



Inscription : b.borjademozota@parsons.paris.edu

matinée à

Université Paris I Panthéon-Sorbonne

organisée par
l'Institut ACTE



8h30-13h00 | Conférence

Université Paris I Panthéon-Sorbonne / Amphi 1
12, Place du Panthéon – 75005 Paris

Quatre économistes de renom présentent leurs points de vue sur les valeurs du design dans la compétitivité internationale, les industries créatives et l'économie immatérielle face aux organisations professionnelles des designers (AFD, FEDI, Designers Interactifs).

- *8h30 : Accueil par Bernard Darras*
- *9h00 : Ouverture du Symposium*

Session 1

Olivier BOMSEL,
École des Mines de Paris

9h00-9h45

Économie du design, ou comment le design édite les objets

Dans l'économie moderne, toute mise en marché est une publication. En d'autres termes, l'irruption d'un produit sur le marché s'accompagne d'un protocole d'exhibition, de monstration, de mise en visibilité signifiant au public l'existence, l'usage et le sens de l'objet proposé. Le design fait partie de ce protocole. A travers quelques exemples de l'industrie automobile et des équipements numériques, on tentera d'illustrer la nature de la fonction éditoriale du design ainsi que les usages économiques associés.

Olivier Bomsel est économiste, Professeur à Mines ParisTech (École des Mines de Paris) et Directeur de la Chaire ParisTech d'Économie des médias et des marques. Ses travaux portent sur l'économie des réseaux, des médias et de la propriété intellectuelle dans l'environnement numérique. Derniers ouvrages parus : Gratuit! Du déploiement de l'économie numérique, Folio, 2007, et L'économie immatérielle, NRF Essais, Gallimard, 2010. Il tient le blog "Qui parle ?" sur le site de la revue Books, Books.fr.

Yann MOULIER BOUTANG,
Université de Technologie de Compiègne
Université de Technologie Sino-Européenne de l'Université de
Shanghai

9h45-10h30

**Ecosystème d'innovation / Design et dispositifs interactifs
numériques : ce que la révolution numérique dit à l'économie
et au design management**

Avec la dématérialisation croissante de la production, le problème de l'innovation a glissé des produits et de procédés vers la mise en place de véritables écosystèmes donc de process, de procédures, de moyens de les produire et finalement de l'intelligence de leur mise en place et de leurs méta-conditions. Quelles ont été les conséquences de cette transformation sur la chaîne de la valeur, sur l'organisation de cette dernière pour l'entreprise, pour les relations inter-entreprises, pour les territoires productifs ? Réciproquement le traçage de l'interaction en temps réels à travers des dispositifs numériques de type Web 2.0 fait-il émerger de nouvelles formes et design de production plus propices à l'innovation que celles déjà explorées par le design d'objet ? On essaiera de montrer qu'on peut relier ces deux mutations autour de l'association de la performance sur les marchés avec l'organisation de processus de captation des externalités positives issues de ce que nous appelons les immatériels de type 2 (le soin, l'attention, la coopération, l'apprentissage, l'intelligence collective) avec les conséquences que cela pourrait avoir sur l'organisation de l'industrie et du design.

Yann Moulier Boutang est professeur de sciences économiques à l'UTC (Université de Technologie de Compiègne) et à l'UTSEUS (Université Sino-européenne de Technologie de l'Université de Shanghai SHU). Il est professeur associé à l'ESADSE (Saint-Étienne) et intervient aux Ateliers-ENSCI de Paris (Maîtrise Innovation by Design).

• 10h30-10h45 : Break

Session 2

Jean-Gilles CAHN,
Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

10h45-11h30

**Le design, facteur de compétitivité à l'international :
une approche empirique**

L'analyse d'une décennie d'enquêtes réalisées auprès d'importateurs de différents pays permet de confirmer l'importance du design dans les décisions d'achats de ces professionnels. Cette importance, si elle est particulièrement marquée quand il s'agit d'achats de biens de consommation, ne saurait être ignorée en ce qui concerne les biens intermédiaires ou d'équipement.

