

dossier de presse

Encore + de design c'est un + pour tous



Contact presse

APCI/ Observateur du design 09

Agence Design Project
Benjamin Girard
06 64 37 09 62
benjamin.girard@design-project.net

Cité des sciences et de l'industrie

Annabelle Hagmann
01 40 05 73 60
a.hagmann@cite-sciences.fr

Exposition :

// Le meilleur du design de l'année
en **188** réalisations.

// 10^{ème} Observateur du design :
présentation de produits marquants.

// Les plus grands prix du design
en Europe invités.

À la Cité des sciences et de l'industrie,
du 23 octobre 2008 au 9 mars 2009.

Cérémonie de remise des étoiles

Le 23 octobre 2008

Programme

Mardi 21 octobre à 9h30 :

Présentation à la presse

9h30-10h

Présentation Observateur 09 / La 10^{ème} sélection de l'Observateur du design
Divulgateion du palmarès des Étoiles du design avec embargo jusqu'au 23 octobre, 20h.

10h-11h

Découverte de l'exposition en avant-première.

À la Cité des sciences et de l'industrie / Entrée principale

30, avenue Corentin Cariou 75019 Paris

Métro Porte de la Villette

Parking : Quai de la Charente

Communiqué de presse

L'Observateur du design 09 10^{ème} édition

Le design, on en parle de **plus en plus...**

Depuis 1999, L'Observateur du design réunit et récompense les réalisations les plus significatives au sein d'une exposition à la Cité des sciences et de l'industrie.

Son objectif ? Montrer et démontrer qu'encore **plus** de design, c'est un **plus** pour chacun de nous, pour l'entreprise et les pouvoirs publics, pour une société durable.

L'Observateur du design 09

Encore + de design, c'est un + pour tous

10^{ème} édition de l'événement majeur de la promotion du design en France

D'année en année, l'Observateur du design devient de plus en plus...

Fédérateur : 1670 réalisations référencées, 774 entreprises, 515 agences et designers indépendants.

International : cet événement organisé par l'APCI est labellisé « compétition internationale » par l'ICSID. Depuis son origine, l'Observateur du design a participé à 35 expositions sur tous les continents.

Reconnu : L'Observateur du design rencontre chaque année 200 000 visiteurs à la Cité. Depuis sa création, l'exposition a été accueillie dans toute la France, soit une cinquantaine d'expositions à ce jour.

Une exposition du 23 octobre 2008 au 9 mars 2009

Le meilleur du design de l'année : 188 produits, espaces et services labellisés.

Du passé vers l'avenir : l'évolution du design depuis la création de l'Observateur illustrée par une sélection de réalisations.

Invités d'honneur : 13 homologues européens de l'Observateur présentent une réalisation emblématique de leur pays.

Des récompenses en +

Les étoiles du design, jeudi 23 octobre,

Les étoiles du design, attribuées par un jury international et pluridisciplinaire, présidé par Yann Barbaux, Directeur Exécutif de EADS Innovation Works, seront décernées aux produits les plus exemplaires de la sélection.

Des mentions spéciales, décernées par OSEO, l'ADEME et l'INPI, viendront saluer des efforts significatifs dans leur domaine de compétences : l'innovation, l'environnement, la propriété industrielle.

Le prix de la Région Ile-de-France récompensera une PME de son territoire.

Le prix du public ; durant toute la durée de l'exposition, les visiteurs seront invités à voter pour leurs réalisations favorites.

L'Observateur du design 09, ce n'est pas qu'un Observateur de +. C'est le 10^{ème} !

Créé en 1999, L'Observateur du design est une initiative de l'APCI, Agence pour la Promotion de la Création Industrielle. 10 sélections, ce n'est pas un aboutissement, mais une étape, l'occasion d'une mise en perspective des missions de l'Observateur du design :

La promotion du design en France : sensibiliser le grand public et encourager les entreprises.

Le grand public a toujours été exposé à des définitions partielles du design : un « style », un « art » qui se montre dans les musées, ou encore une démarche fortement « incarnée » par des designers férus de médias... L'Observateur du design propose à ses visiteurs une approche différente : il illustre la présence du design dans les objets de tous les jours, commercialisés ou bientôt disponibles, soucieux de faire de l'utilisateur un acteur de l'innovation. **C'est pourquoi l'Observateur est un moment de réflexion privilégiée sur les objets, services, systèmes qui nous entourent, comme un reflet de notre culture...**

La promotion du design est un enjeu de taille pour les entreprises. L'Observateur du design mobilise ainsi des institutions comme le Ministère de l'Industrie, la Région Ile-de-France, la Ville de Paris, OSEO, l'ADEME, l'INPI. Compétitivité, exportation, innovation, respect de l'environnement sont les défis auxquels elles sont confrontées. Le design est un moyen d'y faire face mais induit souvent une prise de risque, des modifications culturelles et stratégiques profondes dans l'entreprise. L'Observateur, en tant que prix, valorise ces efforts. **Au-delà de la rencontre avec le grand public, l'Observateur est un rendez-vous fédérateur pour les designers et les entreprises, et un outil pour leur développement.**

La promotion du design français à l'étranger.

