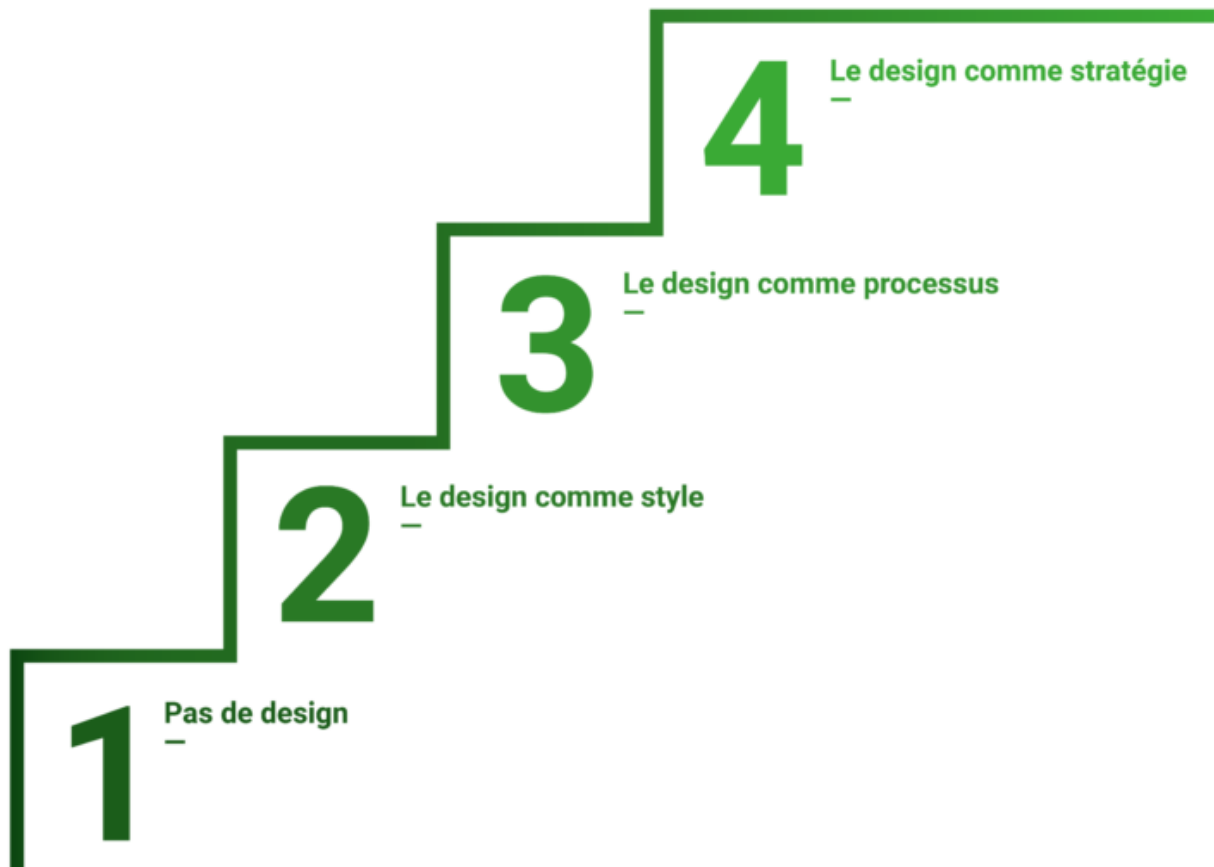


Comment mesurer la place du design dans une entreprise ? La Design Ladder



Nombreuses sont les entreprises wallonnes qui démontrent qu'intégrer le design dans leurs activités peut avoir des retombées économiques significatives telles que l'augmentation de la qualité des produits, services ou process et de la productivité, la hausse de la demande et des recettes, ou encore la différenciation vis-à-vis de la concurrence. Cependant, il est difficile de

déterminer la part exacte de la croissance économique qui peut être attribuée au design ou de mesurer ses retombées.