Par rapport à nos principaux concurrents sur les marchés internationaux, le design des produits de consommation français constitue un véritable avantage comparatif. En revanche s'agissant des biens intermédiaires ou d'équipement français, leur design, médiocrement apprécié, n'apparaît pas comme facteur positif à l'exportation pour notre pays.

Plus globalement on notera que jusqu'ici le design reste un critère favorable aux productions d'Europe occidentale, des États-Unis et du Japon par rapport à celles provenant d'Europe de l'est ou de Chine.

De formation en économie quantitative, Jean-Gilles Cahn a fait l'essentiel de sa carrière dans différents services de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris. Après avoir longtemps travaillé dans le domaine des études et enquêtes portant sur l'économie régionale, il s'est orienté vers des activités plus opérationnelles : création et animation d'un réseau de professionnels de l'audiovisuel et du multimédia, puis direction d'une pépinière d'entreprises dédiée aux TIC et au design. Aujourd'hui dans le cadre du service des Etudes prospectives de la CCIP, il mène des travaux portant sur l'analyse de l'économie immatérielle et en particulier sur le développement d'une approche économique des industries créatives et du design.

Sylvie PFLIEGER et Xavier GREFFE,
Université Paris V Descartes et Université Paris I
Panthéon-Sorbonne

11h30-12h15

Le design en France : une sous-valorisation économique ?

Après avoir évalué le poids économique du design en France, et son évolution entre 2002 et 2009, en nombre d'établissements et d'emplois, cette communication s'attache à mettre en évidence, à partir d'une analyse sur l'Île-de-France, une « sous-optimalité » économique des entreprises de design. En effet, si l'on fait l'hypothèse d'une corrélation légitime entre le poids des entreprises d'art visuel mais aussi des entreprises en général, et celui des entreprises de design, les premières constituant en quelque sorte la matière première alimentant les entreprises de design, qui alimentent à leur tour les entreprises « mainstream », on constate une sous-représentation des entreprises de design. Une analyse plus précise des difficultés de gestion de ces entreprises apporte un élément d'explication de cette situation.

Sylvie Pflieger est maître de conférences HDR (habilitée à diriger des recherches) en économie à l'université Paris Descartes (Faculté des Sciences Humaines et Sociales-Sorbonne). Elle est également directrice adjointe du master « Economie et gestion des produits culturels » à l'UFR d'Economie de l'Université Paris 1-Panthéon-Sorbonne.

Ses recherches portent sur l'économie de la culture et les politiques culturelles.

Xavier Greffe est Professeur à l'Université de Paris I Panthéon-Sorbonne, où il dirige le programme doctoral d'économie des arts et des médias ; et Professeur associé à l'Université de Tokyo (Graduate Research Institute for Policy Studies) où il enseigne l'économie du patrimoine et des paysages culturels. Il est également président de la commission nationale de l'emploi artistique du Conseil National du Spectacle. Après ses études aux universités de Paris et Los Angeles (UCLA), il a successivement enseigné aux universités de Paris Nord, Alger et Paris I et assumé entre 1985 et 1994 des responsabilités aux ministères de l'Education nationale et du Travail et de l'Emploi. En outre, il a été recteur des académies d'Orléans-Tours, puis de Poitiers.

• 12h15-12h30 : Annonce de la suite du colloque par Brigitte Borja de Mozota

après-midi à

École Parsons à Paris
A division of
Paris College of Art



14h00-18h00 | Ateliers en parallèle

École Parsons à Paris / Room 17 & Room 24
14, rue Letellier – 75015 Paris

Les compétences des designers et leurs modèles de mesure. Quatre thématiques de recherche : économie de l'immatériel, économie des technologies, économie du design, économie du bien commun. Exposition : "Grand Paris Work-in-Progress" de Raphaële Bidault-Waddington avec la contribution des étudiants de Magdalena Jarvin

• 14h00-14h30 : Introduction par Bernard Darras,
Design et changement, de la conception à l'action (Room 22)

Les nouvelles approches du design participatif, d'inclusion ou social réclament un changement de rôle du designer auteur au profit du designer facilitateur, médiateur et accompagnateur du changement. Les stratégies de création et de conception en sont profondément bouleversées au profit de la dynamique de réflexion et de conception en groupe. Le temps et l'énergie consacrés aux consultations, débats, négociations et accords est-il perdu ou gagné ? Cette présentation s'appuie sur des expériences dans le secteur du web design.

