

Le design est un outil de développement économique



Clio Brzakala: Le design accroît la valeur ajoutée des produits et services, sans nécessairement augmenter leur prix de revient. © Wallonie Design asbl

Tous les avis autorisés convergent et les preuves commencent à se multiplier en Wallonie: les entreprises qui intègrent le design de manière volontariste dans leurs produits et services s'en félicitent tôt ou tard. Entretien avec deux acteurs de référence en la matière: Thierry Van Kerm, directeur du centre de compétence Design Innovation (Charleroi) et Clio Brzakala, responsable de l'asbl Wallonie Design (Liège).

Textile Magazine: Lors d'un précédent entretien avec Marie Arena (TM mai 2007, www.textilemagazine.be), la Ministre de la formation en Région Wallonne déplorait un certain retard culturel de la Wallonie en matière de design. Partagez-vous cette analyse?

Thierry Van Kerm: Tout à fait, notamment par rapport à la Flandre ou aux Pays-Bas. Le design est souvent perçu à tort comme une discipline onéreuse, cantonnée aux produits de luxe et réservée à une élite de consommateurs. Cette perception réductrice conduit trop d'industriels à ignorer le design ou à y renoncer sous prétexte qu'il s'agit d'un investissement coûteux, voire à fonds perdus. Or, l'expérience apprend que les entreprises qui ont intégré le design

dans leur production - de préférence dès l'amont de celle-ci - y trouvent un avantage concurrentiel qui les différencie du tout venant, assoit leur notoriété et contribue souvent à leur rayonnement international. C'est à leur politique résolue de design que des sociétés belges comme la chocolaterie Marcolini ou la poêlerie Stûv doivent une grande partie de leur succès. Le design, ce n'est pas qu'affaire d'esthétique, c'est aussi affaire d'ergonomie, de fonctionnalité, de gratification, bref de qualité de vie. C'est une démarche globale qui porte non seulement sur le produit lui-même, mais également sur l'environnement (identité visuelle, réseau de vente, etc.) dans lequel il est commercialisé.

Clio Brzakala: Il faut battre en brèche l'idée reçue selon laquelle le design grèverait systématiquement les prix de revient à la production. Mexys a prouvé exactement le contraire: cette société de Mons, spécialisée dans l'équipement médical, a réussi à diviser par trois le prix de revient d'un composant électronique qu'elle a repensé avec l'enquête menée pour Wallonie Design auprès de plus de 2000 entreprises wallonnes fait apparaître qu'elles ne sont encore que 45% à intégrer le design dans leur stratégie.

TM: Ces 45% représentent une proportion prometteuse, si l'on sait que Design Innovation et Wallonie Design ont été créés une bonne décennie après Design Vlaanderen?

CB: Les chiffres bruts sont trompeurs. Une analyse plus fouillée des réponses nous a appris que bon nombre des entreprises affirmant intégrer le design confient en fait celui-ci à un ingénieur ou à un directeur commercial, voire à... un parent ou à un proche supposé avoir quelques dispositions pour le dessin. C'est dire le chemin qu'il reste encore à parcourir pour inciter les entreprises à capitaliser davantage dans la discipline. Cela dit, tout n'est pas qu'ombre au tableau. La

Mobilier urbain conçu avec le soutien de la Maison de l'Entreprise dans le cadre du projet "Mons'afiche". La forme du support évoque la morphologie du Doudou.

© Entreprise: Taquin, Frameries - Design: Phil Design Studio, Soignies - Ecole: Saint-Luc, Liège. Action Design de la Maison de l'Entreprise Tournaisis-Mons-Borinage-Centre



Wallonie compte nombre de sociétés qui doivent leur essor au design: l'électroménagiste Dejelin (Sombreffe), la distillerie Radermacher (Raeren), la verrerie Durobor (Soignies) et la filiale belge de Babylliss (Wandre) sont de celles-là, et la liste n'est pas exhaustive (n.d.l.r.: la success-story de certaines d'entre elles est relatée dans TM mai 2007 et août 2007, www.textilemagazine.be).





Cancun 2006 - Design Vincent Assez - Durobor s.a. Photo Vincent Lampole - Agence Evolution Communication

TM: Quels objectifs poursuivent vos associations respectives?