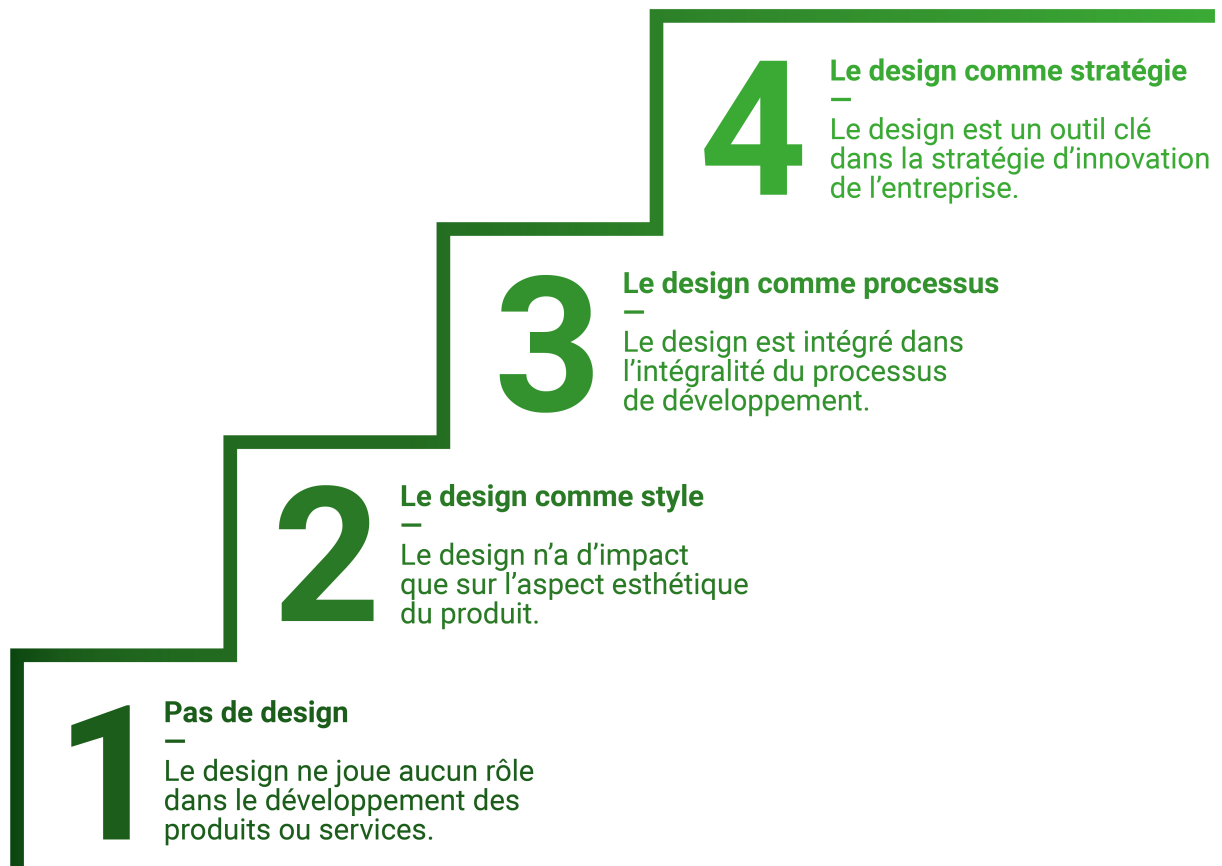
Heureusement, il existe d'autres méthodes non-chiffrées pour évaluer le niveau d'intégration du design en entreprise, dont la plus connue, l'échelle du design (*Design Ladder*). Dans le cadre de notre section « Apprendre », voici un article explicitant le principe de la *Design Ladder*, ses points forts, ses points faibles et son application à nos entreprises locales.

Qu'est-ce que la Design Ladder ?

L'échelle du design ([*Danish Design Ladder*](#)) a été créée par le Danish Design Centre en 2001 pour **mesurer l'utilisation du design par les entreprises**. Utilisation qui peut d'ailleurs prendre plusieurs formes telles que le développement de nouveaux produits, la conception de service ou encore la stratégie de communication et graphique.

Cet outil repose sur l'hypothèse qu'il existe un lien positif entre l'augmentation des revenus, une meilleure prise en compte des méthodes du design dès les premiers stades de développement d'un produit et une position du design plus tactique dans la stratégie commerciale de l'entreprise.

