

They Think Design: 5 entreprises et autant de façons de penser et d'intégrer le design



C'est chez R-Tech, le centre R&D de Schröder à Liège, que nous avons convié 5 professionnels de secteurs différents pour nous faire part de leur parcours d'intégration du design. Véritable culture interne ou projet ponctuel, intégré ou sous-traité, systématique ou adapté à une demande précise, le design s'est fait une place dans leurs projets. Plus encore, il a montré des plus-values concrètes et rassemblé de multiples fonctions de l'entreprise autour d'un constat : le design contribue aujourd'hui largement au succès de leurs produits et services.

Retrouvez ces moments directement dans la [vidéo replay](#) du *webinaire*.

Passer d'une conception esthétique à une conception stratégique des produits (FIB Belgium)

[04:56] René Branders, CEO de **FIB Belgium** et Président d'**Agoria**, s'est posé les mêmes questions que la plupart des entrepreneurs quant à la pertinence du design : avons-nous un besoin réel en design ? et quel impact le design pourrait-il avoir sur nos résultats ?

En tant qu'ingénieur, il avait été touché, lors d'une exposition sur le design industriel organisée par **Wallonie Design**, par une certaine intelligence dans la mise en œuvre des produits ainsi que par une approche singulière quant à l'utilisation même de ceux-ci.



FIB Belgium: le four avant...



FIB Belgium: le four après intervention de l'agence NAOS.ID+

Eu égard au challenge auquel faisait face **FIB Belgium**, à savoir le développement d'une innovation sur le marché chinois, le design s'est imposé comme une réponse au besoin de

ne pas être copié. Et il s'est finalement révélé être moyen approprié pour se défendre contre la contrefaçon et pour réduire les coûts de fabrication, tout cela de manière cohérente avec l'identité de l'entreprise.

Ainsi, d'une conception du design limitée à l'esthétique, les dirigeants et les collaborateurs sont passés progressivement à une conception du design comme ADN de conception technologique.

« Autour de la démarche du design se conçoit et se pense le produit dans tous ses aspects : sa maintenance, sa recyclabilité, la sécurité, la supply chain... De sympathique, le design nous est devenu stratégique. »

René Branders, CEO de FIB Belgium et Président d'Agoria

FIB Belgium a pu vérifier les plus-values du design en tant que :

- Solution à la problématique de propriété intellectuelle en vue de percer un nouveau marché
 - Élément déterminant d'un nouveau plaisir à travailler le produit pour les ingénieurs internes
 - Promoteur d'une nouvelle vision du produit et de l'entreprise pour les clients
 - Créateur d'une nouvelle fierté d'appartenance à l'entreprise
 - Nouveau regard, à l'origine d'un souci de perfection, plus ergonomique, esthétique et fonctionnel
 - Déclencheur d'une réduction des coûts
-

Traduire une culture propre du design de produit dans l'espace de travail (Schröder)

[22:11] Chez **Schröder**, on pénètre dans une véritable culture du design, ancrée dans le développement des luminaires de la marque, mais aussi dans ses processus. Au Centre **R-Tech** de Liège mais aussi dans les autres implantations mondiales du groupe, une place importante est donnée à l'innovation et aux nouvelles technologies.

L'entreprise répond ainsi à une demande croissante des collectivités et des individus de bénéficier d'éclairages qui correspondent à de nouveaux environnements et à de nouveaux modes de vie, qui sont plus esthétiques et qui traduisent l'identité unique d'un lieu ou d'une ville.

« En intégrant le design, Schröder a fait évoluer son métier de base – illuminer un espace – en une réponse adaptée à des demandes de plus en plus spécifiques en matière de création de luminaires. »

Aina Rakoto, Group R&D Business Operations Manager – Schröder

C'est en lien avec sa philosophie de Lightability© (une expertise unique dans l'usage de la lumière) que **R-Tech** a souhaité redéfinir les espaces de travail. L'équipe, ses valeurs et son image de marque ont donné lieu à un véritable projet collaboratif et participatif, mis en œuvre avec l'agence de design **Wah Wah Design**.



Chez R-Tech, l'aménagement des bureaux a été défini de manière inclusive avec les utilisateurs finaux: les collaborateurs eux-mêmes (réalisation: Wah Wah Design).

Les besoins des utilisateurs (ici les collaborateurs) ont drivé la conception des espaces de travail, des espaces de prototyping aux zones de tests en passant par les bureaux et les *fun area*. C'est par ce mode de travail inclusif (présentation d'un bureau-type, recherche des matériaux...) que l'entreprise a recueilli l'adhésion de ses collaborateurs.

