

INTÉGRER LE DESIGN EN ENTREPRISE



OBJECTIF

Ce document est conçu, pour chacune des parties, comme une aide, un cadre à la définition des missions, fonctions et activités d'un professionnel designer, pour faciliter l'embauche et l'évolution d'un designer, il doit donc être adapté à chaque situation.

SOMMAIRE

- > Pourquoi le design intégré ? les pratiques
- > Les champs du design pour l'entreprise
- > La fonction du design dans l'entreprise
- > La fonction du design dans sa place dans l'organigramme
- > La place du designer dans l'entreprise
- > La démarche design activités du designer (ce qu'il fait) compétences
- > Qualités, aptitudes (et savoir être)
- > Pour un design manager management d'équipe - perspectives d'évolution

POURQUOI LE DESIGN INTÉGRÉ ? LES PRATIQUES

L'intégration du design dans l'entreprise apporte d'autres dimensions et avantages que la pratique du design via uniquement des agences externes, et au delà de l'aspect financier.

Le designer intégré va connaître et comprendre rapidement l'entreprise, sa culture, ses marchés, son savoir-faire. Il est donc facilement et rapidement opérationnel sur un projet, sa force de proposition peut être opérationnelle plus rapidement.

Il a une vision d'ensemble de l'entreprise, son image, ses produits et les services associés. Il est également garant de l'identité de marque à travers les objets et les gammes.

Il a le potentiel de mieux faire connaître l'impact positif du design au sein des équipes en place dans l'entreprise et par là même, il est fédérateur (synthèse des apports des différents services autour du projet).

Contrairement à l'agence il est engagé sur le moyen, long terme par une marque, sur des produits et services dont il doit garantir la continuité en terme de qualité d'image. Il ne gère pas sa propre image et doit par son travail,

CONTEXTE

Depuis le début des années 2000, les demandes de recrutement se sont accélérées de la part d'entreprises de toutes tailles et de tous niveaux de pratiques.

La stabilisation des activités des designers dans les entreprises s'est construit progressivement. Par ailleurs, l'offre de formation en design s'est multipliée générant une offre en compétences plus large.

La dernière étude datée de 2019 montre que les designers exercent leur métier avec des formations de bac +3 à bac +5.

Ces chiffres indiquent une prise de conscience du niveau stratégique du design en entreprise.

servir l'image de l'entreprise.

Le design intégré peut se segmenter en trois niveaux suivant l'intégration et l'usage que veut faire l'entreprise du design :

> **un niveau opérationnel** qui consiste à de la gestion de projet,

> **un niveau managérial** qui inclut la gestion de projet, la gestion des marques, mais aussi celle d'une équipe de travail,

> **un niveau stratégique** : le design intervient alors au côté du comité de direction de l'entreprise, il a pour objectif de rendre visible le système produit / service / communication ; le rendre cohérent et différenciateur.

Le design "intégré" s'exerce aujourd'hui dans les entreprises françaises de toutes tailles et de tous secteurs à différents niveaux et sous différents titres.

Elles se regroupent en trois grandes catégories :

> **Les entreprises qui ont fait sporadiquement du design** et qui, parce qu'ils ont une masse critique suffisante de produits nouveaux à générer, veulent en avoir un usage permanent. On trouve à ce niveau 1 (opérationnel) plutôt des PME, orientées techniques mono produits ou sur une famille de produits (ou couple Techno/Marché).

> **Les entreprises qui ont déjà un designer intégré** et qui veulent développer leur service de design pour faire face à leur évolution, développer des activités plus stratégiques de marque, d'offre... On trouve à ce niveau 2 (stratégique) par exemple, des PME (plus moyennes que petites), qui veulent exporter.

> **Les entreprises qui ont un service design** et qui veulent franchir l'étape de la réflexion prospective et qui souhaitent un design managérial, global (niveau 3). Ce sont plutôt des groupes, internationaux, multi-marchés, multi-secteurs.

LES CHAMPS DU DESIGN POUR L'ENTREPRISE

L'étude 2019 montre que les designers intégrés sont, dans la plupart des cas, embauchés pour traiter des problématiques de design produit.

