de clients, ou d'usagers. Le design aide l'entreprise à conforter ses marchés, à accroître ses performances, à structurer son offre et à se diversifier vers de nouveaux marchés, notamment à l'export. Grâce au design prospectif, l'entreprise anticipe les nouvelles attentes des consommateurs et des utilisateurs.

Le design constitue également un moyen, pour l'entreprise, de se remettre en cause en se posant des questions sur sa capacité à se différencier de ses concurrents.

- en quoi son offre est-elle différente de celle de ces principaux concurrents ?
- en quoi est-elle pertinente ?
- quelles actions concrètes ont été conduites récemment pour améliorer la cohérence de l'offre, et valoriser sa différence avec la concurrence ?
- comment cette différence s'exprime-t-elle ?
- qu'est-ce qui a été récemment entrepris pour améliorer les produits ou les services existants ?
- quelles sont les innovations lancées depuis deux ans qui ont été remarquées par le marché (distributeurs, prescripteurs, clients) et par la concurrence ?
- ces innovations étaient-elles d'origine marketing, technologique, design ?
- ont-elles eu un impact à l'international ? Quelle en a été la genèse ?
- quelles méthodes de développement de produits nouveaux sont mises en place dans l'entreprise ?
- quelle est l'efficacité des équipes de développement de nouveaux produits ?
- l'ensemble du personnel est-il concerné par le design ?
- l'originalité de mes produits fait-elle parler de l'entreprise dans la presse (indépendamment de la publicité) ?
- quels moyens de veille l'entreprise dispose-t-elle sur l'évolution des pratiques sociales ?

LES INDUSTRIELS ATTENDENT DU DESIGN

- une amélioration de la fonctionnalité des produits ;
- une diminution des coûts de fabrication ;
- une facilité de montage, usage et maintenance ;
- une mise en conformité avec les nouvelles normes ;
- un gain des parts de marché ;
- un développement à l'export ;
- une valorisation de la démarche de marque ;
- un positionnement face à la concurrence, diversification, etc.

LE DESIGN APPORTE DE LA VALEUR AJOUTÉE

- amélioration de la notoriété de la marque ;
- augmentation des marges et du chiffre d'affaires ;
- émulation des équipes en interne ;
- arrivée de nouveaux clients et augmentation de la satisfaction des anciens clients ;
- référencement dans de nouveaux circuits de distribution ;
- dépôt de brevets ;
- pérennité de l'entreprise par un développement de nouvelles activités, nouveaux marchés, nouvelles technologies ;
- élargissement de la gamme de produits, etc.