TVK: Design Innovation est un centre de compétences dédié aux métiers du design. Momentanément basé à Charleroi, il est appelé à être transféré en 2009 à Bray-Péronnes (Binche) dans un complexe en cours de réhabilitation. Mais nous n'avons pas attendu cette échéance pour organiser des sessions de formation. Au printemps dernier, nous avons initié une session (étalée sur cinq mois à raison de trois jours/semaine) à l'intention de designers demandeurs d'emploi. Pour les 12 à 15 places disponibles, nous avons reçu non moins de 80 demandes! A l'instar des autres formations au design que nous dispensons (aux entreprises, aux designers en activité, aux enseignants), celle que nous réservons aux demandeurs d'emploi se veut très pragmatique. Ces "apprenants" sont déjà formés au design, mais souvent d'une manière exclusivement conceptuelle. Notre démarche formatrice consiste donc à les doter des compétences managériales (marketing, gestion, etc.) utiles à leur insertion professionnelle. A l'issue de cette session, 90% des apprenants sont déjà en voie d'insertion, soit qu'ils sont en passe de décrocher un emploi en entreprise, soit qu'ils se préparent à monter leur propre affaire. Deux d'entre eux se destinent d'ailleurs au design textile.

CB: L'objectif premier de Wallonie Design est de jouer le rôle de trait d'union entre le monde du design et celui de l'entreprise, deux univers encore trop cloisonnés. Notre asbl regroupe quinze organismes œuvrant à la promotion du design, parmi lesquels figurent notamment la

Région wallonne, l'Awex, l'Union des Designers en Belgique, la Maison de l'Entreprise, Pro Materia, le WCC-BF et Fedustria (textile et bois). Nous avons une mission de plate-forme de concertation entre tous les acteurs institutionnels de la Région: organismes publics, associations professionnelles, organisateurs d'événements, etc. À ce titre, nous fédérons les actions de promotion du design, de manière à prévenir des initiatives en ordre dispersé et à renforcer les interactions entre tous les acteurs du secteur. Nous contribuons aussi à l'organisation de colloques sur différents thèmes se rapportant au design, tels que la propriété intellectuelle, le prototypage, l'éco-conception, les cosmétotextiles, etc. Par ailleurs, nous avons une mission d'intégration du design au sein de l'économie wallonne. A cet effet, nous avons constitué une banque de données répertoriant 250 designers classés par spécialité. Outil de rapprochement entre design et économie, ce portfolio, unique en Wallonie et consultable en ligne, permet aux entreprises, enseignants, étudiants ou toute personne intéressée à la discipline d'entrer en contact avec ces designers. Par ailleurs, nous assurons la promotion d'initiatives valorisant le design en relatant (notamment dans *Textile Magazine*) les success-stories des collaborations les plus réussies entre design et entreprise.

Propos recueillis par Paul Vermaut

Info:

www.designinnovation.be

www.wallonie-design.be

Flanders InShape, nouveau pôle flamand de compétence

A l'instar de la Wallonie, la Flandre est désormais dotée, elle aussi, d'un pôle de compétence visant à promouvoir l'innovation et le design. Inauguré le 20 septembre dernier, Flanders InShape (FIS en abrégé) se positionne, à partir de ses bases courtaisiennes, en plate-forme de concertation proactive entre l'industrie, les centres de recherche et l'enseignement supérieur (universités et hautes écoles). L'industrie est représentée au FIS par neuf associations patronales, au nombre desquelles figure Fedustria (textile/bois). Le président de FIS n'est d'ailleurs autre que Philippe Vlerick, patron des sociétés textiles Uco (Gand) et Bic Carpets (Courtrai). FIS se propose notamment de constituer une banque de données de designers et d'organiser des ateliers, séminaires et formations suscitant des synergies intersectorielles.

En Flandre, le design et l'innovation se font en ordre encore trop dispersé, explique Maka De Lameillieure, directrice du nouveau centre. Dans nombre d'entreprises, le développement de nouveaux produits résulte plus souvent de demandes expresses de clients que d'un management anticipatif de l'innovation. Et la directrice d'exhorter l'industrie flamande à prendre exemple sur la Finlande, meilleur élève de la classe européenne en la matière: Dans notre pays, les entreprises collaborent généralement avec un seul partenaire (souvent un client) au développement d'un nouveau produit tandis qu'en Finlande, elles sollicitent en moyenne le concours de cinq partenaires!

P.V.

Info: www.flandersinshape.be

Dans le prochain numéro de Textile Magazine:

L'innovation et le design vus de Flandre

Thierry Van Kerm: Fondés sur l'esprit d'entreprendre, nos programmes de formation sont structurés autour de la construction d'un plan d'affaires.
© Design Innovation asbl

