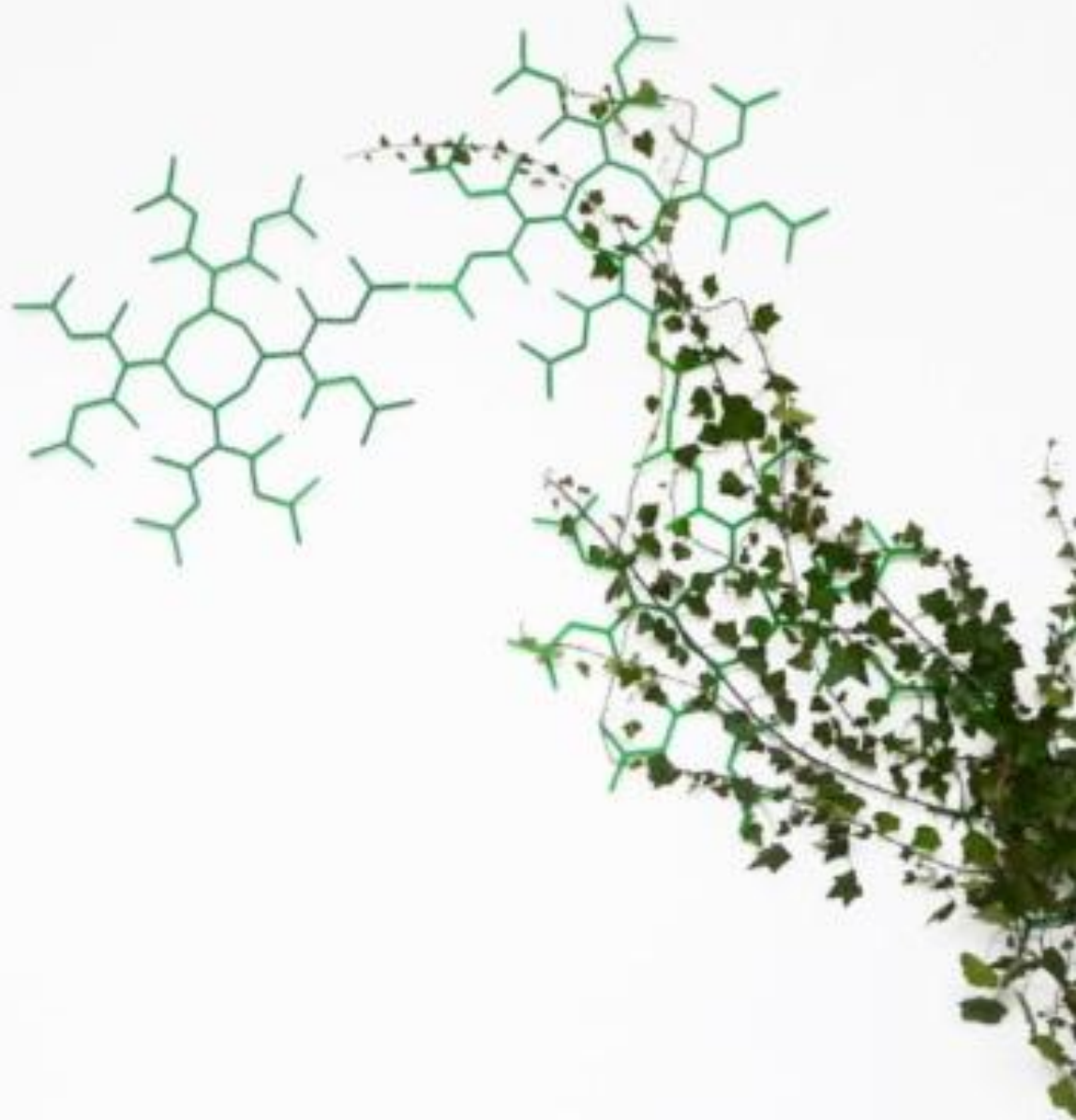


Avril 2012
RdD #13
Le mensuel de
La Revue du Design



Edito

Les nouveaux outils et sites Internet nous permettent de partager différemment, souvent plus facilement, divers types d'informations (liens, images, vidéos...).

La Revue du Design était ainsi déjà présente, depuis pas mal de temps, sur Twitter* et sur Facebook*. C'est donc avec intérêt que nous avons découvert, il y a quelques mois, le site Pinterest*, et que nous avons sauté le pas il y a quelques semaines. Une première conséquence, positive, est qu'il permet d'enrichir plus facilement notre sélection de "Design à voir", ce que vous constaterez dès ce numéro.

Vous découvrirez également, dans les pages qui suivent, une intéressante interview de Xavier Evrard, cofondateur du studio evrard&devinastdesign, qui intervient dans différents domaines allant du mobilier au design industriel.

Outre quelques projets qui ont éveillé notre intérêt, vous pourrez également vous plonger dans deux textes passionnants: une critique de Tony Côme du livre "Qu'est-ce qu'un designer", écrit par Norman Potter en 1969 et enfin traduit en français, ainsi qu'un article d'Estelle Berger analysant en détail la place du design dans trois pays européens...

Nous vous souhaitons donc une très bonne lecture de ce RdD n°13

Alexandre Cocco
redac@larevuedudesign.com

*

twitter.com/larevuedudesign
facebook.com/larevuedudesign
pinterest.com/larevuedudesign/

Sommaire

A la une	4
Interview: Xavier Evrard	5
Projets et actualités design	9
Spin	10
Ariane	11
Vouz avez dit design?	12
Flow	13
Plug Lamp	14
Ondule	15
IS01	16
Coulisse	17
Zoe ZE	18
Nomad Solar Lamp	19
Cantine	20
La part du texte	21
Qu'était un designer?	22
La place du design dans trois pays européens	25
UK, France, Italie: une explication de la compétitivité internationale?	
A voir, lire ou écouter	31
Design à voir	32
Design à lire ou écouter	37
Brèves	38
Nous en parlions il y a un an	39
Les offres d'emploi	40

En couverture:

Module de treillis "Ariane" – Design Emilie Colin Garros,

A la une

Interview: Xavier Evrard



Nous interviewons aujourd'hui le designer Xavier Evrard, de l'agence *evrard&devinastdesign*.

Pouvez-vous nous dire quelques mots sur votre formation et votre parcours professionnel?

Après une formation technique puis artistique – DUT Génie mécanique puis Beaux-Arts de Nancy – je suis sorti diplômé en 1997 de l'ESDI, section design produit. Mon associé, Richard, a quant à lui été formé à l'ENSAAMA, où il a effectué DSAA design produit qu'il a conclu par le Janus de l'Etudiant.

Il intègre alors l'agence Tortel Design, que je rejoins un peu plus tard (après être passé par l'agence Cobalt Design où j'ai été en charge du packaging volume). Nous collaborons alors avec Michel Tortel, sur des projets de mobilier pour Strafor, luminaire pour Artemide, cartables pour Lafuma, bouquets de services pour la RATP ou encore gamme de téléphones pour France Telecom.

Après plusieurs années de collaboration, nous décidons de quitter Tortel Design pour nous associer et former, en 2001 à Paris, notre propre studio de création, *evrard&devinastdesign*. Nous avons travaillé durant 8 ans à Paris puis, en 2009, j'ai choisi de quitter la capitale pour m'installer à Annecy, Richard restant à Paris. Depuis, on poursuit l'activité du studio en conjuguant le bouillonnement créatif de Paris avec la fraîcheur et le souffle d'Annecy et de sa région. J'interviens également sur des

workshops à Strate College Designers et Richard enseigne le design en BTS design produit à l'ENSAAMA.

Sur quel(s) sujet(s) travaillez-vous en ce moment?

Nos domaines d'intervention sont multiples. Cela va du design produit, de commande, au design d'édition (mobilier, luminaire) en passant par le packaging volume. En ce moment nous travaillons, entre autres, sur une gamme de mobilier contemporain pour un fabricant français, sur une recherche packaging prospective pour Yves Saint Laurent et sur un projet intitulé «Domestic Tools». Il s'agit d'un ensemble d'outils issus d'une réflexion sur les usages et pratiques dans l'univers domestique et mêlant donc usages et fonctionnalités, mais traités avec légèreté et poésie.

Combien de personnes compte votre agence?

Nous sommes deux, mais l'équipe s'enrichit de compétences externes selon les projets.

Quelle est votre méthode de travail habituelle?

La démarche est souvent la même, que l'on réponde à une commande ou que l'on initie une réflexion en interne. Cela passe nécessairement par une phase d'analyse en amont où l'on confronte la demande aux contraintes et au contexte du

projet. Nous entamons ensuite les recherches à proprement parler puis, en phase d'avant-projet, nous réalisons des maquettes d'études à échelle réduite. A ce stade, le recours à la maquette est essentiel car il soulève des questions que les vues en 3D réalisées sur informatique ne révèlent pas toujours. Ensuite, nous passons aux maquettes formelles échelle 1 et modélisation 3D pour valider l'architecture, les proportions et les assemblages, en parallèle avec le développement technique.

Fréquentez-vous les blogs et sites Internet consacrés au design, et si oui lesquels?

Nous ne consultons que quelques sites consacrés au design, les seuls pertinents à notre sens: le blog de Nicolas Minvielle ([La Stratégie du Design](#)), très intéressant car la pratique du design est vue sous l'angle du marketing, le site de Gérard Caron ([Admirable design](#)) très riche en infos et analyses sur le packaging, le site de Stéphane Vial ([www.reduplikation.net](#)) et La Revue du Design pour la pertinence de l'actu et de ses brèves.

Y a-t-il un ou plusieurs designers, ou créateurs, qui vous inspirent au quotidien?

Notre inspiration ne vient pas de designers ou de créateurs même si nous apprécions le travail de certains designers comme Alberto

Meda, Sam Hecht ou Yves Behar, qui se situent à la frontière du design produit, du design industriel et du design d'édition. Notre inspiration, dans le sens de l'idée qui pousse à la création et non pas de l'influence artistique, vient, selon le projet, de l'individu, de ses besoins et de ses comportements, des usages ou de l'entreprise, ses valeurs et son savoir-faire. En revanche, l'influence, ou plutôt les influences, peuvent venir de l'art contemporain, de la mode, de l'architecture ou encore des technologies.

S'il y avait une chose à changer dans le design?

Il y a, à mon sens, aujourd'hui une réelle évolution de notre métier entraînant l'émergence de nouvelles typologies étroitement liées mais bien différentes! Il y a peut-être trop d'écoles de design mais elles sont surtout mono-formatives c'est-à-dire qu'elles ne proposent pas de cursus suffisamment différents pour répondre à «l'éclatement» du

métier de designer. Le designer industriel n'est pas un designer de mobilier contemporain ou d'édition, il ne s'agit pas de créer une hiérarchie ou d'affirmer la prédominance d'une catégorie sur l'autre, mais de définir un nouveau paysage du design où la segmentation doit maximiser les compétences. Et il ne s'agit pas non plus d'interdire les passerelles! Depuis quelques années, trop de diplômés arrivent sur le marché du travail à compétences équivalentes. Cela laisse pas mal d'étudiants sur le carreau et, même si les formations sont de plus en plus pointues et adaptées, certains secteurs d'activité peinent à trouver le bon designer partenaire.

Quelle est la commande que vous aimeriez vous voir confier?

Une réflexion ouverte, très en amont, sur un nouveau moyen de transport urbain, individuel et propre, totalement déconnecté de l'archétype de l'automobile... (lorsque l'on sait que la vitesse

moyenne d'une voiture en ville oscille entre 15 et 20 km/h suivant les agglomérations!)

