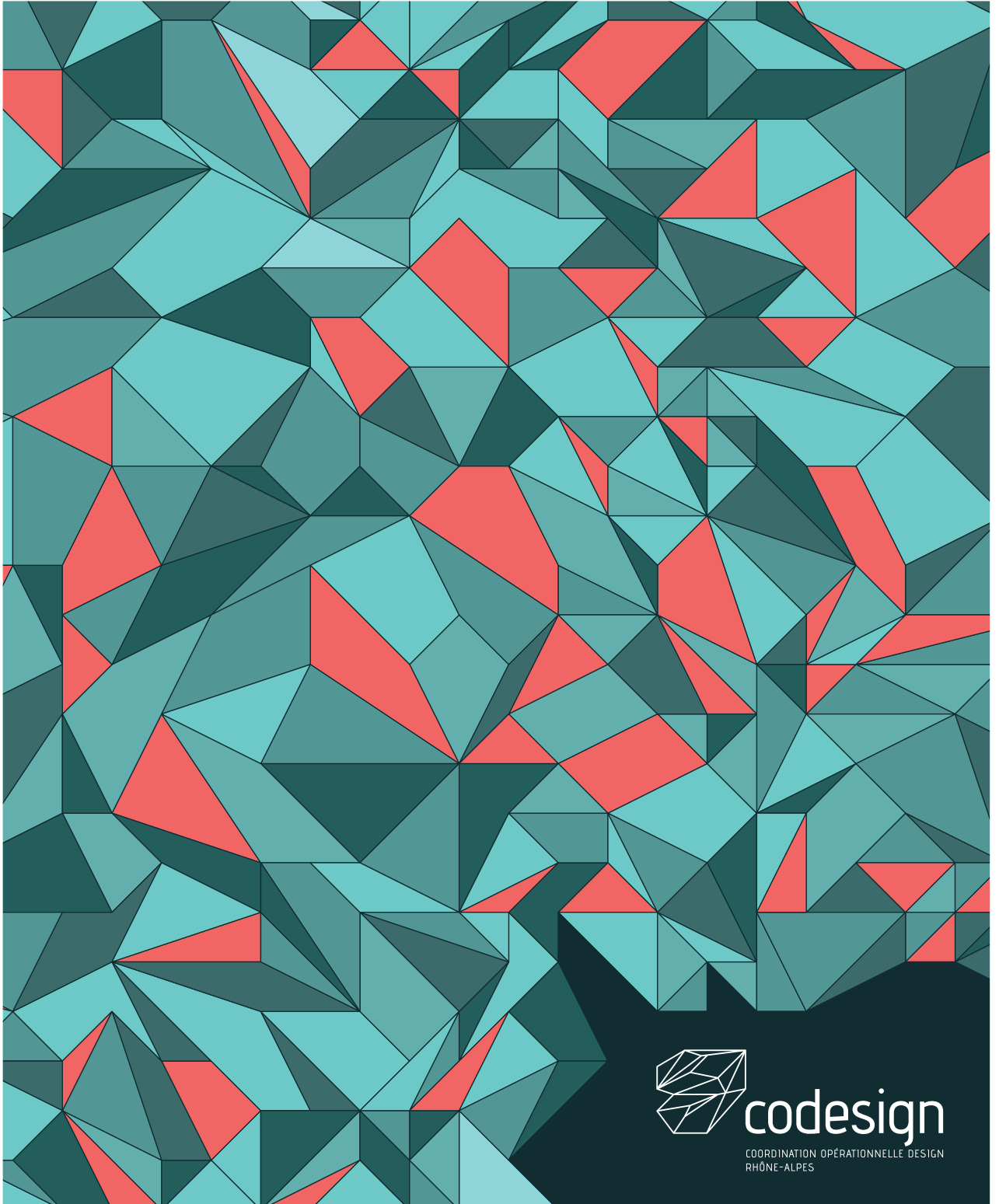


Observatoire du design en Rhône-Alpes

2013

2014



codesign

COORDINATION OPÉRATIONNELLE DESIGN
RHÔNE-ALPES

Le codesign

La région Rhône-Alpes, deuxième région française pour la concentration de designers et d'entreprises utilisatrices de design, a structuré depuis 2013 son intervention en matière d'innovation et de design à travers le codesign (coordination opérationnelle régionale sur le design) qui met en œuvre de façon coordonnée, partagée et complémentaire des actions d'intégration du design auprès de tous les acteurs économiques de la Région. Toutes ces actions sont regroupées dans un plan d'action annuel.

L'objectif du codesign :

- Partager les bonnes pratiques,
- Harmoniser les projets et plans d'actions à venir,
- Favoriser les synergies entre acteurs et territoires.



codesign
COORDINATION OPÉRATIONNELLE DESIGN
RHÔNE-ALPES



www.codesign-rhonealpes.fr

L'observatoire du design de Rhône-Alpes

Cet outil a été co-construit au sein du codesign en se fixant comme objectif de pouvoir disposer de données statistiques (effectif, répartition, emploi, prix pratiqués, formations possédant un bon taux d'insertion, etc.) et d'informations économiques (conjuncture économique, grilles de rémunération, etc.) fiables et actualisées sur la filière du design en Rhône-Alpes, afin de pouvoir développer et engager des actions pertinentes pour la filière.

Ainsi, l'observatoire du design en Rhône-Alpes recense des informations sur :

- l'offre en design
- la demande en design
- le design et l'éducation

La construction de cet observatoire

Les membres du codesign ont mis leurs ressources en commun, à la fois pour partager les contacts et toucher le plus grand nombre mais avant tout pour mutualiser leur expertise des métiers du design et permettre une rédaction commune et partagée des questions primordiales à poser dans les enquêtes.

L'ambition est de recueillir et partager les chiffres de l'observatoire tous les ans. Ces données consolidées sont utiles pour détecter les mouvements et évolutions du secteur du design en région Rhône-Alpes.

Certaines questions n'ont pas encore assez de réponses pour prendre en considération et publier tous les résultats, c'est pourquoi aujourd'hui les fiches et portraits 2013/2014 ne représentent pas encore l'intégralité des données collectées et seront produits sur les prochaines années.

MÉTHODOLOGIE

L'offre design :

L'offre en design concerne tous les professionnels du design, designers indépendants ou en agence de la Région. Les 165 répondants actuels représentent 40 % de notre base de données des designers.

Les objectifs à terme de cet observatoire sont :

- faire connaître les métiers et améliorer leur lisibilité ;
- améliorer l'employabilité des designers ;
- hausser le niveau de vie des designers ;
- généraliser les bonnes pratiques ;
- anticiper les changements ;
- construire l'avenir de la profession.

La demande de design :

Pour analyser la demande en design dans la Région, il a été nécessaire de contacter plus de 4000 entreprises de secteurs différents. De leurs réponses, nous avons pu dégager deux catégories : les entreprises ayant déjà intégré le design dans leur processus de développement et celles n'ayant jamais eu recours à la démarche.

Les objectifs à terme de ce volet de l'observatoire sont :

- mettre à disposition de l'écosystème économique régional des données sur la pratique du design en entreprise ;

- analyser d'une part les bonnes pratiques et us des entreprises conscientes de l'impact positif du design ;

- décrypter et quantifier les freins et leviers pour lesquelles les entreprises n'ont pas encore intégré cette démarche innovante dans leur développement.

