

METHODE D'INNOVATION PAR LE DESIGN VIABLE (MIDV)

Mise en place d'une démarche d'innovation par le
design organisée en 90 jours

Méthode développée par THEMA_DESIGN

Introduction

La méthode MIDV a été mise au point par THEMA_DESIGN sur la base de l'expérience acquise par l'agence dans l'accompagnement de PME/TPE dans le développement de leur projet d'innovation par le design.

Elle s'adresse aux entreprises qui pensent que l'innovation par le design peut les aider à conquérir de nouveaux marchés, à mieux mobiliser leurs salariés, à faire face aux changements de l'environnement, des clients et des concurrents.

Le développement d'un projet design s'articule en trois phases, la MIDV s'inscrit dans une première phase, qui est la mise en place formelle du projet, avant la sélection du designer.

Le détail des trois phases est présenté ci-après: MIDV, sélection du designer, et développement du projet.

ETAPES D'UN PROJET DE DESIGN

Idée(s)

MISE EN PLACE DU PROJET
PAR LA MIDV
METHODE D'INNOVATION
PAR LE DESIGN VIABLE

DEVELOPPEMENT DU
PROJET DESIGN

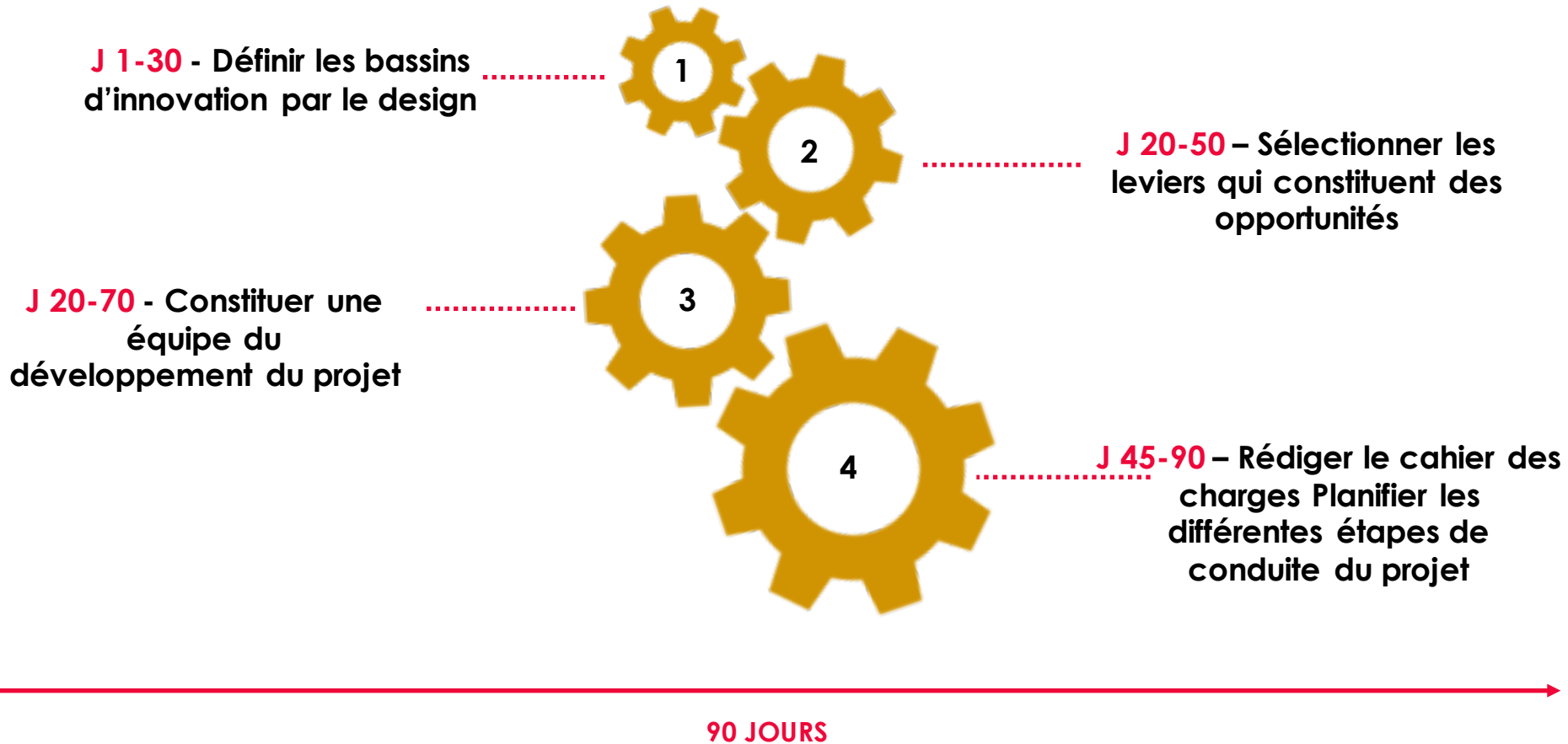
SELECTION DU DESIGNER

THEMA DESIGN

Lancement commercial



MIDV : MÉTHODE D'INNOVATION PAR LE DESIGN VIABLE
Mise en place d'une fonction d'innovation par le design organisée





..... J 45-90 – Rédiger le cahier des charges du projet

CONTENU D'UN CAHIER DES CHARGES (OU BRIEF DESIGN) :

1. Informations sur l'entreprise
2. Présentation du marché de l'entreprise et de son environnement
3. Descriptif des objectifs du projets
4. Présentation de l'objet du projet (produit et/ou service)
5. Conditions de mise en œuvre du projet
6. Description de l'intervention du designer



SELECTION DU DESIGNER

— Qui est-il ?

- Un professionnel qui lie la création à l'économie de l'entreprise
- Des formations de bac +2 à bac + 5
- Mais... une profession non réglementée
- 3 structures : indépendants, agences de design, designers intégrés

— Comment identifier un designer ?

- Organismes régionaux ou nationaux (exemple annuaire Nexa...)
- Consultant en management du design
- Critères à prendre en compte : expérience, proximité...
- Importance de la rencontre



