



Développement économique

# L'Île de France, au cœur du **DESIGN**



# Le design en Île-de-France moteur



Valérie PÉCRESE, Présidente de la Région Île-de-France  
Photo Région Île-de-France

Les évolutions technologiques, les mutations de la société, les urgences environnementales et la concurrence internationale font de l'innovation un enjeu stratégique. Il faut anticiper le changement, s'adapter et être visible.

Et, aujourd'hui, le succès passe par le design !

L'utilisateur, l'usager doit être au centre de nos projets. La France est un pays d'inventeurs, détenteur de grandes technologies célébrées dans de grandes écoles, mais cette expertise n'a pas toujours pris la mesure de l'usage. Le design s'intéresse à l'interface entre l'utilisateur et le monde qui l'entoure, il remet au premier plan l'utilisateur par rapport à la technologie, afin d'apporter une meilleure qualité de vie et de rendre le monde meilleur.

Les designers ont le sens de la créativité, de l'originalité, de l'esthétique, de l'harmonie, des matériaux, des procédés industriels. Ils ont le sens de l'empathie, le sens critique, le sens de la collaboration et de la synthèse, du détail, de la cohérence et de la rentabilité économique de leurs créations, qui naissent de la contrainte. Ils sont donc en prise totale avec la réalité de l'entreprise ou de la collectivité pour laquelle ils investissent leur temps, leur culture et leur savoir-faire avec passion.

Grâce à leur formation et à leur expérience, les designers sont capables de proposer des solutions durables et désirables dans tous

## Sommaire

L'Île-de-France au cœur du design	4
Les aides aux entreprises de la région Île-de-France	6
Qu'est-ce que le design ?	8
Le design partout dans l'entreprise	10
Design de message	13
Design de produit	21
Design d'espace	29
Design transdisciplinaire	37
Comment l'utilisateur perçoit le design	47
Travailler avec un designer	48
Les aides nationales au financement du design	50
Les organisations professionnelles	50
Les écoles de design	51

# de la croissance de la région

les domaines d'activité : la signalétique et les déplacements dans les transports en commun, l'ambiance lumineuse d'un train, un procédé d'impression textile sur de l'aluminium, l'aménagement d'un espace comme celui du nouveau siège de la Région à Saint-Ouen, ou le bien-être grâce aux neurosciences, voire un service de budget participatif et son application.

Le design est donc un facteur d'innovation et de progrès.

Cependant trop peu de PME font appel à des designers, alors que le design ne représente qu'une petite partie des dépenses de développement et qu'il permet - s'il est intégré très en amont - de gagner en compétitivité.

D'autant plus que l'Île-de-France est au cœur du design français. Les activités du design y sont particulièrement concentrées, avec 73% des designers du territoire national, 29 grandes écoles dont 12 publiques spécialisées en design et la plupart des événements et lieux emblématiques.

C'est pour cela que la Région a adopté des mesures favorisant le recours au design des acteurs du territoire francilien. Pour faire de l'Île-de-France une région exemplaire de la démarche design notamment dans ses projets fondateurs comme la construction, la rénovation des lycées, les transports, la création de nouvelles offres de services, mais aussi la formation de ses agents pour une meilleure prise en compte du design dans les appels à projets.

Nous avons mis en place un conseil stratégique du design formé

d'une trentaine de personnalités expertes pour définir une stratégie et formuler des propositions concrètes.

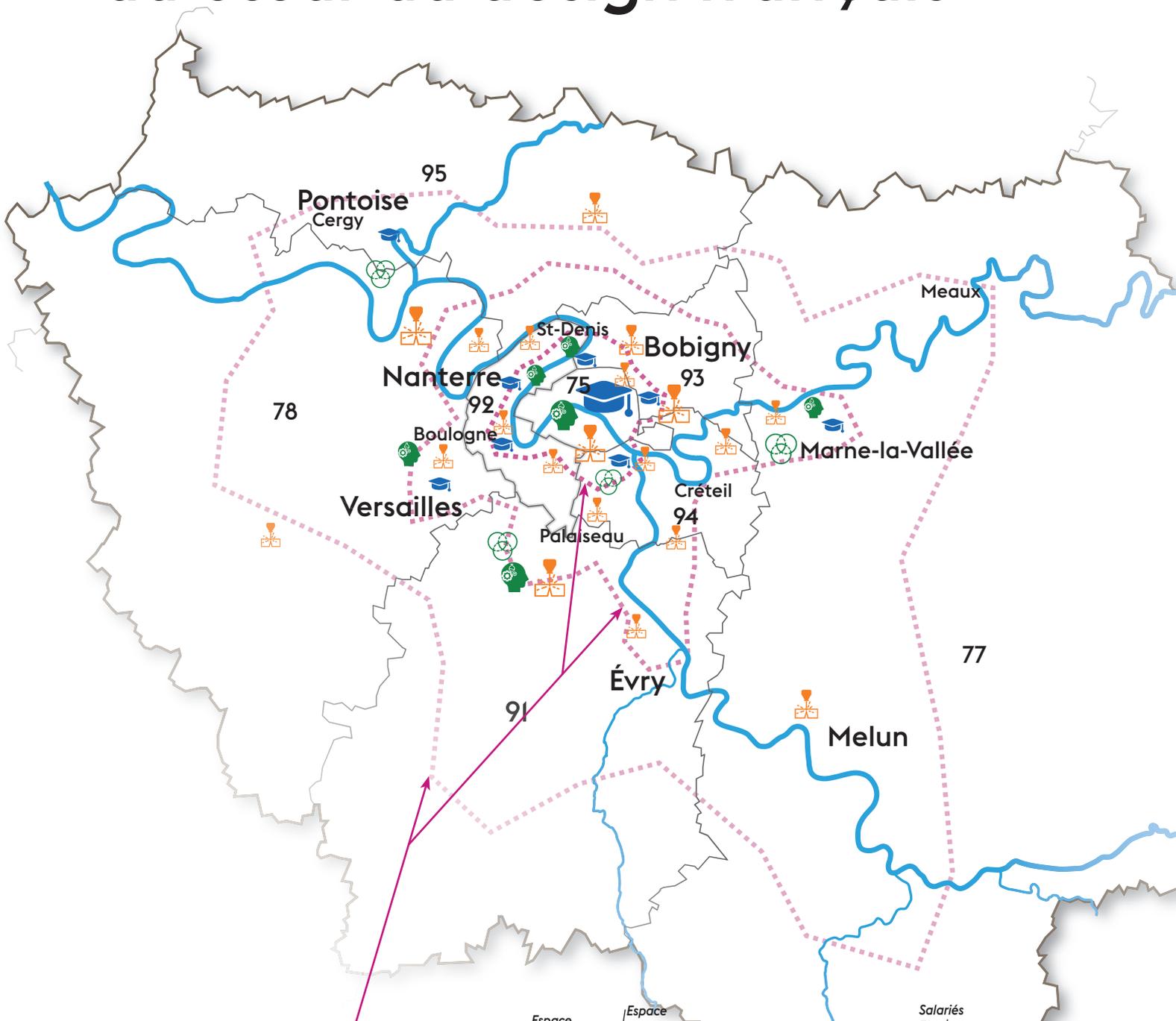
Nous nous sommes dotés d'une plateforme numérique gratuite de mise en relation entreprises / designers, [www.lehubdudesign.com](http://www.lehubdudesign.com), qui référence plus de 1 500 designers, et permet également de déposer et de consulter des offres d'emploi.

Nous proposons des dispositifs d'aide et de financements des investissements en design pour les TPE, PME et ETI ayant un projet de développement.

Nous soutenons des actions de promotion du design pour leurs vertus pédagogiques notamment celles de l'APCI-Promotion du design dont les nouvelles orientations proposées par son Président nous semblent prometteuses, le prix Design & Science porté par le Design Spot de l'université Paris-Saclay, l'accélération par le design de projets deeptech et la participation pour la première fois des écoles franciliennes au Global Grad Show de Dubaï pour mettre en valeur la richesse de notre enseignement et promouvoir les projets de diplôme de nos étudiants.

Vous trouverez dans cet ouvrage les informations nécessaires pour mieux comprendre ce qu'est le design à travers ses différents champs, sa valeur ajoutée et son implication dans toutes les activités de l'entreprise, mais aussi des conseils pratiques pour travailler avec un designer et financer vos projets.

# L'Île de France au cœur du design français



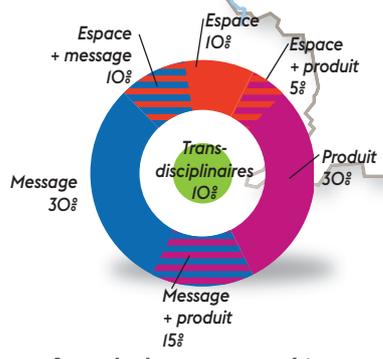
## + 43 000 DESIGNERS

Une grande variété de structures (travailleurs indépendants, studios, grandes agences) aux spécialités métier très variées. L'Île de France concentre **73%** des designers de France, essentiellement à Paris et en petite couronne.

### Les designers en Île-de-France

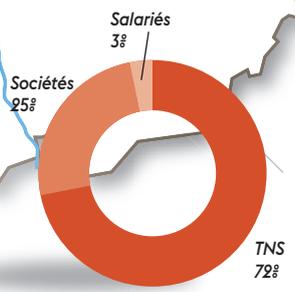


@Sources : DGIS, APCI, AFD



Approche du secteur par métiers

@Sources : AFD, DGIS, APCI, Designers interactifs



Typologie des structures d'exercice du design

Paris et sa région se sont imposés depuis des années comme un des centres phares du design dans le monde. Ce n'est pas un hasard si Huawei y a installé son centre de recherche en design et esthétique d'interface pour tous ses marchés. En France, elle est la première région du secteur tant par le nombre de designers (plus de 43 000) que par les institutions et événements, les laboratoires de recherche et chercheurs, les écoles et formations. Nous vous présentons ici quelques chiffres et données qui illustrent cette place prépondérante.

## LES LIEUX CLÉS DE L'ÉCOSYSTÈME DESIGN

- 8 pôles de compétitivité opérant en Île-de-France, dont CAP DIGITAL et son festival de l'innovation Futur.e.s, ASTECH Paris Region, SYSTEMATIC Paris Region Digital Ecosystem
  - 160 accélérateurs/incubateurs
  - Le plus grand campus de startupper et créatifs au monde : la Station F
  - Présence d'institutions majeures : le Via/French Design, Alliance France Design (AFD), APCI, Institut français du Design (IFD), Cité de la Mode & du Design, Matério, Innovathèque, Design Spot de l'université Paris-Saclay.
- Ces lieux favorisent et accompagnent l'innovation par le design. Ils facilitent, sur le territoire, la rencontre entre les acteurs de la filière design et les entreprises. Ils mettent en réseau les différents acteurs du secteur et organisent de grands événements en France ou à l'étranger comme l'« Observateur du design » ou encore « France Design ».

@Sources : L'Institut (ex IAU), APUR, Business France

## PROTOTYPER, FABRIQUER ET TESTER SES SOLUTIONS

La région Île-de-France : territoire de Makers

91 Fablabs / Makerspaces

15 000 ateliers de fabrication

Tirer parti des nouveaux outils numériques :

- Paris, ville lauréate « **Fabcities 2016** » et ville d'accueil « **Fab14** » en 2018.
- Le numérique révolutionne les pratiques de fabrication par une plus grande hybridation entre savoir-faire traditionnels et nouvelle technologie.
- Les espaces de fabrication partagés (Fablabs) favorisent l'innovation grâce à l'échange de compétences, une philosophie de travail qui inspire de plus en plus les entreprises.
- La région abrite de nombreux ateliers de fabrication — lieux de travail de nombreux designers — véritables agents « facilitateurs » pour accompagner entreprises et designers avec des solutions de prototypage rapide.
- **Des lieux propices pour rencontrer des designers qualifiés** (meet-up thématique, mini-formation, networking, exposition...)  
« Nous proposons une boîte à outils complète pour l'innovateur produit. Nous montrons aux entreprises qu'il existe des compétences qu'elles n'avaient pas envisagées dans leur processus de fabrication et qui sont fondamentales dans le développement de leur projet. Nous les mettons en contact avec des experts et des réseaux qu'elles n'ont pas l'habitude de solliciter. »

Agathe Fourquet - Cofondatrice Usine Io

@Sources : IAU, APUR, Makers, CTL, BPI

## LES ÉCOLES DE DESIGN EN ÎLE-DE-FRANCE

### Les grandes écoles de design

Île-de-France	Autres
---------------	--------

@Sources : Onisep, L'Étudiant, IAU. (niveau Master et +)

L'excellence de la formation initiale. Un réseau d'écoles reconnues à l'international : **École nationale supérieure de création industrielle - ENSCI, ENSAAMA, Les Gobelins, EnSAD, STRATE école de design, Duperré, Boule.**

L'offre de formation en matière de design, composée d'écoles publiques et privées, s'avère riche et diversifiée selon les spécialités métier. Ces écoles forment chaque année des milliers de jeunes designers du niveau master au doctorat. Écoles spécialisées dans l'enseignement du design en Île-de-France : 29 dont 12 publiques.

@Sources : Onisep, L'Étudiant, L'Institut (ex IAU)

## LA RECHERCHE ET LE DESIGN

### Centres de R&D spécialisés en design

Île-de-France	Autres régions
---------------	----------------

@Sources : APUR, L'Institut (ex IAU)

- 1 000 laboratoires de recherche associés à la recherche en design
- 100 thèses de design en soutenance
- 100 000 chercheurs associés à la Recherche & Développement (innovation et design)
- L'Île-de-France se place au premier rang européen pour les dépenses R&D (20 milliards investis en 2016 soit 40 % des 50 milliards de R&D en France). Elle y consacre plus de 3 % de son PIB (objectif de la stratégie Europe 2020).

La région a développé deux initiatives pour renforcer l'attractivité du territoire : **Global Open Innovation Network** et **Choose Paris Region** (guichet unique pour faciliter l'installation d'entreprises internationales).

- Les instituts Carnot, un réseau de 27 instituts labélisés par le ministère de la Recherche (CEA List, le Cetim, Curie Cancer, les Mines, Telecom et Société numérique).

@Sources : B. Borja de Mozota, L'Institut (ex IAU), APUR, Cité du design, cairn, Réseau des Instituts Carnot

## LA R&D CONCENTRÉE DANS TROIS DÉPARTEMENTS

### Chercheurs en R&D : innovation/design

Île-de-France	Autres régions
---------------	----------------

@Sources : APUR

Les établissements de R&D privés se situent principalement dans les Hauts-de-Seine et les Yvelines, qui accueillent de grands centres de recherche et d'innovation (Technocentre Renault, PSA, Dassault Systèmes). Mais aussi dans Paris intra-muros (Orange lab, Huawei...) et dans l'Est parisien (Ubisoft, Arep...)

« Le but était d'avoir un rapport plus direct au "faire", de remettre le "faire" dans la conception car, dans un grand groupe comme le nôtre, il existe une réelle séparation entre les faiseurs et les penseurs. »

Mickaël Desmoulin - Créateur et responsable du Creative Lab Renault

@Source : Interview donnée à Echo-conseil (article du 21 mai 2016)

# Les aides aux entreprises de la Région Île-de-France

La Région Île-de-France s'est dotée d'une stratégie globale sur la période 2017-2021 : la stratégie #LEADER soutient la croissance, l'emploi et l'innovation.

Plus de 100 M€ d'aides sont accordés par an aux entreprises du territoire.

Ces aides simples et accessibles, s'adressent aux très petites et petites entreprises, aux entreprises de taille intermédiaire, quelle que soit leur forme juridique (y compris les structures de l'économie sociale et solidaire). L'intégration du design dans les projets d'innovation, et plus largement dans les stratégies de croissance de ces entreprises, constitue une orientation prioritaire de ces aides.

Toutes les informations sur les aides aux entreprises de la Région Île-de-France [www.iledefrance.fr/aides-entreprises](http://www.iledefrance.fr/aides-entreprises)

La région Île-de-France a mis en place des dispositifs innovants pour soutenir la croissance, l'emploi et l'innovation, à destination des très petites et petites entreprises. Les investissements en design, que ce soit pour le développement d'un produit ou d'un service, pour augmenter la visibilité d'une marque au travers de son identité visuelle, ou pour l'attractivité d'un point de vente — par exemple —, sont éligibles.