« En France, vous faites aussi des biberons et des vélos ? » Depuis sa première itinérance en Corée en 2000, et surtout sa participation au World Best Design Exchange depuis 2003, l'Observateur diffuse une image nouvelle de l'innovation et de la créativité de l'industrie française. Intelligent, malin, mais aussi high tech et sensible, le design français a trouvé dans l'Observateur une vitrine, participant à plus de 35 expositions internationales dans le monde entier.

Le regard d'Anne-Marie Boutin, Présidente de l'APCI

Quelles sont les évolutions les plus marquantes du design depuis 10 ans ?

Le lancement de l'Observateur a été l'un des premiers événements véritablement fédérateurs organisés par l'APCI. Les entreprises et les designers qui y participaient étaient très motivés et dès le début la qualité a été là, même si pour certaines entreprises, le design restait un plus pas vraiment indispensable. Au fil des sélections, on a pu observer une intégration croissante du design dans les processus d'innovation, tout particulièrement dans son lien à la qualité.

Au-delà des styles et des tendances, le design a retrouvé sa vocation d'être à l'écoute des utilisateurs, de leurs pratiques, de leurs modes de vie.

A l'écoute des entreprises, il est allé là où on ne l'attendait pas, vers la stratégie et la réflexion prospective. Car les acteurs économiques commencent à percevoir la force de sa démarche et sa capacité de proposition. L'intégration du « design thinking » dans la gestion des projets est devenue un enjeu.

En 10 ans, le design a pénétré tous les secteurs de l'économie, n'oubliant ni le médical, ni les outils du travail, ni les services. Il s'est aussi adapté aux évolutions de la société, qu'elles soient sociales, culturelles ou technologiques : le développement d'Internet et des interfaces, les questions environnementales, le

vieillesse de la population, l'exclusion, le développement durable...

Les entreprises font-elles plus de design aujourd'hui ?

Elles en font à la fois plus et mieux, car elles ont une meilleure perception de ce qu'il peut apporter. De plus en plus d'entreprises ont compris l'apport du design en termes de synergies : l'image d'un produit ou d'une gamme de produit réussie rejaillit sur l'identité de l'entreprise, sur sa culture, sur sa cohésion interne, et sur son image extérieure.

Elles font de plus en plus souvent intervenir les designers dès le stade de la stratégie et tout au long du processus d'innovation. Le design va continuer à évoluer, devenir une démarche encore plus en amont et encore plus globale... et concerner l'ensemble de la société par sa capacité de proposition et de questionnement... il doit aller au-delà des tendances et détecter les signaux faibles pour anticiper enjeux et besoins en émergence. Il sera aidé en cela par les formations dispensées par nos écoles de design dont certaines figurent aujourd'hui parmi les meilleures du monde¹.

1. L'Ensci-Les Ateliers et Strate College Designers figurent pour la première fois parmi les 60 meilleures « D-School », écoles de design du monde, dans le dernier classement réalisé par le magazine Business Week.

Encore + de design, c'est un + pour tous

Le design en fait + pour l'utilisateur

« Le design est l'art de bien concevoir et pour cela de prendre en compte tous les acteurs et tous les éléments. »²

Bien concevoir, c'est apporter des améliorations significatives à la vie quotidienne. Par exemple :

+ de confort // Des produits bien « designés », ce sont des produits qui proposent un bénéfice à l'utilisateur, une facilité et un confort d'usage... Pour les professionnels, un produit facile à utiliser c'est aussi **- de risques**.

- de coûts // En intervenant en amont de la conception, le design peut simplifier la fabrication, réduire les coûts de production et permettre de baisser le prix de vente du produit. Des produits moins chers, plus beaux et qui répondent à nos besoins, c'est aussi **+ de plaisir**.

+ d'innovation // Sur cet aspect, le design intervient doublement : en plus de proposer un usage à une technologie, il est également acteur de l'innovation. Aujourd'hui, des produits innovants, sont de toute évidence des produits qui, par leur conception ou par leur usage, ont **- d'impacts sur l'environnement**.