SELECTION DU DESIGNER

___ Comment choisir un designer ?

- Consultation de 2 ou 3 designers présélectionnés sur la base du cahier des charges
- Possibilité de faire signer un accord de confidentialité
- La réponse du designer doit notamment comporter :
 - Méthodologie incluant livrables phase par phase,
 - Planning,
 - Honoraires détaillés par phase,
 - Conditions de Propriété Intellectuelle

___ Créations soumises à la propriété intellectuelle (droits d'auteurs + propriété industrielle)



SELECTION DU DESIGNER

__ Comment rémunérer le designer ?

- Honoraires (forfait, journée...)
- Royalties

__ Aides pour le financement :

- BPI France
- Guichet unique Région Recherche et Innovation

__ Une fois le designer sélectionné :

- Formalisation de la collaboration sous forme d'un contrat
- Démarrage de la collaboration

Développement d'un projet design: les trois phases

Phase 1 MIDV

Phase 2 Sélection designer

Phase 3 Concrétisation

Formulation du projet

Rédaction du brief design

Étape 1 Recherche et exploration, analyse et étude

Étape 2 Conception et création

Étape 3 Développement

Étape 4 Lancement commercial

Objectifs

- Concrétiser une idée en un projet d'innovation par le design qui peut prendre la forme de :
 - La création d'un nouveau produit
 - L'élargissement d'une gamme de produits existants
 - La création d'un nouveau packaging
 - L'aménagement d'un espace d'exposition
 - La création d'une nouvelle identité visuelle
 - La conception d'une gamme de services
- Intégrer cette nouvelle idée dans la stratégie de développement globale de l'entreprise.

Moyens

- Prise de connaissance de l'activité de l'entreprise, son historique, son positionnement, son savoir-faire, ses moyens techniques, humains, financiers, sa connaissance du marché, sa stratégie commerciale et marketing.
- Visite de l'entreprise, rencontre et échanges avec le dirigeant et les différents intervenants sur le projet, recueil et analyse des différents éléments complémentaires par des études si besoin (études de marché, benchmark, business plan du projet)

Intervenants

- Entreprise
- Designer ou design manager
- Consultants extérieurs en marketing, vente...