## POUR SOUTENIR LA CRÉATION D'ENTREPRISE QUEL QUE SOIT LE DOMAINE D'ACTIVITÉ

### Entrepreneur#Leader

Entrepreneur#Leader est un dispositif de la Région Île-de-

France porté par un réseau de partenaires. Objectif : faciliter les démarches en 3 étapes clés. Bâter son projet (jusqu'à 12h de conseil) / Financer son projet (jusqu'à 50 000 € ou 120 000 € pour les projets innovants technologiques) / Piloter son entreprise (accompagnement les 3 premières années par un conseiller du réseau de partenaires)

### PLUS D'INFORMATIONS et démarches

[www.iledefrance.fr/entrepreneur-leader](http://www.iledefrance.fr/entrepreneur-leader)

## POUR FINANCER LA STRATÉGIE DE CROISSANCE DES TPE ET PME

### TP'up

**Pour qui ?** Les TPE franciliennes de 1 à 9 salariés. Les TPE artisanales sans salarié mais porteuses d'un projet créateur d'emplois.

**Pour quoi ?** Financer un plan de développement sur 12 à 18 mois portant notamment sur l'intégration du design

**Pour quel type de dépenses ?** Investissements matériels et immatériels (y compris acquisition de licences). Études et conseils. Actions de développement international (conseil, VIE, salons internationaux en France ou à l'étranger).

**Combien ?** Jusqu'à 55 000 euros

### PLUS D'INFORMATIONS

[www.iledefrance.fr/tpup](http://www.iledefrance.fr/tpup)

### DÉMARCHES

Déposez votre dossier sur <http://mesdemosdemos.iledefrance.fr>

### PM'up

**Pour qui ?** Les PME y compris les structures relevant de l'économie sociale et solidaire

**Pour quoi ?** Soutenir la croissance des PME qui souhaitent accroître, moderniser leur outil de production, diversifier leurs activités et leurs marchés, se développer à l'international, renforcer leur chaîne de valeur (organisation, management, stratégie, qualité, etc.), mettre en place une démarche de transformation numérique et/ou écologique.

**Pour quel types de dépenses ?** Notamment investissements matériels et immatériels, recrutement de cadres structurants,

conseil stratégique, développement à l'international

**Combien ?** Jusqu'à 250.000 € pour financer un plan de développement sur 3 ans



### PLUS D'INFORMATIONS

[www.iledefrance.fr/pmup](http://www.iledefrance.fr/pmup)

### DÉMARCHES

L'examen des demandes se fait au fil de l'eau, elles sont à déposer sur <http://pmup.iledefrance.fr>

## POUR FINANCER L'INNOVATION, DE L'IDÉE À LA COMMERCIALISATION

### Innov'up, en partenariat avec Bpifrance

**Pour qui ?** Les entreprises franciliennes. Les entreprises dont la R&D est réalisée dans un établissement francilien.

**Pour quoi ?** Mener à bien un projet innovant, qu'il soit au stade de la faisabilité, du prototypage, du développement ou de l'expérimentation.

**Pour quel type de dépenses ?** Études 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, d'homologation, de design, d'études de marché, d'acquisition de technologies ou de savoir-faire...

**Combien ?** Jusqu'à 500 000 € de subvention et jusqu'à 3 millions en avance remboursable ou en prêt.

### PLUS D'INFORMATIONS

[www.iledefrance.fr/innovup](http://www.iledefrance.fr/innovup)

### DÉMARCHES

- **Auprès de Bpifrance :** Déposez votre candidature INNOV'UP Faisabilité et Développement sur <http://mon.bpifrance.fr/mon-espace/#/formulaire/mri>
- **Auprès de la Région :** Déposez votre candidature INNOV'UP Prototype et Expérimentation sur <http://mesdemarches.iledefrance.fr>

## POUR FINANCER DES PROJETS D'INNOVATION LIÉS AUX PRIORITÉS DE LA RÉGION

### Innov'up Leader PIA (Programme Investissements d'Avenir)

La Région en partenariat avec l'Etat et Bpifrance soutient l'innovation dans les filières franciliennes stratégiques. L'appel à projets Innov'up Leader PIA est une déclinaison territoriale du Programme d'Investissement d'Avenir (PIA).

Cette aide vise à accélérer l'émergence de futurs leaders sur leurs marchés, pouvant prétendre à une envergure nationale voire internationale et porteurs d'innovation de rupture. L'innovation peut-être technologique ou non et porte sur des produits ou des services.

Pour cela, l'action soutient les projets les plus innovants et les plus ambitieux, portés par les entreprises du territoire régional.

Les projets d'innovation ciblés sont portés par les PME et ETI qui contribuent au développement des 7 filières stratégiques de la Région.

### PLUS D'INFORMATIONS

<https://www.iledefrance.fr/appe-projets-innovup-leader-pia>

**POUR TOUTES QUESTIONS**   
concernant les aides économiques au développement des entreprises franciliennes ou souhaitant s'implanter en Île-de-France, nos équipes vous répondent rapidement : [aides.economiques@iledefrance.fr](mailto:aides.economiques@iledefrance.fr)



Économique ①

② Ergonomique

Esthétique ③

④ Éthique

Émotionnel ⑤

Les cinq E du design sont les critères obligatoires auxquels doit répondre un projet ou une stratégie design. Chaque E crée une valeur pour l'entreprise et pour l'utilisateur. En combinant ces cinq critères, le projet est assuré de réussir.

## Qu'est ce que le design ?

**Il ne s'agit plus d'un simple coup de crayon, ou de la recherche de l'esthétique. Le design intègre désormais la stratégie des grandes entreprises sous toutes ses formes : graphique, industrielle, managériale. Celles qui l'ont compris en tirent tous les bénéfices.**

**S**i, longtemps dans notre pays, le design a été réduit dans l'esprit du public à l'aspect esthétique, d'un objet ou d'une production graphique, ce n'est plus le cas. Le design se doit d'être porteur de sens et de différenciation pour l'entreprise, pour les collectivités, comme interface entre une proposition et un utilisateur.

Le design ne doit plus arriver en fin de process. Il est un moteur puissant de la différenciation. **Il participe à la valorisation des entreprises et à leur succès.** Les designers travaillent en amont avec les ingénieurs, les responsables marketing, les commerciaux. Comme le souligne Bruno Lefèbre, vice-président de l'Alliance France Design : « *On s'est remis à parler d'usage, d'utilité, d'utilisation* » Et, pour Anne-Marie Sargueil, présidente de l'Institut Français du Design (IFD), « *nous nous interrogeons sur le pourquoi de l'innovation selon cinq critères (économique, éthique, ergonomique, esthétique, émotionnel).* » Cela implique de se

poser des questions qui vont plus loin que l'étude d'un produit (un service de trottinettes électriques ne suffit pas en tant que tel, puisqu'il faut aussi considérer son rapport à l'espace et à l'autre, comment il occupe la voirie et donc considérer, au-delà du produit lui-même, son interface avec la ville et l'utilisateur). **Le champ du design s'étend bien au-delà de la forme ou du dessin.** Il ne s'agit plus de penser et dessiner des seuls objets matériels mais aussi des organisations et leur rapport à l'utilisateur, tant dans l'entreprise qu'en dehors. De nouvelles spécialisations deviennent populaires, comme l'éco-design, le design de politiques publiques ou le design de services.

**Le design se conçoit aussi comme un outil pour développer la responsabilité sociale et environnementale des entreprises.** Anne-Marie Sargueil insiste sur la place du designer

dans une société qui s'interroge sur la consommation : « *Sa responsabilité sera de ne pas mettre sur le marché un produit s'il n'est pas utile.* » Et dans cette ligne, ce n'est pas un hasard si l'ENSCI Les Ateliers, l'une des écoles de référence, créée à partir de janvier 2020 un diplôme de « Nature Inspired Design » s'appuyant sur les études de biomimétisme.

En résumé, le design est une expertise qui infuse et pénètre toutes les activités de l'entreprise, mais au-delà d'une pensée, c'est

une affaire de spécialistes. Dominique Sciamma, directeur de Strate, de Design Act et président de l'APCI - Promotion du design, conclut ainsi : « *pas de design sans designer !* »





2 provoquer l'erreur

3 guider le geste

# Le design partout dans l'entreprise

**Le design sous la forme de produit, de service, de méthode ou de pensée a la capacité à donner du sens aux entreprises et à les rendre plus rentables.**

Le design a la capacité de différencier, d'intégrer, de transformer et de contribuer à l'essor de l'entreprise et à sa rentabilité en se focalisant sur les marchés, les processus, les talents et les finances. Grâce aux recherches de nombre de designers dont **Brigitte Borja de Mozotta**, nous savons que le design apporte de la valeur à toutes les activités et toutes les branches des entreprises, notamment en donnant du sens.

## LE DESIGN COMME DIFFÉRENCIATEUR

Le design représente une source d'avantages compétitifs sur le marché à travers le **capital de marque**, la **fidélité client**, l'**effet prix « premium »**, la **satisfaction client**, l'**expérience client**.

## LE DESIGN COMME INTÉGRATEUR

Le design est une ressource améliorant les processus de développement de nouveaux produits (temps de mise sur le marché, recherche de consensus au sein des équipes, compétences de visualisation) ; le design est également un processus favorisant une architecture de plateforme modulaire des lignes de produits, des modèles d'innovation tournés vers l'utilisateur, et une gestion de projet intégrant une phase amont « fuzzy-front-end. »

## LE DESIGN COMME TRANSFORMATEUR

Le design est une ressource pour la création de nouveaux marchés, pour l'amélioration des capacités d'une entreprise à faire face au changement, ou (dans le cas du design avancé prospectif) comme compétence pour mieux interpréter la relation de l'entreprise avec son environnement.

## LE DESIGN COMME « GOOD BUSINESS »

Le design est une source de **hausse de chiffre d'affaires**, **d'amélioration des marges**, de **valorisation de marque**,



*Ci-dessus, Bamboo Wave, système de cloisonnement, design Samuel Accoceberry*

**d'accroissement des parts de marché**, de **meilleur retour sur investissement (ROI)** ; le design est une **source de valeur financière** pour la société au sens large (design inclusif, design durable).

## METTRE EN PLACE DES INDICATEURS

Le design management s'étend du design management de projet au design management stratégique dans un processus dynamique à trois niveaux : le projet, les processus et l'entreprise incluant sa culture. **Mesurer l'impact de la valeur du design est un facteur clé de succès pour les acteurs du design en entreprise ou dans les collectivités.**

Les outils à mettre en place vont du TBP (Tableau de bord de design prospectif) développé par Brigitte Borja de Mozotta à des outils adaptés aux nouvelles disciplines du design que sont l'éco-design (tableau de bord d'économie d'énergie sur toute la ligne de production et la durée de vie du produit / impact environnemental / sourcing des matériaux / énergie grise, etc). Tous ces outils permettent de connaître l'impact positif du design lors d'un développement de produit ou de service sur le plan économique, financier, humain pour l'entreprise et sur le plan sociétal, social pour la relation avec l'utilisateur.

LE PRIX LILIANE BETTENCOURT  
POUR L'INTELLIGENCE DE LA MAIN 2017

Le fondeur David de Gourcuff et le duo de designers Aki et Arnaud Cooren ont conçu ce fauteuil à l'aide de plaques d'aluminium qui portent l'empreinte, recto-verso, de la trame d'un tissu. Une exigence esthétique doublée d'une véritable prouesse technique.

« Allier la rigueur du métal et la poésie fragile du tissu... »

C'est ce défi qu'ont choisi de relever le fondeur David de Gourcuff et le duo de créateurs Aki et Arnaud Cooren avec ce fauteuil « Tiss-Tiss », qui a nécessité plusieurs mois d'une étroite collaboration. Celle-ci a débuté dès la genèse du projet avec le choix du matériau de base, un alliage d'aluminium sélectionné pour sa légèreté et sa résistance à la corrosion. Toute la difficulté consistait ensuite à restituer, recto-verso, l'empreinte du tissu sur les plaques de métal. Ce rendu exige en effet une parfaite connaissance des techniques de fonderie, de la finesse du sable d'empreinte à la maîtrise des différents paramètres de coulée du métal : température, vitesse et régularité. Il a également imposé des recherches techniques jamais entreprises sur le travail de ciselure et la mise en teinte de l'aluminium. Le résultat est une véritable réussite, puisque chacune des fines plaques d'aluminium présente, sur ses deux faces, toute la délicatesse de la trame du tissu. La couleur choisie -bleu indigo- venant rappeler à la fois le bleu de travail du fondeur et la teinture traditionnelle du Japon, pays d'origine d'Aki Cooren. Restait ensuite à réunir les différentes plaques qui ont été assemblées selon les techniques d'un meuble traditionnel, puis rehaussées d'un cordon de soudure et de baguettes du même alliage pour en assurer une absolue solidité. Fruit d'un compagnonnage riche et inédit, le fauteuil est une œuvre qui révèle à la fois les savoir-faire du fondeur et du tisserand, les traditions industrielles et l'esthétique contemporaine. Parfaite alliance entre passé et futur, savoir-faire et imagination.



# Design de message

Pages 13 à 20

# Design de produit

Pages 21 à 28

# Design d'espace

Pages 29 à 36

# Design transdisciplinaire

Pages 37 à 44

## POUR VOUS AIDER à vous repérer parmi les spécialités du design



Graphisme

Design graphique



Interactif

Design interactif



Illustration

Design d'illustration



Motion design

Design graphique animé (motion design)



Photographie

Design photographique



Design sensoriel

Design sensoriel



Sonore

Design sonore



Typographique

Design de textes



Web-design

Design Web



Produit

Design de produit



Objet

Design d'objet



Mobilier

Design de mobilier



Industriel

Design industriel



Culinaire

Design culinaire



Textile

Design textile



Espace intérieur

Design d'intérieur



Retail

Design d'espace commercial



Signalétique

Design scénique



Scénographie

Design scénographique



Lumière

Design lumière (light design)



Paysage

Design paysager



Design thinking

Design thinking (recherche)



Design management

Design management (recherche)



Design de services

Design de service



Design pol. publ.

Design de politiques publiques



Éco-design

Écodesign

# Design de message

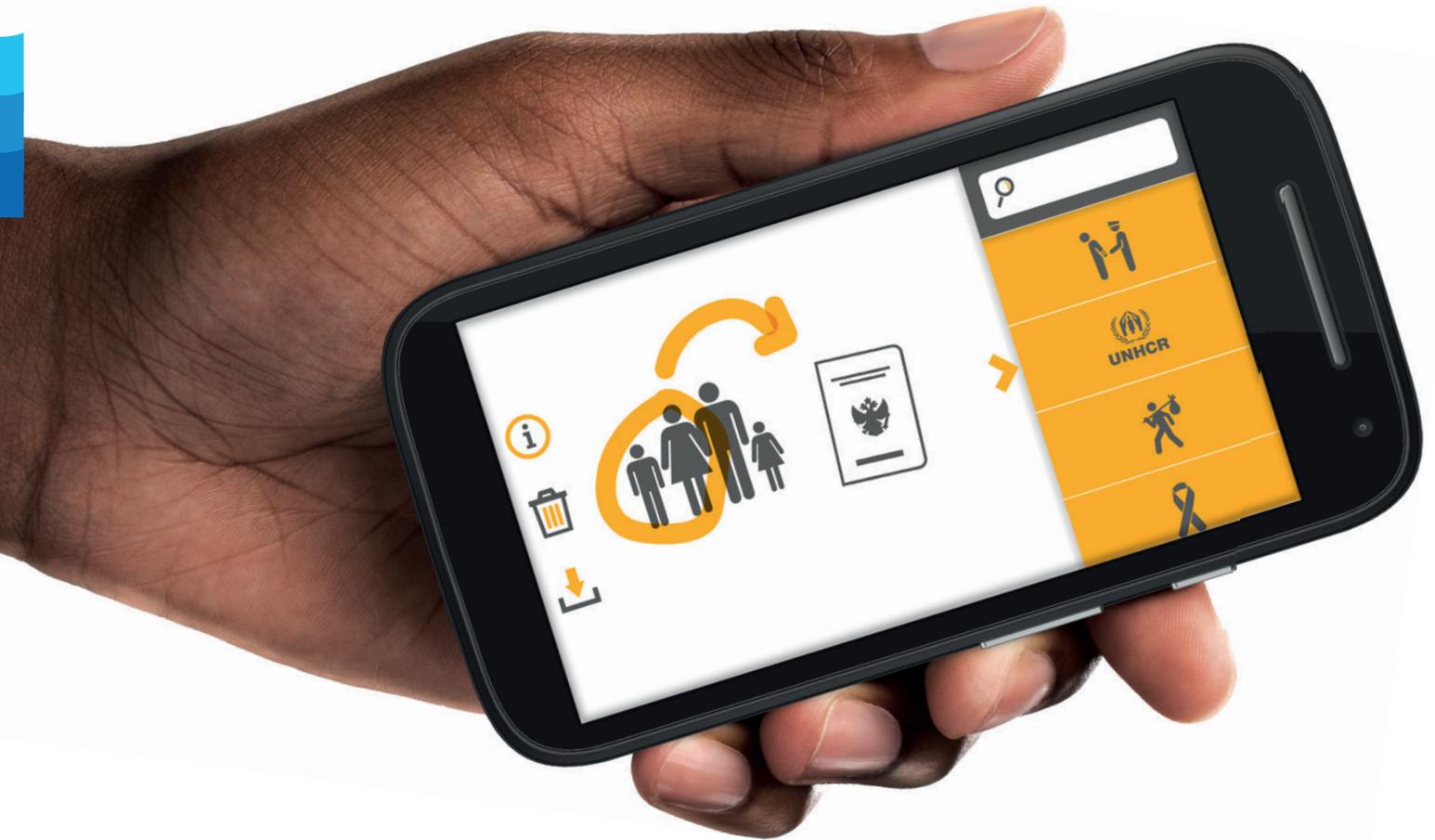
« ... l'identité visuelle rassemble  
en identifiant et en donnant du  
sens, à l'inverse du "branding" qui  
différencie de façon éphémère... »