De votre point de vue, le métier de designer est-il enviable aujourd'hui?

C'est un métier intéressant, car il demande des compétences multiples en créativité, en technologie, en communication, en sociologie, et parfois en gestion et management, le designer devant se positionner comme un chef d'orchestre et connaître le langage de ses interlocuteurs. Par contre, pour de nombreux designers, il n'est, aujourd'hui, pas forcément enviable financièrement.

Pour finir, un livre, un site Internet, un film, une découverte récente... que vous auriez envie de partager avec nous?

A découvrir, le travail du créateur de mode Hussein Chalayan, dont une exposition s'est déroulée il y a quelques semaines au Musée des Arts Décoratifs à Paris.

Quelques travaux de l'agence evrard&devinastdesign:



Mobilier d'appoint pour enfant Minim'home.



Gamme Coppertone pour Shering Plough.



Lunette technologique Eyetop 2A pour Eyeneo.



Fauteuil Lib&lul pour le VIA.



Mobilier d'appoint Zorig'ami.



Sac &MOI pour Axson.



Tricycle Bubble pour Taiwan Bicycle Industry R&D.



Vide poche numérique Nestor.

Pour en savoir plus, vous pouvez consulter le site de l'agence:
www.evrardetdevinast.com.

Projets et actualités design

Spin



Le tabouret Spin, conçu par le designer Staffan Holm pour Swedese, possède une forme étonnante: vu de dessus, il ressemble à un disque duquel semble doucement se détacher trois éléments, comme la peau d'un fruit qui se soulèverait. Il dessine ainsi, lorsqu'il est empilé, une spirale ascendante et colorée.

Ce tabouret, qui rappelle par certains aspects le très connu tabouret 60 d'Alvar Aalto, imaginé dans les années 30, avait été précédemment récompensé lors du Furniture of the Year Award 2011. Il a été présenté, cette année, dans ses nouveaux coloris lors de la dernière Stockholm Furniture fair.



Source: sleekdesign.fr

Ariane



Le module de treillis « Ariane », conçu par Emilie Colin Garros, vient de remporter le Prix innovation objet du concours organisé à l'occasion de la manifestation « Jardins Jardin », qui se déroulera au jardin des Tuileries à Paris du 1er au 3 juin prochain.

Ces modules s'agrippent aux murs existants, et permettent de monter progressivement des espaces végétalisés, en fonction de la pousse progressive des plantes.

Le thème de ce concours était « des micro-jardins pour de nouveaux paysages urbains ».

« Jardins Jardin » est un festival qui rassemble, durant quelques jours, designers et éditeurs autour du mobilier outdoor et des objets en lien avec le jardin.

En savoir plus: jardinsjardin.com.

Vouz avez dit design?



« Vouz avez dit design? » est une vidéo de quelques minutes, conçue par l'agence Atelier Crayon, qui résume en quelques séquences bien choisies quelques-uns des rôles et enjeux du design.

Pédagogique et ludique, cette vidéo prend comme point de départ la (mauvaise) compréhension habituelle du terme « design », souvent utilisé comme un adjectif et assimilé à un style.

La vidéo complète est accessible sur le site [Vimeo.com](https://www.vimeo.com)

L'agence Atelier Crayon a été créée par Pierre Vincent, qui a été auparavant designer et responsable de projet chez Capital Innovation, agence de conception de produits innovants.

Flow



Le vélo électrique Flow de la société taiwanaise Fairly Bike a été l'un des cinq lauréats du TAIPEI CYCLE d&i awards, organisée dans le cadre du prestigieux iF design awards.

Le vélo intègre une batterie dans la tige de selle, qui peut être facilement retirée et transportée par l'utilisateur, afin d'éviter notamment le vol du vélo.

Source: designboom.com.

Plug Lamp



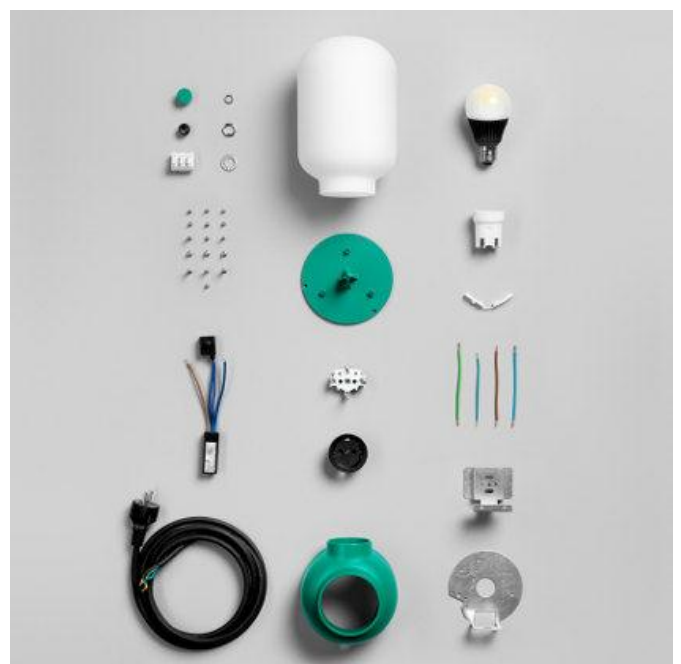
Le studio de design suédois Form Us With Love vient de concevoir Plug Lamp, une petite lampe à poser intégrant une prise électrique, et permettant ainsi de connecter d'autres appareils.

L'idée de départ est un constat très simple: nous avons de plus en plus besoin de pouvoir recharger facilement nos ordinateurs, téléphones ou tablettes. Posée sur une table ou un bureau, la Plug Lamp offre cette possibilité, en mettant à hauteur une prise électrique.

La Plug Lamp est produite par la société Ateljé Lyktan. Elle comporte une base en aluminium moulé et laqué noir, vert, gris, rouge ou blanc, ainsi qu'un diffuseur en verre opalescent.

Photos © Jonas Lindström.

Une vidéo de présentation de ce projet est accessible en ligne sur le site [Youtube.com](https://www.youtube.com).



Ondule



Le fauteuil Ondule a été imaginé par Mattis Esnault, un jeune designer (encore à ce jour étudiant à l'école des beaux-arts de Rennes), qui possède une surface et une structure totalement plissées. Il a été conçu lors d'un appel à projet que le VIA avait lancé auprès d'écoles de design françaises.

Enveloppant et confortable, rappelant presque la peau d'un Shar-Pei, Ondule est issu d'une réflexion sur le pli, l'onde, et plus généralement les mouvements qui peuvent animer une texture (ce sujet est d'ailleurs celui sur lequel Mattis Esnault développe actuellement un mémoire dans le cadre de ses études).

« La texture, composée d'une mousse doublée d'un textile 3D, apporte un relief de surface qui accroche la lumière en tout point de l'assise ».

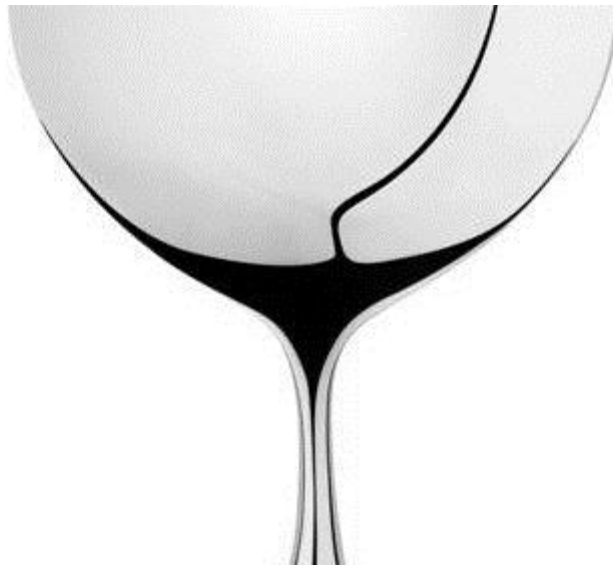
Reprenant et amplifiant le principe du capitonnage, la texture est constituée d'un assemblage de mousse et de textile, qui est ensuite fixé point par point sur le support en suivant une trame prédéfinie.

Photos © Mattis Esnault.

Sources: wix.com et deco-design.biz.



IS01



Conçue par Inga Sempé, la cuiller à risotto IS01 a été désignée vainqueur du concours « Dessine une cuiller », par un jury dont faisaient notamment partie Alberto Alessi et Alessandro Mendini. Initié par le journal Domus, ce concours avait pour objectif de célébrer l'anniversaire de *Il cucchiaino d'argento* (La Cuiller d'argent), un livre de recettes vendu à près de 3 millions d'exemplaires en Italie en une cinquantaine d'années.

Cette cuiller, réalisée à partir d'une pièce unique d'acier inoxydable 18/10 laminée, sera éditée par Alessi.

« J'ai voulu une cuiller subtile et ronde, simple et gaie comme devrait l'être le plaisir de manger un risotto. Vue de face: deux formes rondes, la coupe et le manche, sont unies par un col plus étroit qui donne de la légèreté et crée un rythme de courbes et lignes successives. De profil: on voit que la coupe, incurvée au croisement avec le manche, est dotée d'une bordure qui s'amincit graduellement. La coupe finit aplatie presque comme une lame pour fendre les risottos, même les plus compacts. Étant donné que j'aime le risotto, je l'ai créée en pensant aux couverts et ustensiles qui m'ont plu: une petite cuiller danoise avec une coupe très ronde que j'utilisais enfant, que j'ai ensuite perdue, et les petites cuillères à glace, ma nourriture préférée, avec la spatule plate. Et enfin je me suis rendue compte que ma cuiller ressemblait également, de face, au fascinant et compliqué ustensile à ressort, tellement utilisé en France pour faire les boules de glace, toujours servie trop dure chez nous et les cuillers n'y entrent pas. Ma cuiller se

trouve entre la spatule et la cuillère classique de service, elle convient pour le risotto mais également pour d'autres aliments ayant la même consistance. »
Inga Sempé

Source: ingasempe.fr.



Coulisse



Actuellement exposé à la Galerie Catberro à Paris, Coulisse est un étonnant miroir lumineux imaginé par Constance Guisset. Réalisé en céramique, il est issu d'une recherche sur la transformation de la couleur par laser.

« Coulisse est un miroir noir et rond d'où sont suspendues des sphères de verre noir. Lorsque les sphères entrent en contact avec le miroir, elles s'allument et restent fixées grâce à un système d'aimantation. La lumière révèle un verre violet translucide, marbré de fils blancs. Les boules lumineuses se reflètent dans un fond immatériel et créent un décor imaginaire entre miroir de danse et constellation. Dès qu'une boule est approchée du miroir, elle se pose et s'allume. L'objet se métamorphose avec son usage. Éteintes, les boules noires sont comme des bijoux qui coulent depuis une surface miroitante. La surprise naît de l'allumage par aimantation ainsi que de la découverte de la transparence colorée du verre. »

Edition 2012 Catberro.

Source: constanceguisset.com.



Zoe ZE



La version de série de la Renault Zoe ZE était présentée en détail lors du dernier salon automobile de Genève. Nous présentons, sur notre site Internet, deux vidéos, dévoilant le design extérieur et intérieur de cette future petite voiture électrique aux lignes fluides, dont l'allure rappelle presque celle d'une petite souris.



Vous découvrirez notamment une présentation de Jean Semeriva, le designer extérieur du véhicule, qui précise d'ailleurs que « la face avant est assez malicieuse, elle a un petit côté espiègle ». Il ajoute que la Zoe ZE est une voiture « qui n'a pas de coin », ceci afin de rappeler le doux mouvement électrique qui l'anime. La partie du véhicule qu'il préfère: le retour de l'aile arrière, sous les feux, car « tout l'équilibre du véhicule est ici »...