• 14h30-15h00 : Présentation des ateliers par leurs animateurs

Atelier 1) Économie de l'immatériel

15h00-16h30,
Room 17

Animé par

Raphaële BIDAULT-WADDINGTON

Artiste au parcours très atypique, RBW organise son travail sous la forme de laboratoires de recherche créative qui l'amènent à expérimenter de nombreuses formes de collaboration.

La Petite Industrie de l'Image Sensorielle (www.piims.fr) est le laboratoire dans lequel elle explore, par un large spectre de compositions photographiques régulièrement exposées ou publiées, la ville, la valeur de l'image, comme la sphère de l'information et la globalisation. Plus conceptuel, le Laboratoire d'Ingénierie d'Idées (www.liid.fr), se présente comme un think-tank artistique, n'hésitant pas à puiser dans PIIMS de nouvelles articulations de pensées, tout en se nourrissant de nombreux échanges et collaboration avec d'autres structures. LIID travaille ainsi régulièrement en France et à l'étranger avec des agences de prospective, des entreprises innovantes, des villes et organisation publiques, des écoles et chaires de recherche universitaire, des réseaux d'experts, etc.

Pour un aperçu de tous les laboratoires, projets et références de RBW : <http://goodwill.is.not.free.fr>.

Atelier 1) Économie de l'immatériel

Raphaële Bidault-Waddington,

artiste-chercheuse,

Fondatrice du Laboratoire d'Ingénierie d'Idées, www.liid.fr

15h00-15h30

Paris Galaxie : Exposition de Raphaële Bidault-Waddington et des étudiants en sociologie urbaine à l'École Parsons à Paris

Raphaële Bidault-Waddington présentera les résultats de workshop de recherche créative réalisés avec les étudiants de l'École Parsons, à la suite d'une enquête ethno-sociologique conduite par Magda Jarvin, et venant nourrir son projet de recherche expérimental "Paris Galaxie". En revenant sur la genèse de ce projet à la croisée de ses laboratoires PIIMS (Petite Industrie de l'Image Sensorielle) et LIID (Laboratoire d'Ingénierie d'Idées), RBW montrera comment une recherche artistique, la sienne comme les "portraits urbains" (actuels et futurs) réalisés par les étudiants, permet d'explorer et révéler la dimension immatérielle de la ville. À l'heure de l'Économie de l'Immatériel et des Villes de la Connaissance où les économistes peinent à rendre compte du capital intangible des organisations, il s'agit également de montrer qu'un raisonnement de recherche créative ainsi explicite, fait sens dans une démarche de "Design Thinking" et de pilotage stratégique au plus haut niveau.