Ruedi Baur



Refonte de l'architecture de marque pour Twipi, recherche d'une véritable architecture de noms. Développement d'un univers graphique pour chacune de ces marques. L'illustration y tient une place importante. Il s'agissait de se distinguer des iconographies traditionnelles de ce secteur d'activité (par exemple, des immeubles de bureaux en contre-plongée !), et d'apporter ainsi poésie et humanité, tout en restant extrêmement digital. Design Grapheine





# Le design de message : territoire de Web design, motion design, design

**Surtout ne pas confondre le design de message et le marketing, ou la communication ! Le design de message recouvre de nombreuses spécialités, mais il possède deux points communs avec les autres formes de design : donner du sens, et tenir compte des besoins de l'utilisateur. Mais il se distingue sur un troisième point : éduquer l'œil et transmettre du savoir.**

**D**onner du sens, c'est se mettre au niveau de l'utilisateur de la brochure, de l'application ou du site Internet. C'est s'adapter à sa problématique, lui parler le même langage, le guider dans sa découverte et ses choix. Cela s'appelle le territoire visuel et cela consiste en la création d'un univers visuel spécifique au client, marquant ainsi sa différence dans un univers concurrentiel. Ces visuels seront porteurs de sens pour le métier ou le message de l'entreprise et

serviront à faire comprendre visuellement le message au destinataire, avant qu'il ne lise le contenu des textes. Par exemple, dans le projet CIV/Interbev (page 17), on découvre un univers graphique totalement original et différenciant pour cette entreprise qui intervient dans le domaine des études sur la filière viande.

Ici, comme dans toutes les formes de design, l'objectif est de satisfaire les besoins de l'utilisateur. Cela recouvre les notions d'ergonomie en deux dimensions, que ce soit sur du papier ou au travers d'un écran. L'utilisateur a besoin de : 1- savoir s'il est concerné, 2- être guidé dans son cheminement, 3- être conforté dans ses choix, 4- être sécurisé. Pour cela, l'information ne suffit pas. La communication non plus. Et le seul marketing ne s'avère pas assez différenciant. Le design, lui, permettra à l'utilisateur de dialoguer avec son interface comme on le voit dans le projet Refugeye ci-dessus, conçu par le designer français **Geoffrey Dorne** (Design Human), où il n'est pas besoin de maîtriser la langue pour se servir de cette application destinée aux réfugiés arrivant dans un pays hôte.

**Le créateur dispose d'une large gamme d'outils** pour faire passer son message, et donc transmettre un savoir. Le de-

Refugeye est un projet simple. Lorsque des réfugiés arrivent dans un pays d'accueil, ils doivent expliquer leur situation à une administration, à une ONG, à des associations. Cependant, les mots manquent lorsqu'ils ne parlent pas la langue du pays d'accueil. Refugeye est une solution qui aide les gens à communiquer en utilisant de simples pictogrammes. Refugeye permet également de dessiner rapidement sur ces icônes avec le doigt pour une meilleure communication et être compris sans ambiguïté.

Design Geoffrey Dorne



Interactif

Illustration

Design de service



# marque, logo, sonore, illustration

sign permet ainsi, au travers d'une ambiance typographique, de faire ressentir la valeur ou la qualité d'un produit, et son originalité. Il peut jouer sur les types de caractères, leur corps, leur disposition et leur couleur. Et cela, nous l'avons vu, pas seulement pour faire beau mais pour être efficace.

Le caractère Franklin a, par exemple, été beaucoup utilisé en presse magazine pour son impact et sa lisibilité. Dans un style différent, **Jean-François Porchez**, créateur de caractères typographiques, a dessiné et édité la fonte « AW Conqueror Didot » qui rend hommage aux années 1970 et qui génère une ambiance, un univers graphique particulier et très puissant.

La technologie a bien sûr apporté de nouvelles possibilités qui enrichissent le champs d'action du design. Le motion design ou design animé donne du mouvement au graphisme et peut, là encore, participer à son efficacité et à son immédiateté. Et faciliter l'approche du client, du consommateur ou du citoyen.

Et on pourrait ajouter, comme le disait le publicitaire London Leader « *En termes de design, il y a selon moi deux choses essentielles: la simplicité et la clarté. Un bon design naît de ces deux éléments.* »

## Interview avec Laurent Scordino-Mazanec, directeur de L'ENSAAMA, école de design



### Quelle est la spécificité de l'ENSAAMA ?

L'école couvre un ensemble de domaines contrairement à d'autres écoles de design. Nous sommes à l'intersection de plusieurs branches du design. Notre enseignement est transversal même si notre ADN reste l'objet. Nous sommes proches du CNAM (Conservatoire national des arts et métiers). Nous sommes liés aux métiers d'art mais nous avons une approche scientifique et technique autant qu'esthétique.

### Quel est le mode de recrutement de l'ENSAAMA et quel est le profil des élèves ?

Nous recrutons en post-bac sur dossier. Nous recevons 12 000 demandes pour 200 places. Nous ne favorisons pas une filière plutôt qu'une autre (L, S ou ES). Nous recherchons des profils parfois atypiques, des personnalités. Mais au-delà de leurs profils, ce qui ressort chez nos élèves, c'est que tous portent un intérêt revendiqué aux questions sociétales et environnementales. Quand ils intègrent l'école, ils signent d'ailleurs une charte éco-responsable conçue par les étudiants de l'ENSAAMA eux-mêmes. Ils sont conscients de construire le monde à venir.



Message

Produit

Espace

Transdisciplinaire



### Quelle est la place des entreprises au sein de l'école ?

Primordiale car nous voulons accompagner nos étudiants vers l'emploi et l'insertion professionnelle. Nous avons donc des relations avec de nombreuses entreprises et en particulier dans le luxe. Nous avons une chaire au comité Colbert, qui fait se rencontrer les étudiants de master 2 Stratégies du design et des grands noms du luxe français.



Programme de spectacle pour La Machine du Moulin Rouge à Paris  
Design Stéréo Buro, illustration Simon Thompson



Illustration Graphisme Typographie

## LE CHEF D'ORCHESTRE

le chef d'orchestre a plusieurs missions :



note les informations sur la feuille de traçabilité  
vérifiez la présence de la certification Bio sur l'étiquette de chaque produit



pèse & étiquette les articles emballés

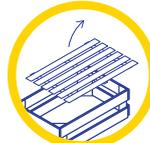


ne touche pas les articles

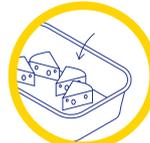
### FROMAGE



garantit le respect de la chaîne du froid (max. 15 min hors du frigo)



ouvre les caquettes

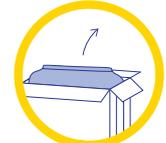


range les fromages étiquetés dans les bacs blancs dans la chambre froide

### ENSACHAGE



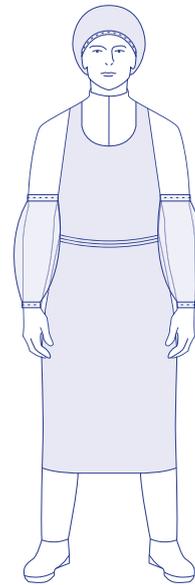
range et sort les articles de la réserve



sort les sacs des cartons



peut fermer les sachets



Rendre compréhensible de tous les coopérants, même de ceux maîtrisant mal la langue française, les consignes d'hygiène du supermarché La Louve.  
Design Studio Samedi.



Illustration Graphisme





Application de visite virtuelle à la carte pour Louvre Abu Dhabi.  
Design Pauline Thomas avec Laptop



Pour rendre visible la cartographie des solutions innovantes portées par Dalkia, le designer a croisé les échéances principales avec les axes stratégiques de l'entreprise.  
Design Studio Samedi pour Dalkia



Identité visuelle et territoire de marque du Centre Interprofessionnel des Viandes  
Design Christophe Lemaire



**La synthèse des connaissances scientifiques au service des professionnels**

La transdisciplinarité contribue à la pertinence scientifique du CIV.

**Comprendre** les enjeux de l'élevage et des chaînes d'approvisionnement de la viande (production, transformation, distribution, consommation) est un enjeu majeur de la société. Le CIV regroupe et fédère les compétences pour concevoir, synthétiser et produire des informations objectives. Pour cela, il s'appuie sur ses savoirs scientifiques et mobilise différents dispositifs.

Avec son Centre scientifique et d'innovation, ses membres collaborent au sein de procédures de lecture externe des documents. Le CIV fait preuve d'un démarche ouverte, équilibrée et neutre sur les enjeux qui concernent l'élevage et des viandes, tout en disposant d'un réseau d'experts externes.

**Subtilité | analytique**

- **Illustration**  
Conception de visuels de grande qualité scientifique et de communication. Appui scientifique et méthodologique. Réalisation de supports de communication.
- **Savoirs et savoir-faire**  
Bénéficier de l'expertise scientifique et professionnelle des membres du CIV.
- **Échanges constants**  
Partenariat scientifique et professionnel. Mutualisation des savoirs et des compétences.
- **Environnement**  
Travailler au sein d'un collectif pluridisciplinaire et pluriprofessionnel.
- **Thématiques transversales**  
Recherche et innovation. Développement durable. Santé publique. Éducation et communication. Prospective industrielle et économique.

**Sélectionner et produire des ressources documentaires qualifiées**

La fiabilité des documents rédigés et publiés par le CIV est garantie par la validation et la relecture par des experts indépendants et reconnus.

Un site internet de ressources documentaires en libre accès, plusieurs Centrales de documents sélectionnés et mis à disposition des publics professionnels et des particuliers (environ 10 000 abonnés).

**La CIV révisite une démarche de travail rigoureuse** Pour un suivi régulier des publications scientifiques et une garantie accrue de leur qualité scientifique et internationale, le CIV met en œuvre un processus de validation et de relecture externe des documents. Le CIV fait preuve d'un démarche ouverte, équilibrée et neutre sur les enjeux qui concernent l'élevage et des viandes, tout en disposant d'un réseau d'experts externes.

**La CIV s'appuie sur l'expertise de ses membres**

**Digital**  
Le développement du CIV vise à améliorer la qualité des informations disponibles et à faciliter l'accès à ces informations.

**Actifs et dynamiques**  
- Actifs et dynamiques de la viande.  
- Actifs et dynamiques de la viande.  
- Actifs et dynamiques de la viande.

**Équilibre**  
Le CIV vise à équilibrer les différents aspects de son projet de CIV en s'appuyant sur des compétences et des savoirs complémentaires.

**Partenariat**  
Le CIV vise à établir un partenariat avec les acteurs de la filière viande.

**What's Going On**

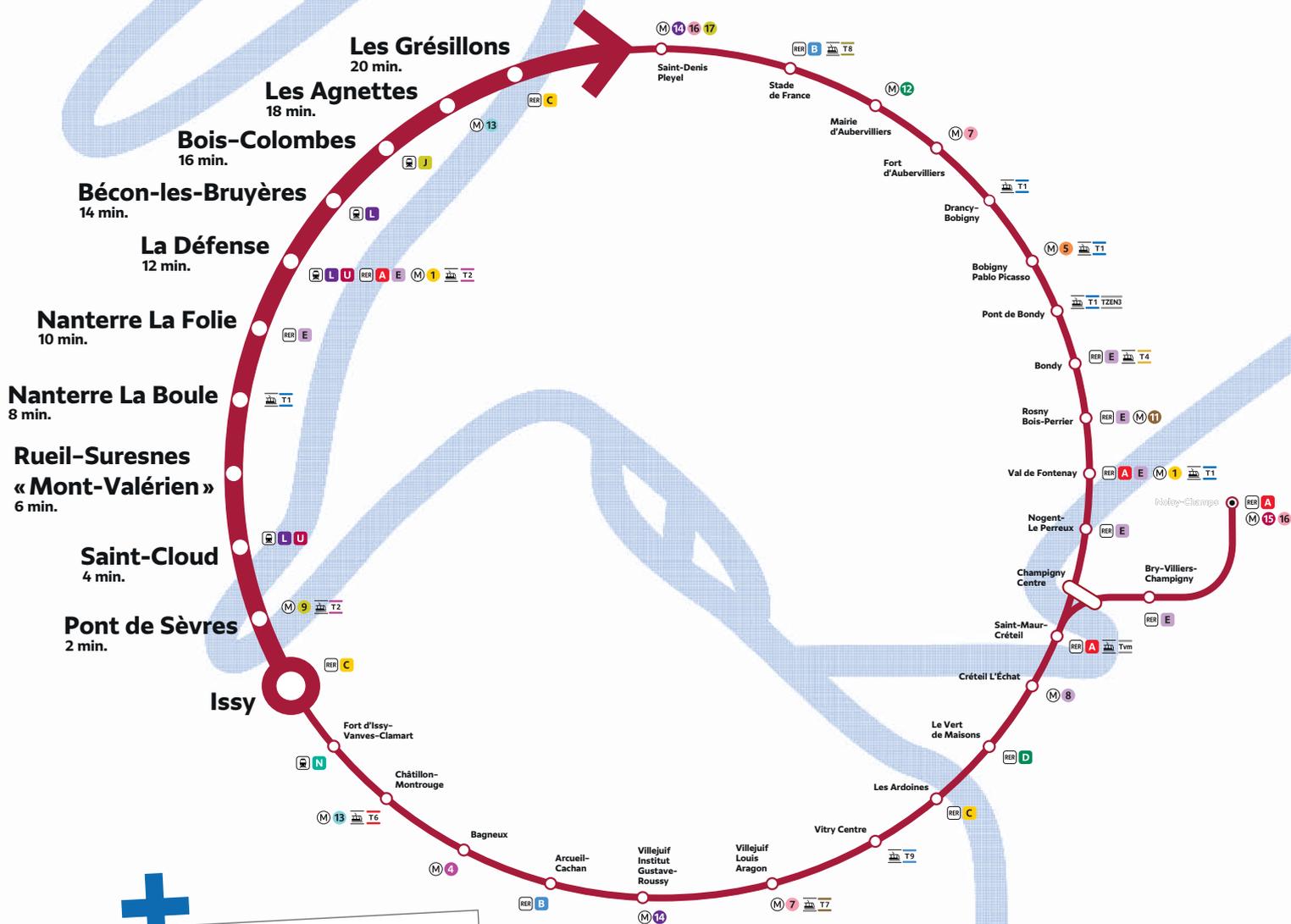
AW CONQUEROR DIDOT

**shapes**  
Prosaic modules

Fontes de caractères AW Conqueror Didot  
Ci-contre, Prosaic Modules  
Design Jean François Porchez

Typographie

# Les nouvelles lignes de métro avec une signalétique repensée



**Bénéfices pour l'utilisateur**

Le plan de la métropole devient lisible à partir de formes géométriques mémorisables. La multimodalité de transport est accessible et lisible pour l'utilisateur.

Les lignes historiques radiales deviennent lisibles.

Le cercle de la ligne 15 permet de diviser la métropole en secteurs de transports.

L'accessibilité aux réseaux de transport est facilitée par la traduction des informations en cinq langues.

**Bénéfices pour les parties prenantes**

Une optimisation des relations entre les différents opérateurs du réseau grâce à la marque unique Île-de-France Mobilité.