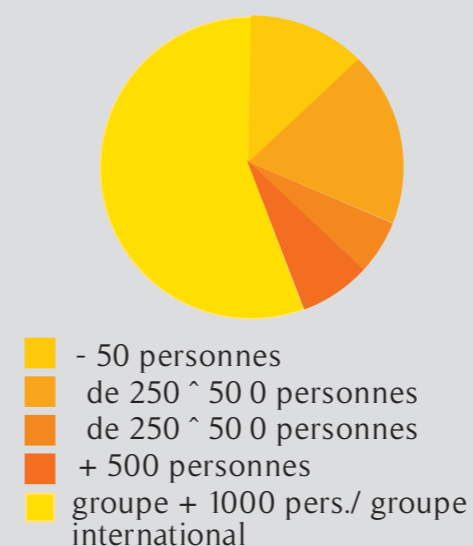
Au delà de cette dimension il peut être amené à traiter d'autres domaines du métier et de ses applications comme :

L'emballage, la PLV (l'emballage logistique).	Les espaces de vente permanents ou éphémères (corners, magasins, stands de salons).	Le webdesign. Tout ce qui relève des supports numériques et des métiers de l'interactivité : e-commerce, applications mobiles, DvDrom et qui connaît aujourd'hui un fort développement.
Le graphisme de marque sur les produits.	Les espaces de travail (usines, hall, d'accueil).	
La marque et ses applications sur les produits, emballages, etc.		

L'identité institutionnelle et le logo (qui sont en général traités par la Direction avec des agences de communication).

Tailles de structures dans lesquelles les designers sont intégrés

baromètre acdi 2018



Les différents métiers du design présents dans les entreprises

baromètre acdi 2019



LA FONCTION DU DESIGN DANS L'ENTREPRISE

La fonction du design dans l'entreprise est d'apporter des solutions créatives pour contribuer à la performance de l'entreprise. C'est une fonction de conception créative.

Pour concevoir, le designer industriel s'appuie sur les ressources et les capacités technologiques d'innovation et de réalisation pour contribuer à atteindre les objectifs fixés par la stratégie et le marketing.

Il va chercher un équilibre entre les données fournies par ces trois parties parfois contradictoires, proposer des compromis, des transgressions, des propositions conceptuelles parmi lesquelles les responsables devront choisir celle qui convient le mieux à la problématique.

C'est pour cela qu'il est fréquemment rattaché à l'une de ces trois fonctions et plus fréquemment à la direction générale en PME.

SA PLACE DANS L'ORGANIGRAMME

Sa place dans l'organigramme, qui peut évoluer bien entendu avec le niveau de maturité design de l'entreprise, dépend du management (stratégie) et de l'orientation, marché ou technologie de l'entreprise.

On peut résumer ainsi la logique de positionnement du design :

> Plus les questions design seront liées à l'identité et son évolution à moyen terme, à la création de valeur à moyen et long terme, plus la place du design se rapprochera de la direction et de la stratégie.

> Plus les questions design sont liées à la différenciation de l'offre, produits, gammes, marque (s), à court et moyen terme, plus la place du design sera proche ou reliée au marketing.

> Plus les questions design sont liées à la performance perçue, à l'innovation technologique, plus sa place sera dans l'univers technique.

D'après les témoignages des designers, l'implication et le soutien de la direction générale sont nécessaires pour une bonne intégration, une reconnaissance de son travail en interne et donc de son efficacité.

LA PLACE DU DESIGNER DANS L'ENTREPRISE



Cellule Design
 Force de proposition, au même titre que les autres services de l'entreprise qui synthétise les données des autres services. Plus le design sera complémentaire et l'égal des autres services, plus les décisions seront consensuelles et argumentées, et meilleurs seront les résultats.

Direction générale : la stratégie de l'entreprise.

Commercial : les systèmes de distribution, de prescription, les marges, l'argumentation.