Au niveau du design intérieur (chapeauté par Dominique Marzolf), la Renault Zoe cherche à rompre avec l'automobile thermique, en proposant une ambiance nettement plus « zen ».

Pour accéder directement à la Présentation du design extérieur de la Renault Zoe ZE par Jean Semeriva:
Les liens:

- [Présentation du design extérieur de la Renault Zoe ZE par Jean Semeriva.](#)
- [Renault ZOE interior – official.](#)

Source: voiture-electrique-populaire.fr.

Nomad Solar Lamp



Développée pour répondre aux besoins des personnes vivant dans des endroits qui n'ont pas facilement accès à l'électricité, la Nomad Solar Lamp (design Alain Gilles pour O'Sun) constitue une alternative aux lampes à kérosène, souvent génératrices d'accidents.

Lorsqu'elle est complètement rechargée, la lampe fournit un peu plus de 6 heures d'éclairage à pleine intensité. Elle a par ailleurs été conçue pour être aussi flexible et durable que possible, et elle résiste dans une certaine mesure aux chocs et aux chutes, grâce à un disque en silicone qui assure sa stabilité et protège le diffuseur.

De par sa forme, cette lampe facilement transportable peut être posée ou suspendue.

Alimentée par 12 LEDs, cette lampe possède une coque en ABS, et elle se recharge grâce un adaptateur secteur, l'allume-cigare d'un véhicule ou encore un panneau solaire 5 watts.

Source: designboom.com.



Cantine



La designer Véronique Maire vient de dévoiler sa série de vases « Cantine », édité par Y'a Pas Le Feu au Lac. Relisant le verre empilable que nous avons tous connu, auquel elle adjoint différents chapeaux de liège, cette série sera officiellement présentée à Milan en avril prochain.

« La collection de vases CANTINE propose le détournement du verre gigogne qui a marqué notre enfance. Chaque modèle de vase est intitulé par un chiffre en écho à ceux qu'on trouve au fond des verres. Il rappelle ce jeu que nous avons tous fait qui consistait à poser la question, « quel âge as-tu? » et de regarder au fond du verre pour avoir une réponse. Ainsi en renouvelant l'usage de ce verre, tel une madeleine de Proust, combiné à différents « chapeaux » de liège, les vases permettent de réintroduire joyeusement cet objet emblématique dans nos vies d'adultes. »

La série se décline en cinq modèles, du soliflore au vase.



La part du texte

Qu'était un designer?

Par Tony Côme.

Il est des Potter que l'on traduit plus vite que d'autres. Sur ce point, Norman n'a pas eu la même chance qu'Harry. Pourtant, en Angleterre, ses ouvrages ont été eux aussi plusieurs fois épuisés et plusieurs fois réédités...

En France, mieux vaut tard que jamais (voilà un slogan tout trouvé pour nos éditeurs spécialisés), plus de quarante ans après leur première parution, les écrits fondateurs de Norman Potter débarquent enfin en librairie. Remercions les [éditions B42](#) et la [Cité du design de Saint-Étienne](#) qui nous livrent ainsi en VF le fameux *Qu'est-ce qu'un designer* de 1969.

Norman Potter? A-t-on déjà entendu ce nom prononcé dans une quelconque école, une exposition ou un colloque français? Ce n'est pas certain. Respecté et souvent cité dans la sphère anglo-saxonne, celui qu'on surnomme outre-Manche le « Rietveld anglais » reste chez nous un parfait inconnu. Et, malheureusement, cette récente parution ne prend pas vraiment le temps de faire ces utiles présentations. En refermant l'ouvrage, on sait à peine si l'auteur vit encore.



Designer dissident

Né en 1925, décédé en 1995, Potter n'a pas fait la guerre, mais a fait des siennes. Engagé très jeune dans l'anarchisme et, surtout, dans la dissidence, il visitera à quatre reprises les prisons anglaises pour, notamment, avoir refusé de se voir délivrer des papiers d'identité. On ne lui colle pas une étiquette comme ça, à Norman Potter! Ébéniste, designer, poète, théoricien, enseignant? On ne saura jamais quel statut lui donner.

Au début des années 1950, il officie dans un atelier de menuiserie à Corsham dans le Wiltshire. Une structure anarchiste où les ouvriers produisaient des objets en petites séries d'abord pour eux, ensuite pour les autres. Un espace communautaire où faire revivre

l'esprit des « Arts and Crafts » qui, rappelons-le, ont eu leur rôle à jouer dans l'émergence du design moderne. Personnage clairement engagé dans cette transdisciplinarité moderniste, Potter aurait aimé inviter Boulez pour inaugurer la menuiserie... Malheureusement, cette tardive traduction ne nous dit rien de tout cela.

Défaire l'école

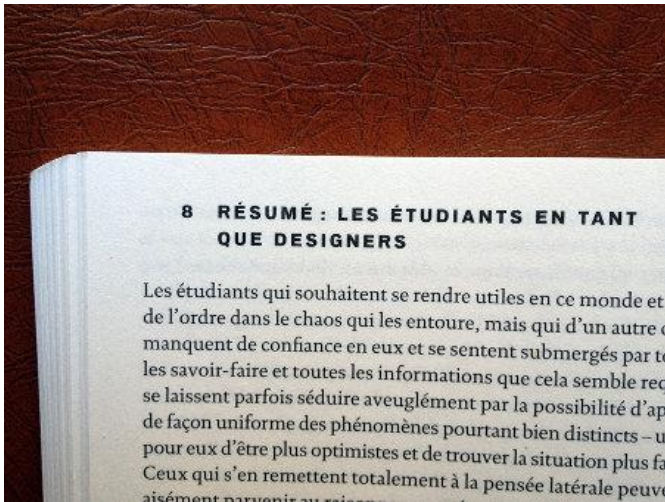
Consacré à l'enseignement du design, le numéro 33 (2009) de la [revue Azimuts](#) (éditée par la Cité du design) prenait le temps d'analyser les grands modèles historiques: Bauhaus, Vkhutemas, Ulm, Global Tools, etc. Étonnamment, aucune ligne sur la Construction School de Bristol (1964-1979) où Potter fut très actif. Le design anglais reste indéniablement une île à explorer.

Cette traduction nous renseigne davantage sur cette institution hors-norme (cf. chap. 22). Excroissance rebelle du [Royal College of Art](#) de Londres, son programme pédagogique fut élaboré à partir de lectures quelques peu anti-académiques: *Mort de l'école: solutions de rechange* d'Everett Reimer, *La Contre-éducation obligatoire* de Paul Goodman ou encore *Une société sans école* d'Ivan Illich. L'organisation des études y était bien évidemment non hiérarchique, puisqu'il s'agissait précisément d'agir « en vue de rendre la fonction de directeur moins indispensable qu'elle ne l'était auparavant ». Les étudiants se devaient de construire leurs propres méthodes, leur propre poste de travail et même leurs propres machines-outils! Ce qui replace le débat actuel sur les [Fab Labs](#) dans une perspective historique.

Contre toute attente, cette formation informelle reçut le soutien de grands noms du design: Richard Hollis, James Stirling, Richard Rogers, etc. Pour approfondir ce sujet, il faudra attendre que l'on traduise le second grand ouvrage de Potter, *Models & Constructs: Margin Notes to a Design Culture* ([Hyphen Press](#), 1990). Vu le retard actuel, tâchez plutôt de mettre la main sur la VO!

Si elle n'est pas véritablement détaillée, cette donnée biographique nous renseigne toutefois sur le public visé par *Qu'est-ce qu'un designer*. Rédigé pendant cette expérience pédagogique alternative, ce texte s'adresse à l'étudiant en tant que « personne abordant un sujet qui lui est inconnu, quel que soit son âge ». Potter précisant d'ailleurs que:

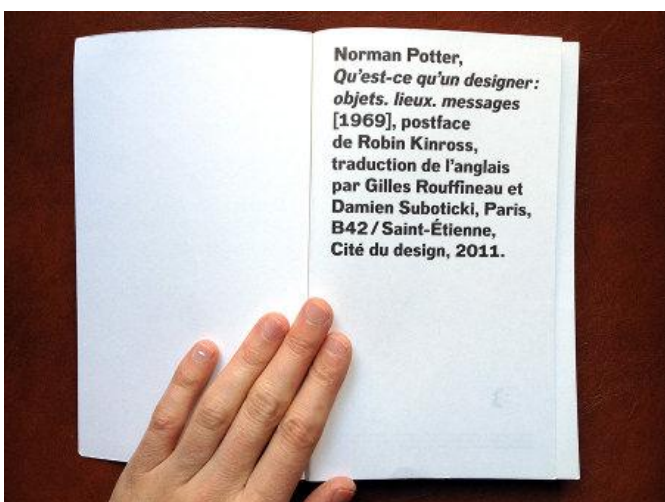
Tout designer digne de ce nom restera un étudiant tout au long de sa vie professionnelle.



Une théorie sans âge

Les présentations étant faites, plongeons dans ce document historique. Sur ce point, la présente édition n'est encore pas tout à fait claire. La page de garde nous signale que le texte date de 1969, certaines références plus tardives nous en font douter et la postface de Robin Kinross, éditeur et ami de Potter, finit par préciser que le texte a été remanié à trois reprises par l'auteur, entre 1969 et 1989. De plus, pour la traduction française, certains passages *too british* ou trop datés (sur la machine à écrire par exemple) ont été supprimés. Ces ajouts et coupes ne se donnant pas à lire clairement, le lecteur cherchant à rattacher ce texte à une époque précise sera vite dérouté. Disons à l'instar de Kinross et pour consoler les historiens qu'ainsi remanié le texte présente une forme plus universelle et intemporelle, s'offrant plus spontanément aux lecteurs d'aujourd'hui.

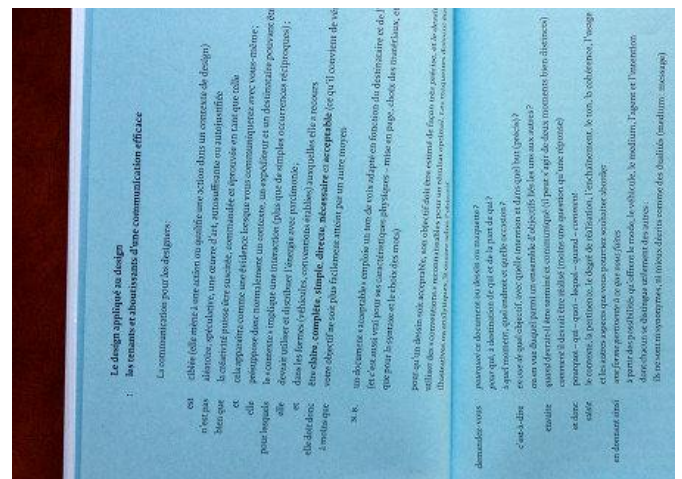
Remarquons que Potter lui-même, à travers ce texte stratifié, semble chercher sa place dans l'histoire du design. À la fois passionné par le mouvement préraphaélite et les guildes associées, partisan du Bauhaus de Gropius, fervent défenseur des mouvements d'insurrection étudiante de 1968 et pas tout à fait réfractaire à la postmodernité émergente, Potter est un inclassable, touche-à-tout, goûte-à-tout.



S'il est une chose à laquelle il ne s'attachera jamais, c'est bien à cette « arnaque commerciale réussie avec brio » qu'est à ses yeux la culture pop: « Notre civilisation est à l'origine de nombreux enfers, mais au royaume de l'esclavage volontaire, il serait difficile de rivaliser en bêtise avec la musique pop diffusée sur les bandes FM. » Culture pop, star system et showbiz dans le même panier!