Mise en place d'une offre de signalétique duplicable partout dans le réseau, facilitant la compréhension des interconnexions, valorisant ainsi tous les opérateurs de la région.

**Valeur pour la marque et l'offre**

Simplicité d'usage et ergonomie des signalétiques permettent aux voyageurs de trouver facilement les indications directionnelles (correspondance, sortie), temporelles (annonce des trains) sans qu'elles ne se cachent l'une l'autre et n'entrent en concurrence. Les signalétiques de sécurité sont aussi rendues plus visibles, pour la tranquillité de tous les voyageurs.

## Intégral Ruedi Baur : aux manettes du changement

Avec l'équipe d'Intégral Paris, Ruedi Baur, designer franco-suisse de renom, vient de concevoir le système d'informations voyageurs des nouvelles lignes du futur métro du Grand Paris (2022-2030). Ce projet concernera progressivement les lignes 15, 16, 17 et 18.

Ce designer graphique revendique un design interdisciplinaire et s'intéresse particulièrement aux problématiques de signalétiques, d'espaces publics, de déplacements et d'orientation. Il se dit très influencé par l'architecture.

Pour ce projet emblématique, Integral Ruedi Baur a posé la question des signaux auxquels l'utilisateur des transports en commun est confronté dans son parcours voyageur quotidien ou exceptionnel. Ce sera très vite un problème qui va concerner les milliers de touristes venant à Paris et en Île-de-France pour le championnat du monde de rugby et pour les Jeux olympiques et paralympiques. Le constat est que celui-ci est exposé à de très nombreux messages, à différents endroits, parfois placés verticalement sur les murs, parfois au-dessus des passages. La démarche d'Intégral Ruedi Baur a donc consisté à regrouper l'information d'orientation, la déconnecter des autres informations (sécurité, horaire), et de symboliser le réseau de transports en commun plutôt que de le superposer à une carte géographique.

Le résultat, comme le montrent les maquettes photographiées à « la Fabrique du métro », laboratoire d'expérimentation d'Île-de-France Mobilités, est un système signalétique très simple, sobre, en cinq langues, accessible à tous.



## 3 questions à Ruedi Baur sur le contrat design / usager

Quel défi représente  
pour vous le fait  
que la SGP (Société

### du Grand Paris) vous ait commandé la signalétique des quatre nouvelles lignes de métro ?

Il faut déjà remettre ces créations de lignes dans une perspective historique. Le périphérique, sur la ligne des « fortifs », a enfermé la ville et bloqué son évolution. Le métro a suivi cette tendance puisqu'il reste largement dans la ville et qu'il est largement conçu à partir de radiales à partir du centre de Paris. Intra-muros, seules deux lignes échappent à ce plan : la 2 et la 6 qui sont des demi-cercles. Ce sera aussi le cas avec la nouvelle ligne 15. Pour les Parisiens et les habitants de l'Île-de-France, ces nouvelles lignes sont révolutionnaires.

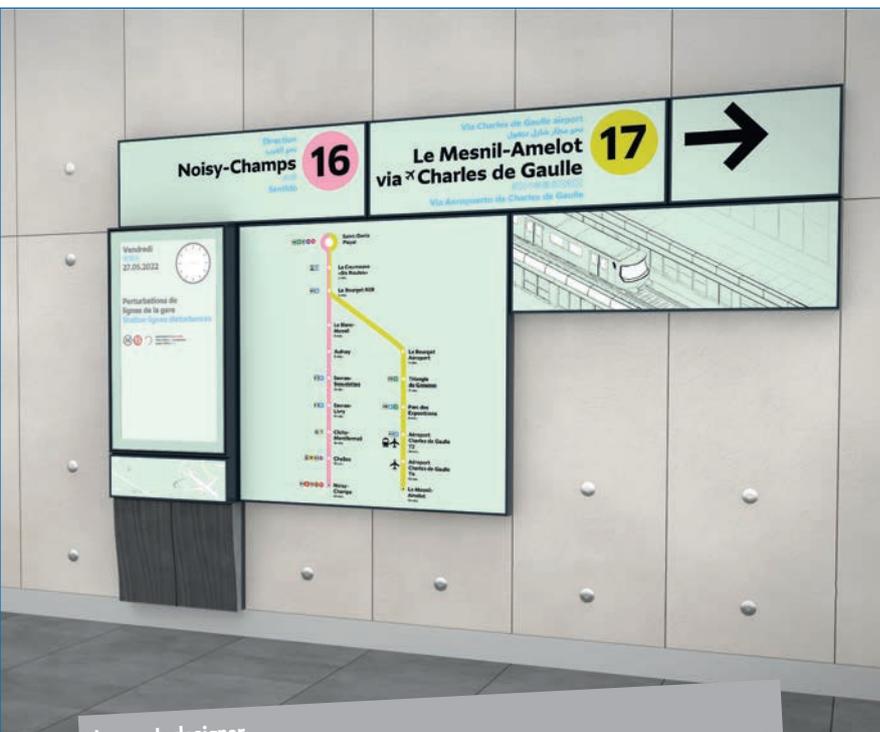
### Et allez-vous inscrire la signalétique de ces lignes dans le prolongement de ce qui existe déjà, comme le plan du métro, par exemple ?

Je pense déjà qu'il faudrait repenser le plan du métro et des transports de surface qui existent. Ils atteignent un tel niveau de complexité qu'il faudrait les repenser en s'éloignant de la dimension géographique. Pour ces nouvelles lignes, nous avons voulu éviter certaines incohérences ou répétitions qui peuvent exister dans le métro parisien. Avoir une signalétique appropriable, sans redondance, immédiate et identique sur tous les supports.

J'accorde une grande importance à l'orientation, au repérage spatial et temporel.

### L'utilisateur des transports y trouvera-t-il son compte ?

Ce qui importe, c'est que le voyageur comprenne immédiatement la signalétique et s'approprie les éléments graphiques d'orientation mis à sa disposition. À l'heure actuelle, la représentation graphique du réseau de transports en commun d'Île-de-France est beaucoup trop complexe. Elle oblige le voyageur à faire lui-même le lien entre les différents opérateurs, notamment dans les liaisons train-métro-bus.



### Jargon de designer

#### BàT : Bon à Tirer

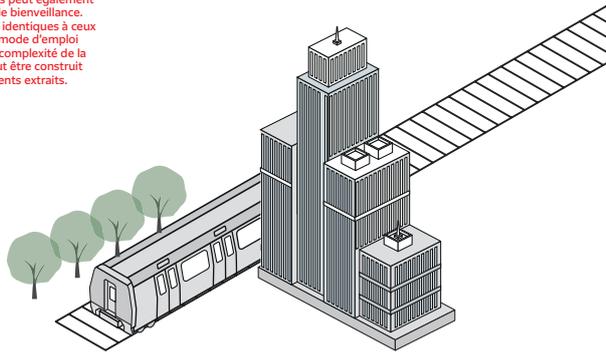
Il s'agit d'un engagement formel et contractuel concernant un fichier livrable pour être imprimé ou intégré dans une composition multimédia. Au-delà de la signature (ou accord) de BàT, toutes les corrections demandées par le donneur d'ordre sont en supplément du prix.

## Construction

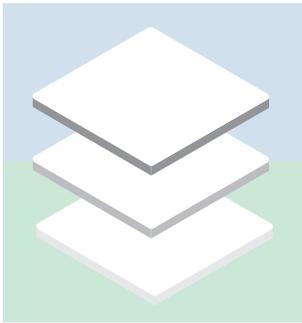
Le script isométrique présenté ci-dessus peut également être utilisé pour composer le parcours de bienveillance. Les contours des éléments utilisés sont identiques à ceux du personnage, des pictogrammes, du mode d'emploi et du service de gare. En fonction de la complexité de la station, le parcours de bienveillance peut être construit en différents états de zoom et en différents extraits.



flèches



destinations importantes



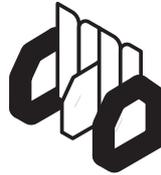
étages



indices



vous êtes ici



contrôle

« Avoir une signalétique appropriable, sans redondance, immédiate et sur tous les supports possibles. Je suis issu d'une famille d'architectes. J'accorde une grande importance à l'orientation, au repérage spatial et temporel. »

Ruedi Baur, designer, signalétique du métro du Grand Paris

Station information  
الخريطة التفاعلية  
**Information gare**  
本地运输  
Información de la estación

Issy neighborhood  
الخريطة التفاعلية  
**Quartier d'Issy**  
本地运输  
Barrio de Issy

# Design de produit

« ...éviter les figures de style,  
les approches ostentatoires.  
Une recherche d'objets  
sympathiques à utiliser et qui  
valorisent les matériaux... »

Samuel Accoceberry



Lampe du TGV, une lampe pour tous, un éclairage pour chacun.

Dotée de deux sources lumineuses, elle émet un signal fort et accueillant depuis le quai tout en symbolisant l'idée d'accompagner chaque passager pendant leur voyage.

Design Ionna Vautrin. Photo Michel Giesbrecht



MoonBike Stardust, le vélo-neige électrique.  
Design Christopher Santerre



Produit

Objet

Industriel



# Le design produit : du mobilier au tissu technique, du vase à l'objet

**Le design produit est une discipline qui permet d'appréhender la relation utilisateur / produit bien au-delà de la simple convention de forme et fonction. Le designer produit procure par son travail de l'émotion à l'utilisateur et de la valeur ajoutée à son client, l'industriel ou l'éditeur.**

Lorsque je suis sortie de l'école, j'étais bien embarrassée : que pouvais-je apporter alors qu'il me semblait que tout avait été inventé ? Et puis j'ai réfléchi. Le design, pour moi, a été la recherche de réponses à une question qui n'était pas encore posée. » Sophie Mallebranche, designer textile célèbre et directrice artistique de Material Design Group, a imaginé, entre autres, des tissages spéciaux et en particulier le tissage de fils d'acier inoxydable. Un textile apprécié dans de nombreux secteurs pour son esthétique mais aussi pour ses qualités intrinsèques, en particulier le fait d'être ininflammable,

donc parfaitement adapté aux établissements recevant du public (ERP) et aux immeubles grande hauteur (IGH). Toutes les spécialités du design, et en particulier le design produit et design industriel, sont les descendants de ce qu'on appelait autrefois les arts appliqués. Le designer a pour fonction de concevoir des objets industriels ou artisanaux qui répondent à un besoin, sont ergonomiques avec une dimension esthétique renforçant l'image de marque, un intérêt économique pour le diffuseur, bien sûr un sens éthique relatif à l'utilité du produit et à ses matériaux, et enfin l'émotion qui permet à l'utilisateur de devenir prescripteur. Les créations de Sophie Mallebranche s'inscrivent dans cette ligne. Elles entrent dans une logique d'image de marque tout en offrant un originalité d'utilisation.

Les succès d'Apple aux États-Unis, de Seb ou Décathlon en France — les plus gros employeurs de designers hexagonaux — ont remis au premier plan le concept de design produit. À la fois parce que ceux-ci possèdent une esthétique, une personnalité forte, mais aussi parce qu'ils facilitent la vie de l'utilisateur en proposant une interface parfaitement intuitive et adaptée aux besoins.



# connecté

Mais l'approche du design produit évolue depuis quelques années. **Les notions d'utilité, d'éco-conception, s'imposent** au sein des entreprises, des écoles de design, des agences, des studios et auprès des designers indépendants. Le designer Jacques Noël déclarait dans une interview : *« Je pense que le design industriel a une vocation sociale : ne pas faire mode et s'adresser au plus grand nombre, avec des séries industrielles pour produire des produits accessibles à tous. Ces produits doivent rendre des services pérennes, durables et en bout de cycle être recyclables. Toutes ces composantes du produit, le design les prend en compte et les met en œuvre. »*

Le design produit révèle l'esprit d'une époque. L'émergence de concepts comme le design frugal est significative. **Dominique Sciamma, directeur de Strate École de design et de Design Act, souligne l'importance de faire passer le design industriel au design post-industriel.** En insistant sur le fait qu'*« aujourd'hui on ne peut plus concevoir d'objets inutiles »*.

## Interview à l'ENSCI Les Ateliers avec Geneviève Sengissen, responsable de la formation continue, et Gilles Belley, directeur des diplômes



### Qu'est-ce qui fait la spécificité du modèle pédagogique de l'ENSCI Les Ateliers ?

Trois principes guident notre modèle et font son originalité : il n'y a pas d'années. Ce qui signifie que les étudiants sont mélangés sans tenir compte de leur date d'intégration. Ensuite, chaque cursus est individualisé et donc composé par chaque étudiant. Enfin, et c'est très important, l'école reste ouverte 24h sur 24 toute l'année. Quand il s'agit de création ou de commande, il n'y a pas forcément des horaires dans la vie professionnelle. Hors ces trois points, nous insistons sur l'apprentissage « pair à pair » qui représente la moitié de l'enseignement. Et cela, à partir de notre socle historique : les outils, le dessin, le numérique et les techniques pour travailler bois, métal ou plastique.



Transdisciplinaire



### Recherchez-vous des profils particuliers ?

Plutôt des têtes bien faites que des têtes bien pleines. Chaque étudiant doit imaginer son profil de travail. Le spectre est large : nous avons eu aussi bien un pâtissier japonais qu'un marin breton !

### Vous proposez des mastères tels que « Innovation by Design ». De quoi s'agit-il ?

Il s'agit de donner accès au design management à des gens qui ne connaissent pas forcément cette discipline. Et nous avons d'excellents résultats. Une juriste d'Athos a, par exemple, imaginé donner accès au droit et à sa complexité par le design. Ou encore un chef de bord d'Air France qui a utilisé ses acquis à l'ENSCI, dans ce mastère, pour aider à régler des problèmes humains et sociaux des personnels navigants d'Air France. Au point qu'un département Design Management a été créé au sein de la compagnie.



Gourde Zeste gardant le chaud 12h et le froid 24h. Garantie à vie.  
Les Français utilisent 9,3 milliards de bouteilles en plastique chaque année.  
Design Christopher Santerre



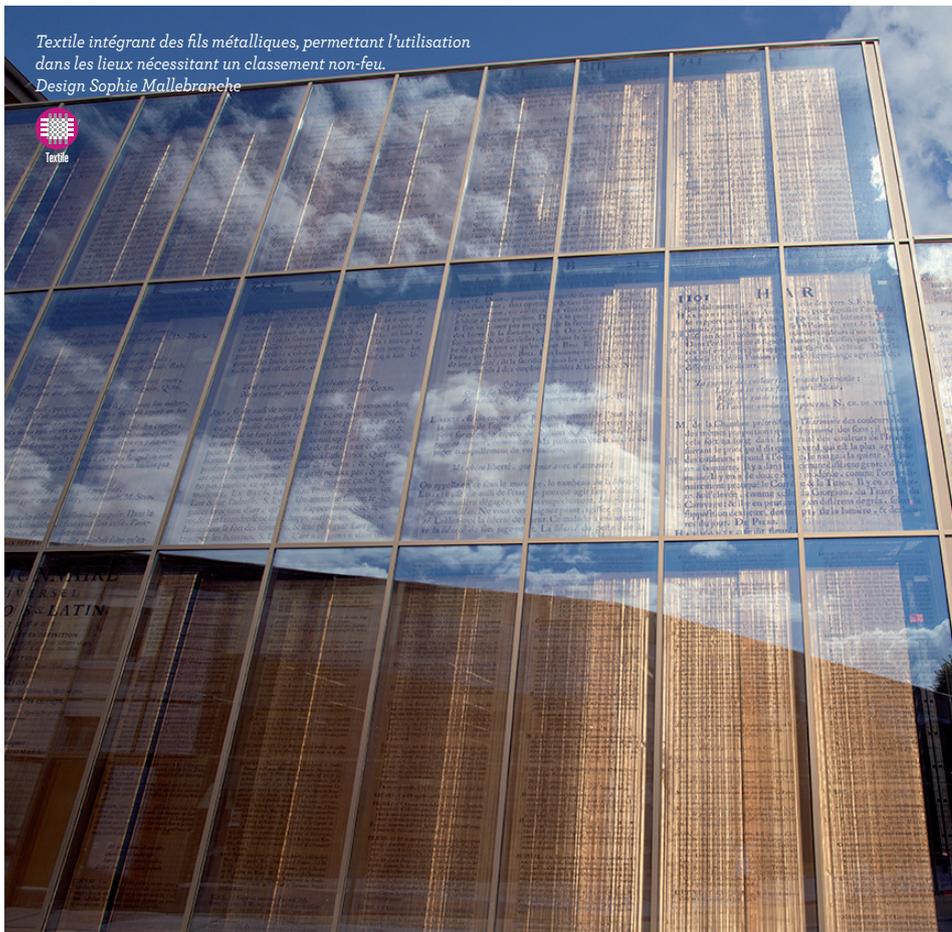
Vase Collection Sand pour Daum. Design Christian Ghion



N. MILLET APPART SESSION  
Shika\_Coedition Design A+A Cooren



Textile intégrant des fils métalliques, permettant l'utilisation dans les lieux nécessitant un classement non-feu.  
Design Sophie Mallebranche



Dentelle de poireau, ou comment magnifier les produits simples ?  
Design Marion Chatel Chaix



Culinaire



Calculatrice LC74 Mosaïque  
Design Christian Ghion,



Objet



Technique du tatami détournée pour créer du mobilier (sièges, tables).  
Ce projet a été réalisé en collaboration avec l'entreprise Motoyama Tatami, dans le contexte d'un programme d'échange de savoir-faire entre designers parisiens et artisans nippons soutenu par les Villes de Kyoto et Paris.  
Design Astrid Hauton



Objet



Mobilier



# Kataba mandate l'agence Mu avec Samuel Accoceberry pour un bureau éco-conçu



## Bénéfices pour le client de Kataba

Optimisation du cycle de vie du produit et participation aux efforts de développement durable.