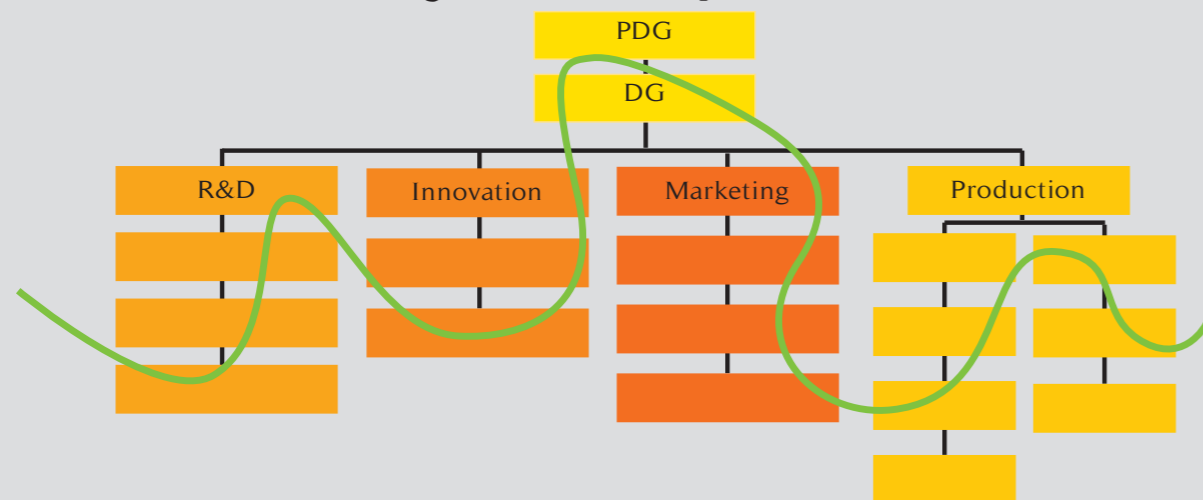
Marketing : marché, concurrence, comportement du consommateur/client, positionnement produit, prix, promotion.

Industriel : le process, les coûts de production, les coûts d'investissement, les contraintes de transformation, matériaux, les secteurs de production (Chine, Europe...)

Design : les usages, les codes visuels, l'innovation, l'imagemarque, la formalisation des idées sur produits et environnement produit principalement (Chine, Europe...)
 La place du designer dans l'entreprise doit être soigneusement étudiée afin de respecter le schéma.

Hiérarchie et rattachement du designer dans l'entreprise : il ne faut pas oublier que le designer est un cristallisateur, un synthétiseur. Il doit prendre en compte toutes les contraintes et les transcrire de manière créative dans un produit.

Le designer dans l'entreprise est un lien...



Dans votre entreprise, de quel service le design dépend-il ?

baromètre 2016

Marketing	18%
Innovation	18%
R&D	31%
Direction Générale	42%

Qui s'occupe du management du design dans votre entreprise ?

baromètre 2016

Autre	9%
Commercial	1%
Marketing	6%
Direction Générale	17%
Design	50%
R&D	17%

LA DÉMARCHE DESIGN

LES TROIS PRINCIPALES ÉTAPES DE LA DÉMARCHE, LES COMPÉTENCES ET LES QUALITÉS MISES EN OEUVRE

Le brief

l'exposé du problème à résoudre par le design.

Ce n'est pas un cahier des charges qui est une somme de contraintes impératives mais un cadre "techno marché" avec des contraintes, des objectifs et des perspectives objectives.

La mission du designer est dans un premier temps d'interroger ce brief pour bien lever les contradictions et évaluer l'élasticité de ces données, jusqu'où peut s'exercer sa créativité pour ensuite reformuler les attendus, les objectifs précis assignés au design et ses indicateurs de résultats.

Lors de cette étape, le designer exerce ses capacités critiques, analytiques, systémiques et synthétiques.

Il fait preuve de qualités d'écoute, d'adaptation, de rigueur méthodologique.

L'exploration / création

Dans cette phase le designer va élargir le champ d'observation du consommateur (décrit par le marketing) à l'utilisateur (utilisateur), aux tendances (d'usages) sociétales et chercher, par une démarche similaire au benchmarking, des analogies aux solutions attendues dans d'autres univers.