La formation en design :

Il était important de recenser et connaître les établissements formant les futurs professionnels du design ou intégrant une partie d'enseignement de design dans leur cursus afin de :

- déterminer les critères et enjeux de la qualité de la formation en Rhône-Alpes ;
- identifier le rayonnement ou l'attractivité des établissements d'enseignement régionaux
- envisager de positionner des spécificités pour rendre l'offre en formation plus large et différente.

Après une première étape de recensement l'objectif est de réaliser un panorama de l'offre régionale des formations supérieures en design (formations initiales, continues, diplômantes, qualifiantes).

PORTRAIT. Aperçu de l'offre en design

FOCUS. Chiffres d'affaires par type de structure

FOCUS. Part du chiffre d'affaires à l'export

FOCUS. Répartition du chiffre d'affaires

FOCUS. Tarification par type de prestation

FOCUS. Développement commercial

PORTRAIT. Synthèse de la demande en design des entreprises

FOCUS. Les freins et leviers au design

FOCUS. Impact du design sur les structures utilisant le design

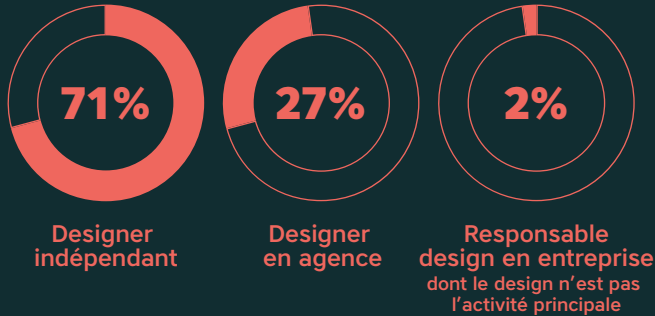
FOCUS. Le processus design dans l'entreprise

FOCUS. La sous-traitance chez les utilisateurs du design

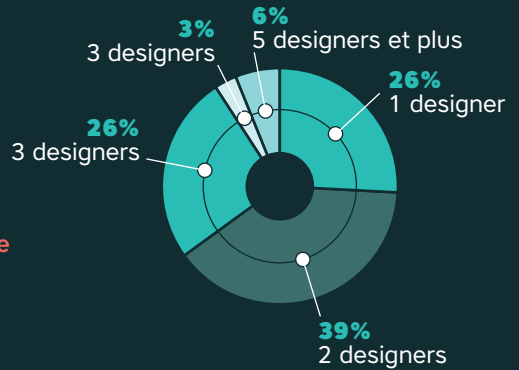
PORTRAIT. Panorama de l'enseignement en design

Aperçu de l'offre en design

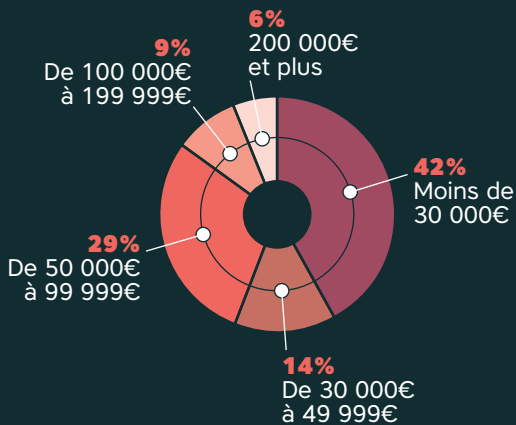
Profils des 165 répondants



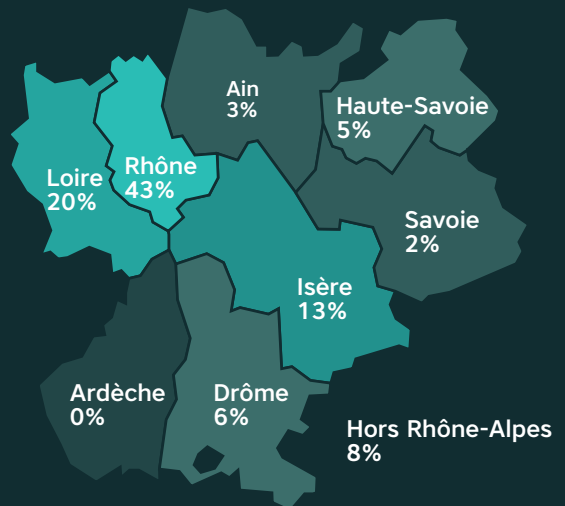
Effectifs Nombre de designers dans la structure