La *Design Ladder* constitue un instrument intéressant pour évaluer le niveau d'intégration du design au sein des entreprises d'un pays ou d'une région et établir des points de comparaisons. Elle peut également aider une entreprise à se positionner par rapport à ses concurrents ou permettre à un designer d'identifier ses clients et définir la stratégie à mettre en œuvre pour progresser sur cette échelle.



©Danish Design Center (danskdesigncenter.dk)

Quels sont les 4 niveaux de l'échelle du design ?

1 – Pas de design

- Le design ne joue aucun rôle dans le développement de produits ou services.

À ce stade, l'impact du design au sein de l'entreprise est insignifiant, voire inexistant. Le design ne joue aucun rôle dans le développement des produits et services, et l'entreprise n'emploie pas de designers qualifiés. Par conséquent, le point de vue de l'utilisateur et des parties prenantes est peu ou pas du tout pris en compte dans ce processus.

2 – Le design comme style

- Le design n'a d'impact que sur l'aspect esthétique du produit.

Il s'agit du niveau le plus courant chez les entreprises qui intègrent le design. Ici, le design est perçu uniquement comme l'étape finale du développement du produit et se concentre principalement sur la forme, l'ergonomie et l'esthétique. Pour ce faire, l'entreprise engage des designers professionnels en interne ou en consultance afin de donner de l'allure au produit. À ce stade, les résultats de l'intégration du design sont facilement identifiables car, de manière générale, les changements opérés sur le produit sont assez visuels.

Prenons par exemple [Bister](#), l'entreprise belge spécialisée dans la moutarde a fait appel au studio de graphisme [Ex Nihilo](#) pour renforcer son branding. Dans le cas présent, le travail du designer a été de repenser les étiquettes tout en conservant l'ADN de la marque (notamment le couvercle et le logo rouges, le pot grenade et les étiquettes ovales). Objectif : augmenter la visibilité de la marque et créer une harmonie entre les différentes gammes de produits.



3 – Le design comme processus

- Le design est intégré dans l'intégralité du processus de développement.

L'échelon 3 est atteint lorsque le design n'est plus un simple apport esthétique, mais fait partie intégrante du développement des produits dès les premières phases du processus. Le design est alors considéré comme une méthode et non comme un outil utilisé pour des projets ponctuels. À ce niveau, des solutions sont apportées pour résoudre des problèmes et répondre aux besoins et attentes des utilisateurs cibles. Cette intégration fait appel à des compétences diverses et variées nécessitant l'implication d'ingénieurs, techniciens des matériaux et de la logistique ou encore de responsables marketing.

Un bon exemple de société wallonne ayant atteint le niveau 3 de la *Design Ladder* est [FIB](#), une entreprise spécialisée en fours industriels de haute technologie. Pour résoudre un problème lié à la propriété intellectuelle, celle-ci a fait appel aux services du designer industriel [Damien Bihr](#). Initialement, FIB souhaitait travailler sur l'aspect esthétique de ses fours industriels pour qu'ils se démarquent des produits concurrents, or après l'intervention du designer, l'entreprise s'est non seulement retrouvée avec un produit clairement identifiable (niveau 2), mais elle a aussi considérablement réduit les coûts de production inattendus (niveau 3).



©FIB

[Glutton](#) incarne un autre exemple éloquent de l'intégration du design comme processus puisqu'elle a développé son nouveau produit en tenant compte, et des contraintes techniques (carrosserie, moteur, etc.), et de celles des utilisateurs. Qu'il s'agisse d'ergonomie pour assurer le confort de l'ouvrier qui passera sa journée à bord de la machine, ou encore de l'image que l'aspirateur urbain renverra d'une ville comme Paris, toutes ces données ont été prises en compte dès l'ébauche du développement du produit.



©Glutton

4 – Le design comme stratégie

- Le design est un outil clé dans la stratégie d'innovation de l'entreprise.

Au niveau 4, le designer travaille en étroite collaboration avec la direction ou les gérants de la société afin de repenser partiellement ou totalement le projet commercial et ainsi de créer de la valeur pour tous les aspects et parties prenantes de la société. L'accent est alors mis sur le processus de création de design en relation avec la vision stratégique de l'entreprise, les secteurs d'activités visés et son futur rôle dans la chaîne de valeur.