A ce stade, le designer pourra utiliser toutes les méthodologies de créativité telles que le process du design thinking.

Ayant ouvert son champ des possibles, il va procéder à la recherche d'idées, de solutions partielles ou globales qu'il exprimera sous forme de dessins manuels (roughs) ou numériques ou de maquettes de principe. Il traduira grâce à ces outils les observations d'usages réalisées par les méthodes d'innovation.

Il traduira grâce à ces outils les observations d'usages réalisées par les méthodes d'innovation. Il réalisera une première série d'idées, de propositions conceptuelles sous la forme la plus adaptée pour être communicante ; il soumettra ses propositions aux responsables qui sélectionneront et définiront la ou les voies à développer.

A ce niveau, le designer exerce

> ses compétences spécifiques d'observation des usages et des comportements sociétaux, des technologies qui en permettent la réalisation et de leurs expressions en termes formels,

> sa capacité à agréger des éléments différents pour trouver des solutions, synthétiser à gérer la complexité,

> sa compétence spécifique de création et d'expression de ses idées par le dessin, la maquette, le prototype,

> sa force de proposition.

Il fait preuve d'ouverture, d'organisation, de rigueur méthodologique, de créativité et de conviction pour défendre ses propositions. Il sait exposer ses propositions dans un langage clair à toutes les parties prenantes présentes.

Le développement design

Dans cette phase, le designer intègrera l'ensemble des éléments pour finaliser la réponse sur les voies entérinées précédemment.

Son travail implique d'effectuer les validations nécessaires auprès de la technologie pour la faisabilité (matériaux, transformation des matériaux, électronique mécanique...) et du marketing pour l'acceptation par les différentes parties prenantes du mix marketing (vendeurs, distributeurs, points de vente, promotion...).

Il utilise des outils de dessin, rendus plus complexes pour intégrer son travail au sein du projet global.

Il assure le suivi de la réalisation, veille à ce que les détails et les finitions soient au niveau de ses indications. Dans cette phase, il exerce sa compétence spécifique d'intégrateur d'éléments complexes en respectant le processus du projet de l'entreprise (normes, qualité, délais, validations...).



Société Erard, produit Fixit : design produit et design packaging

ACTIVITÉS DU DESIGNER (CE QU'IL FAIT)

- > Veille concurrentielle, tendances, (visites salons, expos, dossiers couleurs, matériaux ...) technologies.
- > Veille sur les marchés annexes, les marchés émergents...
- > Etude et connaissance des usages, gestuelles.
- > Conception, dessin, maquette.
- > Réalisation d'un "cahier des charges" design incluant les contraintes : business, humain et process.
- > Mise en place de méthodologie de projet design.
- > Gestion du projet design : planifier les études, être garant du déroulement et de la tenue des objectifs.
- > Intégration des "délivrables" design dans un process (existant).
- > Intégration du suivi design dans un process (existant).
- > Suivi de la réalisation du design (sur machine, du brief aux premières séries ...).
- > Nourrir les systèmes d'information nécessaires à l'entreprise.
- > Participer à l'évolution des produits.
- > Sélectionner des agences (critères compétences et esthétiques).
- > Gérer un portefeuille d'agences : suivi et organisation.
- > Suivre, faire le lien avec les intervenants design extérieurs.
- > Gérer et Suivre son budget.
- > Mise en place d'un outil d'évaluation (mission à atteindre : qualité de suivi...).
- > Animer des réunions de cadrage.
- > Animer des réunions de créativité (workshop).
- > Améliorer ses méthodes, se former (outils, connaissances...).
- > Valorisation du design de l'entreprise (promotion du design à l'extérieur de l'entreprise).
- > Veille métier, participer aux organisations professionnelles.

COMPÉTENCES

Le designer est ouvert à un spectre large de connaissances et savoirs faire (technique, méthodologique, sciences humaines (sociologie, anthropologie, philosophie), marketing, management et culturel).