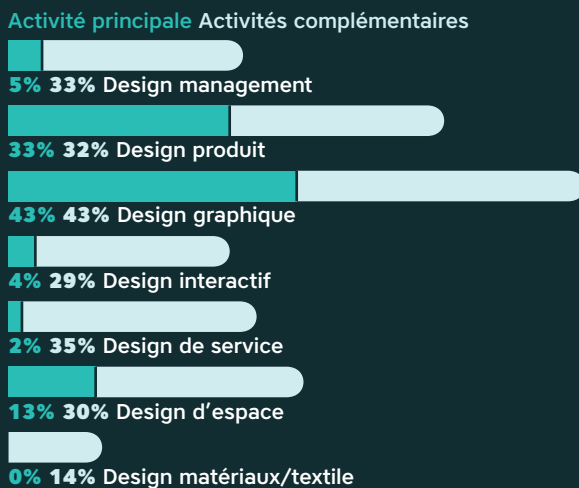
Chiffre d'affaires moyen en 2013



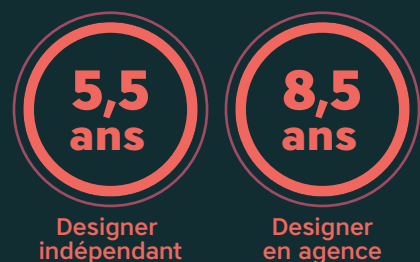
Répartition géographique



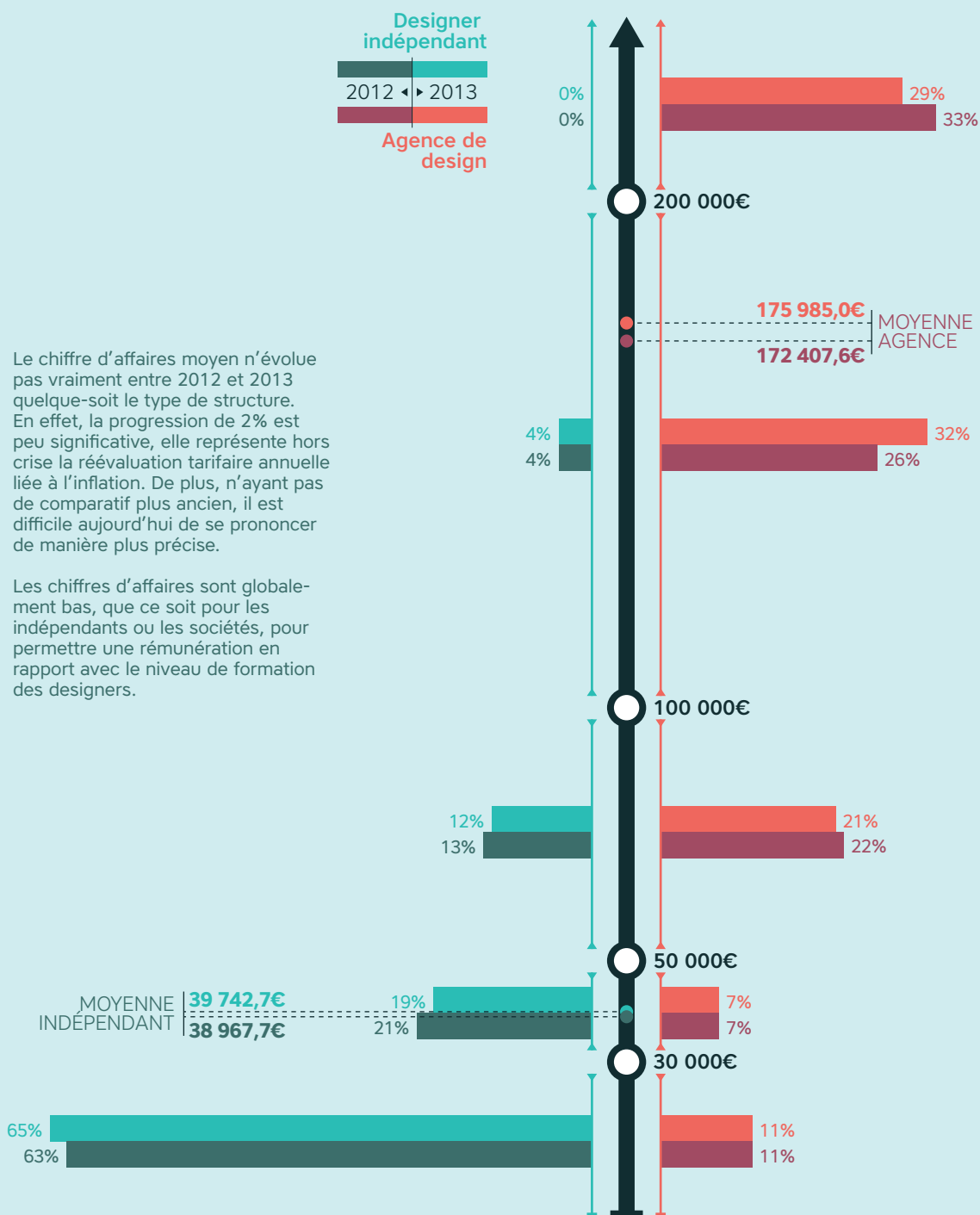
Domaine d'activité



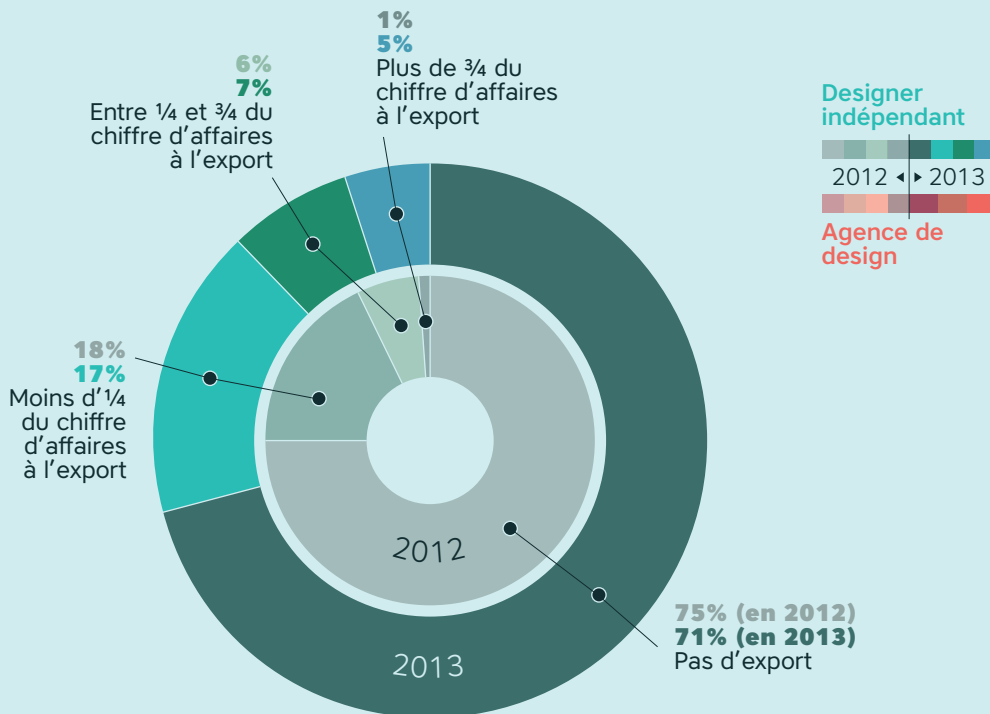
Ancienneté



Chiffres d'affaires par type de structure



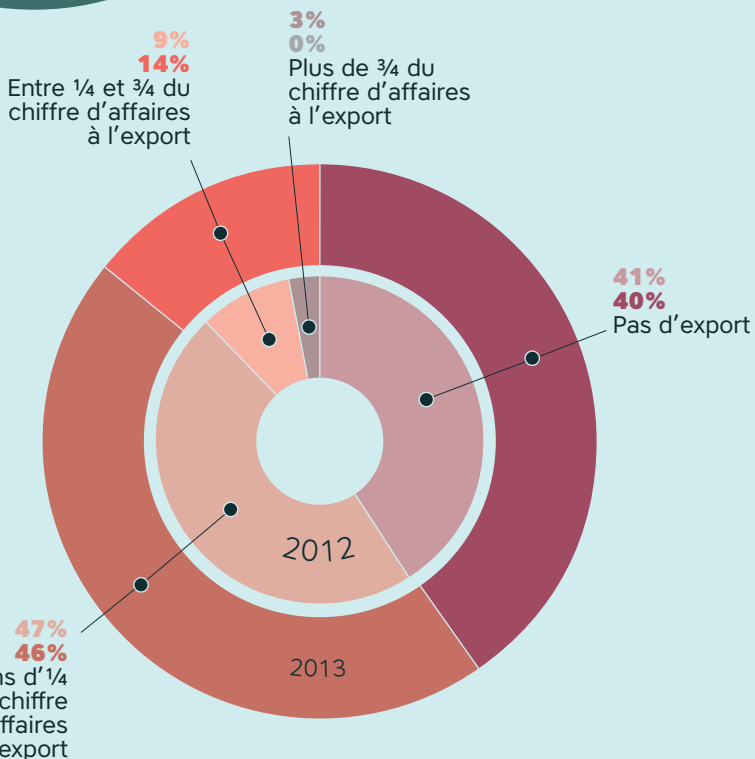
Part du chiffre d'affaires à l'export



Nous pouvons noter que les professionnels exportent peu leur activité et savoir-faire.