Schröder a pu vérifier les plus-values du design en tant que :

- Générateur d'une adhésion totale des collaborateurs au projet de réaménagement
 - Opérateur d'une dynamique de partage d'expériences au sein de l'équipe
 - Élément-clé de la correspondance de l'espace tel qu'aménagé avec la culture et les valeurs de l'entreprise
 - Créateur d'une nouvelle fierté d'appartenance à l'entreprise
-

Intégrer le design comme service pour répondre à une demande client (Taipro Engineering)

[31:47] Spécialisée dans la micro-électronique, la société **Taipro Engineering** est une société de services qui propose de développer, pour ses clients, des projets entiers tout comme des projets liés à des phases spécifiques de développement.

En intégrant à son process une étape d'open innovation, **Taipro Engineering** fait entrer très en amont des projets une préoccupation pour la conception et le design. Car c'est dans cette phase déterminante de définition des objectifs que peut apparaître un besoin d'intégrer le design, dont la réalisation sera essentiellement liée à la demande et au ressenti du client.



Michel Saint-Mard, invité du webinaire, souligne la différenciation de ses produits sur le marché, grâce à l'intervention de partenaires designers.

En effet, même pour une instrumentation électronique dissimulée, l'esthétique peut se révéler être une plus-value importante d'un point de vue commercial. Dans le cas de dispositifs très industriels tels qu'un système de graissage intelligent ou encore un boîtier de géolocalisation, les contraintes techniques imposées peuvent donner lieu à des produits peu ergonomiques.

« C'est en recourant aux compétences de partenaires designers lorsque le besoin s'en fait sentir que Taipro distingue son offre sur le marché. Les produits deviennent ergonomiques et attractifs, ils allient fonctionnalité et esthétique. »

Michel Saint-Mard, Administrateur délégué – Taipro Engineering

Taipro Engineering a pu vérifier les plus-values du design en tant que :

- Facteur de différenciation et créateur d'un avantage compétitif sur les produits
- Élément déterminant d'une plus grande attractivité des produits pour le client final
- Apport indispensable pour une meilleure prise en main et un meilleur usage des outils ou instruments, de même que pour une plus grande sécurité d'utilisation des appareils

Faire performer un projet global de R&D grâce à

une expertise ponctuelle en design (Vigident)

[41:53] **Vigident** est un projet qui applique l'intelligence artificielle au domaine de la santé en visant le développement d'une plateforme pour l'évaluation et le suivi de l'état de santé bucco-dentaire des patients. Le marché, autant que le défi, sont importants ! La startup finalise actuellement un prototype d'Ondotoscope® et planifie son entrée sur le marché fin 2021.

En matière d'AI et de *deep learning* (apprentissage progressif de la machine), des données images en grand nombre (dataset) sont indispensables pour permettre à la machine de fournir les éléments nécessaires à l'établissement du diagnostic. C'est à cette étape primordiale que le design a contribué : il a permis aux porteurs de l'idée d'être accompagnés vers sa transformation en un prototype fonctionnel, simple et léger, qui correspond à une approche rationnelle du marché.

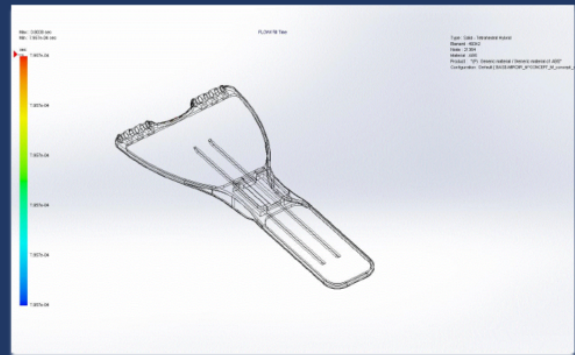
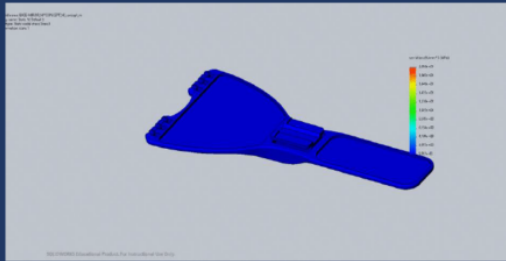
Aucun des associés de la startup n'est designer. C'est une logique de conception qui a poussé la startup à sous-traiter ces compétences en faisant appel au Centre de Recherche Sirris, identifié pour son expérience des dispositifs médicaux.

« Bien que plus visible, le design n'est qu'une petite partie du savoir-faire sollicité chez Sirris comparé à l'ingénierie. Mais son apport est considérable car il est une première brique concrète qui permet à l'entrepreneur de concrétiser son idée à travers un prototype et d'entrer dans un processus itératif. »

Gilles Monat, CEO et fondateur – Vigident

CONCEPTION DE L'ODONTOSCOPE®: INGENIERIE et DESIGN

Simulations des contraintes et de l'injection plastique



Ingénierie et design, conciliés par le centre de recherche Sirris, pour le projet de la start-up Vigident



Gilles Monat (Vigident) et René Branders (FIB Belgium), 2 expériences du design dans l'entreprise.