- > Connaissance des différentes techniques et procédés de production, des ressources technologiques de l'entreprise (brevets, recherches).
- > Connaissances en méthodes d'ergonomie, d'analyse de la valeur.
- > Connaissance en gestion ou management de projets – méthodes – pratiques de différentes phases de développement.
- > Connaissance des marchés de l'entreprise et de son marketing (positionnement cibles ...) – compréhension du client / consommateur, ses attentes, ses besoins.
- > Connaissance de l'offre design externe et de ses compétences.
- > Connaissance du cadre juridique et législatif de l'entreprise envers ses sous-traitants (propriété intellectuelle, non concurrence...).
- > Connaissance et compréhension des marques, valeurs, codes (codes graphiques, sémiologiques et sémantiques), leur territoire, image...
- > Connaissance de la culture d'entreprise, son histoire, l'histoire de ses marques, l'évolution de ses technologies, de ses marchés, des success stories.
- > Qualité, sécurité, environnement : connaissance et intégration des normes, des consignes sécurité/environnement... du contexte législatif.
- > Maîtrise des outils informatiques de conception et des systèmes d'information de l'entreprise – CAO/ Logiciels 3D – couleurs – matières.
- > Maîtrise de l'anglais.

QUALITÉS, APTITUDES (ET SAVOIR ÊTRE)

> **Aptitude métier :**

créativité, curiosité, innovation ; capacité à résoudre des problèmes, trouver des solutions.

> **Qualités de synthèse.**

> **Aptitude relationnelle :**

compréhension, empathie, intégration dans l'organisation, adaptation de son langage en fonction des experts environnants.

> **Adaptabilité :**

savoir adapter son comportement, sa façon de faire pour atteindre les résultats escomptés en présence de changements importants, d'aléas, d'interlocuteurs variés - nationalités, culture, coutumes - ou de gestion de paradoxes.

> **Capacité à gérer plusieurs projets en parallèle dans des délais.**

> **Autonomie :**

capacité à garder un cap dans des contextes complexes et ou face à "l'adversité", en faisant appel à une expertise ou/et savoir-faire spécifiques reconnus.

> **Communiquer efficacement, par écrit ou/et oralement ;**

capter l'attention de ses interlocuteurs.

> **Esprit d'équipe / Valeurs collectives :**

être un régulateur, synthétiser les idées et savoir les retranscrire pour la marque.

Travail d'équipe nécessitant un comportement digne de confiance : adhésion, respect, partage, remises en causes, valeurs de l'entreprise...

> **Discrétion :**

nécessité d'un devoir de réserve, confidentialité que ce soit en interne et ou en externe.

POUR UN DESIGN MANAGER MANAGEMENT D'ÉQUIPE - PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

> Organisation, planification et suivi des projets.

> Répartition des tâches dans l'équipe.

> Compétences de recrutement.

> Capacité d'encadrement.

> Capacité de décision.

> Capacité à déléguer et organiser.

> Connaissances réglementaires en ressources humaines, formation (DIF...).

> Capacité à organiser et mener des entretiens annuels d'évaluation.

Responsable de service design :

animer et gérer une équipe de designers.

Design manager :

animer et gérer une équipe design,

être le garant des marques de l'entreprise,

assurer la cohérence des signes de l'entreprise (produits – emballages – services – web – évènements – lieux de vente – lieux de travail).

Référentiel du métier de design manager en entreprise :

réalisé sous l'égide de la DGCIS en 2013 cette étude tente d'apporter un éclairage spécifique sur les métiers du design et de poursuivre la sensibilisation des entreprises au fait que le design est un des outils de l'innovation.

Mis à disposition des acteurs du design, ce référentiel des métiers et des compétences vise à :

- > présenter les différentes situations professionnelles caractérisant le métier de designer,
- > préciser les exigences de chaque situation de travail en termes de compétences et de qualifications,
- > disposer d'indications sur la rémunération des designers.

A travers cette étude vous retrouverez les réponses aux questions :

- > qu'est ce qu'un designer ?
- > que font les designers ?
- > qui sont les designers ?

vous pouvez consulter le référentiel dans son intégralité sur notre site : acdi-asso.fr

Pour les chiffres actualisés concernant le métier et ses pratiques nous mettons régulièrement des baromètres en ligne sur notre site : acdi-asso.fr