- d'inégalités // Concevoir des produits, services et espaces qui s'adressent à tous, et en particulier aux plus fragiles est aussi une des missions du design. En un mot, plus de design c'est **+ d'accessibilité**.

Comment ?

Le design est à la fois une discipline créative et une réflexion centrée sur l'utilisateur.

> A l'écoute des mouvements culturels et sociaux, le designer utilise son intuition, son imagination, pour résoudre des problèmes, poser de nouvelles questions, détourner des matériaux ou des technologies... et mobilise sa capacité de représentation pour donner forme à ses propositions.

> Une réflexion centrée sur l'utilisateur ne s'improvise pas. Elle s'acquiert par des méthodes, des savoir-faire acquis dans les écoles de design (5 ans de formation !) et dans les écoles qui forment leurs partenaires dans le processus d'innovation, et propose, par exemple, de se préoccuper du scénario d'usage, c'est-à-dire de partir du terrain, du vécu de l'utilisateur.

Le design s'intéresse à encore plus de questions et pose de nouvelles questions.

Au-delà du style et des tendances, le design ne se limite ni à un type d'objet, ni à des secteurs donnés.

La ville, la beauté, l'éducation et l'enfance, le travail en col bleu ou blanc, la maison et la domotique, la santé, la sécurité, les réseaux, la musique et l'image, le commerce et la distribution, la banque et la monétique, la communication et le marketing, la mobilité et les voyages, la gastronomie, la culture... ont leur place dans l'Observateur du design.

Si nous y pensons un peu + ?

Par ses choix, ses modes de vie, ses besoins, le grand public n'est pas que consommateur de design, il est également co-concepteur ! En invitant les visiteurs à voter pour le prix du public, en organisant des conférences et des ateliers, l'Observateur du design se veut un moment de réflexion privilégié sur notre société, ses besoins, ses enjeux.

Le design, un + pour les entreprises et les pouvoirs publics

Le design dans la mondialisation économique et culturelle

Depuis les années 90, la mondialisation présente un visage ambivalent : ses détracteurs dénoncent les délocalisations, la destruction de l'environnement et des identités culturelles, ses promoteurs mettent en avant la croissance économique et le développement des réseaux. Fait culturel et levier économique, le design est au cœur de ces enjeux.

Un outil stratégique au service des entreprises

Au fil des ans, le design s'est imposé comme un facteur de différenciation, de diversification, d'innovation : Sur des marchés fortement concurrentiels, le design permet à la marque d'affirmer son identité et de fidéliser ses consommateurs. Sur des marchés déclinants, le design offre à l'entreprise l'opportunité de réorienter ses activités, en proposant, par exemple, de nouvelles applications à des matériaux ou des savoir-faire. À l'écoute des besoins émergents, des « signaux faibles », le design est un outil de prospective et d'innovation, qui accompagne l'entreprise dans son développement.

Un moyen de préserver les identités culturelles

Contre toute attente, le design ne s'est pas standardisé, uniformisé dans les marchés mondiaux. Sur un marché aussi mondialisé que celui de l'automobile, qui ne sait pas que Renault est français ou Toyota japonais ? Si les lieux de production ont changé (en réalité, la Mégane est argentine et la Yaris parle ch'ti...), les « designs » revendiquent fortement leur identité nationale ! Au-delà, ce sont les patrimoines qu'ils soient naturels, historiques, culturels, artisanaux, industriels, qui peuvent être valorisés par le design³ et retrouver un sens et un usage « moderne ».

Si nous en faisons un peu + ?

Si des études européennes établissent une corrélation entre croissance économique et niveau de pratique du design, le design n'en reste pas moins une prise de risque. Or, l'intensification de la mondialisation, le développement des pays émergents sur les activités à forte valeur ajoutée, rendent la position des entreprises européennes bien inconfortable... et si, avec le design, le seul risque c'était de ne pas en faire ?

Les entreprises qui pratiquent le design sont **2 fois plus innovantes** que la moyenne. Cf : Creativity in business – Design council – Grande-Bretagne.

+ 22 % de chiffre d'affaires pour les entreprises qui utilisent le design, sur 5 ans, par rapport au chiffre d'affaire de celles qui ne l'utilisent pas. Cf : Enquête sur les entreprises danoises – Danish Design Council – Danemark.

Le design reste encore sous-exploité dans la sphère publique. Or, le design, son approche centrée sur l'utilisateur, s'intéresse aux problématiques sociales et sociétales : vieillissement de la population, préservation de l'environnement, développement durable, accessibilité et lutte contre les exclusions, ...