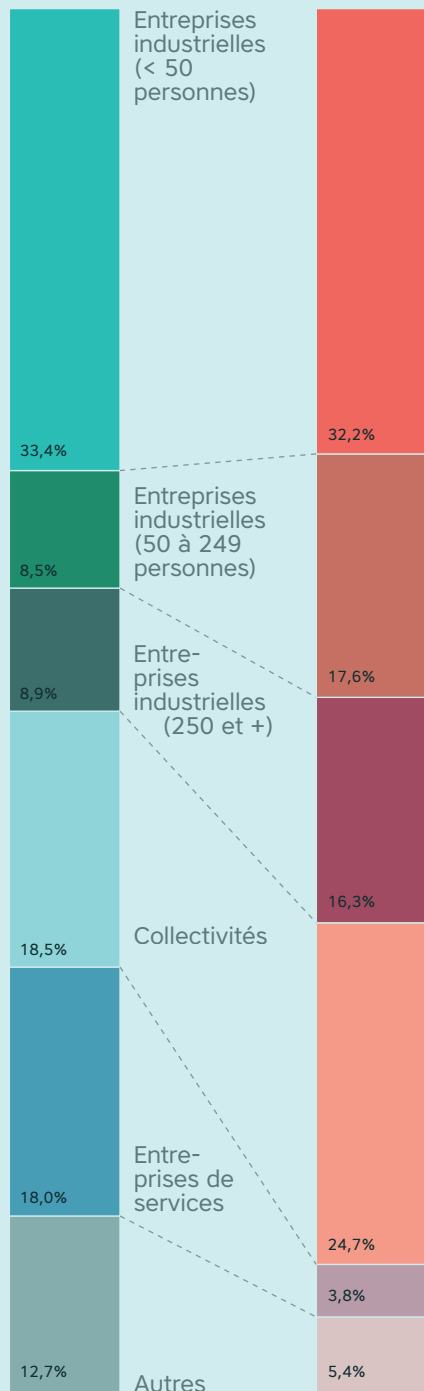
La répartition géographique des clients est la même quelque-soit la taille des agences ; ceux-ci sont majoritairement situés dans la région ou en France. Les agences de Rhône-Alpes ayant répondu à cette enquête s'exportent peu.

Dans l'étude sur l'économie du design réalisée en 2010, il était noté que « 70% des structures facturent à l'international, majoritairement dans l'Union Européenne(39%) et en Asie (16%) alors qu'elles n'étaient que 50 % en 2002 ; mais pour 40% cette facturation représente moins de 5% de leur chiffre d'affaires. »



Répartition du chiffre d'affaires

Répartition par type de client



Designer indépendant



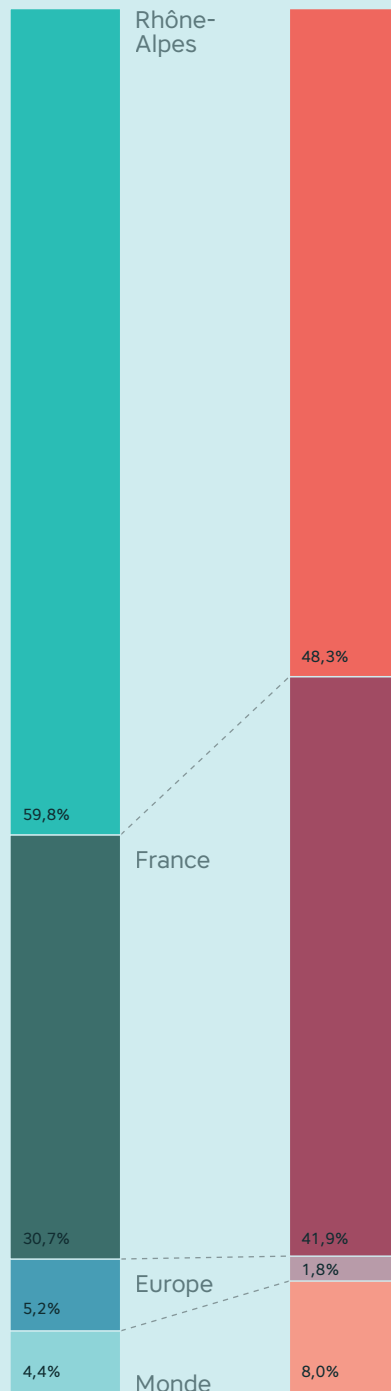
Agence de design



La répartition du chiffre d'affaires suivant la typologie de client est homogène quelque soit le type de structure : ce sont les PME industrielles qui restent les clients majoritaires des agences et particulièrement celles de 50 salariés.

Nous pouvons malgré tout noter que cette clientèle est moins ciblée pour les agences, alors que les indépendants développent plus de typologie de clients neufs (services).

Répartition géographique



Tarification par type de prestation

Tranche de prix

Moins de 500€ / jour

De 500 à 1000€ / jour

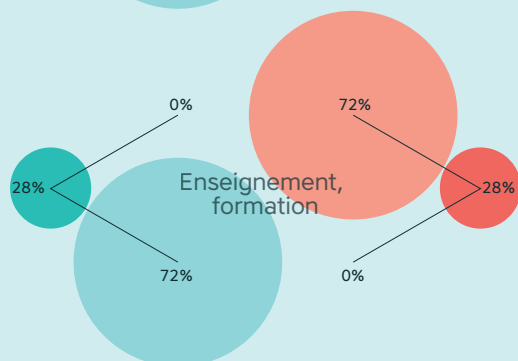
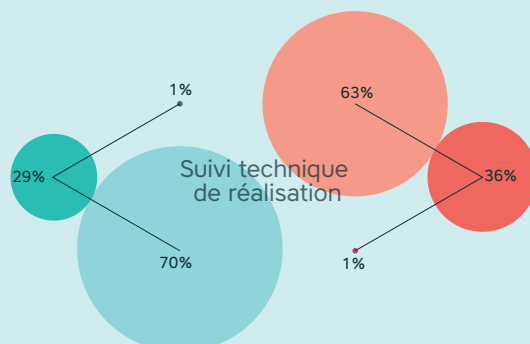
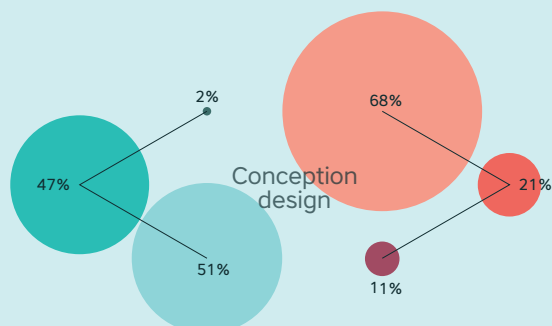
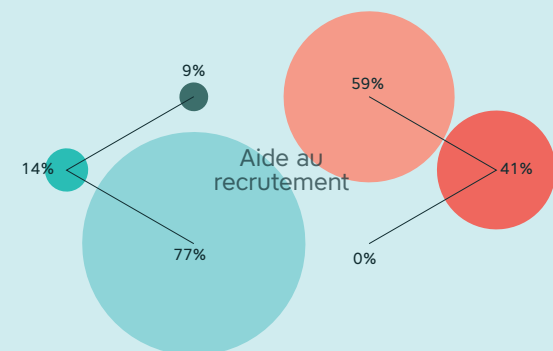
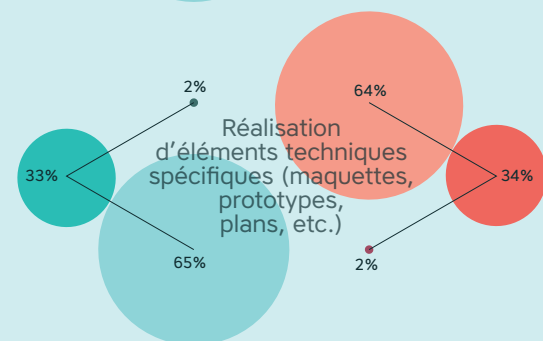
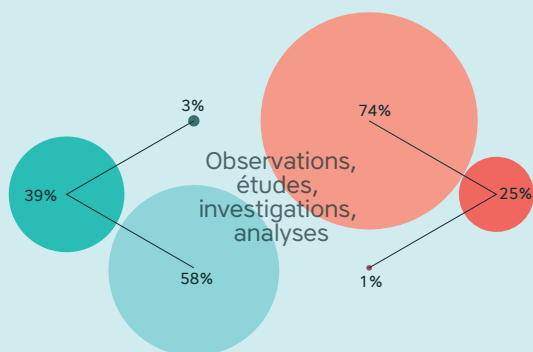
Plus de 1000€ / jour