Objectifs

- Formuler les objectifs du projet et ses conditions de mise en œuvre
- Émettre un document de référence permettant au designer de faire une proposition complète et d'évaluer de manière précise les missions attendues
- Permettre à l'entreprise d'estimer l'investissement nécessaire à la prestation de design
- Servir de base d'échanges entre l'entreprise et le designer.

Contenu

- 1 • Informations sur l'entreprise
- 2 • Présentation du marché de l'entreprise et de son environnement concurrentiel
- 3 • Descriptif des objectifs du projet
- 4 • Présentation de l'objet du projet (produit ou service)
- 5 • Conditions de mise en œuvre du projet
- 6 • Descriptif de l'intervention du designer

Intervenants

- Entreprise
- Consultant expert en design management ou designer

Si l'entreprise n'a pas choisi de designer, le brief design sera envoyé à la pré-sélection de designers que l'entreprise souhaite mettre en concurrence. Il convient pour l'entreprise de faire signer un **accord de confidentialité** au designer préalablement à cet envoi.

Lorsque le designer est sélectionné et la collaboration entre le designer et l'entreprise formalisée sous forme d'un **contrat** indiquant les conditions de rémunérations (honoraires, royalties...) et de propriété intellectuelle, le travail du designer peut commencer.

Objectifs

- Immersion dans le projet
- Analyse du contexte global de l'entreprise et de son projet afin de positionner le projet :
 - dans ses territoires de style
 - dans ses univers d'utilisation
 - dans son univers concurrentiel

Moyens

- Prise de connaissance de l'entreprise à travers le brief design et rencontre et dialogue avec les différents intervenants du projet (Direction générale, directeurs techniques, experts métiers, bureaux d'études, directeurs marketing, ouvriers qualifiés etc...)
- Rencontre avec les usagers : il les observe dans leurs pratiques et le contexte d'utilisation afin de définir les contours des usages à améliorer, à modifier ou à inventer
- Appropriation des différents procédés de mise en œuvre

Livrables

- Documents d'analyse et de tendances (planches, revues...) illustrant un ou plusieurs univers et ambiances dans lesquels le designer positionne le projet.

Intervenants

- Designer
- L'entreprise qui complète, amende, et modifie les axes prioritaires de création.

Objectifs

- Proposer les premières réponses au cahier des charges à partir des pistes de création déterminées
- Proposer les premières expressions dimensionnelles, esthétiques et techniques du choix créatif
- Formaliser les idées et concepts proposés à l'étape précédente

Moyens

- Mise en place de réunions de travail et d'échanges entre le designer et l'entreprise

Livrables

- En 2D : dessins, croquis, maquettes... accompagnés d'une note d'intention décrivant l'univers formel, l'univers d'usage, les couleurs et matériaux envisagés.
- En 3D : images 3D, maquettes virtuelles ou physiques montrant les vues principales du produit, décrivant les usages, les matériaux envisagés, les principales cotures de dimensionnement, l'intégration des contraintes techniques.

Intervenants

- Entreprise
- Designer

Objectifs

- Mise au point de la solution retenue en vue de son développement industriel :
- Faisabilité technique
- Prototypage
- Recherche de sous-traitants, de fournisseurs

Moyens

- Collaboration étroite du designer avec le bureau d'études (interne ou externe à l'entreprise) et d'autres intervenants potentiels tels que centres techniques, laboratoires de recherche, bibliothèques, etc...

Livrables

- Dessins et plans techniques d'adaptation au design au process industriel (dessins 2D et 3D)

Intervenants

- Entreprise
- Designer
- Bureau d'études (interne ou externe à l'entreprise)
- Centre technique

Objectifs

- Accompagner l'entreprise dans le lancement du produit ou service réalisé
- Valoriser la collaboration entreprise-designer

Moyens

- Recommandations pour la communication
- Participations aux événements (salons, lancement presse...)

Livrables

- Charte graphique
- Réalisation des images de synthèses, nécessaires à la communication du projet
- Notice de montage, d'utilisation...
- Outils de communication : plaquettes, site internet, dossier de presse...
- Conception d'un stand pour un salon de présentation
- Réalisation d'une scénographie pour une exposition

Intervenants

- Entreprise
- Designer
- Service commercial et marketing (de l'entreprise ou externalisé)
- Agence de presse