Raphaële Bidault-Waddington,

artiste-chercheuse,

Fondatrice du Laboratoire d'Ingénierie d'Idées, www.liid.fr

15h30-16h00

Paris 2030

Toujours dans le cadre conceptuel de “Paris Galaxie”, Raphaële Bidault-Waddington présentera la proposition récemment soumise à l'appel à projet “Paris 2030” lancé par la ville de Paris, dans laquelle elle poursuivra son travail de recherche créative et prospective avec les étudiants de l'école Parsons. Ce nouvel épisode de Paris Galaxie, hébergé par le Laboratoire CRICC de la Sorbonne (Centre de Recherche Image Culture et Cognition), s'intéressera à comment “imaginer”, mettre en image et visionner, les identités urbaines de Paris à l'horizon 2030, c'est à dire dans son périmètre du Grand Paris. À défaut d'une vision unique nécessairement réductrice et problématique, c'est par un “dispositif poétique” constitué d'une palette de “profils urbains” (urban patterns) que la galaxie grand-parisienne pourrait peut-être montrer ses vraies couleurs. C'est en tout cas en allant explorer les zones invisibles, “underground” et émergentes du futur Grand Paris (lieux culturels expérimentaux, monde de la nuit, face cachée des ghettos, etc.), ou le contenu de regards artistiques non-conventionnels, et interprété avec un outillage théorique multidisciplinaire (art, design thinking, économie, urbanisme, etc.) exigent et atypique, que ce projet se présente lui-même comme une aventure prospective aux frontières du territoire de la connaissance rationalisée...

Alok Nandi,

designer & auteur/réalisateur - www.aloknandi.net

Architempo / coCreationcamp

16h00-16h30

Co-creation Canvas and Narrative Design

Design is about the ‘transformation of existing conditions into better ones’ (Herbert Simon) and requires multiple readings across disciplines. Co-design and co-creation facilitates the focus on process and praxis needed for co-elaborating these better conditions, not only with a human-centered approach but also in a sustainable mode.

The four orders of design (SURFACE, graphic and visual design; OBJECT, industrial design; SPACE, environment design; SYSTEM, interaction and service design) will help to shape tools and methods, through co-creation, in order to ‘reveal’ perspectives and projections of notions of design. As such, coCreationcamp can be seen as a multiple media prototype exploring contemporary design questions through storytelling and story-sharing.

This intervention will share different cases where “narrative design” is key and explore the preparation of the co-creation canvas.

• *Break : 16h30-17h00*

Atelier 2) Économie des technologies

15h00-16h30,
Room 24

Animé par

Bernard DARRAS

Bernard Darras est Professeur de sémiotique et de méthodologie de la recherche à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Il est actuellement directeur de l'École doctorale APESA 279, Directeur exécutif de l'Institut ACTE UMR 8218, du Master Multimédia Interactif et du Master Design-Média-Technologie à l'Université Paris 1. Ses recherches concernent prioritairement les approches sémiotiques, pragmatiques, constructivistes, systémiques et interactionnistes des cultures visuelles, matérielles et digitales. Il a publié ou dirigé treize livres et onze numéros de revues, et environ 180 articles scientifiques.

Dernières publications :

Darras, B. (dir.) (2011). Art+Design\semiotics. Collection#3. Paris : Parsons Paris.

Darras, B. & Belkhamza, S. (Dir.) (2009). Objets & Communication. MEI 30-31. Paris: L'Harmattan.400 p.

Darras, B. (Dir.) (2008). Images et Etudes culturelles. Paris, Publications de la Sorbonne.

Atelier 2) Économie des technologies

Paul Pietyra,
Directeur de Nekoé

15h00-15h30

Macro design et design de transformation : quel potentiel du design dans la stratégie globale des entreprises, quelle intégration avec les autres disciplines ?

Avec un focus sur le Design des services, disciplines en pleine structuration, nous proposons d'explorer les perméabilités, les complémentarités et les oppositions entre disciplines connexes au design, telles la science des services, l'ergonomie des services, le marketing, pour la réussite de projets de transformation d'entreprises et d'innovation.

L'innovation de service, dans une logique de transformation et non uniquement de développement de nouveau service, nécessite une vision systémique avec la recherche d'un impact globale, plus large que la simple valeur économique. L'approche design donne une réelle agilité au projet de transformation, mais nécessite une intégration forte avec les autres disciplines pour permettre la création de nouvelles architectures d'entreprises orientées utilisateur.

A partir des travaux de recherche récents et d'exemples de projets d'entreprises, nous proposons de soulever le débat sur une démarche macro, tirée par le design, au service de la transformation de l'entreprise et plus largement de la société.