Mode de tarification

Au forfait

A l'heure

En royalties



La plupart des professionnels pratiquent une facturation au forfait sauf dans le cadre de formations qui sont majoritairement facturées à l'heure. Dans tous les cas et quelque-soit la prestation, le tarif moyen est inférieur à 500€/jour.

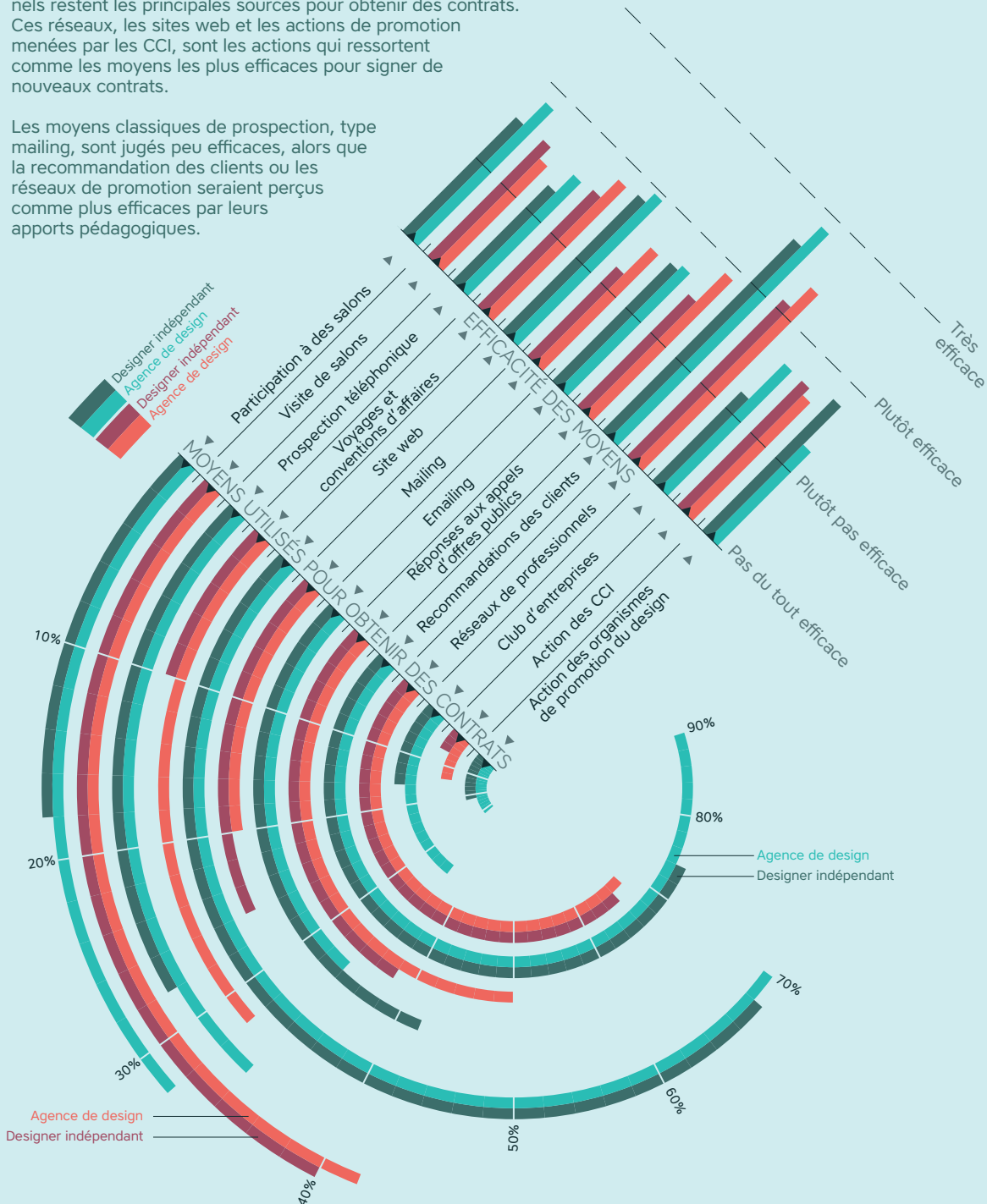
La majorité des indépendants facturent moins de 500€/jour, ce qui corrobore avec l'étude sur l'économie du design réalisée par l'APCI, la Cité du design et IFM en 2010. Celle-ci précisait que le prix moyen par jour pour les petites structures était de 750€ mais que plus d'un tiers des 462 structures interrogées à l'époque annoncent un prix inférieur à 500€/jour.

Il est à noter que la conception design, cœur de l'activité, se vend plus cher qu'un suivi d'étude. Seulement 2% des structures valorisent leur prestation au dessus de 1000€/jour sur des activités proches de celles des autres cabinets conseil comme l'aide au recrutement.

Développement commercial

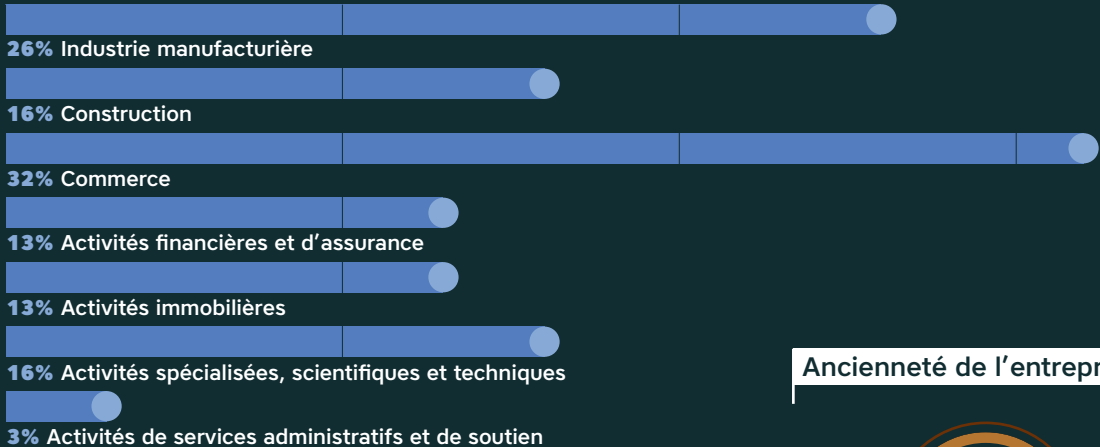
Les recommandations des clients et les réseaux de professionnels restent les principales sources pour obtenir des contrats. Ces réseaux, les sites web et les actions de promotion menées par les CCI, sont les actions qui ressortent comme les moyens les plus efficaces pour signer de nouveaux contrats.