L'entreprise [Stûv](#) représente parfaitement ce niveau 4, puisqu'elle compte un designer au sein de la direction. Résultat : le design est intégré à tous les niveaux de l'entreprise, jusqu'à sa stratégie commerciale.



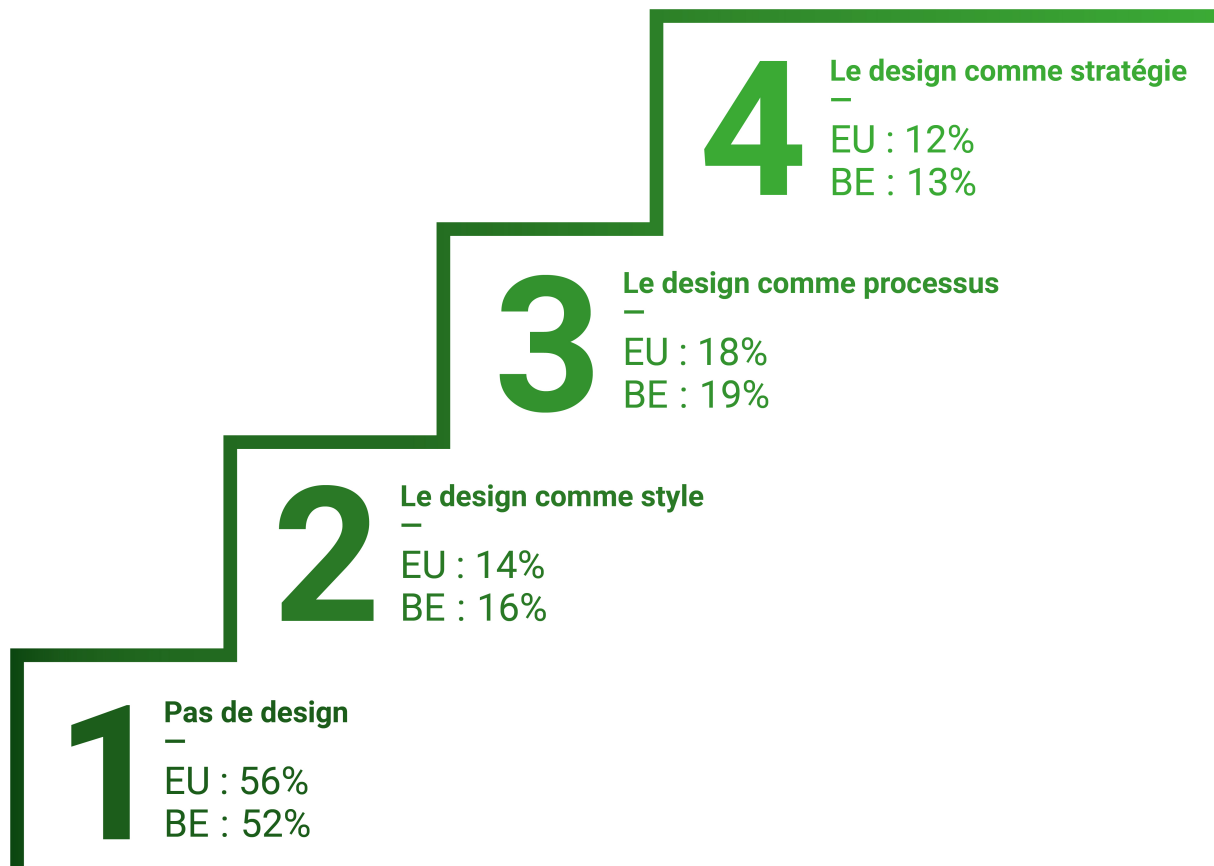
©Stuv

Où en sont les entreprises en Belgique ?

Le positionnement fort des entreprises belges se reflète dans le Rapport de l'Innobaromètre 2016 (Commission Européenne, 2016). L'étude Innobaromètre peut être utilisée comme outil de benchmarking afin de surveiller si les entreprises gravissent la Design Ladder et mesurer l'impact des actions futures de politiques encourageant le design. Selon ce rapport sur l'innovation dans les entreprises européennes, 13% des entreprises belges déclarent faire un usage stratégique du design dans leurs opérations, un taux plus élevé que la moyenne européenne (12%). Cependant, toujours plus de la moitié des entreprises belges n'utilisent pas le design pour innover leur offre de produits et services.

