

# Collaborer avec un designer

Le design se distingue des autres fonctions ou compétences d'une entreprise de par sa capacité à donner forme et organiser en un système cohérent, les caractéristiques propres à chaque entreprise (identité visuelle, produits, process, packaging, signalétique, communications...).

Dans ce sens, le design permet la mise en avant des valeurs spécifiques de l'entreprise liée à son identité. Ces valeurs qui, indéniablement, renforcent la relation avec le client, fidélise l'utilisateur et accentue la différenciation sur le marché.

A partir de ce constat, les entreprises qui souhaitent recourir au design se posent parfois ces questions : Quand faire appel à un designer ? Comment bien collaborer avec un designer ? Pourquoi rédiger un brief ou cahier des charges ?

Dans cet article de la rubrique *Conseil* nous tentons d'y apporter des réponses.

## Quand faire appel à un designer ?

Une entreprise peut avoir besoin d'un designer à différents stades ou moments de son évolution, comme par exemple quand ce type de questions se pose :

- Comment améliorer la qualité, la performance, l'accès de mes produits ou de mes services ?
- Est-ce que l'image de marque de mon entreprise

- correspond aux attentes de mes clients, utilisateurs ?
- Mes produits doivent être mis aux normes pour permettre à mon entreprise d'accéder à de nouveaux marchés, comment faire ?
  - Quelles sont les supports graphiques nécessaires au lancement de mon activité ?
  - Au sein de mon entreprise, comment faciliter les interactions entre mes employés ?
  - ...

## La collaboration avec un designer

Bien que le design soit « en vogue » depuis plusieurs décennies, le métier du designer et toutes les compétences qu'il englobe est encore très peu connu. Cette méconnaissance du design conduit à deux problématiques lorsqu'il s'agit d'entamer une relation entreprise/designer :

- Le **manque de vocabulaire commun** entre entreprise et designer peut rendre une relation compliquée et compromettre l'évolution du projet.
- Le client pense trop souvent, en demandant les services d'un designer, qu'il a affaire à un prestataire de service classique alors que **le designer est un concepteur**. La réponse qu'il va donner à la problématique posée par l'entreprise est un projet design. Le designer a donc un **statut d'auteur** et ses créations sont protégées par la **propriété intellectuelle**.

Pour permettre au projet de se développer dans les meilleures conditions, il est important de bien détailler ce qui va faire l'objet de la collaboration entreprise/designer. Ce travail est appelé **le brief**, ou parfois aussi cahier des charges. Un document clef qui reflètera la qualité de la relation de travail entre le designer et l'entreprise et permettra un bon

suivi tout au long du projet.

## **Les objectifs du brief**

Bien rédigé, un brief permet de parvenir à des solutions créatives plus pertinentes et de les développer de manière plus efficace. Il vous permettra entre autre de :

- Vous poser les bonnes questions afin de prendre les bonnes décisions dès le départ.
- Identifier les acteurs du projet et les personnes ressources avec lesquels le designer pourra échanger.
- Gagner du temps en planifiant les tâches, en élaborant un rétro-planning.
- Veiller à ce que le projet atteigne les objectifs fixés en énonçant les conditions générales selon lesquelles la prestation s'exercera : conditions de règlement et d'exécution, confidentialité et exclusivité, propriété intellectuelle et exploitation, résiliation de contrat, droit applicable, etc. Il vous permet de déterminer et d'accepter toutes ces conditions à l'avance, tel un vrai contrat.

**Sachez que le brief peut également être rédigé en collaboration avec le designer. Celui-ci peut, en effet, vous aider dans cette démarche en apportant son expertise, un point de vue extérieur et d'éventuels questionnements qui peuvent s'avérer très bénéfiques pour l'évolution du projet.**

Le mois prochain (juin 2018), l'article *Conseil* vous présentera les éléments importants pour la rédaction d'un bon brief.

Si vous avez des questions sur cet article ou si vous souhaitez en savoir plus, n'hésitez pas à nous contacter, [info@walloniedesign.be](mailto:info@walloniedesign.be)

Propos recueillis par Sara Boxus, Wallonie Design  
Article rédigé par Véronique Closon, Wallonie Design

*Article rédigé avec le soutien du Fonds européen de  
développement régional.*



## SOURCES

---

DBA, How to buy design: 02 writing your design,  
<http://www.dba.org.uk/resources/review-how-to-buy-design-02-writing-your-design-brief/> (consulté le 15 mai 2018)

Design Council, How to commission a designer: step 4 Brief your designer,  
<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/how-commission-designer-step-4-brief-your-designer> (consulté le 16 mai 2018)

FEDI, Faire appel au design,  
[http://federation-du-design.com/?page\\_id=38](http://federation-du-design.com/?page_id=38) (consulté le 15 mai 2018)

APCI, Faire appel à un designer,  
<http://www.apci.asso.fr/magazine/categorie/faire-appel-a-un-designer> (consulté le 16 mai 2018)

APCI, le cahier des charges design,  
<http://www.apci.asso.fr/magazine/categorie/faites-du-design/le-cahier-des-charges-design> (consulté le 16 mai 2018)

CDRA, Design Mode d'emploi, 2004

SensoTalks, conférence sur le branding et l'identité visuelle,  
21 mars 2018, <https://vimeo.com/271662777#t=36m52s?byline=0>