



Dans ce numéro, retrouvez :

Affûtages d'Oc	IV
Engrenages HPC	IV
Soframe	V
Martin-Belaysoud Expansion	VI
Aquarese Industries	VII
Robotic SA	VII
Dalmec	VIII
Daewoo Orion	IX
Waldmann	IX
Levalair GPH	X
Madicob	X
Rollon France	XI
Euromip	XI
CEN International	XII



Véritable outil de valorisation de l'innovation technologique, le design est aujourd'hui intégré dans les stratégies industrielles dès la phase de R&D. Méthodique et créatif, il répond désormais aux contraintes techniques autant qu'économiques.

Les enjeux du design industriel

© JAMES HARDY/PHOTOALTO



Station de travail conviviale, destinée aux anesthésistes (Taema Felix).

Le designer fait du beau... mais pas seulement. Désormais intégré dans les stratégies et les politiques industrielles, le design entend valoriser l'innovation technologique et être en accord avec des contraintes de coût de production, de taille, de fonctionnalité ou encore d'ergonomie et de sécurité. La démarche du designer, méthodique et créative, tisse ainsi des liens entre les activités de production, de marketing, et les désirs des utilisateurs.

« Le recours au design n'est pas nouveau en France. Dès les années 1950, certains industriels ont commencé à faire régulièrement appel à des designers, explique Anne-Marie Boutin, présidente de l'APCI (Agence pour la promotion de la création industrielle). C'est le cas notamment dans les secteurs de l'automobile, des arts ménagers ou de l'ameublement. Mais ce n'est qu'au début des années 1980 que s'est produite une montée en puissance de la sensibilisation au design. Progressivement, les industriels se sont rendu compte que c'était un facteur de différenciation qui pouvait leur permettre de

conquérir de nouveaux marchés. Toutefois, ces évolutions sont récentes, et il y a encore beaucoup à faire, notamment auprès des PMI. Nous disposerons en fin d'année d'une meilleure connaissance du secteur du design, du mode d'exercice des métiers qu'il représente, de l'évolution de la demande des entreprises, grâce aux résultats d'une enquête menée par l'APCI à la demande du ministère de l'Industrie. »

Le design : une créativité appliquée

« Notre métier n'est pas un métier de créativité libre, explique Marc Piel, responsable de l'agence InterDesign®. Il s'agit de créativité appliquée : ce sont les aspects techniques, la compatibilité humaine et les contraintes industrielles qui dictent l'esthétique d'un produit. » L'agence InterDesign® est spécialisée dans le design industriel de produits intégrant de l'électronique, de l'informatique et des interfaces graphiques, en direction d'entreprises comme la SNCF, Alcatel, Siemens, Alstom... « En tant que designers, nous concevons l'uti-



lisation de produits, poursuit Marc Piel. *Nous analysons tout d'abord la relation entre l'être l'humain et le produit futur, et nous définissons alors une interface qui peut être électronique, ergonomique, physique, ou émotionnelle.* »

Le designer travaille en lien direct avec le bureau d'études du client et joue un rôle important dans la mise en place du processus d'innovation. En état de veille technologique constant, l'agence de design se tient toujours informée des nouveaux matériaux et des nouvelles techniques industrielles.

« Les grands groupes ont aujourd'hui presque tous un ou plusieurs centres de design intégré, constate Anne-Marie Boutin. Certains placent le design à un niveau stratégique,

Borne facilement réparable, destinée à faciliter l'échange de billets (SNCF).

comme Renault ou Alcatel, d'autres le situent encore au niveau des directions de la communication, des bureaux d'études ou des directions de projets. Le designer intégré a de plus en plus souvent un rôle de design manager et travaille en relation avec des designers externes. Les PME, quant à elles, n'ont pas toutes la capacité d'avoir un centre de design intégré, mais peuvent faire appel à des agences extérieures. Tout dépend alors de leur taille et de leur secteur d'activité. »

Au service des hommes

« Une machine industrielle est utilisée par des hommes, ceux-là mêmes qui se servent des téléphones, des montres, des appareils électroménagers... Ils sont donc tout aussi sensibles au design, à l'ergonomie ou à la fonctionnalité d'une machine industrielle », souligne Marc Piel.

InterDesign® a récemment mis au point pour l'entreprise Gilles Leroux une machine de fabrication de cartes à puce. Spécialement conçue pour s'adapter aux différents besoins des clients finaux, elle est entièrement modulable et intègre également des contraintes de visibilité des fonctionnalités, d'organisation des éléments techniques, d'ergonomie et de sécurité. Selon une étude menée par InterDesign®, dans le cas d'une telle machine, le coût du design industriel est situé entre 1 % et 1,5 % du prix de vente. La valeur ajoutée atteint, elle, les 25 %. En comparaison, le coût du



Machine modulaire de fabrication de cartes à puce (Gilles Leroux).



Téléphone à touches ergonomiques (Alcatel).

© INTERDESIGN®

Panorama Design France

Attendue pour l'automne prochain, la quatrième édition de cet annuaire spécialisé, édité par l'APCI, présentera plus de 140 agences et designers indépendants, une vingtaine d'écoles et près de 700 adresses en lien direct avec la profession. Objectif : promouvoir l'offre du design en France, faciliter le choix et la décision, et donner envie aux chefs d'entreprise d'améliorer la qualité de leurs produits.

design d'un produit grand public avoisine 0,01 %, et peut représenter jusqu'à 50 à 60 % des raisons d'achat.

La révolution 3D

La numérisation en trois dimensions a ouvert de nouvelles perspectives en matière de design. En amont des phases de conception de produits, les designers s'appuient de plus en plus sur cette technologie, devenue plus abordable pour les industriels. Par ailleurs, l'amélioration de la CAO 3D permet un gain de temps considérable et se révèle très utile en phase de prototypage ou de contrôle de mesure de produits finis.

« Nous travaillons essentiellement avec l'informatique, ajoute Marc Piel. La 3D est un outil qui nous permet notamment de faire une copie du produit en épaisseur : la technique de prototypage rapide par stéréolithographie nous donne, en quelques heures, une maquette fidèle au produit fini. »

Le design semble avoir enfin trouvé une légitimité au sein des entreprises industrielles. Longtemps considéré comme un artiste, éloigné des réalités économiques, le designer occupe désormais une place de choix, aux côtés des décideurs, des ingénieurs et... des utilisateurs. ♦

« Le design industriel se positionne progressivement sur de nouveaux créneaux, et particulièrement sur celui d'utilité collective. Les enjeux sont d'offrir à tous, à toutes les périodes de la vie, un environnement plus valorisant et des objets plus accessibles, pour influencer sur les comportements. Il ne doit pas y avoir d'exclus du design. »
Anne-Marie Boutin,
présidente de l'APCI
(Agence pour la promotion de la création industrielle)

Chariot élévateur avec mise en valeur des critères de sécurité, stabilité, confort, robustesse, facilité de conduite... (MIC).



Valérie DIXNEUF

© INTERDESIGN®