3. Contribution à la conception d'aide au développement local par le design. – APCI-DATAR, 2003.

+ de design en Europe ?

Le 10 avril 2008, le Parlement Européen a adopté une résolution sur les industries culturelles et créatives qui sont reconnues comme des « facteurs importants pour promouvoir la citoyenneté européenne, rapprocher la culture des citoyens européens et atteindre les objectifs de la stratégie de Lisbonne en matière d'emploi et de croissance. » Le lien se fait donc à nouveau entre la culture et l'innovation.

De son côté, la Commission Européenne confie au programme Pro INNO Grips (chargé de promouvoir l'innovation) le soin de réfléchir à une politique européenne de design⁴.

« Dans le monde d'aujourd'hui, fait de technologies et de changements, le design ne concerne plus seulement les produits, les marques et le packaging. Des interfaces aux moteurs hybrides en passant par l'équipement de la maison, les services de santé, ou l'émergence de nouveaux business models, le design est maintenant au cœur de tout ce qui améliore notre qualité de vie. Le design du XXI^{ème} siècle est un vecteur d'innovation et de progrès, un outil vital de notre compétitivité tant au niveau national qu'au niveau européen. »

Günter Verheugen, Vice Président de la Commission européenne, 2008.

4. Les 26 et 27 juin dernier, l'APCI a participé à un workshop d'une vingtaine d'experts en design, organisé à Marseille par ce programme, dont l'objectif était de proposer des mesures destinées à promouvoir le design au niveau de la commission européenne.

Les plus grands prix du design européens, invités d'honneur de ce 10^{ème} anniversaire.

Forte de son activité européenne, l'APCI a proposé à ses homologues de présenter une réalisation primée particulièrement remarquable et représentative de leur identité.

Cette édition de l'Observateur présentera des produits récompensés dans dix pays européens.

Allemagne : le Reddot, les IF, Design Award of the Federal republic of Germany.

Autriche : l'Adolf Loos Design Prize.

Belgique : le Henry van de Velde.

Danemark : le Danish Design Prize.

Espagne : les Premios Nacionales de Diseno et les Delta Awards.

Finlande : le Fennia Prize.

Italie : le Compasso d'Oro.

Pays Bas : les Dutch Design Awards.

Royaume-Uni : DBA Design Effectiveness Awards.

République Tchèque : les National Design Awards.

La Cité des sciences et de l'industrie

Avec plus de 30 000 m² dédiés aux savoirs scientifiques fondamentaux, à l'innovation et aux technologies les plus récentes, la Cité des sciences et de l'industrie figure au rang des plus grands musées de science en Europe. Depuis son ouverture en 1986, elle a accueilli près de 70 millions de visiteurs auxquels elle propose une multiplicité de chemins d'accès à la science, croisant les disciplines, alliant les sciences dites « exactes » aux sciences humaines, mêlant les registres et les modes de médiation.

Musée multimédia, elle met à l'affiche des expositions, des animations, des conférences et des films mais aussi des ressources documentaires et des services. On y apprend en s'amusant, en s'étonnant, en s'immergeant, en s'impliquant. C'est là sa marque de fabrique.

Pour la huitième année consécutive, la Cité accueille l'Observateur du design, vitrine des réalisations les plus marquantes et les plus innovantes en matière de création industrielle. Comme à l'accoutumée, La Cité accueille les forums de discussion et autres rendez vous professionnels organisés autour de cette exposition qui, cette année, portera haut les couleurs de l'Europe.

Info pratiques

La Cité des sciences et de l'industrie

Ouverte du mardi au samedi, de 10h à 18h

Et le dimanche de 10h à 19h

Entrée principale :

30, avenue Corentin Cariou 75019 Paris

Métro Porte de la Villette

Parking : Quai de la Charente

www.cite-sciences.fr

Tarifs : 7,50 € (PT) et 5,50 € (TR)

APCI

24 rue du Charolais 75012 Paris

Tél : 01 43 45 04 50 / Fax : 01 43 45 10 76

www.apci.asso.fr

Partenariats

Merci à nos partenaires qui ont soutenu la réalisation de la scénographie de l'exposition :

Tarkett Design International apporte créativité et d'innovation dans ses produits afin de proposer des revêtements de sols PVC à même de donner une nouvelle vie aux lieux publics (santé, logement social, bureaux, éducation, boutiques...).

Procédés Chénel International est spécialisé dans le développement et la distribution de techniques et matériaux de décoration pour des expositions commerciales ou culturelles, pour l'événementiel, mais également pour le design et l'architecture d'intérieur.