Appropriation de l'espace de travail, considéré par l'utilisateur comme une innovation d'usage.

Valorisation de la position d'acteur socialement conscient de l'utilisateur par l'usage d'un produit éco-conçu dont il sait qu'il ne créera pas de déchets en fin de vie.

## Bénéfices pour le processus

L'éco-conception permet d'envisager toutes les questions liées aux matériaux, à leur mise en œuvre, leur valorisation, leur usage et leur fin de vie.

### Mesure

Les études et les indicateurs mis en place par la Coopérative MU quantifient les coûts et gains énergétiques et en matériaux.

## Bénéfices pour l'organisation

La collaboration sur ce projet permet de servir d'exemple pour d'autres filières.

L'intégration du designer et de l'ingénierie apporte une plus-value financière au fabricant.

La filière de fabrication permet d'intégrer des artisans locaux et des ESAT, créant de la valeur sur le territoire proche.

## Bénéfices pour Kataba

Exposition médiatique liée à l'exemplarité de la démarche d'éco-conception, valorisant le produit et l'entreprise.

Amélioration de la qualité perçue. Différenciation de la concurrence.

### Mesure

Les salons, les conférences, les articles, renforcent la notoriété de l'entreprise et du produit.



*J'évite les figures de style, les approches ostentatoires. Je veux des objets sympathiques et pratiques à utiliser et qui valorisent les matériaux*

Samuel Accoceberry, designer

## **Une coopérative, un designer, un fabricant, tous responsables, collaborent pour un design durable**

Kataba est une entreprise de l'économie d'impact, consacrée à la performance environnementale et sociale de l'ameublement. C'est une entreprise engagée née de la volonté de ramener la production de nos meubles et objets de décoration dans les ateliers d'artisans locaux, pour une production contemporaine, éthique et locale.

La coopérative Mu a été créée en 2010 par Anthony Boule, ingénieur spécialisé en environnement, et François-Xavier Ferrari, designer industriel qui veulent associer leurs talents et expériences pour développer des projets d'éco-conception.

Preuve de cet engagement, Mu a rejoint le réseau B Corp., label exigeant accordé aux entreprises intégrant des impératifs sociaux et environnementaux dans leur fonctionnement et leurs objectifs.

Mu, Kataba et le designer Samuel Accoceberry se sont réunis pour créer une gamme de mobilier de bureau originale puisqu'elle se veut « éco-co-conçue », qu'elle fait exclusivement appel à des artisans et qu'elle est produite localement. Tous les produits sont sourcés ; tous les process sont éco-évalués.

L'ambition est de proposer à la fois des produits irréprochables en termes d'impact environnemental (matières, fabrication, transport) qui, par leur conception, favorisent le bien-être au travail de leurs utilisateurs.

Outre sa collaboration avec Kataba, Mu a récemment travaillé sur de nombreux projets tels que Caruus, un sneaker équitable et réparable, une ferme urbaine de micro-pousses, du recyclage de plastiques agricole. Par ailleurs, l'agence collabore avec de nombreuses entreprises telles que Louis Vuitton et Sephora ou le Comptoir des Cotonniers.

### **Jargon de designer**

#### **Proto(type)**

Il peut s'agir d'une maquette non fonctionnelle présentant les aspects extérieurs d'un produit afin que les équipes internes de l'entreprise puisse évaluer le projet. Cela peut être aussi une maquette fonctionnelle destinée à éprouver les procédés de fabrication envisagés pour l'industrialisation du produit. Dans ce dernier cas, la phase de prototypage est souvent assez onéreuse, et à la charge de l'industriel.

## **Questions à Samuel Accoceberry sur le projet Kataba et sa pratique du design**



### **Quelle est votre approche du design ?**

Il y a d'abord la dimension humaine. Il est important de travailler avec des partenaires qui veulent s'impliquer. Ensuite, il faut respecter les process, les matériaux et le client bien sûr. J'évite les figures de style, les approches ostentatoires. Je veux des objets sympathiques et pratiques à utiliser et qui valorisent les matériaux.

### **Avec Kataba, comment a été piloté le projet, et par qui ?**

C'est un projet qui est vraiment issu d'un travail d'équipe. À l'initiative de Kataba, qui a défini la typologie des produits, j'ai précisé les problématiques d'usages et certaines contraintes qui sont liés aux nouvelles attitudes de travail dans les espaces de bureaux. La Coopérative MU a documenté l'approche responsable liée à l'impact environnemental. Cela a priorisé l'emploi de certains matériaux en traçant leur origine, leurs procédés de fabrication, l'énergie employée, la nature du conditionnement, etc.

La Coopérative MU a fourni une charte. Je l'ai suivie pour faire une proposition esthétique et fonctionnelle qui intègre l'ensemble des contraintes et exprime toutes ces valeurs. Collégalement, nous avons questionné le projet à la fin pour vérifier s'il était cohérent et juste.

### **Comment travaillez-vous ?**

En transcendant — pas en transgressant — les matières, les techniques. Et en travaillant avec des artisans qui ont la connaissance. Je prends en compte ce qu'ils peuvent faire, pour ne pas demander quelque chose qu'ils auront du mal à réaliser. Le design apporte des solutions techniques et esthétiques.

### **Sur quoi travaillez-vous en ce moment ?**

Sur SB 26, nouvelle marque créée en 2018 avec le ferronnier d'art Bruce Cecere dont la volonté est de créer et présenter un objet d'exception à l'occasion d'un programme de co-création artisan/designer. Ensemble, nous avons exploré les limites du travail du métal, comme des orfèvres, pour créer la ligne de luminaires Moon, dont une des pièces a été présentée au Salon de Milan en 2018.



*« Nous prenons en compte l'empreinte carbone du transport et de la matière, acier, bois ou verre, et la notion de cycle de vie. »*

*Luc Monvoisin, Kataba*



# Design d'espace

« Nous voulons améliorer un service, un produit, un espace. En ayant à l'esprit de prendre soin de la planète, des collaborateurs et nous soucier de zones ou de personnes fragiles. »

Frédéric Lecourt, Les Sismo



Scénographie et graphisme pour MAIF Social Club.

Dans un souci économique et écologique, le studio 5-5 a travaillé sur la base d'un re-design de grilles d'expositions colorées pouvant être assemblées et reconfigurées à la demande pour une itinérance ou même une autre exposition.

Design 5-5





# Le design d'espace, espace public, espace commercial (retail), stand

**Le designer d'espace conçoit toutes sortes de lieux : aussi bien des boutiques ou des corners dans les aéroports, que des espaces de travail, de coworking, ou encore des environnements recevant du public, des expositions ou évènements et même des spectacles.**

**A** lors, le design d'espace est-il proche de la décoration ou architecture d'intérieur ? Le nuance est ténue mais réelle pour certains designers. Pour eux - **l'architecture intérieure comprend un aspect structurel** puisqu'elle fait appel à tous les corps d'état : plomberie, électricité, maçonnerie etc. Le design d'espace, lui, a une approche centrée sur l'utilisateur pour concevoir un lieu ayant une fonction, une destination précise. Avec des contraintes d'usage donc, mais aussi d'économie et de fabrication. Imaginer un corner dans un grand magasin ou une gare,

un openspace ou un magasin de meubles, nécessite de réfléchir de façon globale pour intégrer les usages, mais aussi la circulation, la perception de l'espace par les usagers ou encore des prolongements digitaux - sites, achat on line.

Quand Pôle emploi demande à Frédéric Lecourt, des Sismo, d'imaginer les agences du futur, il l'avoue : « *À ce stade, nous ne savons pas où nous allons.* »

Dans un premier temps, l'agence établit un protocole d'observation. Des consultants vont étudier, à Paris et en région, des agences de Pôle emploi. Leur fonctionnement, la façon de bouger, de parler des conseillers et du public. L'utilisation qu'ils font de l'espace. Ensuite, ces données sont analysées pour nourrir la réflexion des designers et leur donner de la matière pour répondre à la question qui leur est posée.

Frédéric Lecourt et ses équipes proposent d'abord de repenser la relation avec les usagers qui doivent être considérés comme des assurés et non des demandeurs d'emploi. Ensuite, tous les éléments qui constituent une agence - disposition et forme du mobilier, signalétique, accès à Internet - sont décryptés. Objectif : réduire le



Aménagement des espaces de réception du public de Pôle emploi.  
A gauche, poste de réception des usagers des services de Pôle emploi.  
Design et photo Les Sismo



# design lumière, ou paysage

temps d'attente en orientant au mieux les personnes, faire entrer les entreprises dans les agences, réorganiser les relations pour apaiser les tensions entre les conseillers et le public. « Il existe une angoisse de l'agression qu'il faut dépasser dans la mesure où c'est heureusement très rare et que 80% des entretiens commencent face à face pour se terminer côte à côte. Et donc abandonner des tables larges qui obligent, en plus, les interlocuteurs à parler fort. »

Toutes les suggestions des designers sont, bien sûr, discutées avec les cadres et conseillers de Pôle emploi. Le résultat : une refonte en profondeur, à la fois des espaces de Pôle emploi, mais aussi de la façon de travailler des conseillers et des flux de public. **Un exemple de l'ampleur que peut prendre le design d'espace qui, dans ce cas précis, fait intervenir des sociologues, des spécialistes du comportement, des designers produit (mobilier, éclairage) ou encore de designers message (signalétique).**

## Interview avec Emmanuelle Torck, directrice de LISAA



LISAA apporte une originalité par rapport à d'autres écoles de design. Pourriez-vous nous expliquer laquelle et pourquoi ?

LISAA, créée en 1987, est la plus grande école d'arts appliqués. En fait, il faudrait parler de quatre écoles : Architecture intérieure et design, Design graphique et motion design, Mode, Animation et Jeu vidéo. Moi, je dirige « Architecture intérieure et design » qui propose une formation 100% architecture intérieure et 100% design. Nous ne favorisons pas un aspect aux dépens de l'autre.

**Le fait que l'école offre quatre formations spécifiques crée-t-il des synergies entre thématiques ?**

Oui, il existe des passerelles entre les disciplines. Et d'ailleurs nous proposons à nos élèves qui débutent, soit une première année généraliste s'ils le souhaitent, et ils pourront changer d'orientation à la fin, soit de commencer directement en architecture intérieure quand ils sont sûrs de leur choix.



**Quel est le profil de vos étudiants ?**

Ils sont issus de tous les types de bac. Nous recherchons des potentiels, quel que soit leur parcours et recevons 20% d'étrangers. Mais tous ont un point commun : ils sont très conscients de leur responsabilité en tant que designers dans un monde dont on ne sait pas ce qu'il va devenir. L'éco-conception est primordiale à leur yeux.

**Une fois qu'ils ont passé leur diplôme professionnalisant dans quels secteurs trouvent-ils du travail ?**

En architecture intérieure, cela va des entreprises de luxe, Chanel, Boucheron entre autres, à L'Oréal, Carrefour (design relation client) ou encore le groupe Accor pour des hôtels.



*BOOOM!* Une installation créée pour le stand de Tarkett au Salon Euroshop. Le sol devient un nouveau terrain de jeu et se soulève pour laisser jaillir une explosion créative, un nuage poétique de couleurs, créée à partir de la nouvelle collection de LVT de Tarkett, iD Mixonomi. Une façon de montrer le potentiel créatif de la collection.  
Design User Studio



Le nouveau kiosque à journaux et services de la Ville de Paris.  
Les nouveaux kiosques sont chauffés, isolés et protégés des intempéries. Ils sont équipés de toilettes à la demande du kiosquier.  
Ils sont totalement accessibles aux personnes à mobilité réduite.  
Ces nouveaux kiosques respectent les exigences de la municipalité parisienne en matière de développement durable. Éco-conçus avec des matériaux 100 % recyclables, ils sont alimentés en électricité d'origine renouvelable. Leur consommation énergétique est réduite de 54 %, grâce notamment à un éclairage 100 % LED.  
Design Matali Crasset



La gamme Linea 3D 18 Bamboo Wave, système de cloisonnement acoustique.  
Ces panneaux acoustiques, composés de lames en bois massif à claire-voie, sont une solution architecturale à la fois technique et esthétique, pour l'habillage intérieur des murs et plafonds suspendus.  
Leur particularité, d'être travaillé avec des effets de volumes, permet de jouer avec des effets graphiques et également de mise en lumière.  
Design Samuel Accoeberry, créé avec WOODLABO (Gaël Wuithier, Benoit Beaupuy et Samuel Accoeberry). Photo Alfred Cromback





Lumière

Animer un espace obscur et insécurisant grâce à la lumière. Gare SNCF de Bordeaux - Design Lumière William Wantz



Scénographie

Scénographie pour Lille Capitale Mondiale du Design 2020. Les cimaises légères sont combinables entre elles et facilement transportables. La structure arrière des cimaises évoque les flux et les interdépendances à l'œuvre dans les territoires. Les parois translucides des cimaises jouent avec ces flux, par l'intermédiaire du graphisme et des objets exposés. Studio Millimètre, Design Laurent Milon, Guillaume Jandin et Teddy Béliet

Centre culturel Beausoleil (06). Pour sensibiliser les visiteurs du Centre culturel au développement durable, les différents éléments de l'aménagement tirent parti des qualités esthétiques de matériaux qui incorporent, avec audace et originalité, certains rebuts issus du recyclage de matières premières...

Studio Millimètre. Design Laurent Milon



Espace intérieur



Mobilier





*Il a fallu prendre en compte des données spécifiques à une librairie. Le poids des livres par exemple. Les tables doivent pouvoir supporter 400 kg.*  
Joran Briand et Arnaud Berthereau, designers



# Une librairie ICI ! Au cœur de Paris, un challenge relevé par des designers



## Jargon de designer

### APS : Avant Projet Sommaire

L'APS permet de fournir au décideur une proposition graphique et technique relative au problème posé, en termes de matériaux, architecture, technique, etc. L'APS est l'un des éléments constitutifs du dossier de faisabilité et d'estimer le budget définitif du projet.

## 500 mètres carrés de librairie, d'espaces d'échanges et de lieux de convivialité

Le challenge pour Joran Briand et Arnaud Berthereau, fondateurs du Studio Briand & Berthereau : aménager 500 m<sup>2</sup> qui ont abrité une boîte de nuit puis un magasin de vêtements sur les grands boulevards à Paris. Et changer la destination du lieu puisqu'il s'agissait d'y créer une librairie. Un projet porté par Delphine Bouétard et Anne-Laure Vial. Les deux femmes ne sont pas des novices dans le monde du livre et elles ont une idée très précise de ce qu'elles veulent. Et d'abord de ne pas concevoir une librairie comme les autres.

Elles contactent différentes agences spécialisées ayant une expérience dans le domaine. Les solutions proposées par Joran et Arnaud les enthousiasment ; elles savent qu'elles ont trouvé : « *Leur approche nous a tout de suite plu. Ils sont jeunes et n'avaient aucune expérience dans ce domaine. Ils apportaient un regard neuf.* ». C'était à l'été 2017 et il fallait que le projet soit bouclé à la fin de la même année. Le cahier des charges tel qu'elles le décrivent : « *Nous voulions un lieu de vie, un havre de paix et un lieu culturel. Avec un bar pour prendre un café et des sièges et espaces pour s'installer. Et que le tout soit totalement modulable : les rayons, les tables, les étagères, la signalétique, les gradins. Et enfin, utiliser du vrai bois.* » Dès les premiers coups de crayon, designers et clientes sont sur la même longueur d'onde. La librairie ICI ouvre fin octobre 2018.