Les moyens classiques de prospection, type mailing, sont jugés peu efficaces, alors que la recommandation des clients ou les réseaux de promotion seraient perçus comme plus efficaces par leurs apports pédagogiques.

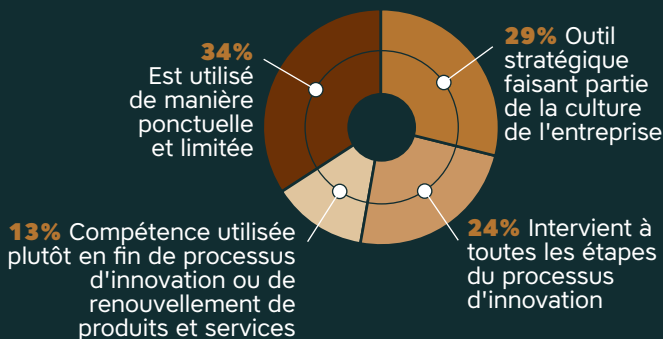


Synthèse de la demande en design des entreprises

Secteur d'activité des entreprises Déclarant intégrer une démarche design



Rôle du design Dans les structures ayant une démarche design



Ancienneté de l'entreprise



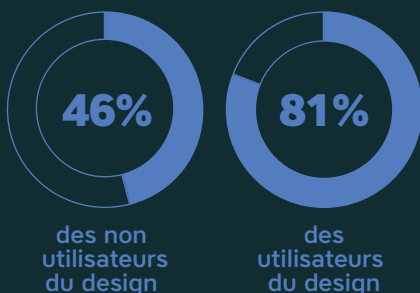
La structure n'a pas de démarche design



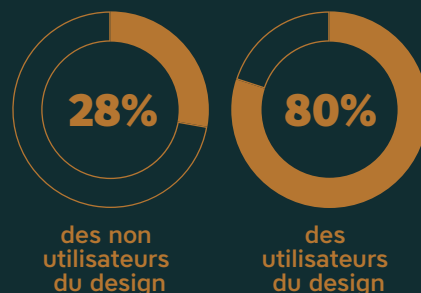
La structure a une démarche design

Rapport à l'innovation et à la créativité

« L'innovation est importante » pour

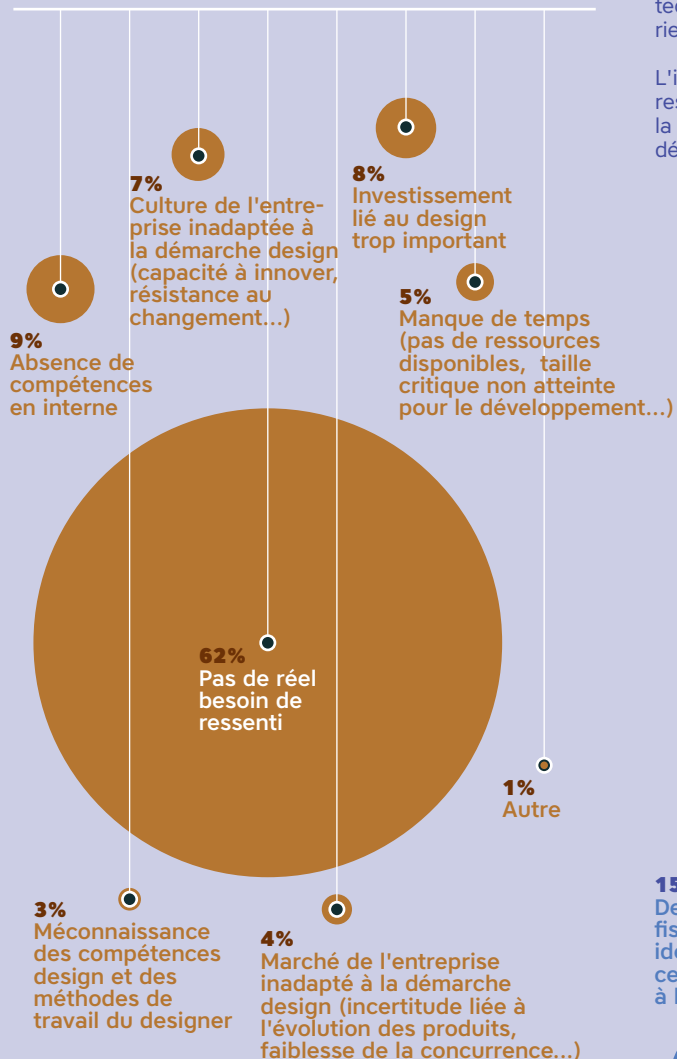


« La créativité, l'originalité et la nouveauté sont importantes » pour



Les freins et leviers au design

Les freins au design

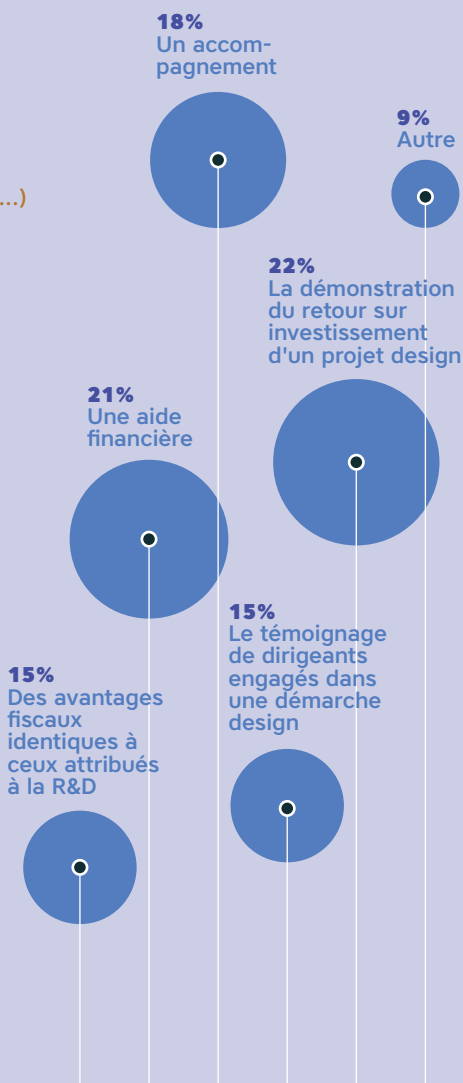


« Pas de besoins ressentis » ressort nettement, il n'y a pas de projection et de prise de conscience de ce que peut apporter l'intégration d'une démarche de design.

Contrairement aux idées reçues, la notion de coûts n'est pas aussi importante que cela. Elle est au même niveau qu'une notion plus immatérielle qu'est la culture d'entreprise ou l'absence de compétences internes pouvant gérer les projets en design.

