

## La profession du design au service de la créativité de nos industries - Brigitte Borja de Mozota



*« En effet, les designers sont, par essence des experts de l'humain, des gens capables de comprendre les besoins, des individus de manière fine, intelligente et prospective »*

Par Etienne Bauchet



### ***Quels sont les forces et les atouts du design en France ?***

La principale force, sur laquelle le **design français** puisse compter est sa **créativité** reconnue sur le plan international. Cette créativité s'exprime dans **les écoles de design parisiennes dont le niveau est tout a fait excellent**. Les designers français ont aussi un très bon niveau de formation et des contextes d'écoles design variés.



### ***Que pensez vous de la nouvelle génération de designers et Design Managers et de la façon dont les entrepreneurs sont aujourd'hui sensibilisés à l'apport du design ?***

Cela fait deux questions car on ne peut pas dire qu'il existe en France des liens étroits entre la profession du design et les entrepreneurs ou le business en général. La nouvelle génération de designers va entrer sur le marché du travail dans un contexte qui lui sera très favorable. **La demande en design est forte et ce dans toutes les activités économiques et toutes les disciplines du design.**

Par ailleurs, la convergence des industries, le changement profond d'une économie « industrielle » avec des industries en silo - vers une économie « individuelle » qui rend les frontières entre les marchés plus floues - vers les services et les nouveaux modèles d'entreprise créés autour de communautés d'individus (eBay), tous ces bouleversements sont favorables au développement du design. En effet, les designers sont, par essence des experts de l'humain, des gens capables de comprendre les besoins, les désirs des individus de manière fine, intelligente et prospective

D'autre part, ils (elles) savent s'adapter à des environnements peu certains et chaotiques. Dans ce monde qui change en profondeur, les designers peuvent être des atouts pour les chefs d'entreprise pour les aider « à penser autrement leur industrie ». Ce monde a besoin de faire appel à toutes les professions dont le métier est de « penser » : chercheurs, artistes, designers ... Mais cette forte demande en design va s'accompagner de plus de rigueur dans la mesure du retour sur investissement design et dans les méthodes et outils des designers. Elle impliquera aussi de développer une conscience collective chez les jeunes designers.

**« Les designers ne sont pas formés à une profession, ils (elles) sont formés à la création (...) Le design doit désormais être considéré comme une profession et non plus comme un objet »**



#### **Les designers par rapport au « business » en général en France**

Comme le montre notre récente étude, le design est une activité comme une autre où il existe des étapes de carrière et où il faut avoir à un moment ou un autre des compétences en gestion. Les designers à mon grand regret continuent à être formés pour être des créateurs individuels et pour un premier job. Et donc, **ils (elles) n'ont pas comme les ingénieurs le réflexe de la double compétence scientifique et gestion**. Ce qui les rend peu crédibles vis-à-vis d'autres professions.

**Les designers ne sont pas formés à une profession, ils (elles) sont formés à la création.** Mais la création se fait de plus en plus dans des contextes d'équipes pluri disciplinaires et même si l'on voit quelques initiatives de ponts entre ingénieurs et designers ou entre marketers et designers, ces initiatives restent à la marge. Les managers, les grandes écoles de commerce comprennent qu'elles doivent se mettre au design mais pour une initiative telle que celle que nous avons entamé à l'ESSEC dans l'Institut d'Innovation dans les services (ISIS) combien d'autres restent à faire ! Pourquoi ne pas insérer simplement une ligne « design » dans la check-list du parfait créateur d'entreprise. Il faut créer des liens avec le design dès le début de l'entreprise.



#### **Quelles évolutions préconisez vous ?**

J'en vois deux : le design comme industrie créative et le développement de la recherche universitaire en design et sur le design.

**Le design doit désormais être considéré comme une profession et non plus comme un objet**, comme une industrie et non plus juste comme une création. Il fait partie des industries créatives. Pour cela, il faudrait un regroupement macroéconomique des acteurs de la filière design. Cet enjeu n'est pas compris en France où encore aucun économiste ne s'est penché sur le sujet. Mais à l'international, on raisonne déjà en carrière et en compétence des designers, ce qui accroît la pression sur le modèle français qui devra évoluer.

Nous avons d'ailleurs créé avec **Alain Findeli**, professeur à Nîmes, **les Ateliers de la Recherche Design**, espace intellectuel de réflexion sur les problématiques design. L'objectif est de réunir les chercheurs francophones qui s'intéressent au design, quelque soit leur science (sciences de l'ingénieur, sciences sociales, ou art, arts appliqués, philosophie, science du langage, science de gestion), afin de **construire une « science du design »** indépendante et pourquoi pas un jour comme en architecture, **voir des thèses en design**. Cet espace régulier d'échanges est un premier espoir vers un **Laboratoire de Recherche en design**. Il crée une communauté universitaire entre des chercheurs et doctorants souvent isolés, un espace commun entre deux designs, celui du Ministère de Culture et celui du Ministère de l'Industrie ou du Commerce extérieur. Face à une profession morcelée, la nécessité de se connaître et de partager entre chercheurs me semble être une base indispensable afin de pouvoir porter une revendication pour faire reconnaître la profession et pour susciter plus de recherche académique dans les écoles design.

**Pour plus d'information sur les Ateliers de la Recherche en Design :**

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