Frédérique Krupa,

designer et doctorant Paris 1

Communication Design Chair à l'Ecole Parsons à Paris

15h30-16h00

Girl Games : Typologie et Femmes en Informatique

Après 20 ans de production de jeux vidéo pour filles (le mouvement Girl Games), les femmes sont devenues paritaires en tant que consommatrices mais pas en tant que productrices. Les chiffres montrent que la sous-représentation des femmes dans le milieu informatique s'aggrave. Les facteurs sociaux - tel que la menace des stéréotypes et le manque d'estime en soi - semblent être les causes principales de cette iniquité. Par conséquent, mon travail s'appuie sur le Myers Briggs Type Indicator (MBTI) pour analyser et catégoriser les personnalités des femmes travaillant dans le milieu du jeu vidéo.

Mathieu Quiniou,

Directeur du Centre Mobius International / Doctorant

16h00-16h30

Crossdesign : vers la construction d'une sémantique d'interfaces pour un design multi-support cohérent

La production éditoriale et publicitaire multi-support exige la mise en œuvre d'une logique holistique communicationnelle, véritable sémantique inter-interfaces faisant du design la pierre angulaire de l'expérience usager. Ces compétences, en émergence, s'inscrivent dans une démarche évolutive soumise au développement technologique. Les dispositifs mobiles, tactiles, immersifs et les pratiques participatives renouvellent radicalement l'approche du design et le métier de designer dans le secteur de l'information communication.

• *Break : 16h30-17h00*

Atelier 3) Économie du design

17h00-18h30,
Room 17

Animé par

Bérangère SZOSTAK

Bérangère Szostak est Maître de Conférences au sein du laboratoire COACTIS à l'Université Lyon 2. Elle a obtenu un doctorat en sciences de gestion en 2006 à l'Université Lyon 3 sur « L'impact des facteurs organisationnels sur l'image institutionnelle des organisations. Le cas des agences de design en France » (R. Durand, directeur – Félicitations du Jury). Ses travaux de recherche portent entre autres sur la prise en compte des institutions dans l'élaboration des stratégies des organisations, notamment en matière de créativité. Dans ce cadre, elle travaille en particulier sur le champ créatif du design industriel en France pour expliquer la performance créative des agences de design, la construction de leur légitimité, mais aussi pour comprendre pourquoi certains chefs d'entreprise collaborent avec des designers tandis que d'autres s'y refusent. Elle a publié dans la Revue Française de Gestion, Management & Avenir, et aussi dans des numéros spéciaux autour du design, comme Design Principles and Practices: An International Journal et Revue Management et Sciences Sociales. Depuis 2010, elle s'intéresse au management des enseignants-chercheurs au sein des Universités dans le cadre de la LRU (évaluation des EC, transfert de pratiques du privé vers le public...). Elle couple ainsi les théories néoinstitutionnalistes et la créativité à un terrain d'étude conduisant à des synergies avec son rôle au sein de son établissement (vice-doyenne de la Faculté de Sciences économiques et de Gestion depuis 2010, (Elue CEVU depuis 2012).

Atelier 3) Économie du design

Bérangère Szostak,
*Maître de Conférences en Sciences de Gestion,
Université Lyon 2, COACTIS*

17h00-17h30

Valeur du design dans les PME : l'importance de la formation au design des dirigeants

Pour favoriser l'intégration du design dans les stratégies d'innovation des acteurs économiques, des actions ont été entreprises par des institutions au niveau national et local, par exemple, le développement des Centres de Design en France, les Ecoles (Strate College, IUT de Compiègne etc.), les Manifestations telles que la Biennale du Design à St-Etienne. Ainsi, les grandes entreprises, comme Renault, SNCF, L'Oréal, France Telecom, sont sensibles au design et collaborent avec des designers et des agences. Qu'en est-il au niveau des PME ? Nous constatons que leur sensibilisation est plus complexe en raison notamment de leurs ressources limitées mais aussi de l'incarnation de la PME avec le dirigeant. En effet, un chef d'entreprise non convaincu par la démarche design sera moins à même à libérer des ressources (humaines, matérielles, financières...) pour un projet en design. A l'inverse un dirigeant convaincu motive ses salariés à adopter le « design thinking ».