Depuis 2000, Paris a perdu 350 librairies, soit une sur trois. Mais les deux fondatrices de ICI ne s'inquiètent pas plus que cela. **Après un peu plus d'un an, leur chiffre d'affaire est 20 % supérieur à leurs prévisions.**



### 3 questions à Joran Briand et Arnaud Berthereau sur le défi que représentait la conception de l'espace modulaire de la librairie ICI

#### Le projet de la librairie ICI illustre-t-il la philosophie et les choix de design de votre agence ?

Totalement. À la fois dans son approche design minimaliste — nous croyons beaucoup au « Less is more » — et à la frugalité. Ensuite, nous aimons le concept de modularité sur l'ensemble du mobilier et l'utilisation du bois qui permet certaines solutions que d'autres matériaux n'autorisent pas aussi facilement, comme ces rayons aux étagères facilement modulables, justement.

#### Avez-vous rencontré des difficultés particulières à concevoir le projet ?

Les contraintes de temps et de budget, mais c'est pratiquement toujours le cas. C'est un exercice de design interdisciplinaire qui fait intervenir design d'espace, d'objet et graphisme. Il a fallu prendre en compte des données spécifiques à une librairie. Le poids des livres par exemple. Les tables doivent pouvoir supporter 400 kg.

#### Sur quoi avez-vous travaillé récemment ?

Sur un espace de coworking à Rennes. 500 m<sup>2</sup> à aménager. Là encore, il s'agit d'une approche globale qui met en œuvre différents métiers. Et enfin, dans un genre différent, un restaurant spécialisé dans les croque-monsieur en région parisienne.



#### Bénéfice pour les clients d'ICI

La librairie n'est plus seulement un lieu de vente du livre, mais un lieu d'échanges, de rencontres, où même les jeunes enfants peuvent venir seuls après l'école, sans leur porte-monnaie...

##### Mesure

Fréquentation du lieu sans obligation d'achat, et fidélisation de la clientèle.

#### Bénéfice pour le processus

Intégration du design simultanément aux questions d'architecture intérieure, mettant le besoin de modularité au centre du projet.

##### Mesure

Flexibilité des installations, capacité de l'espace à se réinventer sans investissement supplémentaire.

#### Bénéfice pour l'organisation

Capacité de l'équipe à s'approprier les espaces de vente, de lecture, de démonstration, de conférence et d'expérience, pour créer de nouvelles animations.

##### Mesure

Croissance et développement de nouveaux concepts dans la librairie, créant ainsi de nouvelles opportunités commerciales.

#### Bénéfice pour la librairie ICI

Design durable conçu à partir de matériaux naturels tels que le bois. Faible coûts de maintenance et de transformation de l'espace. Chiffre d'affaires directement lié à l'ambiance de la librairie.

##### Mesure

Fréquentation et CA supérieurs de +20 % aux meilleures estimations.



*« Après un peu plus  
d'un an, notre chiffre  
d'affaires est 20 %  
supérieur à nos  
prévisions. »*

*Delphine Bouétard et Anne-Laure Vial,  
Ici Librairie*



# Design transdisciplinaire

« Les nombreuses entreprises déjà engagées dans l'innovation bioinspirée sont en attente de profils transdisciplinaires. »

CEEBIOS



*Ocean Dress. : Une pièce unique alliant technologies et mode, tout en questionnant leur impact environnemental.*

*Cette robe est composée d'un panneau solaire et de DEL programmables qui permettent d'obtenir un effet lumineux doux et autonome. La jupe est faite de sacs en plastique accrochés à un filet de pêche qui nous amène sur le thème de la conservation des océans, de la valorisation des déchets et d'une mode plus éthique. Design collaboratif Valérie Marsaudon (Studio Maximars), Fang Yang et Alice Giordani (collectif DataPaulette).*

*Photo : Marc Lamey*



Melomind de MyBrain Technologies.  
Comment prendre le contre-pied de l'utilisation stressante d'un smartphone et accompagner la relaxation grâce à une appli ? C'est le pari de Melomind avec son casque connecté pour concevoir l'expérience utilisateur de bout en bout.

Co-conçu avec le client, le studio a pris en charge l'expérience (UX) et l'interface (UI) de l'application qui accompagne le casque, mais aussi et surtout qui dirige ce véritable service de relaxation portable !

Concrètement, cela se traduit par un casque audio de haute qualité équipé de capteurs mesurant l'activité cérébrale, et une application pour smartphone qui reçoit ces informations pour aider son utilisateur à se relaxer au fil d'exercices.

Le résultat : une expérience utilisateur innovante, dans laquelle il est invité à suivre des entraînements de relaxation sur-mesure à travers un univers sensible et poétique.

Design User Studio  
(vision, concept graphique, UX/UI design)



# Le design transdisciplinaire : éco-de management, politiques publiques,

Alliant plusieurs disciplines du design, souvent de l'ingénierie, le design transdisciplinaire intervient dans l'espace urbain, les objets, les services et notamment les services partagés, et bien d'autres domaines.

**D**ifficile de dissocier le design transdisciplinaire du design thinking. Des concepts apparus aux États-Unis, à la prestigieuse université de Stanford, entre autres, à la fin des années 1990. Dans les deux cas, il s'agit d'une approche globale de la démarche design. Pour **Tim Brown**, président d'IDEO, agence de design d'interfaces et l'un des inspirateurs de cette pensée : « *Le design thinking est une discipline qui utilise la sensibilité, les outils et méthodes des designers pour permettre à des équipes multidisciplinaires d'innover en mettant en correspondance attendue des utilisateurs, faisabilité technologique et viabilité économique.* » Ou comme le dit **Domi-**

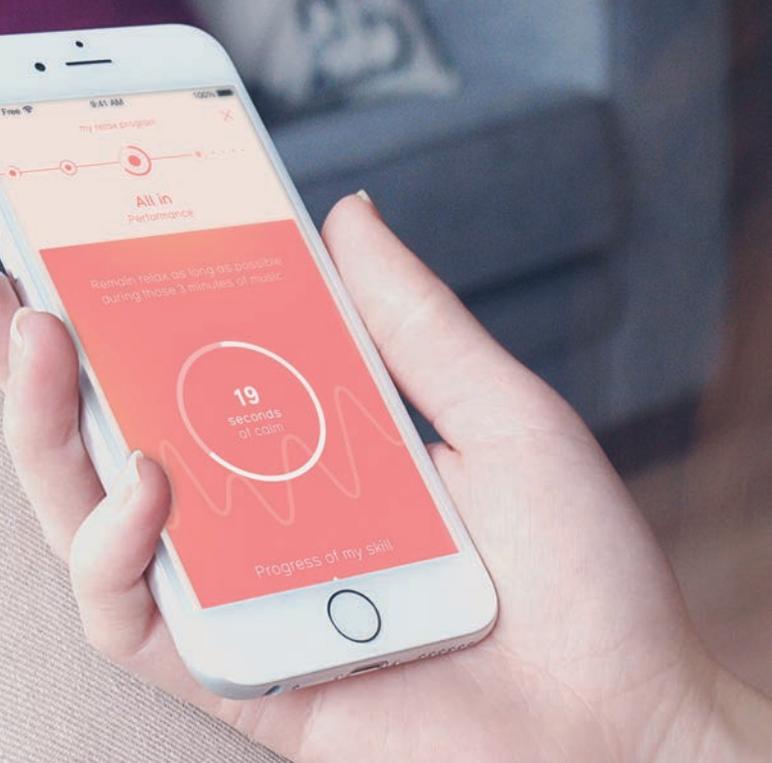
**nique Sciamma**, directeur de Strate École de design : « *Il faut aborder la complexité avec une pensée systémique.* »

Et cette approche met l'utilisateur au centre de la réflexion. En analysant ses besoins et désirs au plus près. En faisant appel aux sciences humaines comme l'ethnographie, à l'observation des comportements de l'utilisateur potentiel. Les designers parlent d'exploration. Le processus se déroule en trois phases : Inspiration (l'analyse, l'observation), Idéation (la conceptualisation), Implémentation (test, prototype, mise en œuvre).

Cette approche globale est aussi une réponse à la complexité du monde et de nos sociétés.

Quand **Geneviève Sengissen**, responsable de la formation continue de l'ENSCI, annonce le nouveau diplôme de spécialisation en biomimétisme et design proposé à partir de 2020 par l'école, elle parle du biomimétisme comme « *l'inspirant pour la création de matériaux, de design d'espace ou d'organisation* ». Il s'agit donc bien d'interdisciplinarité.

Et dans la présentation du programme, le texte de soutien du CEEBIOS (Centre européen d'excellence en biomimétisme) le précise : « *Les travaux de structuration et*



# sign, service, etc.

*de fédération des acteurs français autour de la démarche amorcés par le CEEBIOS, démontrent l'urgence d'une mobilisation de l'enseignement supérieur pour former à ces nouveaux concepts. Les nombreuses entreprises déjà engagées dans l'innovation bio-inspirée, sont en attente de profils transdisciplinaires. »*

Le designer transdisciplinaire s'intéresse donc actuellement beaucoup au biomimétisme, pas seulement pour imiter la nature, mais pour co-créeer avec elle sans la détruire. C'est ainsi que ces designers explorent le micélium des champignons, les capacités de végétaux à dépolluer l'air et les sols, la potentialité d'autres végétaux ou de certaines bactéries à devenir luminescents ou à produire de l'énergie.

Le designer transdisciplinaire s'intéresse aussi à tout ce qui l'entoure, la ville, l'espace public, partout où la friction entre l'espace et l'utilisateur pourrait être apaisée. Dans ce cadre, il développe des solutions pour vivre ensemble, se relayer, partager et profiter de l'espace. Le designer travaille aussi à concevoir des objets qui sont du secteur de l'événementiel, tel que le tissu lumineux développé par Data paulette, page précédente.

## Interview avec Dominique Sciamma, directeur de Design Act et de Strate

**Vous dirigez Design Act, une école en agence. Quelle est sa spécificité ?**

Il s'agit d'une formation post-diplôme certifiante sur cinq mois. Les 12 candidats retenus sont reçus à la Manufacture Design de l'agence Saguez & Partners. La moitié des étudiants ne sont pas des designers mais viennent du marketing, de la sociologie, voire de la philosophie. Nous voulons faire émerger d'autres façons de penser, réfléchir et résoudre. Une fois dans l'entreprise, nos anciens élèves se feront les ambassadeurs du design.

**Et comme directeur de Strate comment avez-vous abordé l'enseignement ?**

Depuis six ans que je dirige l'école, je l'ai fait évoluer. Nous sommes passés du design industriel au design post-industriel. Plus question aujourd'hui de fabriquer des objets inutiles.



Transdisciplinaire



**Comment imaginez-vous l'avenir pour Strate ?**

Nous sommes la seule des grandes écoles de design à avoir un discours politique. Aujourd'hui, il faut se demander comment vivre ensemble, comment partager le pouvoir et protéger la planète. Nous devons former des designers sensibles, curieux, engagés, collaboratifs et humbles. Il faut préparer le terrain pour le transformer.

**Et que voulez-vous apporter d'autre à vos étudiants ?**

Leur faire comprendre l'importance de savoir s'exprimer, de communiquer, pour pouvoir transmettre leurs projets. L'importance de l'écriture pour structurer la pensée. Nos étudiants doivent prendre le pouvoir pour accéder aux Comex des entreprises. Déjà 60% de nos étudiants rejoignent des structures de design intégré.



Le lecteur d'histoires développé par la marque Lunii. Lunii, ce n'est pas qu'une fabrique à histoires, c'est du contenu ludique qui apporte beaucoup de vocabulaire, de créativité, d'éveil et de la culture à nos enfants !

Design Lunii

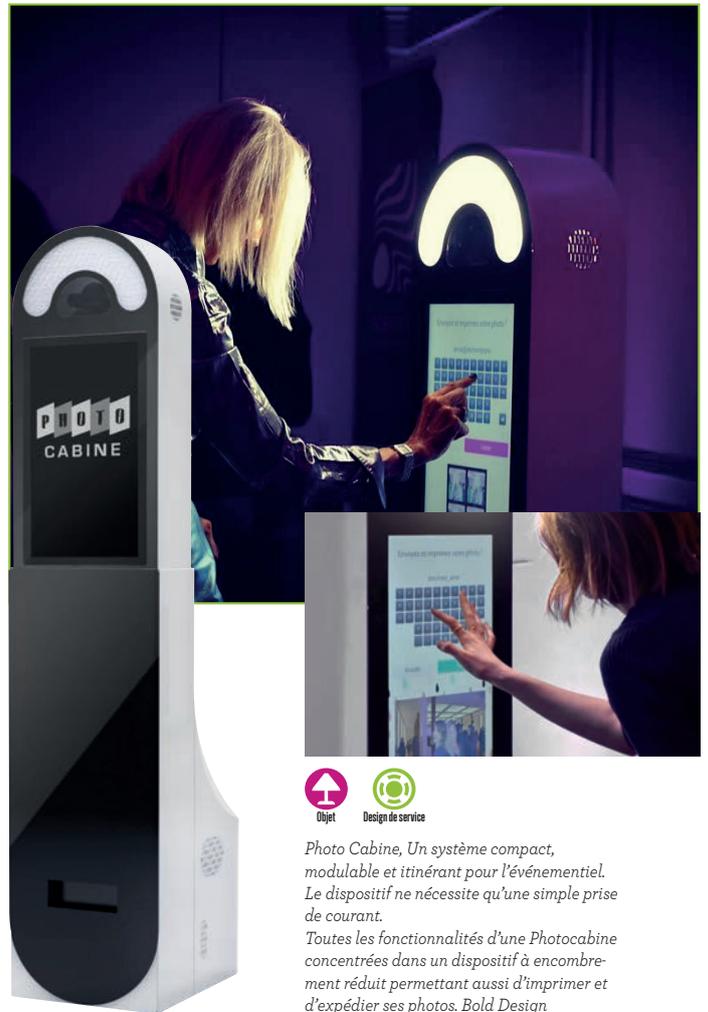


Photo Cabine, Un système compact, modulable et itinérant pour l'événementiel. Le dispositif ne nécessite qu'une simple prise de courant.

Toutes les fonctionnalités d'une Photocabine concentrées dans un dispositif à encombrement réduit permettant aussi d'imprimer et d'expédier ses photos. Bold Design

Projet de design de service et d'architecture intérieure au sein de l'hôpital de jour gériatrique du CHU de Strasbourg.

Co-créé avec les usagers du service, le projet a pour mission d'améliorer l'expérience des patients sur l'ensemble du parcours de soin.

Design User Studio





“ Nous nous adressons à la fois au grand public et aux créateurs. Il faut donc que nous soyons accessibles et ouverts pour le public le plus large possible, mais aussi exigeants et créatifs pour offrir aux makers un écran à la hauteur de leurs attentes ! ”

Alexandre Boucherot, Ulule

## Ulule, une interface qui accompagne les créateurs pour financer leurs projets



### Jargon de designer

#### Wireframe

Il s'agit d'une maquette fonctionnelle conçue par l'UX designer (designer d'expérience), simulant un scénario d'utilisateur. Ce type de représentation est utilisé lors de la conception d'une interface utilisateur pour définir les zones et composants qu'elle doit contenir et les interactions de l'utilisateur. À partir d'un wireframe l'UI designer (designer d'interface) peut concevoir l'interface selon la charte graphique.

## Acteur historique majeur du crowdfunding, Ulule s'appuie très fortement sur le design

Ulule est une plateforme de financement participatif créée en 2010 par Alexandre Boucherot et Thomas Grange. Elle est comparable à KissKissBankBank. Et, comme elle, est l'un des principaux sites de crowdfunding en Europe.

Le financement participatif a pour objectif de se passer des banques et d'impliquer le public dans un projet qui peut le concerner. Des plateformes telles qu'Ulule permettent aux internautes de s'engager en donnant une somme sans contrepartie (au minimum 1 euro) ou avec une des contreparties proposées par le projet (objets, places de spectacle, accès à un événement). Si le projet est financé à la hauteur de l'objectif minimum fixé (en euros ou en nombre d'articles commandés), les promesses de dons sont collectées et vont aux créateurs du projet.