Cette détestation est un bon point d'entrée dans l'ouvrage. La théorie du design de Potter s'élabore précisément contre ce design couché sur papier glacé des magazines de déco, contre les mondaines foires internationales, la mode et l'obsolescence programmée. Rattachée à la culture anarchiste (Ivan Illich, Herbert Read, etc.), cette position idéologique est suffisamment singulière dans ce milieu et dans notre époque pour être relevée. À ce propos, la dernière volonté de l'auteur ne semble pas avoir été respectée:

Agacé par je ne sais quelle nouvelle manifestation de cette ignominie qu'est le "business du design", il me fit remarquer que si nous étions amenés à publier une nouvelle version du livre, celle-ci devrait plutôt s'intituler "Qu'était un designer?" – Robin Kinross



Un monde réel

Clairement inscrits « dans la lignée du libertarisme de gauche » (et non dans celle du libéralisme économique), les écrits de Potter soulèvent en design des questions sociales et morales. Comme trop rarement, c'est l'engagement politique du designer qui est ici remis en cause. « Ce serait une erreur, affirme l'auteur, de présupposer que le contexte social est fixe et merveilleusement unifié autour d'une inébranlable quête de richesse, tout au plus dérangée par l'annonce dans les hebdomadaires d'une nouvelle concession à la belle vie, et par le designer dispensant ses onéreuses austérités là où il y aura quelqu'un pour se les offrir – à savoir dans les grands centres de décision financière. » Ainsi, pour élaborer sa pensée, Potter se tourne d'abord vers les plus démunis. Il pense fonction plus qu'image, sens plutôt qu'apparence. Il prône un design conscient ou, mieux encore, éthique et décent (cf. [Azimuts n° 30](#)):

Le design dans sa dimension "professionnelle" est par conséquent une chose bien futile quand, dans le reste du monde, les gens meurent de faim.

Par là même, il rejoint et ne manque pas de mentionner l'un de ses contemporains: Victor Papanek, auteur du fameux *Design pour un monde réel* (1974). Aussi, la théorie de Potter se nourrit tant de poésie que d'économie. En lieu et place d'une longue démonstration, le designer préfère citer un poème toltèque ou anar. Plutôt que de se prétendre spécialiste et d'improviser, il convoque les grands économistes tel Ernst Friedrich Schumacher:

Le design est un domaine qui demande de s'impliquer, d'être réactif et de s'informer, tout autant que de prendre des décisions et d'en assumer les conséquences.

Au-delà des inévitables et sacro-saints conseils pour bien concevoir une chaise (« l'une des tâches de design les plus difficiles »), des distinguos entre design, art et artisanat, des traditionnels cas d'étude qui se concentrent ici plutôt sur des objets anonymes (stylo, bicyclette, jeans, pinces à linge ou paires de bottes), c'est surtout pour son champ de références inhabituelles que ce manuel de design doit être consulté. Comme peu d'autres, il s'impose comme un véritable « tract politique ». L'importante bibliographie que Potter joint à son ouvrage et les axes de lecture qui y sont associés sont de précieux documents qui restent d'actualité.

Plaidoyer pour la transdisciplinarité

On ne peut conclure sans souligner un dernier point: cette publication est aussi un admirable manifeste en faveur de la transdisciplinarité. En bon disciple des maîtres du mouvement moderne, Potter prône un décloisonnement extrême des conceptions et des pratiques:

Les étudiants en design risquent de voir leur travail perdre en qualité s'ils tentent d'étudier une catégorie de design bien précise en s'isolant conceptuellement de ses catégories voisines.

Cela s'affirme dès le sous-titre de l'ouvrage: « objets. lieux. messages ». Pour Potter, design produit, architecture et design graphique forment un tout indissociable et, tout au long de l'ouvrage, il milite activement dans ce sens. Ici, il pointe du doigt ces « professeurs d'architecture qui n'ont jamais entendu parler de la polémique ayant opposé Max Bill et Jan Tschichold et qui sont donc loin d'imaginer l'intérêt

particulier qu'elle peut avoir ». Ailleurs, il défend l'idée selon laquelle « le designer textile qui n'a jamais exploré les distinctions de perspectives sous-entendues (disons) par la chapelle de Ronchamp, le Pavillon allemand de l'Exposition internationale de Barcelone et la Dymaxion House [...] n'est qu'un spécialiste ayant reçu de mauvais enseignements ».

Comment pourrait-on ne pas acquiescer?! Dans la déferlante des récentes publications qui tentent, pour le meilleur et surtout pour le pire, de définir le rôle du designer et les limites de sa profession, saluons bien haut ce texte de Norman Potter. Il sort clairement du lot. Œuvre d'un praticien plus que d'un véritable théoricien, Qu'est-ce qu'un designer est un ouvrage touffu, certes pas toujours synthétique, mais qui a dit que le design pouvait se résumer en 101 mots?



Norman Potter, *Qu'est-ce qu'un designer: objets. lieux. messages*, éditions B42, Paris, Cité du design, Saint-Étienne, 2011.

—

Pour aller plus loin:

Norman Potter, *Models & Constructs: Margin Notes to a Design Culture*, Hyphen Press, 1990.

Norman Potter, « Herbert Read: Word and Object », in David Goodway, *Herbert Read Reassessed*, Liverpool University Press, 1998.

--

Cet article a été écrit par Tony Côme, et publié sur le site www.strabic.fr en partenariat avec Nonfiction.fr.

La place du design dans trois pays européens UK, France, Italie: une explication de la compétitivité internationale?

Par Estelle Berger.

Un lieu commun répandu voudrait que, pays charnière, la France peine à trouver sa conception du designer, entre un profil technique d'ingénieur à l'anglo-saxonne, et une vision plus romantique du designer-artiste, répandue dans les pays latins. En France, on est souvent prompt à critiquer un paysage supposé éclaté et discordant, qui ne serait pas favorable à la reconnaissance du design.

Si cette hypothèse se vérifiait, ce contexte pourrait-il avoir permis le développement d'un design « à la française », construit dans un rejet / une synthèse des modèles développés ailleurs?

Nous devrions alors pouvoir dessiner – en creux ou en plein – une spécificité française.

Prend-elle la forme d'un manque, comme les lieux communs souvent entendus le suggèrent (« En France, on manque d'une culture de l'innovation »...)? Ce manque théorique est-il au contraire une force; ou une simple apparence trompeuse?

Pour répondre à cette problématique, nous allons comparer différents critères permettant de juger de l'intégration et de la reconnaissance du design dans trois pays d'Europe: la France, notre champ d'étude, le Royaume-Uni, représentatif des pays anglo-saxons, et l'Italie, pays latin.

Nous examinerons des données ayant trait au contexte historique de développement du design, à l'offre de formation (professionnalisante et académique), au panorama professionnel du design et de l'innovation, et enfin aux initiatives de promotion du design.

Approche historique

Le mot design vient du latin *designare*: marquer d'un signe distinctif. Pendant la Renaissance italienne, cette racine est réinterprétée sous la forme du concept *disegno*, qui signifie idée / projet associé à sa mise en forme. En parallèle, dans la langue anglaise, le verbe to design prend le sens de concevoir. C'est aussi un nom, signifiant l'intention.

Design fait son apparition dans la langue française au début du 20e siècle, comme hybride employé pour signifier à la fois dessein et dessin. Ce mot permet de retrouver la richesse sémantique du concept de *disegno*, qui n'avait pas d'équivalent en français. Mais entre temps, c'est le monde anglo-saxon qui a popularisé le terme design, et le mot passe auprès de beaucoup de français pour un anglicisme, d'autant plus injustifié que le métier de designer est alors très mal reconnu en France. Dans les années 50, Jacques Viénot propose de le remplacer par

l'expression esthétique industrielle, ouvrant la voie à plusieurs tentatives de même sorte, comme celle de la loi Toubon de 1994 qui proposait de remplacer le terme design par stylistique. Mais ce mot, faisant l'impasse sur la dimension réflexive, conceptrice du design (sur le dessein), fait l'objet d'un rejet sans appel auprès de la communauté professionnelle émergente des designers. Si aujourd'hui le terme design est largement employé en France, et même en passe d'être compris du grand public, il reste un fond de polémique qui a amené à d'autres tentatives plus récentes de traduction, parfois approximatives. En 2010, l'INSEE a même essayé de supprimer le terme design de sa nomenclature afin de le traduire par concept...

A partir de cette brève introduction étymologique, nous pouvons nous demander si la légitimité du mot est révélatrice de la légitimité de la discipline. Y a-t-il, en Italie et dans les pays anglo-saxons, des racines et une identité spécifique du design qui manquerait en France? A priori, le développement historique du terme suggérerait, du côté italien un contexte lié au génie artistique, dans la droite lignée de la Renaissance; et du côté anglo-saxon un parallèle étroit entre design et activité de conception, avec des implications plus techniques.

Poursuivons notre parcours historique en considérant les théories et modèles développés au 20e siècle autour du design. Emmenée par la Révolution industrielle, c'est l'Europe qui a été précurseur en la matière, et en particulier deux nations – nous retrouvons les anglo-saxons (1) et les italiens.

On doit la première théorisation autour du design aux avant-gardes germaniques des années 20/30 De Stijl et le Bauhaus. Il est alors courant d'associer pratique artistique et engagement politique, notamment à travers la recherche de l'Œuvre d'art totale (ou *Gesamtkunstwerk*). Les arts appliqués apparaissent alors comme un moyen de mettre l'art au service d'ambitions humanistes, et améliorer la vie de tous. L'influence de ces mouvements fait évoluer le design vers le style Moderne, empreint de préoccupations fonctionnalistes, dans toute l'Europe mais aussi aux Etats-Unis où de nombreux designers allemands se sont réfugiés durant la seconde guerre mondiale. Dans les années 60, l'école d'Ulm, en Allemagne toujours, propose une actualisation de cette conception du design où « form follows function », dans un idéal d'accessibilité à tous. Au-delà, son projet était politique, il établissait une ambition citoyenne du designer dans le cadre de la société de production de masse: apprendre le métier de designer, à Ulm, c'était apprendre à assumer des responsabilités sociales et culturelles. Les textes produits dans ce cadre (programmes d'enseignement, discussions posées par l'écrit, conférences et

interventions...) ont construit un modèle, une posture du designer.

Mais les préceptes fonctionnalistes seront rapidement vus comme austères et uniformisants. Dans les années 60, on assiste à un revirement dans la conception des objets, qui devient guidée par la recherche d'individualisation et de personnalité. L'époque est dite post-moderne, et les créateurs italiens (le mouvement Memphis, Gaetano Pesce) remettent au centre du design la référence historique, la pièce unique ou encore l'humour. Chacune de leur pièce, objet ou mobilier, devient un emblème de cette vision du design comme moyen d'émoi ou de provoquer le public. Au travers de projets manifestes et d'une liaison permanente entre textes et objets, textes et projets, les post-modernes italiens ont travaillé à construire l'autonomie de leur discipline, établissant le designer comme créateur de récits donc de formes.

Ces deux moments, ces deux zones géographiques, ont donné lieu à des conceptions du design plutôt antagonistes. Mais un dialogue s'est créé, mettant en jeu le design de manière polémique, tout en s'accordant sur l'essentiel: premièrement, la posture, l'engagement nécessaire du designer, même si les modes opératoires diffèrent. Deuxièmement, l'autonomie du design, le designer comme généraliste, capable d'assumer un rôle critique. Ces deux dimensions d'enchevêtrant bien évidemment.