Une étude avec Gaëlle Dechamp a été menée auprès de dirigeants de PME de la Loire pour comprendre comment valoriser le design auprès de ce public, moteur de notre économie. Après 4 ans de collaboration avec le Conseil général de la Loire, les résultats montrent l'importance de former les chefs d'entreprise au design et de les amener à expérimenter concrètement la pratique du design. Nous présentons alors au Design Days une étude statistique menée dans ce cadre-là et réalisée en collaboration avec Gaëlle Dechamp et William Dhuyvetter, enseignant-chercheurs à COACTIS.

Imen Ben Youssef,
Designer/Chercheur/Maitre-assistant

17h30-18h00

Un écosystème d'innovation : design d'intérieur et matériaux

Dans le domaine du design intérieur, où la recherche scientifique et technologique s'est particulièrement affirmée par l'innovation des matériaux de plus en plus performants, le designer doit prendre conscience non seulement de la place que doit occuper un matériau dans l'espace mais surtout de l'impact qu'il aura sur l'environnement. Choisir un matériau ne se limite pas à identifier son rôle fonctionnel et esthétique et à ce qu'il procure comme effet physique et psychologique, mais doit aussi se baser sur l'aspect économique et ce qu'il génère comme impact sur l'environnement et sur la société. Choisir un matériau dans un espace intérieur peut engendrer une certaine consommation d'énergie et la génération de déchets, ce qui peut « nuire » à l'environnement.

Le designer ne doit pas se soucier de répondre aux besoins des usagers de l'espace intérieur sans tenir compte des besoins de la société en économie de l'environnement et des ressources naturelles, pour atteindre la performance sociale en termes de « qualité du vécu » ; je traite le terme « qualité » parce que nous vivons dans une société en perpétuel changement, où le design est l'un des vecteurs de cette évolution.

Par conséquent, le designer doit faire face à la dimension économique du matériau pour réussir son adaptation à l'espace et à l'environnement. C'est dans ce sens que le concepteur de l'espace doit, dès la phase conceptuelle d'un projet design, avoir à l'esprit l'approche économique du matériau pour garantir au mieux la réussite du projet en termes de qualité du vécu afin de préserver la qualité de l'environnement. C'est dans ce même contexte que le concept écologique a commencé à prendre une place importante dans le domaine du design intérieur avec un souci d'utilisation des matériaux écologiques, en pensant à l'avenir de l'humanité et par conséquent au développement durable. Le designer porte ainsi une grande responsabilité vis-à-vis de l'individu et de la société, puisqu'il doit améliorer, développer et innover par une approche économique les matériaux utilisés en design d'intérieur.

François Lenfant,
*Manager, Global Design & User Experience, EMEA
GE-Healthcare*

18h00-18h30

Transformation by Design at GE-Healthcare

Design is a key driver of change at GE Healthcare; placing people at the heart of our value chain. Beyond technology excellence, GE knows that its success on the market relies on its ability to build a positive experience of the brand. In that context Global Design grows by helping GE solving problems. Our core design skills, brand philosophy, growth incubators and Design-Thinking allow us to inspire and foster change at all levels of the organization.

Global Design's paradigm, strategy and techniques lead the transformation of our products, experiences and business. Our raising influence highlights the importance of the intangible factors that drive the bottom line. As clearly expressed by our philosophy: "the magic of science and empathy".

Atelier 4) Économie du bien commun

17h00-18h30
Room 24

Animé par

Anna BERNAGOZZI

Anna Bernagozzi is Professor of design theory and projet manager and researcher for the EU research project IC-IC at the ENSAD – École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs, Paris.