En Wallonie, le design est encore trop souvent limité à des

fonctions esthétiques (niveau 2). C'est pourquoi la progression aux niveaux 3 et 4 doit être encouragée et soutenue par les organismes de promotion du design.



Source : Innobarometer 2016: EU Business Innovation Trends

Ces chiffres expriment le recours que les entreprises belges pensent avoir au design, en comparaison avec la moyenne européenne en 2016.

Comment progresser sur l'échelle du design ?

Le passage entre chaque niveau se fait de manière progressive. La majorité des entreprises qui intègrent le design se situe au niveau 2. Les entreprises convaincues par leur première expérience avec un designer professionnel réitèrent souvent l'expérience et parviennent parfois à accéder au niveau 3 en

intégrant le design dans leur processus de développement.

Si une entreprise cherche à intégrer le design au cœur de sa stratégie afin de gravir les échelons et d'atteindre le niveau 4, elle devra opérer un réel changement culturel au sein de son organisation. En effet l'innovation par le design (niveau 4) implique que l'entreprise mette en œuvre les techniques et méthodes du design directement dans son business model. Ce niveau d'intégration du design nécessite de passer d'une logique traditionnelle d'utilisation du design dans le cadre du développement de produits et services, à une logique d'intégration du design dans la totalité de la stratégie de l'entreprise. Cette transition est complexe et exige un remaniement fort de la culture d'entreprise. Il s'agit d'une démarche qui doit d'être encouragée.

Quels sont les points faibles de la Design Ladder ?

L'échelle du design présente des limites car il s'agit d'un outil généraliste qui ne permet pas de prendre en compte les spécificités de chaque secteur industriel. Cet outil, aussi utile soit-il, ne fournit pas de conseils ou de guidelines pratiques de la marche à suivre pour intégrer le design et progresser vers un niveau supérieur.

Heureusement, en Belgique, il existe plusieurs dispositifs qui permettent aux entreprises d'intégrer le design dans leurs activités. Nous citerons ici les [Chèques Entreprises](#) qui financent une partie de l'intervention d'un designer ou [le projet 5X5 de Designregio Kortrijk](#) qui propose un accompagnement de plusieurs mois aux entreprises qui souhaitent intégrer le design.

Comment pouvons-nous vous aider ?

Le design est un outil de développement précieux pour les entreprises de Wallonie. Ce n'est plus à prouver. Il a sa place au sein d'entreprises de tous types, tailles et secteurs. Il est donc intéressant de pouvoir situer où ces dernières se positionnent dans leur démarche d'intégration au design, d'où l'intérêt de la *Design Ladder*.

L'une des missions de Wallonie Design étant le soutien à l'intégration au design dans les entreprises, l'asbl se donne pour objectif d'aider les entreprises à faire évoluer leur perception sur la valeur du design et donc de les aider à gravir les échelons de cette fameuse échelle. L'objectif est de permettre à une entreprise de partir d'un niveau où le design n'est pas ou peu pris en compte, pour la guider vers une intégration du design en tant qu'outil stratégique dans le développement de l'entreprise.

N'hésitez donc pas à nous contacter pour en apprendre plus sur la *Design Ladder* et son application au sein de votre entreprise.

Propos recueillis par Sara Boxus, Wallonie Design
Article rédigé par Souria Cheurfi

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



Sources

DANISH DESIGN CENTER, The Danish Design Ladder – four steps of design use, 2015.

Disponible sur :
<https://danskdesigncenter.dk/en/design-ladder-four-steps-design-use>

DOHERTY (R.), WRIGLEY (C.), MATTHEWS (J.), BUCOLO (S.), Climbing the Design Ladder: Step by Step, 2015.

Disponible sur :
https://eprints.qut.edu.au/90412/1/__qut.edu.au_Documents_StaffHome_StaffGroupW%24_wrigleyc_Desktop_1169-3019-1-SM.pdf

OPMI, Libérer le potentiel des pays dans le domaine des dessins et modèles », 2015. Disponible

http://www.wipo.int/edocs/mdocs/stlt/fr/wipo_wk_ldcs_ge_15/wipo_wk_ldcs_ge_15_brochure.pdf

PDR, Cartographie de l'écosystème du design en Wallonie, 2017