Le business model d'un tel site repose sur une commission. Ulule perçoit 8 % sur les projets financés avec succès par la plateforme lorsque les paiements se font par carte, et 5% pour des paiements par PayPal. Mais, depuis 2013, Ulule propose un taux dégressif pour des projets dépassant 100 000 euros.

L'interface doit être accessible au grand public et aux entrepreneurs. Le design intègre donc lisibilité, ergonomie et facilité d'utilisation, d'autant plus que le paiement doit être fiable et sécurisé. La navigation est conçue pour tous les écrans (smartphone, tablette, ordinateur). Les designers ont conçu une interface simple et attractive, tant pour les porteurs de projet que pour les souscripteurs. Pour coller au plus près des besoins utilisateurs, le design de l'interface est réalisé par phases et testé en situation réelle, permettant ainsi améliorations et ajustements. Avec l'expérience et le succès, le graphisme et l'interactivité sont d'ailleurs régulièrement réajustés et affinés.



### Bénéfice pour les porteurs de projet

L'interface proposée permet de valoriser visuellement et d'expliquer le projet via de nombreuses possibilités. Une assistance à la conception est apportée par la plateforme.

#### Mesure

Fréquentation accrue de la plateforme et accélération du financement des projets.

### Bénéfice pour Ulule

Le design mis en place conforte Ulule dans sa position d'acteur majeur du crowdfunding. Notoriété de la marque.

#### Mesure

Augmentation de la fréquentation du site et de la réussite des financements des projets.

### Bénéfice pour les financeurs de projet

Les projets sont mieux expliqués et présentés. Les investisseurs savent immédiatement à quoi s'attendre.

#### Mesure

Les promesses de dons — avec ou sans contrepartie — augmentent de façon constante.

### Bénéfice pour l'organisation

Motivation de tous les collaborateurs qui s'investissent pour la réussite des projets portés.

Chacun se sent concerné au sein de l'entreprise et collabore à l'amélioration de l'interface et du service.

#### Mesure

Croissance et développement de nouveaux projets portés par les salariés et sous-traitants de l'entreprise.



## 3 QUESTIONS à Alexandre Boucherot, fondateur d'Ulule, sur les enjeux du design pour un « pure player »

### Quel rôle et quelle place a eu le design dans l'élaboration de la plateforme?

Une place importante car nous nous adressons à la fois au grand public et aux créateurs. Il faut donc que nous soyons accessibles et ouverts pour le public le plus large possible, mais aussi exigeants et créatifs pour offrir aux makers un écrin à la hauteur de leurs attentes ! Dès le début, nous avons donc soigné chaque détail du design, de façon quasi obsessionnelle. La chouette, élément distinctif du logo et de la marque, nous a aidé à démocratiser le message et à le rendre plus fun.

### Pour le design, à qui avez-vous fait appel ? En interne ? À une agence extérieure ?

Aujourd'hui, nous internalisons une bonne partie de ce qui est visible sur Ulule, mais nous continuons à faire appel à des créateurs externes. Durant les premières années, nous avons beaucoup travaillé avec des freelances, notamment **Julie Potvin**, une talentueuse graphiste franco-canadienne qui a créé le premier logo, et **Guillaume Roux**, super designer de la région parisienne. Nous travaillons très peu avec des agences, car nous privilégions le lien direct avec les créateurs, graphistes, designers.

### Quelles étaient les grandes lignes du cahier des charges?

Sur la nouvelle charte graphique que nous venons tout juste de lancer, le brief était surtout orienté autour de trois thèmes : la maturité et l'utilité du service, son impact (Ulule est l'une des toutes premières sociétés B Corp française, NDLR) et la nécessité d'internationaliser le design. D'où la nouvelle typo plus vocale, et la notion d'« impact augmenté » qui souligne que, à plusieurs, on démultiplie notre pouvoir d'action !



## Notre mission

Créateurs, citoyens, associations, entreprises, nous sommes de plus en plus nombreux à vouloir agir pour un monde meilleur : un monde plus divers, plus durable, plus ouvert. Mais comment passer de l'idée à l'action ? Ulule aide les créateurs à faire ce grand saut et surtout à le réussir ! Au-delà du financement, Ulule accompagne les créateurs en les aidant à concrétiser leurs idées, à co-créer avec leurs communautés, à faire parler de leurs projets et à les faire grandir. Pionnier du crowdfunding depuis 2010, Ulule est devenu le premier incubateur participatif de projets à impact positif. Notre communauté de 2,5 millions de membres a permis à près de 30 000 projets de voir le jour.



**2.5** MILLION IMPACT MAKERS  
**44 506** CREATORS  
**900** PROJECTS LIVE NOW

## Manifesto Ulule

### 1 Nous sommes une entreprise engagée

Ulule est une entreprise B Corp, le label et la communauté des entreprises qui ne cherchent pas (seulement) à être les meilleures du monde mais les meilleures pour le monde. Ce label est accordé par un organisme international indépendant, sur la base de critères exigeants, aux entreprises ayant un impact positif sur la société et l'environnement. Ulule a fait partie des toutes premières entreprises françaises à obtenir ce label en 2015. Au quotidien, nous nous engageons auprès des créateurs qui se lancent sur Ulule à maximiser leurs chances de succès.

### 2 Nous sommes des makers au service des makers

Nous croyons avant tout en l'action. Le sens de notre mission est précisément de faciliter le passage à l'action de celles et ceux qui portent des projets à impact comme de celles et ceux qui veulent les soutenir. Pour cela, nous cultivons le test à l'aiguillon permanent, toujours à la recherche de solutions concrètes, innovantes, efficaces et... simples.



### 3 Nous croyons en la force du collectif

Changer le monde ? Lutter contre le pessimisme et la collapsologie ? On peut le faire. Ensemble. À tous les niveaux de la société, chacun a un rôle à jouer et c'est ensemble que nous ferons émerger des solutions nouvelles. La force de la communauté Ulule, c'est de démultiplier l'impact des projets qu'elle soutient. En s'appuyant sur un moteur qui nous tient à cœur : la bienveillance.

### 3 Nous croyons en la force du collectif

Changer le monde ? Lutter contre le pessimisme et la collapsologie ? On peut le faire. Ensemble. À tous les niveaux de la société, chacun a un rôle à jouer et c'est ensemble que nous ferons émerger des solutions nouvelles. La force de la communauté Ulule, c'est de démultiplier l'impact des projets qu'elle soutient. En s'appuyant sur un moteur qui nous tient à cœur : la bienveillance.

### 4 Nous sommes accessibles à tous

Ulule est une plateforme et une communauté ouverte à tous, en particulier à tous les créateurs quelle que soit l'échelle ou l'ambition de leur projet. La volonté d'être accessible à tous nous conduit à privilégier les technos ouvertes (à vous être développées, jeter un œil à l'API et au repo Github d'Ulule). Nous sommes par ailleurs très exigeants sur la confidentialité, la transférabilité des données, et plus globalement tout ce qui permet de mettre la techno au service des gens (et non l'inverse) ce qui ne nous empêche pas d'être très à cheval sur la confidentialité et la transférabilité des données. Nous cultivons les rencontres et la convivialité lors des nombreux événements locaux que nous organisons partout où nous sommes présents.



### 5 Nous défendons la diversité

Parce que nous sommes convaincus que la diversité est une richesse, Ulule a vocation à accueillir la plus grande diversité de projets. Du micro-local à l'international, de l'édition de niche aux cosmétiques nouvelle génération, toutes les initiatives qui contribuent à construire ce monde auquel nous aspirons. Nous entretenons aussi la diversité dans nos équipes, y compris la diversité des passions, pour toujours mieux accompagner les créateurs sur le chemin du succès.

### 6 Notre philosophie des partenariats

Notre politique de partenariats est issue de notre conviction qu'on est toujours plus forts à plusieurs. En particulier quand on veut agir pour un monde meilleur. Notre objectif est toujours de maximiser les chances de succès des créateurs. Or avoir un partenaire, c'est multiplier les chances de faire émerger, faire connaître et faire grandir un projet. Parce qu'un partenaire, au-delà du soutien financier, apporte aussi de la visibilité, un réseau, des compétences, des conseils. Nous privilégions les partenariats avec des entreprises qui agissent concrètement pour avoir un rôle societal positif et créent les conditions d'une relation fertile avec les créateurs qu'elles soutiennent. Mais libre à chacun d'accepter ou non le(s) partenaire(s) qu'Ulule lui propose, il n'y a aucune obligation !

## Envie d'aller plus loin ?



<p><b>ULULE</b></p> <p>Donnez à chacun le pouvoir d'agir pour un monde plus divers, plus durable, plus ouvert.</p> <p></p>	<p><b>À propos d'Ulule</b></p> <p>Comment ça marche</p> <p>Statistiques</p> <p>Presse</p> <p>L'équipe</p> <p>Identité de marque</p> <p>Conditions d'utilisation</p> <p>Confidentialité</p> <p>Politique relative aux cookies</p> <p>Nous contacter</p>	<p><b>Financer un projet</b></p> <p>On vous accompagne</p> <p>Formations et webinaires</p> <p>Forum à Actus</p> <p>Appels à projet</p> <p>Banc d'investissement</p> <p>Aide en ligne</p>	<p><b>Espace Pro</b></p> <p>Nos partenaires</p> <p>Devenir partenaire</p> <p>API</p>
--	--	--	--

# Guide pratique

*« ... le design, c'est la Vie, c'est  
beaucoup de Valeur et une Vision  
de ce que doit être l'économie  
française à long terme.  
Le design, c'est le génie français  
mis dans les objets... »*

*Bruno LeMaire  
Ministre de l'économie et des finances*

extrait de son discours aux Assises du Design, le 11 décembre 2019

#### CONSEIL

le Hub du design de la Région Île-de-France vous aidera gratuitement à identifier vos besoins pour vous mettre en relation avec des designers performants et adaptés à votre projet / activité.

[www.lehubdudesign.com](http://www.lehubdudesign.com)



# Maintenant il est l'heure de passer à

# l'innovation

**inpi**  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA PROPRIÉTÉ  
INDUSTRIELLE

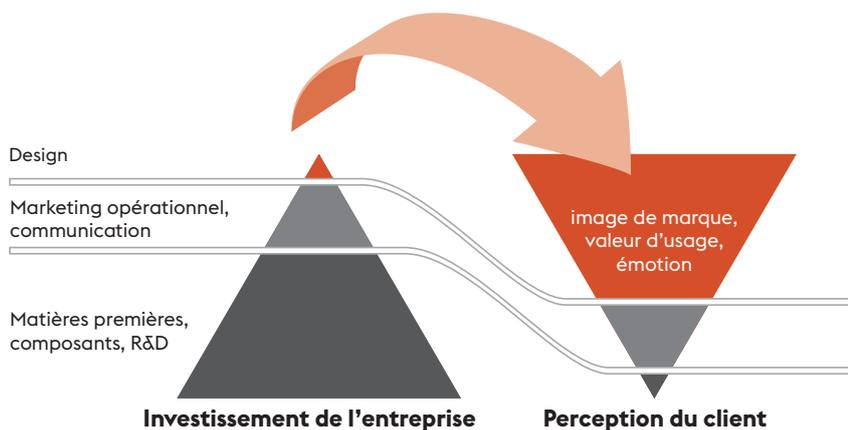
L'INPI propose des outils de diagnostic et d'études permettant aux entreprises de protéger leurs créations et de disposer de titres de propriétés reconnus.

L'étude **design et brevet**



Le **prédiagnostic** Inpi





L'utilisateur d'un produit ou d'un service, tout comme le destinataire d'un argumentaire de vente ou d'une proposition commerciale sur une simple tête de lettre, se sent valorisé par la qualité de l'interface entre lui et l'entreprise ou le service public concerné. Il ne perçoit pas la complexité de la « machine » mise en place, ni l'investissement en R&D, ni l'effort publicitaire et marketing, mais principalement une fierté d'être lui-même en contact avec ce design.

Source : Philippe Picaud, design impact, Cité du design de Saint-Etienne / DGE

# Comment l'utilisateur perçoit-il le design ?

Avec 90% des moyens financiers communs à toutes les entreprises qui développent produits ou services, la réussite commerciale ne pourra plus se baser sur la seule force des arguments marketing, ni sur le prix. Le design est un puissant facteur de différenciation dans l'univers concurrentiel, avec des investissements par projet (ou par entreprise) n'excédant généralement pas 1% des investissements globaux.

L'utilisateur du produit ou du service verra une forte valeur ajoutée à son achat « designé », surtout s'il ne s'intéresse pas à la façon dont le produit fonctionne. Un produit doit au minimum rendre le service pour lequel il est conçu, c'est le contrat minimum que l'entreprise doit assurer. L'utilisateur, lui, s'attachera au produit qui offre d'autres bénéfices, comme une meilleure ergonomie, une esthétique qui lui convient, des qualités éthiques qui lui ressemblent, et finalement une émotion ou une fierté particulière à son usage.

Une étude DMI de 2014 montre que les entreprises ayant recours au design atteignent au minimum des performances 128% plus élevées que leurs concurrentes. Et une étude McKinsey de 2018, menée auprès de 500 entreprises cotées, révèle que les entreprises qui ont recours au design sont deux fois plus profitables pour leurs actionnaires.

Cette perception du design par l'utilisateur / consommateur est concordante avec les intérêts économiques des entreprises. Il

s'agit bien d'une valeur ajoutée financière (le produit ou service se vend mieux et plus cher) combinée à une valeur substantielle autour de la marque et du travail du designer, qui permet à l'entreprise de valoriser ses actifs immatériels.

Cette différenciation sera identifiable dans tous les champs de l'entreprise investis par le design, et toutes les branches d'activités. Il sera par exemple plus facile de vendre un service en B to B si l'entreprise fait comprendre qu'elle maîtrise parfaitement les besoins de ses clients, au travers de son territoire de marque. Il sera plus facile à une entreprise d'engager une discussion sur la valeur de son produit ou service si elle-même exploite un logo, une charte graphique, un site internet porteurs de sens. Dans l'espace de vente, lorsque le consommateur évolue dans un endroit qui a été conçu pour qu'il se sente bien et qui l'aide à découvrir cet univers, il sera beaucoup mieux disposé à son égard, et sera certainement amené à le recommander à d'autres personnes.

À l'inverse, un produit qui ne fait que remplir sa fonction, un service qui donne l'impression d'une complexité inutile, un espace où le visiteur est contraint à une visite selon des codes qui ne sont pas les siens représentent autant d'expériences ordinaires et désagréables pour l'utilisateur. Pour se différencier, l'entreprise —publique ou privée— doit mettre l'utilisateur / le bénéficiaire au cœur de la conception des produits et services.

« L'utilisateur s'attachera au produit qui offre une meilleure ergonomie, une esthétique qui lui convient, des qualités éthiques qui lui ressemblent, et finalement une émotion ou une fierté particulière à son usage. »

## SE COMPRENDRE ENTRE CLIENT ET DESIGNER : Le jargon des designers

Si certains clients de designers sont coutumiers des « briefs », « APS », « APD » et autres « BâT », ce n'est pas forcément votre cas. Nous reprenons dans ces pages quelques définitions qui vous permettront de comprendre le designer qui n'aurait pas conscience que ces termes ne font pas partie de vos préoccupations quotidiennes. N'hésitez pas à demander des explications à votre designer, notamment dans le devis.

1

# Travaillez avec un designer. Passez à l'action !

Travailler en bonne intelligence avec un designer impose que l'entreprise et le designer se comprennent sur le plan du langage, sur les étapes du projet, le mode de rémunération, le temps nécessaire à la

concrétisation d'un projet, le calendrier, la nécessité d'expérimenter et de tester, les compétences stratégiques, la transversalité ou la transdisciplinarité des projets, la non subordination à l'autorité du client...

2

## PAS DE CRÉATION, NI DE MAQUETTE GRATUITE : La création est la valeur ajoutée du designer

Vous avez du mal à savoir si vous souhaitez travailler avec tel ou tel designer. Soit ! Opposez deux ou trois designers dans une compétition **rémunérée** qui vous permettra d'évaluer le projet et ses à-côtés (relations humaines, attitude et comportement, capacité à apporter du conseil, empathie, imagination, capacité à se projeter dans votre entreprise, à voir et à comprendre votre entreprise et votre organisation). Le perdant ne perd que le contrat, pas son temps !