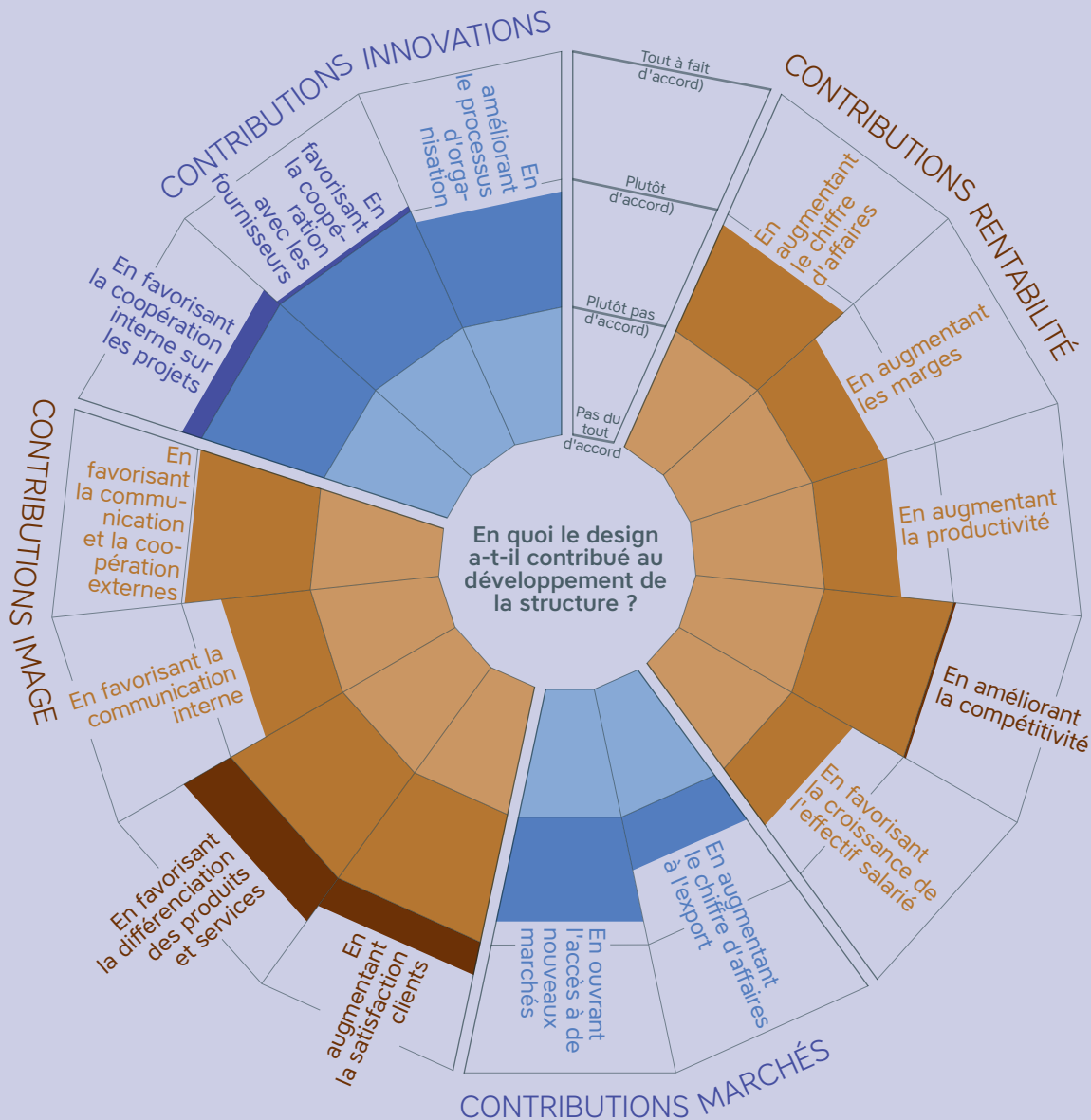
Le duo démonstration par un projet réalisé et accompagnement complet (impliquant conseils techniques et méthodologiques ainsi qu'ingénierie financière) est la solution qui primerait.

L'incitation financière est souvent citée mais reste au même niveau qu'un accompagnement à la démarche et aux preuves concrètes du développement grâce au design.



Les leviers du design

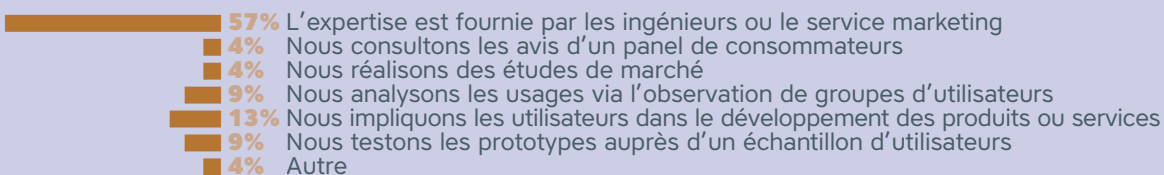
Impact du design sur les structures utilisant le design



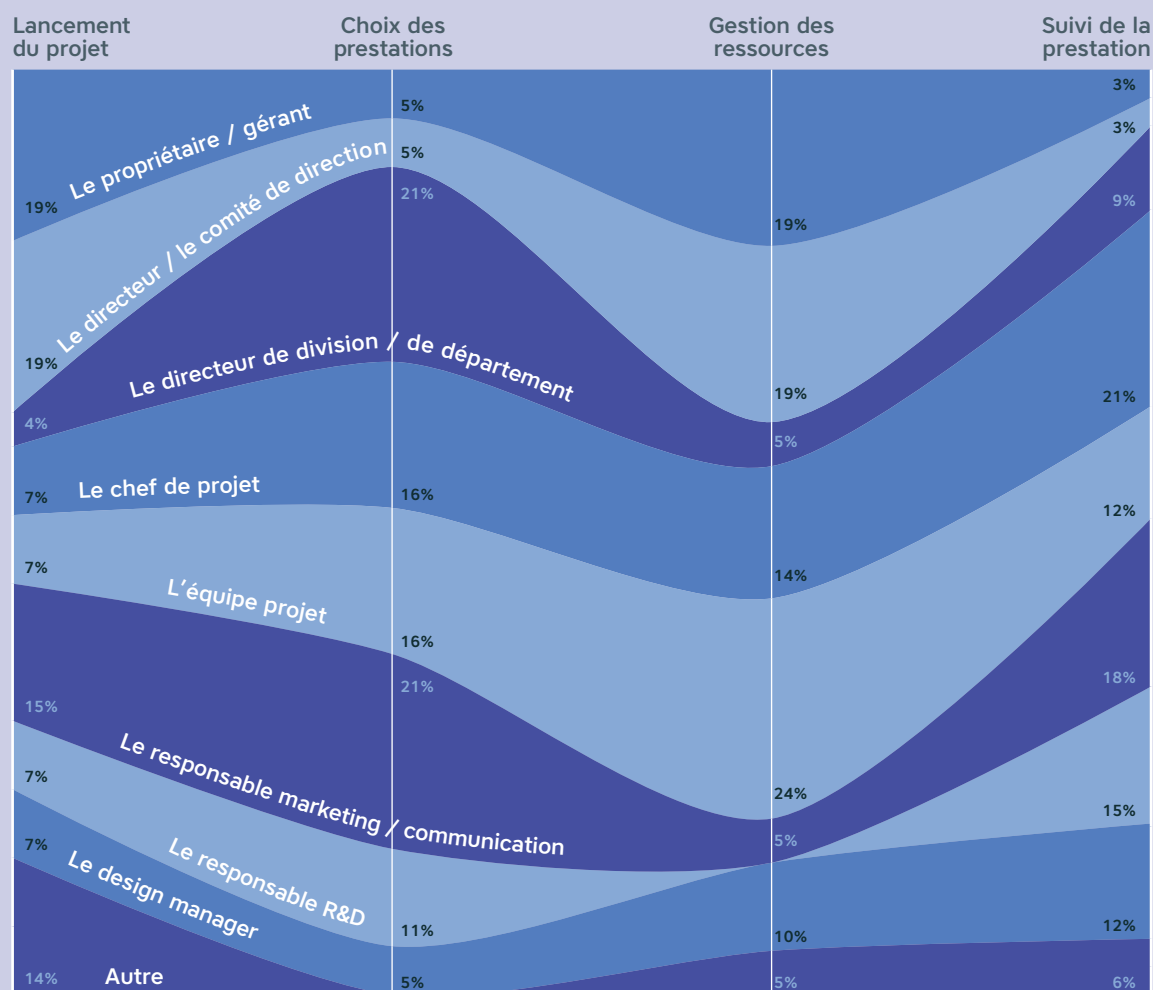
Les avantages tirés d'une bonne gestion du design sont principalement une meilleure cohérence visuelle avec l'identité du produit et du service et une amélioration de l'innovation et de la démarche marketing pour les services.