En France, que se passe-t-il pendant ce temps? Au niveau théorique, aucun modèle majeur n'émerge. Les designers suivent le courant de l'époque, quitte à se contredire au fil de leurs projets, à l'instar de Philippe Starck, qui s'est érigé en icône nationale. Mais à l'inverse des théories, dont la validité est garantie par une logique démonstrative, le discours de Starck et des designers médiatiques qui occupent le devant de la scène en France est essentiellement performatif: dire c'est faire. « Le dire célèbre revient à le rendre célèbre. Un irrésistible effet boule de neige s'est construit autour du designer tout au long de sa carrière. » (2) Ce type de communication médiatique ne participe évidemment pas à la construction de la discipline au même titre que les exemples précédents...

Tout au long du 20e siècle, la France n'a donc pas été un acteur de premier plan dans la construction

théorique et épistémologique de la discipline design, au contraire de l'Italie ou du Royaume-Uni. Aucune avant-garde, aucun mouvement notable n'y a émergé, et, après de plus de 100 ans de pratique du design industriel, le terme lui-même reste flou. Il est des retards qui ne se rattrapent pas, et l'existence d'un socle théorique puissant aurait certainement aidé le design français à mieux se développer et se faire reconnaître.

La formation des designers

On ne manque pas d'écoles enseignant les disciplines du design en France. Le pays compte même 18 établissements membres du réseau Cumulus (3), association internationale d'universités et écoles d'Art, Design et Medias, fondée en 1990. C'est plus que le Royaume-Uni (11 écoles) et que l'Italie (7 écoles).

La première mission des enseignements aux futurs designers est de les préparer à l'exercice de leur profession, par l'acquisition de savoir et savoir-faire spécifiques (gestion d'un projet créatif, maîtrise des outils...). Mais il est périlleux de tenter de juger la réputation des écoles au regard de ces critères, car on ne peut pas affirmer qu'il existe un déterminisme entre l'orientation et/ou la qualité des enseignements d'une part, et la réussite des étudiants de l'autre. Trop de facteurs tenant à la personnalité, au talent et à l'implication personnelle de ceux-ci entrent en compte.

En revanche, les écoles peuvent monter la volonté d'offrir des enseignements complémentaires, permettant aux futurs designers d'accéder à un rôle plus décisif dans l'entreprise, la société ou la construction épistémologique de la discipline. Ces enseignements peuvent être de deux ordres: l'ouverture à la Recherche académique en/sur le design, et le développement de compétences managériales chez le designer.

Du côté académique, la Recherche en design est en France une discipline émergente, alors qu'elle se développe dans d'autres pays depuis plus de 10 ans. Et de fait, les publications traitant du design et des arts appliqués en général y sont en plus petit nombre. Pour preuve, une recherche par mots clés effectuée sur le site de la Bibliothèque européenne parmi les thèses publiées depuis 2008, toutes disciplines confondues (4):

Mot clé recherché	Royaume-Uni (British Libaray)	France (BNF)	Italie (Bibliothèques de Rome et Florence)
Design	81940 *	26	24027
« Product design »	893	0	206
Conception	2276	195	1964
Conception + Design	124	0	18
« Applied arts »	350	3	172

* Vue la large acception du mot design dans la langue anglaise, il apparaît plus judicieux d'observer les autres mots clés.

A la lecture de ces chiffres, on remarque en premier lieu la faible pénétration du terme design dans la langue française: 26 occurrences seulement contre plus de 24000 en italien... Le mot conception est lui aussi très peu présent, environ 10 fois moins que dans les autres pays observés, alors qu'il a partout le même sens. Il est tout de même 7.5 fois plus cité que design (le rapport est inverse dans les autres pays), mais jamais en association avec celui-ci... Cette absence de corrélation entre design et conception peut suggérer que l'activité de conception dans l'entreprise française est tournée vers une ingénierie traditionnelle. Enfin, notons la criante inexistence de la mention design produit et la quasi-absence des Arts appliqués en général (3 mentions seulement).

D'autre part, de nombreux indicateurs pointent un manque d'implication des écoles françaises dans l'enseignement de compétences managériales appliquées au design. Or, celles-ci sont importantes pour le développement de la discipline car elles donnent aux designers une stature de décisionnaire. Des études sont régulièrement menées auprès de professionnels internationaux, pour recueillir leurs avis sur les « meilleures » écoles. Une des dernières a été menée par BusinessWeek (5), auprès de 42 responsables académiques, designers, consultants, et chefs d'entreprise. 115 écoles ont été spontanément citées comme délivrant les meilleurs masters et MBA combinant enseignement du design et de compétences managériales.

Royaume-Uni	University of the Arts London Formation: Master's in design in innovation and creativity in industry
	Imperial College London Formation: MBA
	Royal College of Arts / Imperial College London Formation: Dual degree innovation design engineering
France – USA – Singapour	Art Centre College of Design / INSEAD Formation: Master's in industrial design
Italie	Domus Academy Formation: Master's in business design

La seule mention de la France correspond à l'INSEAD, Institut européen d'administration des affaires, mais dans un partenariat avec l'Art Center College of Design localisé à Pasadena, en Californie. La formation en question est donc américaine et non française. Ce qui porte à 0 la présence d'établissement français dans le classement.

Pour l'Italie, un des 10 cursus design de la Domus Academy est sélectionné. Et au Royaume-Uni, ce sont trois écoles qui entrent dans le palmarès: l'une à orientation scientifique (Imperial College), les deux autres artistiques (University of the Arts, Royal College of Arts). Outre le fait que toutes trois sont situées dans la même ville, Londres, on remarque qu'il s'agit d'universités plus généralistes, offrant une grande diversité de formations et de partenariats.

La bonne réputation de la formation anglo-saxonne en design et management s'explique peut-être par ce tissu éducatif. Au Royaume-Uni comme dans un grand nombre de pays, les enseignements en design sont prodigués dans le cadre d'universités d'art ou polytechniques, qui incluent un grand nombre de disciplines (comme le Royal College of Art justement, ou la Politecnico de Milan pour l'Italie).

A l'inverse, en France, les designers sont plutôt formés dans des écoles spécifiques. L'offre de formations universitaires ou de doubles cursus est encore faible. Ce paysage français, éclaté, induit une variété des profils des écoles. Ainsi, l'approche

artistique des écoles d'art ou de l'ENSAMAA se distingue de la forte imprégnation industrielle de l'ENSCI ou de l'Ecole Boulle. A cela s'ajoute la diversité des tutelles: certaines écoles de design dépendent de Ministères (de l'Industrie, de la Culture, de l'Education Nationale), d'autres des collectivités locales, ou des chambres de commerce et d'industrie.

On devine que cet éclatement ne facilite pas la lisibilité de l'offre de formations, en premier lieu pour les étudiants. Et aussi réputées que peuvent être certaines écoles dans le monde professionnel français (l'ENSCI, l'Ecole Boulle par exemple), on ne peut nier qu'elles subissent un isolement qui freine leur reconnaissance internationale et stratégique.

Le panorama professionnel

Si les formations françaises semblent donc encore faibles pour imposer le designer comme décisionnaire de premier plan, qu'en est-il effectivement dans l'entreprise? Les indices recueillis jusqu'ici nous poussent à penser qu'il existe un manque de reconnaissance de la fonction design en France, par rapport au Royaume-Uni notamment. Les résultats d'une étude commanditée en 2008 par la Commission Européenne, portant sur les performances des pays européens en matière d'innovation (6) vont d'ailleurs dans le sens des lieux communs répandus en la matière. Les différents pays d'Europe y sont catégorisés en trois groupes:

Innovation leaders	Suède, Finlande, Allemagne, Danemark, Royaume-Uni
Innovation followers	Pays-Bas, France, Belgique, Luxembourg, Irlande, Autriche
Moderate innovators	Italie, Grèce, Portugal, Espagne, République Tchèque, Slovaquie, Estonie, Chypre

Cette hiérarchie dessine une cartographie assez nette, entre pays nordiques / anglo-saxons tournés vers l'innovation; et pays latins / de l'Est beaucoup moins performants en la matière. A l'image de sa position géographique, la France se trouve en position médiane.

Ces résultats sont en conformité avec ceux du Baromètre de l'innovation 2012, étude commanditée par General Electric (7) auprès de 2800 managers innovation / design d'entreprises de différents secteurs, en Europe, Asie, Amérique et Moyen-Orient:

	Royaume-Uni	France	Italie
Citation spontanée parmi les 3 pays considérés comme leaders en innovation	9% (dont 2% placé en tête)	7% (dont 1% placé en tête)	3% (dont 1% placé en tête)

Le Royaume-Uni, en digne représentant des pays anglo-saxons, est en tête de l'échantillon observé.

Mais il ne s'agit jusqu'ici que de perception, qu'en est-il dans les faits?

Il est particulièrement intéressant de noter que deux autres pays anglo-saxons sont en tête du classement: les Etats-Unis (64% de citations dont 34% placé en tête) puis l'Allemagne (48% dont 16% placé en tête); viennent ensuite plusieurs pays d'Asie.

L'une des composantes pour mesurer l'innovation est le nombre de dépôt de brevets. Sur ce point, la France se place au 3e rang mondial, représentant 11% des brevets mondiaux, alors que l'Italie mais aussi le Royaume-Uni se trouvent absents du top 9.

De retour en Europe, la France légèrement en-dessous du Royaume-Uni, et l'Italie est plus largement distancée.

La France bénéficie également d'un fort investissement d'état dans la Recherche & Développement, comme le montre ce comparatif:

	Royaume-Uni	France	Italie
Part du PIB consacré à la R&D industrielle (9)	1,76	2,12	1,1

L'investissement français est le plus important des trois pays étudiés, il représente même le double de l'Italie, suggérant une relative continuité entre investissement et innovation effective. Relative seulement, car malgré moins d'investissement, le Royaume-Uni est considéré comme leader en innovation.

termes de design au sens plus large corroborent ces premiers résultats.

Du croisement de ces études, nous pouvons esquisser un podium de l'innovation industrielle, sur lequel la France obtiendrait la seconde place européenne, entre un pays reconnu comme innovant, le Royaume-Uni, et un autre peu performant, l'Italie. Mais l'innovation n'est qu'une composante de l'intégration du design dans l'entreprise, voyons si d'autres critères en

L'étude « Design et innovation technologique: quels avantages comparatifs pour la France? » menée par la CCIP en 2010 (8) demandait à 400 acheteurs professionnels européens de noter les produits des principaux pays industriels selon différents critères autres que le prix. L'un de ces critères, « design-ergonomie » prend en compte l'esthétique et la présentation, mais aussi la fonctionnalité et la valeur d'usage. Examinons le classement des productions nationales de nos trois pays de référence selon ce critère:

	Royaume-Uni	France	Italie
Qualité design-ergonomie de l'ensemble des biens de consommation	7 e	2 e	1e
Qualité design-ergonomie des biens d'équipement	6 e	5 e	2e

Ici, c'est l'Italie qui réalise les meilleurs scores. Le design italien, déjà premier pour les biens de consommation, se trouve juste derrière le premier pour les biens intermédiaires et d'équipement, ce qui constitue une très remarquable performance d'ensemble. Ces résultats confirment la qualité du design et du tissu industriel italien, malgré le peu de reconnaissance dont le pays jouissait en termes d'innovation.

A l'inverse, le Royaume-Uni occupe une modeste place dans le classement, pour tous types de biens. Ce résultat peut sembler étonnant pour un pays qui a de si bons résultats en innovation, mais il ne faut pas oublier que cette étude porte sur les productions nationales seulement, ce qui n'est qu'un aperçu partiel des produits et services conçus au Royaume-Uni.