## LA RÉMUNÉRATION : Honoraires et droits d'auteur

Le designer est un esprit créatif, mais aussi un entrepreneur, au même titre que ses clients. Il ne peut se contenter de vagues indications ou d'une commande sans précisions. Tout entrepreneur qui confie son projet à un designer, comme expert extérieur à l'entreprise ou ressource interne, doit comprendre un pré-requis indispensable : le design est régi par les droits d'auteur.

La rémunération sera constituée de deux parties, le salaire ou les honoraires + les droits d'auteur. Ceux-ci rémunèrent l'exploitation de l'« œuvre » et sont en principe proportionnels à sa diffusion, dès que l'on peut la dénombrer. Dans les autres cas, elle est forfaitaire, la loi donnant la possibilité de réajuster cette rémunération si elle a été sciemment sous-estimée.

3

4

## LES DROITS D'AUTEUR : Définition succincte et avantages

Les droits d'auteur sont constitués de deux parties : les droits moraux, attachés à la personne physique, non cessibles et inaliénables ; les droits patrimoniaux, cessibles et permettant au donneur d'ordre de disposer des droits nécessaires au dépôt de dessin/modèle et à l'exploitation commerciale de l'œuvre. Sans cession de

droits d'auteur en bonne et due forme, et contre rémunération, l'entreprise qui exploiterait l'œuvre s'exposerait à des poursuites en justice, même si la note du designer fait état d'une mention « cession de droits comprise ». La cession de droits d'auteur est une véritable protection pour l'entreprise cliente qui pourra ensuite les faire valoir et les défendre.

### LES DROITS D'AUTEUR : Mode de calcul

Le calcul de cession des droits d'auteur s'entend selon quatre critères : la durée, l'étendue d'exploitation (reproduit sur un seul objet / une gamme / tous produits existants ou à venir), la zone géographique d'exploitation et l'exclusivité. Le mode de calcul prend comme base les honoraires ou le salaire, c'est-à-dire le temps nécessaire à la conception, la création, et la mise au point du projet, en y appliquant des coefficients multiplicateurs.

5

### LE TEMPS : Calendrier, programmation, temps de test

Si le design est du « jus de cerveau », il ne suffit pas de presser le designer pour que les idées sortent. Le processus de création ne peut être immédiat. Le designer doit comprendre comment fonctionne votre entreprise, quelles sont ses spécificités, s'il existe une différenciation réelle avec votre concurrence, quel est votre positionnement

stratégique, si le projet est porté par toute l'entreprise. Tout cela fait l'objet d'audits et d'études. Ensuite, le designer est confronté à des choix qu'il doit arbitrer et tester, d'abord personnellement, sur un public élargi, puis sur un échantillon de la clientèle potentielle. C'est encore un processus long qui peut être incompris par son client. Mais c'est nécessaire pour garantir la réussite du projet.

6

### L'ITÉRATION : Travailler ensemble vers un même but

Viennent ensuite les phases d'itération du projet avec l'équipe du client. Le designer est alors copilote aux côtés de vos ingénieurs, chercheurs, commerciaux, marketeurs. Il n'est pas là pour donner une couche de vernis à un projet déjà validé, mais pour faire émerger des idées qui seront ensuite rendues réalistes et mises en forme. Cette phase d'échanges doit être dissociée de toute forme de pression sur le designer et de toute forme d'immobilisme de la part des autres spécialistes : ce qui n'était pas réalisable hier pourra peut-être le devenir, grâce à cette collaboration.

7

### LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRATÉGIE : Le designer est un stratège habile

Votre entreprise vous donne l'impression d'avancer dans le brouillard. Vous avez fait appel à des « spécialistes » dont les conseils ne vous sont pas apparus réalistes. Le designer est un pragmatique et un opérationnel. Il a un regard extérieur, parfois candide, sur votre entreprise et vos projets. S'il ne les comprend pas, vos clients ne les comprennent pas non plus. Le designer saura vous dire comment les rendre compréhensibles, comment donner du sens à votre identité visuelle, votre territoire de marque, plutôt que de faire des coups de com éphémères.

8

### LE RESPECT DE L'ŒUVRE : Ne pas toucher !

La création du designer ne peut être **modifiée que par lui-même ou avec son autorisation** (que ce soit son fichier source, son fichier d'exploitation, son prototype, sa maquette ...). Elle ne peut non plus être copiée pour servir d'autres produits ou services. L'entreprise cliente ne dispose pas non plus de droits pour adapter sa création sur d'autres supports, à moins que cette possibilité ait été contractualisée dans le contrat de cession de droits, contre rémunération. À cette condition, elle s'engage à fournir les pièces justificatives au designer.

9

### À VOUS DE PASSER À L'ACTION !

Pour le renouveau de votre entreprise

Pour des projets qui feront bondir votre activité

# Les aides nationales au financement du design

## Le financement BPI France

**bpi** **france** Le **Diagnostic Design** vise à soutenir l'émergence et l'intégration de démarches design au sein des entreprises. Il vise à sensibiliser les dirigeants à l'intérêt du design et à son utilisation comme un levier de compétitivité, à leur faire reconsidérer la proposition de valeur de l'entreprise (produit, service, application...) sous l'angle du design et à les orienter dans la mise en œuvre d'une démarche design adaptée à leurs enjeux. Les entreprises éligibles sont les start-up, PME et ETI jusqu'à 2000 salariés. Le Diagnostic Design consiste en une prestation de trois à quatre jours de diagnostic et de conseil, réalisée par un Expert Design de Bpifrance. Bpifrance prend en charge 50% du montant de la prestation.

Plus largement, les prestations de design associées à un projet d'innovation entrent dans le cadre des dépenses éligibles à la plupart des aides à l'innovation de Bpifrance et en particulier :

- Pour transformer une idée et explorer la faisabilité du projet : la Bourse French Tech, la Bourse French Tech Émergence, le concours I-Lab
- Pour réaliser un projet d'Innovation : l'aide au développement de l'innovation (ADI), l'aide au développement DeepTech, le concours d'innovation I-nov, le prêt Innovation R&D, le prêt Innovation FEI, le projet structurant pour la compétitivité (PSPC).

*(La suite sur le site Internet de Bpifrance)*



## Le crédit d'impôt innovation (CII)



Le crédit d'impôt innovation est une mesure fiscale réservée aux PME. Ces dernières peuvent bénéficier d'un crédit d'impôt de 20 % des dépenses nécessaires à la conception et/ou à la réalisation de prototypes ou d'installations pilotes d'un produit nouveau, au sens de la définition fiscale. L'assiette est plafonnée à 400 000 euros par an et par entreprise. Si ce projet permet de concevoir ou réaliser un prototype ou une installation pilote, votre projet est probablement éligible au CII.

La définition fiscale exige notamment que le prototype ou l'installation pilote présente des performances supérieures sur le plan technique, des fonctionnalités, de l'ergonomie ou de l'éco-conception par rapport aux produits commercialisés par vos concurrents à la date de début des travaux. *(La suite sur le site Internet de la DGE)*



## Le dispositif Cifre

Le dispositif Cifre (convention industrielle de formation par la recherche) permet à l'entreprise de bénéficier d'une aide financière pour recruter un jeune doctorant dont les travaux de recherche, encadrés par un laboratoire public de recherche, conduiront à la soutenance d'une thèse. L'entreprise recrute en CDI ou CDD de trois ans un jeune diplômé de grade master, avec un salaire brut minimum annuel de 23 484 euros (1 957 euros/mois), et lui confie un projet de recherche objet de sa thèse. Elle reçoit pendant trois ans de l'Association nationale de la recherche et de la technologie (ANRT), au nom de l'État, une subvention annuelle de 14 000 euros. *(La suite sur le site Internet de l'Enseignement supérieur et la Recherche)*



# Les organisations professionnelles

## L'Alliance France Design

L'AFD est le syndicat professionnel français des designers de toutes les spécialités. Elle représente les designers auprès des autorités de tutelle, des organismes sociaux, des organisations européennes. Elle est membre de nombreuses organisations sœurs tant en France qu'en Europe (APCI, BEDA...). Elle siège à la commission professionnelle de la Maison des Artistes, au conseil d'administration de l'IRCEC, dans les commissions auteur et au conseil d'administration de l'AFDAS, au CNESERAC. L'AFD développe des partenariats au service des designers tels qu'une assurance RCPro designer exclusive, un contrat de mutuelle familiale de très bon rapport garanties/prestations/prix, des accords avec des compagnies privées permettant d'obtenir des remises ou des avantages pour ses adhérents.



## L'APCI - Promotion du design

L'APCI - Promotion du design est la principale association de promotion du design en France. Sa mission est de promouvoir la puissance transformatrice du design dans ses dimensions systémiques (stratégies, organisations, management) ou expérientielles (services, espaces, interfaces, objets). Elle participe au rayonnement international du design Français, contribue au pilotage d'une politique nationale de design, anime et appuie un réseau d'acteurs territoriaux. Elle regroupe des entreprises, des agences, des PME, des startup, des designers, et des écoles.



## Le VIA

À travers « le French Design », le VIA (valorisation de l'innovation dans l'ameublement) donne une visibilité et une visibilité internationales à un écosystème nourri par la France, ses écoles, ses créateurs, ses savoir-faire artisanaux et industriels et son héritage culturel dans le design objet et mobilier.



## Designers interactifs

Designers interactifs est devenu depuis 2007 un acteur incontournable de la promotion du design interactif français. L'association représente la profession auprès des institutions officielles et défend les intérêts des professionnels.



## L'association Scénographes

L'association Scénographes a pour objectifs de faire connaître et reconnaître le métier de scénographe d'exposition, ses missions et son rôle dans un projet d'exposition temporaire ou permanente. Elle organise des activités (ateliers, publications, formations) et diffuse ses publications à l'ensemble des acteurs de l'exposition.



## La Trame

La Trame, Fédération française du design textile et surface (FFDTS), rassemble, représente, conseille et défend les designers textile et surface indépendants.



## Les grandes écoles de design

### Écoles publiques

Boule, Paris - [www.ecole-boule.org](http://www.ecole-boule.org)

Duperré, Paris - [www.duperre.org](http://www.duperre.org)

ENSAAMA - [www.ensaama.net](http://www.ensaama.net)

ENSAD, Paris - [www.ensad.fr](http://www.ensad.fr)

ENSCI Les Ateliers, Paris - [www.ensci.com](http://www.ensci.com)

ENS de Cachan - [www.ens-paris-saclay.fr](http://www.ens-paris-saclay.fr)

EPSAA (Ville de Paris) - [www.epsaa.fr](http://www.epsaa.fr)

ESAM, Paris - [www.artsetmetiers.fr](http://www.artsetmetiers.fr)

Estienne, Paris - [www.ecole-estienne.paris](http://www.ecole-estienne.paris)

Gobelins, Paris - [www.gobelins.fr](http://www.gobelins.fr)

### Écoles privées

Académie Charpentier, Paris - [www.academiecharpentier.com](http://www.academiecharpentier.com)

Atelier Hourdé ESAT, Paris - [www.ecole-hourde.com](http://www.ecole-hourde.com)

Atep, Paris - [www.atep.fr](http://www.atep.fr)

Campus de la Fonderie de l'image, Bagnole - [www.campusfonderiedelimage.org](http://www.campusfonderiedelimage.org)

Créapole, Paris - [www.creapole.fr](http://www.creapole.fr)

École Bleue, Paris - [www.ecole-bleue.fr](http://www.ecole-bleue.fr)

École Camondo, Paris - [www.madparis.fr/francais/ecole-camondo](http://www.madparis.fr/francais/ecole-camondo)

ECV Paris - École de Communication Visuelle - [www.ecv.fr](http://www.ecv.fr)

École Intuit lab Paris - [www.ecole-intuit-lab.com](http://www.ecole-intuit-lab.com)

École d'arts appliqués MJM, Paris - [www.mjm-design.com](http://www.mjm-design.com)

École multimédia, Paris - [www.ecole-multimedia.com](http://www.ecole-multimedia.com)

École supérieure des arts modernes, Paris - [www.esamdesign.com](http://www.esamdesign.com)

ESAG-Penninghen, Paris - [www.penninghen.fr](http://www.penninghen.fr)

École supérieure de la création numérique E-Art-Sup Paris - [www.e-artsup.net](http://www.e-artsup.net)

Institut supérieur des arts appliqués (LISAA), Paris - [www.lisaa.com](http://www.lisaa.com)

New School Parsons, Paris - [www.newschool.edu/parsons-paris](http://www.newschool.edu/parsons-paris)

Strate - Ecole design, Sèvres - [www.strate.design](http://www.strate.design)

## Crédits et remerciements

Ce document a été conçu et réalisé sous la direction de Christophe Lemaire et Delphine Chenuet, administrateurs de l'Alliance France Design, avec la complicité de François Marot, rédacteur, et d'Alain Potignon, photographe.

### Remerciements

Ce document a pu être réalisé grâce à la collaboration de praticiens, de chercheurs en design et des organisations représentatives du design en France. Nous tenons particulièrement à remercier, par ordre alphabétique Jean-Paul Bath, Ruedi Baur, Gilles Belley, Lætitia Benedetti, Brigitte Borja de Mozota, Arnaud Camboulives, Vincent Créance, Benoît Drouillat, Thierry Dumas, Agnès Laurent, Guy LeGoff, Jacques Leroux, Éric Martin, Philippe Picaud, Anne-Marie Sargueil, Dominique Sciamma, Laurent Scordino, Geneviève Sengissen, Carine Simoes, Emmanuelle Torck, Sandrine Vaillaud.

### Auteurs et licences

Création graphique et réalisation du document par Christophe Lemaire.

Rédaction des textes par François Marot, Delphine Chenuet et Christophe Lemaire. Sauf les légendes des photos issus de la documentation des designers, les parties concernant Bpifrance, la DGE pour le crédit d'impôt innovation et le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche pour le Cifre.

Polices de caractère : Euclid Flex - Emmanuel Rey / Swiss Typefaces, Archer Pro - Hoefler & Frere-Jones et Trump Gothic Pro - Georg Trump, Patrick Griffin, Stanislav Maršo / Canada Type. Licences de la Région Île-de-France.

### Crédits photos

Les photos présentées dans ce document ont été aimablement transmises par les agences, studios et designers indépendants, sous leur responsabilité quant aux ayants-droit éventuels. Nous tenons à remercier : A+A Cooren - photos Gwen Le-Bras, Astrid Hauton, Bold design, le studio Briand-Berthereau, Carine Simoes, Christopher Santerre, Christophe Lemaire, Data Paulette, Geoffrey Dorne, le studio Grapheine, Ionna Vautrin, le studio Les Sismo, Lunii, Marion Chatel Chaix, Matali Crasset, le studio Maximum, la Coopérative Mu, Pauline Thomas, Samuel Accoeberry, le studio Integral Ruedi Baur, Sophie Mallebranche, Stéréo-Buro, le studio Millimètre, le studio Samedi, le studio 5•5, User studio, William Wantz.

Nous tenons également à remercier les sociétés Intégral Ruedi Baur, Kataba, ainsi que la librairie ICI et Ulule pour leur collaboration à ce document et le crédit photo.

Les photos des écoles et des portraits de designers ont été réalisées par Alain Potignon, sauf celui de Samuel Accoeberry, photographié par Pierre Charriaud.

### Sources bibliographiques

*Design Impact*, collection Sciences du design.

## PRINCIPAUX ÉVÈNEMENTS DU DESIGN EN ÎLE-DE-FRANCE

Maison et Objet Salon	Prix design & science – Université Paris-saclay		Prix Paris Shop & Design	Viva Technology	Maison et Objet Salon	Prix Janus de l'industrie IFD	
Janvier	Février	Mars	Avril	Juin	Septembre	Octobre	Novembre
Observateur du design de l'APCI		Les Rendez-vous de la matière		Paris Design Week	Prix Janus des étudiants en design IFD	Biennale Émergences Est Ensemble	

le hub  
du design

\* île de France

## Le Hub du Design

de la Région Île-de-France

Parce que le design constitue un puissant levier d'innovation et contribue au développement économique du territoire, la Région Île-de-France s'est dotée d'un outil numérique pour inciter les entreprises à l'intégrer.

Le hub du design facilite la recherche de compétences et l'emploi pour les entreprises, la prospection de projets pour les designers, informe sur les financements et sur l'actualité du design.

[www.lehubdudesign.com](http://www.lehubdudesign.com)

 Région  
île de France

Région Île-de-France  
2, rue Simone Veil  
93400 Saint-Ouen  
Tél. : 01 53 85 53 85

[www.iledefrance.fr](http://www.iledefrance.fr)

 RegionIleDeFrance  
 @iledefrance  
 iledefrance