

Actualité en France

N° 4 – Janvier 2013

Le design, facteur de compétitivité



Cuisinière La Cornue

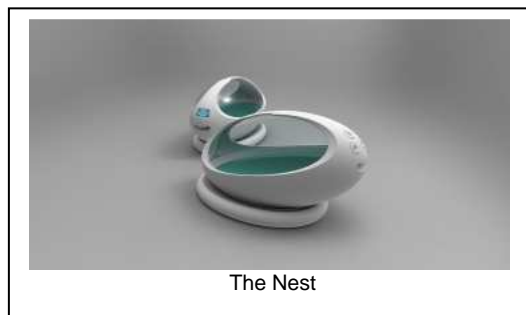
Dans les années 1980, Margaret Thatcher avait lancé une formule visionnaire : «Design or resign» ! Aujourd'hui, le design est reconnu comme un facteur de compétitivité et les Français se distinguent par une approche originale.

Avec 170 objets présentés, l'exposition «Design, où es-tu ? L'Observateur du design 13» (jusqu'au 24 mars à la Cité des sciences de Paris), offre un panorama représentatif du design en France. Dès l'entrée du Salon, une belle cuisinière La Cornue, revisitée par Jean-Michel Wilmotte, marque la tendance. *«Concevoir de nouveaux produits pour des entreprises traditionnelles bénéficiant d'un savoir-faire reconnu, tout en conservant la qualité d'origine, est l'une des*

pistes à exploiter pour le design actuel», estime Anne-Marie Boutin, présidente de l'Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI), qui organise l'exposition.

De nombreuses applications et un enjeu économique considérable

Le design s'applique dans tous les domaines et concerne aussi bien les particuliers que les entreprises, séduits autant par l'esthétique que par les qualités fonctionnelles des produits proposés. Du téléphone portable à l'aspirateur aux lignes épurées, en passant par le dernier né des berceuse pour prématurés ou le système d'éclairage des blocs opératoires de la société Maquet, les clients attachent une importance croissante à la forme des objets qu'ils vont utiliser.



The Nest

Selon les résultats d'une étude réalisée par l'APCI, le poids économique du design est considérable. Le chiffre d'affaires du secteur se situerait entre 1,9 et 3,4 milliards d'euros. Plus de 30 000 personnes exerceraient une activité de designer à titre principal. L'effectif total concerné par cette activité est estimé entre 46 et 56 000 personnes.

Des grands noms français du design

«J'aime ouvrir les portes du cerveau humain», confie Philippe Starck, un des designers français contemporains les plus célèbres au monde. Connue pour ses décorations d'intérieurs et ses collections de meubles, alliant créativité et fonctionnalité, Philippe Starck a également travaillé sur un concept dit de «design démocratique», destiné au grand public.

Jean-Michel Wilmotte est le développeur du concept d'«architecture intérieure des villes». Au fil du temps, l'agence Wilmotte & Associés, qui compte 185 collaborateurs de 40 origines différentes installés dans une vingtaine de pays, s'est diversifié, notamment dans la muséographie, l'urbanisme et le design.



MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES

Christian Liaigre propose quant à lui un mobilier de fabrication artisanale aux formes inédites. Depuis 25 ans, Christian Liaigre a su imposer une image singulière : celle d'un travail exigeant et raffiné. Il associe la sobriété à une élégance distinguée.

Une formation française de haut niveau et une importante dimension internationale

La qualité des écoles françaises d'enseignement supérieur, dans tous les domaines des arts décoratifs, est unanimement reconnue. Des établissements, comme l'Ecole nationale supérieure des arts décoratifs et l'Ecole nationale supérieure de création industrielle, dispensent chaque année une formation artistique, scientifique et technique à près de 1500 jeunes concepteurs-créateurs.

Les entreprises du monde entier se disputent les designers français, réputés visionnaires, créatifs et capables de concilier la conception de beaux objets et les technologies de pointe. Les responsables de ces sociétés recherchent notamment une alternative à la culture anglo-saxonne. BMW, Audi, Kia, Lenovo, Philips, Bombardier, Nokia font partie des nombreuses entreprises à avoir embauché des stylistes français, lesquels commencent aussi à investir les agences de design, californiennes notamment.

De leur côté, les agences de design françaises créent des antennes à l'étranger et nouent des partenariats avec des structures locales. Elles savent s'adapter aux demandes spécifiques, telles l'agence MDB, qui s'est attachée à ce que le premier train rapide coréen reflète l'identité du pays, ou In Process, qui a conçu un mascara correspondant précisément à la demande des femmes coréennes.

Les actions de coopération se multiplient aussi au niveau institutionnel. Un projet européen, pour lequel la France est chef de projet, est mené actuellement avec l'Allemagne, la Finlande et la Roumanie. Par ailleurs, l'Agence française pour la promotion de la création industrielle (APCI) organise des opérations promotionnelles avec Ubifrance, l'organisme chargé d'accompagner les entreprises françaises dans leur démarche à l'exportation, et l'Institut français, l'opérateur de l'action culturelle extérieure de la France. Ces organismes publics sont également associés à différents partenaires étrangers, comme le Centre de promotion du design de Séoul ou le Centre de promotion du design à Hong Kong, pour l'organisation de la Business of Design Week.



Des rendez-vous en 2013

En France, le monde du design est très actif et de nombreux événements sont organisés chaque année. On peut d'ores-et-déjà annoncer, les 28 et 29 janvier 2013 à Paris, la Conférence européenne Designnovation, sur le thème «clusters et industries créatives», et la huitième Biennale internationale du design, du 14 au 31 mars 2013 à Saint-Etienne.

Afin de préparer l'avenir, le réseau d'écoles France design éducation organise également, le 7 février prochain, des rencontres entre des entreprises et de jeunes diplômés à la Bourse du Commerce de Paris. L'objectif : démontrer que le recours au design favorise la croissance des entreprises et leur permet de résister aux difficultés conjoncturelles. De plus en plus de dirigeants d'entreprises en sont convaincus et ont déjà mis le design au cœur de leur

stratégie de développement.

Sylvie Thomas