L'ensemble des biens de consommation produits en France se place en 2^e position, une place honorable. Mais en ce qui concerne les biens d'équipement, notre pays chute au 5^e rang. Cet écart d'appréciation entre design des biens de consommation et d'équipement

est intrigant car spécifique à la France, l'Italie et le Royaume-Uni obtenant des scores plus homogènes. Cela signifie-t-il que le design des produits plus techniques est laissé en France aux bons soins des seuls ingénieurs? Cette explication irait dans le sens des relativement bons résultats de la France en innovation industrielle, tempérés par une faible conscience du design.

Or, comme nous le présentons, l'innovation n'est pas un critère suffisant pour juger du design, même industriel. Ainsi, avec un investissement en R&D de moitié plus faible que la France, l'Italie arrive à une production dont le design est considéré comme plus qualitatif.

Pour comprendre le phénomène, il faut aussi prendre en compte l'écart entre conditions objectives et perception concrète. Si, au regard de tous les critères que nous avons cités, la France n'a pas à rougir face au Royaume-Uni, le ressenti à l'intérieur des deux pays est bien différent. Ainsi, dans cette seconde partie du Baromètre de l'innovation 2012 (9), une question aux managers portait sur leur perception de leur propre pays:

		Royaume-Uni	France	Italie
L'environnement dans mon pays est bénéfique à l'innovation		51%	49%	Pas de données
Quelle est la réputation de mon pays en termes d'innovation?	Très bonne	19%	1%	
	Plutôt faible / faible	15%	25%	
Les entreprises innovantes permettent d'améliorer la qualité de vie dans mon pays		71%	64%	

Un quart des managers français pense que leur pays est faible en matière d'innovation, et seul 1% d'entre eux a une vision très positive du contexte français! Or il n'y a pas de critère rationnel qui explique ce pessimisme. A l'inverse, c'est peut-être ce dernier qui devient sclérosant pour les praticiens français...

Les organismes de promotion du design

Au Royaume-Uni, la mission de promotion et de soutien au design est centralisée au sein du Design Council, créé en 1944. L'organisme est même subventionné par le gouvernement à hauteur de 9 millions d'euros annuels. En Italie, ce rôle est scindé entre différents acteurs selon les différents métiers du design global. Pour le design produit, il revient à l'ADI (Associazione per il Disegno Industriale). Cette association a une mission proche de celle de l'APCI en France, elle organise notamment le prix Compasso d'Oro (la plus ancienne récompense internationale de design), similaire à l'Observateur du Design porté par l'APCI. Elle fonctionne également comme un syndicat.

La France, elle, s'écarte de ce modèle présent dans de nombreux pays d'Europe, caractérisé par une structuration des actions de promotion du design autour d'un centre national du Design, acteur majeur

de la promotion auprès des professionnels, des entreprises comme du grand public.

Le paysage français apparaît d'emblée comme plus éclaté. L'APCI, structure entièrement privée, mène donc une action de promotion du design, ou plutôt de la « création industrielle ». Mais d'autres organismes lui disputent ce rôle, comme le VIA (dans le domaine du mobilier), l'IFD (qui décerne les labels Janus, voisins des Etoiles de l'Observateur du Design), la Cité du Design ainsi que d'autres d'organismes régionaux (le CDRA en Rhône-Alpes, 4design en Aquitaine). A cet inventaire s'ajoutent les syndicats, AFD ou FÉDI, dont la ligne d'engagement est difficile à différencier.

A l'instar des écoles, l'éclatement du paysage français cause un manque de cohérence – à moins qu'il ne soit à l'inverse une conséquence du manque d'initiative cohérente à l'échelle nationale. L'absence de synergie entre les différents acteurs français est d'autant plus regrettable que ceux-ci apparaissent d'envergure limitée au regard des structures de promotion du design dans d'autres pays. Méconnus du grand public, chacun lutte dans son coin pour la reconnaissance de sa politique et de ses actions.

Conclusion

L'étude de ces données disparates nous a permis de construire un état des lieux des divergences en matière d'emploi du design dans trois pays européens, le Royaume-Uni et sa culture anglo-saxonne, l'Italie et sa culture latine, et enfin la France.

De ces résultats, il ressort d'abord que chaque pays est encore aujourd'hui déterminé par un héritage différent en matière de design. Si le Royaume-Uni et l'Italie ont, dès le début du 20^e siècle, hébergé des mouvements qui ont participé à la construction du design, la France est restée en retrait et souffre encore d'un manque d'enracinement de la discipline.

De l'étude sur le design et l'innovation en milieu industriel, ressort que la France a plutôt fait le choix d'une R&D « traditionnelle », tournée vers l'ingénierie plus que le design. Cela a été un gage d'excellence, et plusieurs entreprises françaises jouissent de bonnes performances à l'international en termes d'innovation industrielle (comme Airbus, PSA, Renault...). Mais aujourd'hui, un contexte de plus en plus mouvant et compétitif exige d'aller plus loin. Et le pays apparaît comme dérouté, voire démotivé. Au regard de notre étude, le légendaire pessimisme français semble bien réel. Alors que la France a parmi les dispositifs d'aide à l'innovation les plus incitatifs du monde, elle n'y croit pas. Or, pour innover, il faut d'abord croire que c'est possible.

Intégrer le design à un niveau stratégique est une piste pour la France. Cela lui permettrait d'évoluer d'une culture d'ingénierie traditionnelle dépassée qui a fait d'elle un pays suiveur, vers une vraie différenciation et une valeur ajoutée des créateurs et des produits « designed in France ».

Mettre l'accent sur la formation des designers permettra en premier lieu l'essor d'une communauté de professionnels solide. Dans cette optique, notre étude dégage deux pistes: développer un enseignement croisé design et business d'une part, structurer et soutenir les études doctorales en / sur le design d'autre part. Ces deux dimensions, stratégique et épistémologique, donneront une assise et des ressources riches au design français.

A l'échelle plus large de la société, nous avons aussi remarqué que les initiatives de promotion du design, à l'instar de l'offre de formations, sont caractérisées par un manque de lisibilité et de structuration. Le morcellement visible dans les codes NAF des métiers du design, les organismes professionnels, les ministères de tutelle... fait perdre du temps, de l'efficacité et de la visibilité au design français. En bref, le pays manque à l'évidence d'un design (dessein, but, et dessin, mise en forme) de sa politique de développement et de soutien au design!

Les autorités auraient-elles enfin pris conscience de cette lacune? Le 9 janvier dernier, en clôture de la 9^{ème} conférence européenne sur les enjeux du design en Europe, le ministre français de l'Industrie Eric Besson annonce justement la création d'un « Centre national du design » dès 2012.

Son enjeu sera « d'affirmer le rôle stratégique du design dans l'économie, d'améliorer la compétitivité des entreprises françaises grâce à l'apport du design dans leur stratégie et de permettre aux métiers du design de se développer ». Ce Centre national sera conçu comme une « plateforme du design en France » et un centre de ressources à la disposition des professionnels, designers et entreprises. Il aura notamment pour missions d'améliorer la compétitivité des entreprises françaises grâce au design, de soutenir les métiers du design, et d'améliorer la visibilité du design français à l'international. Initiative louable, mais dont les ordres de mission ne se démarquent pas de celles des organismes existants comme l'APCI, le Lieu du design et autres que nous évoquons plus haut dans l'étude. Mais on apprend également d'Eric Besson que ce nouveau Centre du design sera en fait une émanation de l'APCI (avec le maintien de son équipe dirigeante actuelle), subventionnée à hauteur de 1 million d'euros en 2012 (soit 8 fois moins que ce que reçoit le UK Design Council), et qu'il devra travailler en partenariat avec tous les acteurs de l'innovation et du design: organisations professionnelles, fédérations professionnelles de l'industrie et des services, organismes de promotion sectoriels ou dans les régions (qui n'auraient pas été consultés).

Alors, vrai changement ou effet d'annonce? Démarche de design, ou simple « restyling » de l'existant? Il faudra quelques années pour pouvoir en juger, mais une chose est sûre, ce « nouvel » organisme hérite déjà de nombreuses polémiques et querelles à dépasser...

-

Notes:

- (1) La « culture anglo-saxonne » englobe le Royaume-Uni et les pays germaniques (Allemagne, Pays-Bas), mais aussi les Etats-Unis où de nombreux européens ont émigré au cours de la seconde guerre mondiale. Par souci d'équité, dans la suite de l'étude, nous considérerons le Royaume-Uni comme seul représentant anglo-saxon.
- (2) BAUER C., Le cas Philippe Starck ou La construction de la notoriété
- (3) <http://www.cumulusassociation.org>
- (4) <http://search.theeuropeanlibrary.org>
- (5) <http://www.businessweek.com/>
- (6) Commission européenne – Tableau de bord européen de l'innovation 2007
- (7) par StrategyOne
- (8) <http://www.etudes.ccip.fr/>
- (9) Commission européenne – Tableau de bord européen de l'innovation 2007

A voir,
lire
ou écouter

Design à voir

Ces images, ainsi que leurs légendes, proviennent directement de notre compte [Pinterest](#). Elles ont soit été publiées par nous, ou alors republiées depuis d'autres comptes.



Loïc Lobet et Anaïs Triolaire:
Morgiou



e-Solex by Solex et Colette



Lufthansa Business Class Seat and Cabin by PearsonLloyd



2011 Suzuki Swift S-Concept - Front And Side



MINI camper + caravan



Hanna pendant - Hand crocheted, mercedised cotton (sourced from fashion industry surplus)



'One Sense' headphones block out the world, use spikes to ward off interruptions



BMW i8 spyder convertible



Ménage enchanté vue lors du dernier salon Maison & Objet, la bibliothèque composable Free POrt imaginée par Marti Guixé pour Barcelona Design est un véritable petit bijou d'ingéniosité.



Cacti Clothes Lines



SodaStream Source by Yves Béhar at MOST



Elise Fouin: Suspensions Circus et Voltige



Parramyd / Kawamura Ganjavian



Vader Lamp by Luca Nichetto was spotted @ Stockholm furniture fair in February 2012



Cette chaise dessinée par Christophe Pillet pour Kristalia tire son nom du mot « Mem » qui signifiait « eau » en Egyptien ancien.



L'originalité est dans la porte Bahut Shift par Scholten et Baijings - Blog Esprit Design



THINKK Studio and Studio 248 at Ventura Lambrate 28 March 2012



Stefania Nicolosi: Benvenuto Double Hanger



L'artiste céramiste danois Steen Ipsen exposera ses dernières sculptures à l'occasion de Copenhagen Ceramics jusqu'au 24 mars 2012. Parmi celles ci, la série « Black Geometric » invite à la réflexion plastique sur la croissance géométrique.



Nouveau design pour les cabines d'ascenseur ThyssenKrupp par Eric Gizard



A la fois étagère, bureau, bar, cabine de dj, portemanteau, dressing, table de salon, le concept Living Structure (Structure vivante) imaginé par le designer allemand David Hanauer porte bien son nom



Cochon de cuisine



Cool outdoor table



kenneth cobonpue: cabaret



Kaktus stool. By Enrico Bressan for Artecnic.