Le processus design dans l'entreprise

Analyse des besoins chez les utilisateurs du design



Analyse du questionnaire dans les 4 principales étapes du projet



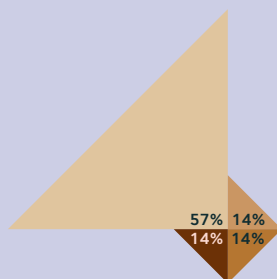
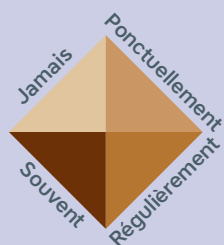
Les entreprises font largement confiance au marketing et à l'ingénierie pour analyser les besoins utilisateurs. C'est globalement le dirigeant qui lance le projet et qui le confie par la suite à une équipe projet.

La sous-traitance chez les utilisateurs du design

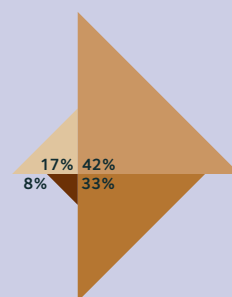
Fréquence de l'appel à des ressources externes pour les prestations en design



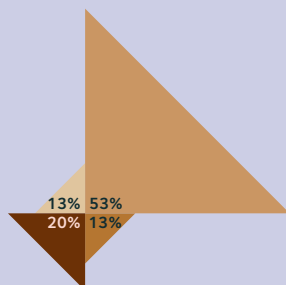
Domaine d'application de la sous-traitance



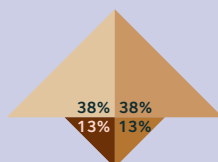
Design management



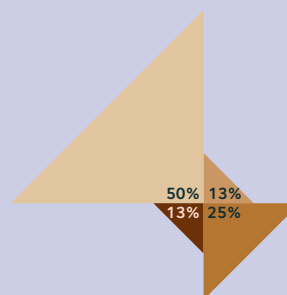
Design produit



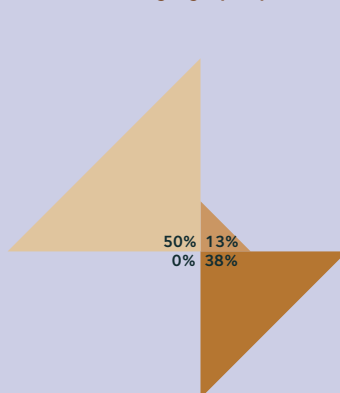
Design graphique



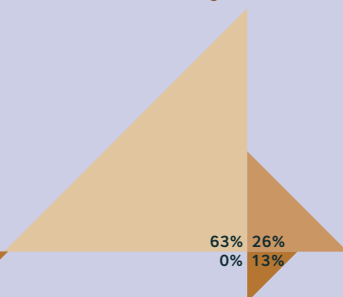
Design interactif



Design de service



Design d'espace

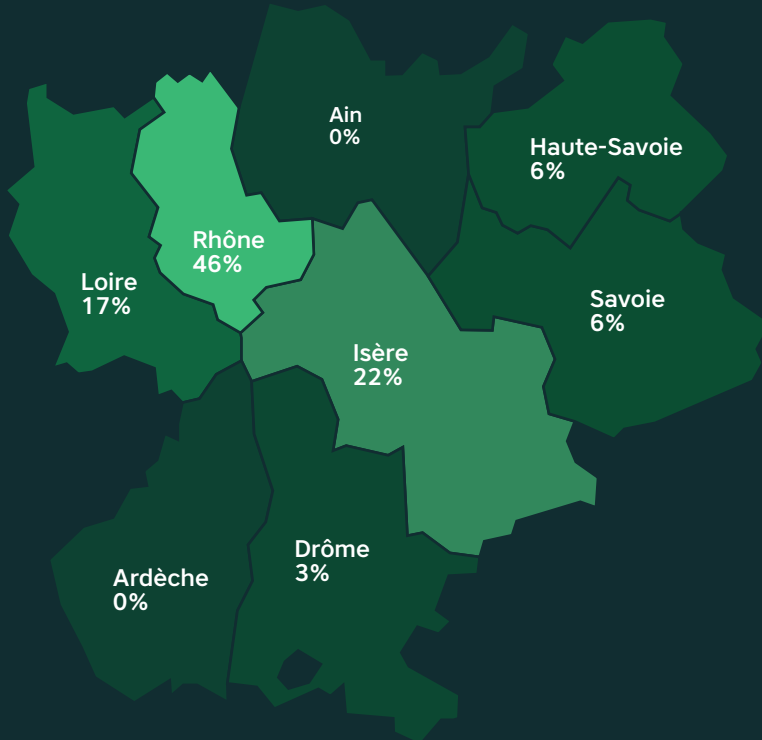


Design matériaux/textile

La sous-traitance est le plus souvent ponctuelle et concerne principalement le produit et le graphisme.

Panorama de l'enseignement en design

Répartition géographique

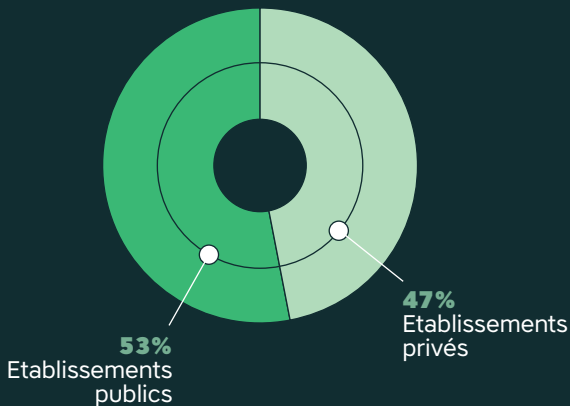


Spécialité design



des établissements
sont des écoles de design

Type d'établissement



Ministère de tutelle