Bernagozzi conducts trend and design consulting in semiotic, trend, marketing and focus groups case studies for different international agencies and companies (CCA, Allegoria, Semaphore, Alchimie, Greg Rowland Ltd., Semiotic Solutions Ltd., Linguistics Landscapes Ltd., Space Doctors Ltd.). She is also a design consultant for different Design editors and Brands, journalist and curator.

Atelier 4) Économie du bien commun

Anna Bernagozzi,
Professeur de théorie de design et consultant

17h00-17h30

Design in times of transition

The most crucial issue that design schools will have to address (and are already addressing) in the years to come is that of strengthening the capacity of tomorrow's designers to deeply understand the society they live in and to react (and pro-act!) to transitional contexts by creating the right design tools and objects that will allow everybody to live tomorrow in what will be a better sustainable world. Students are always eager to co-operate, interact with each other, nourish their knowledge with other disciplines and naturally embrace a more holistic approach of our society. It's a generation that is highly adaptive and naturally deals with complexity. The future role of designers should be that of bringing clarity in the surrounding economical and social fuzziness. Our society is quickly changing and designers have to invent new tools for thinking differently, they don't have to solve problems by trying to apply proven solutions from the past!!! The problems are different now and the solutions no longer work!!! Designer's objects/tools will help people to imagine what they don't know about a situation, to imagine solutions they hadn't thought before, to change and find new ways of doing things. Designers will re-imagine the world and rebuilt it starting from complex interactions of interdependent ecologies of water, food and energy. They have to be keen observers and attentive facilitators and translators of the "intelligence of the context".

Hayla Kekhia Meddeb,
Designer/Chercheur/Maitre-assistante

17h30-18h00

Design social et logique économique

Récemment répandu, le concept du design social semble s'écarter de l'acceptation et de la pratique jusque-là popularisées du design qui consistent à accorder de la valeur ajoutée au produit afin de réaliser du profit. Le design social qui s'enorgueillit de ne pas se soumettre aux dictats du marché œuvre plutôt, pour l'amélioration de l'équité sociale et la satisfaction des besoins essentiels des communautés humaines. Il est par conséquent, sociétal et non commercial, se trouvant aussitôt confronté à la politique économique qui perçoit le design comme moteur servant les intérêts du marché et le dépassement continu de la consommation afin de produire une situation économique plus favorable.

En Tunisie, le design qui est encore à ses balbutiements, intègre la stratégie de développement dans un souci de valorisation de la production nationale, qu'elle soit artisanale ou industrielle, et non dans l'optique de l'amélioration directe des conditions de vie du quotidien. Ces dernières sont censées attendre de bénéficier de conditions économiques plus propices que le design est appelé à renforcer.

Pourtant, les situations problématiques sont diverses et nombreuses, celles qui nécessitent une intervention urgente en termes de design social. Mais, il semblerait que celui-ci soit contradictoire avec l'expansion du potentiel économique du marché du design. En effet, la question existentielle de la place du design dans la société se trouve rapidement confrontée à la dimension économique de la question qui renvoie au fait que le design social n'est pas et ne peut être une source de gain aux yeux des instances politiques.

Aurélie Marchal,
*Consultante en innovation organisationnelle et managériale
par le design*

18h00-18h30

Le design là où on ne l'attend pas : pour un design management défini par des compétences et utile à l'économie du bien commun

Trois exemples de transformation par le design à partir d'interviews de designers : Matthieu Savary et le co-design sociétal (User Studio pour la Lyonnaise des Eaux), Sébastien Garcin et le design d'organisation (Ogilvy), Jérôme Lemaire et le design de formation (AFPA).

Comment ces trois designers ont-ils été amenés à investir des champs nouveaux ? Sur quelles attitudes et compétences spécifiques au design se sont-ils appuyés ? Pour quelles raisons ont-ils choisi de ne pas mettre en avant le design ? En quoi les résultats ont-ils été très pertinents ?

La présentation de ces exemples riches d'enseignements sera suivie d'une discussion avec le public.