Dual Eyewear sunglasses provide bifocal lenses for reading bike computers



shiro studio: grow watch for alessi



L'identité visuelle et l'aménagement intérieur de la chaîne de pharmacie suédoise Vådapoteket, par Stockholm Design Lab



nicolas le moigne: leather slip stool



Dot/Dash Translucent Pendant



kim byoungcho. soft crash, 2011



Concept: Un vélo design et écolo signé Peugeot



The White Shadow Lamp by Florent Coirier



TORAFU ARCHITECTS: KOLORO DESK



Rocking Lamp by Young & Battaglia



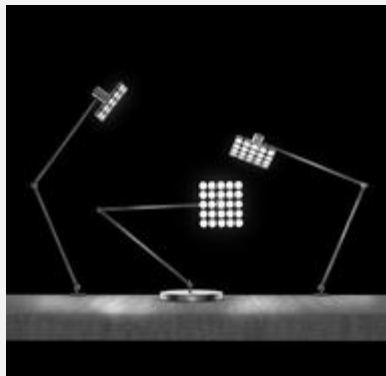
samsung monitors series 7 and 9



Muller Van Severen Design in Belgium



Altesse - La table basse by Cédric Ragot



michael samoriz: projector LED table lamp



Etagère Trees par Andrea Branzi



Collection Recycled - Design Nicola Santini et Pier Paolo Taddei pour Kann



STICKS CABINETS BY GERARD DE HOOP



toyota ft-bh hybrid concept



VW electric e-bugster concept at detroit auto show



BS Toy plates by Boguslaw Sliwiński



SOMBRERO BOTTLE JUICER BY MAURICIO AFFONSO



tokyo motor show - honda motor compo foldable electric scooter



tata megapixel - geneva motor show



'Dome' table lamp by Todd Bracher for Mater (DK)



philippe starck: peugeot city bike for bordeaux, france



dedans, dehors



Batidora por Ding3000 para Norman Copenhagen



SORRY GIOTTO LIGHT BY CATELLANI & SMITH



thibaut guittet: sac



Volteis by Starck: Le panier à salade estival officiellement dévoilé à Genève



ISKOS — BERLIN have designed the Snoopy armchair and sofa for Danish manufacturer Versus.



Canapé Disfatto par Denis Guidone

Design à lire ou écouter

"What can design do? Response to a banana critic", un article de Thomas Wagner – via stylepark.com.

Diagnostic de l'industrie française – via courrierint.com.

"How to manufacture desire", un article de Nir Eyal – via techcrunch.com.

"Designing perceptual persuasion" – via johnnyholland.org.

"User experience design is dead; Long live user experience", un article de Peter Merholz – via peterme.com.

"Design de persuasion: influencer une génération qui carbure à l'influence sociale", par @SandrinePromTep – via slideshare.net

"Jonathan Ive et la philosophie du design chez Apple", un article de Florian Innocente- via macgeneration.com.

"Design as a social force?", un article d'Harald Gründl – via stylepark.com.

"The Character of Design", un article de Steve Baty – via core77.com.

"Q&A: Who Needs Industrial Design?", un article de Joseph Brin – via metropolismag.com (RT @Go2Prod).

"Crowdfunding Revolution: Prepare to Launch, Pt 1 - Build Your Structure", un article de Don Lehman – via core77.com.

"Coaching Experience Designers", un article de Michael Hawley – via uxmatters.com (RT @L_Demontiers).

"Concevoir des produits visionnaires et être profitable sans usine" – une interview d'Henri SEYDOUX, PDG de Parrot – via go2prod.com.

"Bill's Design Talks: Is it time to rebrand Design Thinking?", un article de Perrin Drumm – via core77.com.

"Comment Disney a failli inventer IKEA", un article d'Elodie Palasse-Leroux – via slate.fr.

"Docteur Lehanneur", un article de Dorane Vignando – via obsession.nouvelobs.com.

A lire: un échange entre Jean-François Fiorina, directeur de l'ESC Grenoble et Christophe Fillâtre, président de Carré Noir – via blog.educpros.fr.

Brèves

A voir: A film about Stockholm Design Week and Stockholm Furniture & Light Fair 2012 – via [youtu.be](#).

"La voiture connectée au réseau 3G, c'est pour bientôt" – via [lemonde.fr](#).

Le "home made" continue à avoir le vent en poupe. Rowenta va sortir un appareil pour créer des soins naturels à la maison.

L'ENSCI-Les Ateliers crée un post-diplôme "Nouveau Design" dirigé par Jean-Louis Fréchin (RT [@AlainCadix](#)).

L'AFD lance les Cafés AFD dans plusieurs villes le 29 mars, l'occasion d'échanger de façon informelle – via [alliance-francaise-des-designers.org](#).

Volvo recrute l'ancien responsable du design des marques du groupe Volkswagen – via [boursier.com](#).

Sebastian Bergne et Normal Studio signent les nouveautés 2012 chez Tolix – via [yooko.fr](#).

Un Blog pour Designers et fans de process: [Product by process](#) (RT [@go2prod](#)).

Le design de la nouvelle Toyota Yaris Hybride expliqué, en anglais, par l'un de ses concepteurs... – via [avem.fr](#).

L'institut Bocuse et l'Ecole supérieure d'art et design de Saint-Etienne viennent de signer un partenariat de 3 ans – via [lhotellerie-restauration.fr](#).

Alstom Transport veut se doter d'une signature sensorielle – via [design-fax.fr](#).

Thomas Ingenlath (ex-Volkswagen), qui devient vice-président chargé du Design chez Volvo – via [industrie.com](#).

Dans le sillage des blogs "Do it yourself", Ikea Suède propose des idées pour personnaliser ses produits – via [nellyrodilab.com](#) (RT [@Go2Prod](#)).

A découvrir à Paris: la Cité de l'Ameublement et son histoire industrielle – via [lafabriquedeparis](#).

Un nouveau métier pour la Fnac, la déco et l'électroménager haut de gamme- via [lesechos.fr](#).

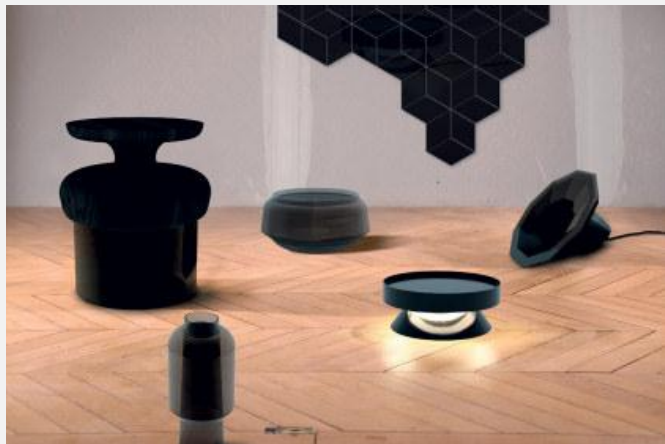
3 écoles d'ingénieurs lilloises lancent Adicode, , un projet pour former les ingénieurs à l'innovation – via [industrie.com](#) (RT [@innoveille](#)).

Après avoir gagné le titre de "Car Design of the Year", la Citroën DS5 s'en offre 2e, celui de "voiture de l'année" – via [motorlegend.com](#).

Art Paris Art fair accueille cette année un secteur consacré au design européen de création, « Séries limitées » - via [connaissancedesarts.com](#).

Nous en parlions il y a un an ...

Nous en parlions il y a un an, sur notre site www.larevuedudesign.com.



{objet} trou noir

Confiée à Gaëlle Gabillet et Stéphane Villard, la Carte Blanche du VIA 2011 pose un questionnement fondamental, inhérent à la pratique du design: quels peuvent être l'intérêt et l'aboutissement final d'une démarche visant à produire sans cesse de nouveaux produits, n'ayant souvent pour objectif que de rendre obsolètes les précédents?

Les offres d'emploi

Chargé(e) de mission Animation du réseau design Rhône-Alpes.

LA CITE DU DESIGN de Saint-Étienne recrute:

-Un(e) chargé(e) de mission Animation du réseau design Rhône-Alpes.

Missions: mettre en place, coordonner, et animer la plateforme d'échanges entre designers et entreprises. Assurer la relation de la Cité du design avec les acteurs du design en Rhône-Alpes. Animer le comité opérationnel Design en Rhône-Alpes. Assurer la relation avec les entreprises de design. Veille permanente sur les activités des acteurs du design (designers, entreprises, pôles, clusters, etc.) du régional à l'international.

Profil: connaissance des métiers du design et de l'ensemble des professionnels des entreprises créatives. Connaissance du web et des réseaux sociaux. Expérience souhaitée autour de l'animation de communauté. Maîtrise du langage web et des outils Internet. Pratique courante de l'anglais. Très bon relationnel et capacité d'animation de groupes. Bonne capacité rédactionnelle. Autonomie, sens de l'initiative et esprit d'équipe. Dynamisme, implication et rigueur.

Durée du poste: mai 2012 à avril 2013. Ce poste est susceptible d'être reconduit.

-Un(e) chargé(e) de mission IDeALL.

La Cité du design coordonne le programme européen IDeALL (Integrating Design For All in Living Labs). Ce projet propose de rassembler les communautés centrées sur l'utilisateur pour innover, les centres de design et associations spécialisées dans le design pour tous, le design de service et le design social, et les Living Labs, lieux de vie et d'expérimentations.

Profil: expérience de participation à un programme européen. Bilingue français/anglais. Bon relationnel, capacité d'animation de groupes, de négociation et de médiation. Autonomie, sens de l'initiative et esprit d'équipe. Dynamisme, implication et rigueur.

Formation: designer ou formation supérieure avec expérience des outils du design (animation de workshop, scénario d'usage).

Durée du poste: mai 2012 à avril 2014.

-Un(e) chargé(e) de mission Forum Innovation.

Au sein de la 8ème Biennale Internationale Design Saint-Etienne, le Forum Innovation rassemble un ensemble d'actions: colloques, séminaires, ateliers participatifs, visites d'exposition, etc. Profil: excellente capacité d'organisation et de gestion d'événement. Rigueur et précision dans les réalisations. Bon relationnel et capacité d'argumentation. Bonne capacité rédactionnelle. Autonomie, sens de l'initiative et esprit d'équipe. Maîtrise de l'anglais. Durée du poste: mai 2012 à avril 2013.

Postes à temps plein à pourvoir à Saint-Étienne. Recrutement contractuel ou par voie statutaire exceptionnellement (mise à disposition ou détachement uniquement). Rémunération statutaire + régime indemnitaire. Poste de catégorie A, filière administrative, cadre d'emploi des attachés territoriaux.

Candidatures (CV + lettre de motivation) sont à adresser avant le 13 avril, midi à Mme Christine Vérot, Cité du design, 3 rue Javelin Pagnon, 42000 Saint-Étienne.

Ou par mail: christine.verot@citedudesign.com

Via design-fax.fr

Titulaire de la Chaire internationale Design

L'UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT-ETIENNE recrute le titulaire de la Chaire internationale Design.

L'objectif de la Chaire internationale Design est de renforcer l'attractivité et le leadership de l'Université Jean Monnet dans la thématique transdisciplinaire du design inscrite comme prioritaire dans la stratégie que développe l'Université en partenariat avec la Cité du Design et l'École Supérieure d'Art et Design de Saint-Etienne (ESADSE). Les secteurs d'excellence du territoire reposent sur les usages numériques, les espaces publics, la filière Image et les nouvelles formes de manufacturing. La création de la Chaire internationale Design s'inscrit pleinement dans ce contexte.

La Chaire internationale Design propose un environnement de travail à fort potentiel: un salaire compétitif (niveau Professeur des Universités) au niveau international comprenant une prime d'excellence scientifique. Une équipe dédiée à la Chaire comprenant: un contrat post doctorat et un contrat doctoral. Une dotation de fonctionnement de la Chaire de 30 000 euros/an.