Vigident a pu vérifier les plus-values du design en tant que :

- Facilitateur dans la segmentation du marché
- A la base de la mise en place d'un processus d'itération

constructif

- Élément indispensable de la concrétisation de l'idée en prototype
 - Apport essentiel de complémentarité aux compétences propres des porteurs de projet
 - Initiateur de la démarche de testing utilisateurs, afin de réunir des données cruciales exploitables
-

Point commun entre ces approches: faire le lien entreprise-utilisateur-industrie (Deepwater – Rool)

[59:41] Selon Thomas Vancraeynest, designer industriel, fondateur de **Deepwater** et de **Rool**, c'est le lien entre l'utilisateur (ses besoins), l'entreprise (ses valeurs et ses codes) et l'industrie (le processus de production) qui est le point commun de ces expériences. Car ces 3 entités sont indispensables au processus de conception et, pour commencer, à la définition du cahier des charges, élément fondamental de la relation entreprise-designer.

On relèvera de son feedback une préoccupation pour le design en tant que méthode, centrée sur l'approche utilisateurs. Consacrer du temps à l'étude des besoins a notamment permis à **Deepwater** de répondre à la demande du marché en proposant à l'entreprise **Chacon** une solution qui, grâce à une série d'accessoires et de modules, crée une vraie différenciation compétitive.

« Une approche centrée utilisateur, c'est le propre du

design. Il n'y a qu'en menant des études au plus près des usagers que l'on peut se rendre compte d'éléments déterminants dans la conception comme, par exemple, la différence d'usage d'un produit selon le contexte. »

Thomas Vancraeynest, designer industriel

Enfin, parce qu'on la connaît peu, Thomas a souhaité mettre en évidence la capacité du designer à accompagner ses clients jusqu'à la production grâce à la maîtrise de processus techniques (menuiserie, tôlerie, impression 3D...) grâce auxquels la production de petites séries peut être envisagée. Pour d'autres techniques, plus complexes, c'est en initiant un dialogue constant avec des bureaux d'ingénierie que le designer va permettre l'adaptation de son projet à l'industrie qui va le produire et, surtout, va pouvoir préserver l'intégrité formelle du projet initial.

« Le designer industriel n'est pas seulement un styliste d'objet. C'est surtout quelqu'un qui va penser l'objet, en définir le sens et englober tous les acteurs du système. »

Thomas Vancraeynest, designer industriel

Durant l'événement, indépendamment des projets de nos invités, d'autres projets ont été présentés pour lesquels ces plus-values du design ont également pu être relevées :

[13:31] Dock Marine Europe & iol Strategic Design

- Adaptabilité à la demande du marché et nouvelles opportunités commerciales

[14:28] Kewlox & Julien Renault

- Renouvellement et actualisation de l'image d'une marque
- Remise des produits en phase avec le marché

[15:43] **Timbtrack & Yellow Window**

- Résolution des questions techniques liées à un contexte d'utilisation particulier
- Correspondance de l'outil avec les contraintes des professionnels utilisateurs

[17:10] **Champain & Hoet&Hoet**

- Cadrage des objectifs de communication
- Transmission de messages déterminés au travers du packaging et des supports
- Etablissement d'un lien évident entre les valeurs de l'entreprise et l'image véhiculée

Ces nombreux exemples montrent que l'expérience du designer doit sa richesse à son caractère multi-sectoriel qui, à lui seul, est déjà une plus-value pour l'entreprise. L'accompagner dans une vision à long terme, anticiper les étapes nécessaires à la fabrication d'un objet, de même que la prise de risques, sont autant d'autres plus-values évidentes.

*Article rédigé par Emilie Parthoens dans le cadre du partenariat **Think Design 2021** avec **Agoria** et avec le soutien du Fonds européen de Développement régional*

**Think
Design** | 2021

A program powered by Agoria & Wallonie Design



Liens utiles :

[10:24] Envie de vous situer par rapport au besoin d'intégration du design dans votre entreprise ? **Wallonie Design** a mis au point **le DISC**, un outil pratique destiné aux entrepreneurs et aux porteurs de projets !

www.disc-design.be

[39:14] Vous êtes une PME actives dans l'engineering, la conception et l'innovation ? Vous aimeriez disposer de davantage de visibilité aux niveaux régional et national ? Chez Agoria, **le Groupe IDES** (innovation design engineering services) rassemble des entreprises qui représentent un écosystème potentiel de 480M de chiffres d'affaires et 3000 professionnels qui contribuent de manière sensible à la croissance d'entreprises innovantes en Wallonie.

www.ides.be