L'UJM recherche un(e) candidat(e) confirmé(e), doté(e) d'une solide expérience internationale pour une période minimale de 3 ans. Il (elle) aura pour mission de concevoir et animer un projet de développement à forte valeur ajoutée dans le domaine du design pouvant couvrir des approches diverses: arts numériques, image, médias, urbanisme et espace public, design industriel. Se situant au meilleur niveau international, le ou la candidat(e) devra posséder de réelles compétences de montage de projets notamment internationaux. Une maîtrise des langues française et anglaise est exigée. Il (elle) aura capacité à trouver des partenaires privés. Recrutement par un comité composé d'experts de l'Université, de la Cité du Design et d'experts nationaux et internationaux.

Contacts: Yves Clavaron, tél.: 04 77 42 13 10.

yves.clavaron@univ-st-etienne.fr

Cité du Design: Marie Haude Caraes, tél.: 04 77 49 31 92. marie-haude.caraes@citedudesign.com

Yann Fabes, tél.: 04 77 47 88 53.

yann.fabes@esadse.fr

Via design-fax.fr

Designer graphique packaging

CIDE-SEI, société internationale spécialisée dans la conception et la fabrication de jouets électroniques éducatifs, recherche pour son studio de design intégré (produit, graphisme et pack) un(e) designer graphique packaging.

Missions. Sous la direction du chef du design et en accord avec les définitions des chefs de projets:

Conception et préparation des documents d'impression pour packagings. Création de logos, chartes graphiques de marques et gammes de produits. Conception et préparation des documents de découpe des boîtes, validation en volume des boîtes. Préparation des documents de production pour graphisme et marquage des produits (autocollants, tampographie, sérigraphie...). Conception de maquettes et préparation des notices d'utilisation des produits. Création ponctuelle d'animations Flash. Suivi des projets graphiques, jusqu'à validation des épreuves finales, contrôle du respect des informations légales et relatives aux normes de sécurité.

Profil. De formation supérieure en graphisme, vous justifiez impérativement d'une expérience de 2 à 5 ans dans le domaine du packaging. L'expérience ou la connaissance du monde de l'enfance et de ses produits est un atout. De tempérament réactif et volontaire, vous comprenez ou êtes familier(ère) avec les contraintes de conception dans le marché grand public et êtes capable d'adapter vos compétences aux échéances courtes et au rythme soutenu des nombreux projets. Vous maîtrisez les outils de la suite Adobe CS5, de la créa à l'exé, et êtes généralement à l'aise avec les supports visuels de présentation. Vous savez traduire en volume structurel vos projets pack. Aussi créatif qu'organisé, rigoureux et précis, vous savez travailler au sein d'une équipe pluridisciplinaire et multiculturelle. Bon niveau d'anglais requis, vous savez communiquer vos idées dans cette langue. Poste basé à Vaulx-Milieu, Isère. À pourvoir dès à présent. Statut: CDI. Rémunération: selon profil. Adresser CV + portfolio au format PDF à François Marcelin: f.marcelin@cide-sei.com

Via design-fax.fr

Merchandiser/designer

MARKET VALUE, filiale du Groupe Team Créatif, agence de conseil en design global, recherche pour son activité retail un merchandiser/designer. Vous êtes spécialiste du merchandising dans les petits ou grands espaces de vente, univers food ou non food, consumer goods ou spécialistes. Vous avez une expérience en optimisation de l'offre et scénarisation des gammes de produits. Contactez nous. Tous types de contrats envisagés (Freelance, CDD, CDI). Envoyez votre CV et book à caroline.bouchin@marketvalue.fr

Via design-fax.fr

Designer produit

EUROPA MOTORSPORT, groupe multi-marques d'équipement motard (Mx No Fear, Spy, Vquattro, Astone Helmets) recrute un designer produit /product manager (1/2 an(s) d'expérience). Mission. Sous la responsabilité de la direction design produit, vous intervenez sur les projets de création produits et merchandising. Analyse du comportement de la marque et étude de la concurrence / Analyse du feedback des commerciaux. Recherche des influences et élaboration des lignes de produit. Elaboration du plan de collection. Étude et choix des fournisseurs en fonction des contraintes de développement, des prix et des délais. Élaboration des cahiers de tendances,

des gammes de couleurs et sourcing et du choix des matières pour les collections homme, femme et enfants. Réalisation des dessins et des fiches techniques des collections. Création de tous développements graphiques. Suivi des produits de la mise au point des prototypes jusqu'à la production. Déplacements en usine dans le cadre du développement, du sourcing ou de la production. Profil. Dynamique, créatif, rigoureux et autonome. De formation supérieure designer produit, vous disposez d'une solide expérience dans le design et le développement produit. Organisé et méthodique, votre expérience vous permet d'être force de proposition stylistique, de comprendre les enjeux commerciaux, de créer et développer des collections. Vous appréciez le travail en équipe. Vos capacités à communiquer vous permettent de faire le lien avec les autres départements de l'entreprise. Très bonne maîtrise des outils CAO (Illustrator, Photoshop, ...) et de la 3D (Solidworks, rendus). Des connaissances en web seraient un plus. Anglais impératif. Poste en CDI, basé à Aix en Provence, à pourvoir dès que possible.

Envoyez vos candidatures à: marketing@vquattro.com
Via design-fax.fr

Designer produit

ARECA, agence de design produit/packaging, située à Paris, spécialisée dans la création de produits cosmétiques et parfums, recrute un designer produit, 4 ans d'expérience souhaitée en conception de produits de luxe et grande distribution.

Bonne maîtrise indispensable de la 3D, impérativement sur le modèleur Rhinoceros + un moteur de rendu (3DSMax, Vray, Key Shot...). Bonne maîtrise de Photoshop, Illustrator.

Vous êtes créatif, rapide et organisé, soucieux du détail. Vous avez une bonne connaissance du marché de la cosmétique/parfumerie.

Vous prendrez en charge le développement des projets de manière autonome, sous la responsabilité d'un directeur de création, au sein d'une équipe de 18 personnes dont 9 designers.

En contact direct avec le client, vous organiserez et suivrez la réalisation des prototypes de vos projets auprès des maquettistes, coloristes et des différents sous-traitants.

Poste CDI, rémunération selon profil.

Envoyer CV, lettre de motivation et book électronique à: cboussiquet@areca.fr

Via design-fax.fr

Designer produit senior

AGENCE de design produits à Paris, avec un bureau à Milan, créée en 1984, spécialiste reconnue dans le domaine des produits, composants et équipements pour l'habitat, le médical, le transport et l'industrie recherche 1 designer produit senior.

Bac+5 avec un profil professionnel confirmé par trois à cinq ans d'expérience minimum dans des fonctions de chef de projet. Rattaché au directeur, il prendra en charge la gestion complète de toutes les phases des projets de design produits et le suivi client.

Très créatif et bon roughman, il a une parfaite

maîtrise de Illustrator, Photoshop, Rhino, Solidworks et 3DS max (ou équivalents). Le candidat aura de solides connaissances en matériaux, process industriels et développement produits et saura atteindre des objectifs de design to cost. Une formation de base technique (BTS génie mécanique, IUT,...) sera très appréciée. Le candidat aura une réelle capacité d'autonomie. Une aisance marquée dans les relations clients et des capacités d'organisation permettront une évolution vers des responsabilités de gestion de clientèle. La pratique de l'anglais sera un atout apprécié. CDI avec statut cadre à pourvoir tout de suite. Les candidatures auront un traitement strictement confidentiel. Envoyer votre CV et un mini-book par e-mail ou par courrier à: Emilie BRAYE, IDA design, 61 rue Damrémont, 75018 Paris. E-mail: braye@idadesign.fr
Via design-fax.fr

Designer couleurs matières & finitions - H/F

LE GROUPE SEB, leader mondial du petit équipement domestique, compte 25 000 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 3,9 milliards d'euros en 2011. Il déploie son activité dans près de 150 pays avec plus de 20 marques de premier plan telles que Krups, Moulinex, Tefal, Rowenta, Lagostina et All-Clad. Vendant quelque 200 millions de produits par an, le Groupe Seb met en oeuvre une stratégie de long terme fondée sur l'innovation, le développement international, la compétitivité et le service au client. Dans le cadre d'une création de poste, nous recherchons un(e) designer pour la direction design du groupe Seb. Basé(e) au siège mondial à Ecully (Lyon), reportant au directeur du design, vous créez cette fonction au niveau corporate et intervenez en pilotage des 3 ateliers design du groupe et agences externes sur les aspects couleurs, matériaux & finitions (CMF). Vous apportez votre expertise afin de créer et faire créer les chartes et collections des marques du groupe. Vous assurez la création des mood boards par marque et/ou type de produits. Vous animez la veille tendance design et assistez le pôle matériaux dans la constitution et l'animation de la matériauthèque.

Designer confirmé, un minimum de 10 ans d'expérience dans le secteur de l'automobile ou de l'électronique grand public vous ont permis d'acquérir la parfaite maîtrise des processus industriels liés à la finition. Ce poste requiert une personnalité alliant drive et diplomatie, capacité d'entraînement et intelligence des situations. Votre anglais est courant. Poste basé à Lyon. CDI.

Candidatures en ligne sur www.groupeseb-careers.com. Offre référence FR/2012-793.

Via design-fax.fr

Designer

Studio Ora-ïto

Description du poste: Intégration de l'équipe Design Produit/Mobilier afin de travailler sur des projets

divers et variés en partenariat avec des grandes marques d'édition.

Une excellente maîtrise des outils de modélisation et rendu 3D est attendue. Un bon niveau de dessin sera également apprécié. Le candidat devra être capable de s'appropriier la grille de l'agence afin d'assurer des phases créatives. Nous recherchons une personne motivée, autonome et possédant une certaine facilité à s'intégrer dans une équipe.

Type de contrat: CDD ou Freelance

Début du contrat: 02 Mai 2012

Employeur: Studio Ora-ïto

8, place des Victoires 75002 Paris

Tél.: 01 42 46 00 09

Interlocuteur:

M. Adrien Beauvais

e-mail: hadrien@ora-ito.com

Via designjob.fr

Designer 5 ans d'expérience minimum

Agence Malherbe Design

Description du poste: Vous avez au moins 5 ans d'expérience en agence de création ou en freelance.

Vous avez une solide expérience en agence avec des réalisations en architecture commerciale ou en architecture d'intérieur.

Vous avez une très bonne connaissance technique, une connaissance des matériaux, et des procédés de fabrication.

Vous avez une personnalité forte et charismatique capable de motiver des équipes.

Vous avez le sens de la compétition, vous aimez gagner et relever des défis.

Vous savez transmettre votre expérience à vos collaborateurs.

Vous êtes capable de gérer plusieurs projets simultanément de la création à la réalisation, de manager des équipes jusqu'à 10 personnes, de compétences différentes (dessinateur, modelleur, graphiste, designer, commerciaux).

Type de contrat: CDI

Commentaires:

- Formation niveau bac 4 bac 5 en design industriel ou en architecture d'intérieur

- Parfaite maîtrise d'Illustrator et Photoshop

- Rigueur, Créativité, Bon coup de crayon, Bonne sensibilité graphique

- Permis B

- Anglais fluide obligatoire, Espagnol si possible

Employeur: Agence Malherbe Design

64 rue de Rome 75008 Paris

Description de l'entreprise: L'Agence Malherbe Design, agence de création, spécialiste du commerce a pour vocation d'apporter une direction artistique au métier du mass. Cette mission contribue à accompagner la grande distribution dans les grandes mutations du commerce.

e-mail: myjob@malherbedesign.com

Via designjob.fr

