

Design management

L'art de dessiner l'innovation

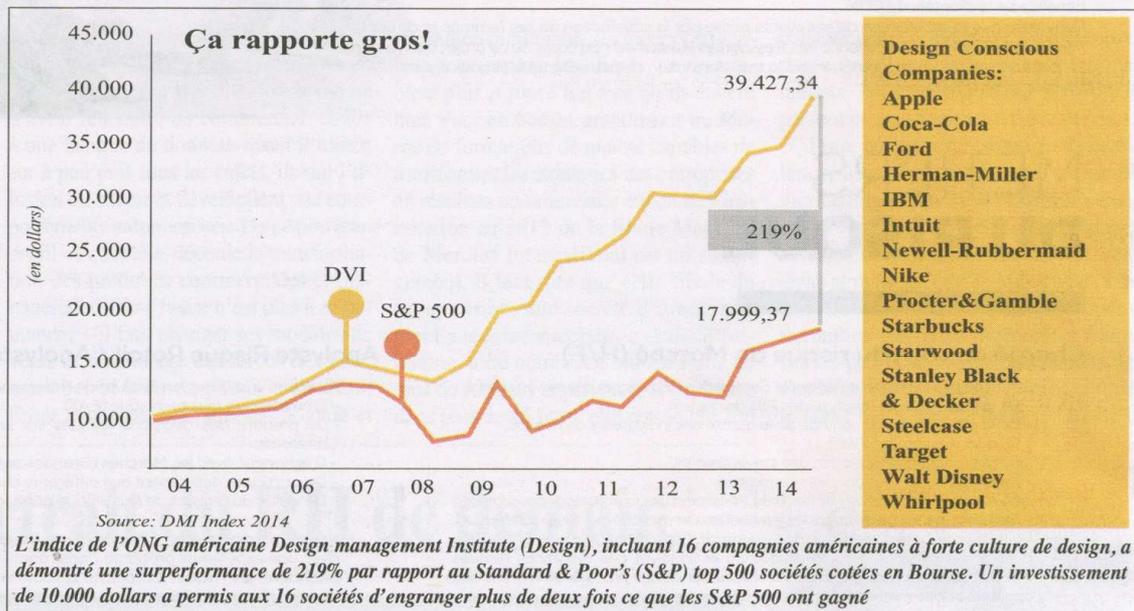
■ La clé pour transformer un produit ou service en avantage compétitif

■ Pas encore de designers intégrés dans les entreprises au Maroc

■ Apple, IBM, Google, P&G,... les géants mondiaux y recourent

INNOVER, c'est aujourd'hui la clé de la survie des entreprises sur des marchés ultra concurrentiels. La seule manière de se démarquer au milieu d'une offre pléthorique de produits et services est de s'assurer des marges plus confortables. Mais encore faut-il savoir «designer l'innovation». C'est justement le rôle du design management. «Le design est une activité créatrice dont le but est de représenter les multiples facettes des objets, métiers, procédés, services et systèmes. Il s'agit d'un véritable vecteur de l'innovation», explique Nabil El Hilali, enseignant-chercheur à l'Esca, lors d'une conférence sur le sujet organisée par la business school la semaine dernière.

Les entreprises les plus performantes sont celles qui ont su mettre le design management et le design thinking au cœur de leur stratégie, avec des départements et des équipes dédiées. Grâce à cette approche, souvent partant des attentes des consommateurs et privilé-



giant l'expérience client, elles arrivent à réaliser des résultats bien au-dessus de la moyenne des plus grands groupes au monde (voir infographie). C'est le cas de multinationales comme Apple, IBM, Google, Procter & Gamble ou Nike.

Parmi les start-up les plus innovantes figurent également celles initiées par des designers. D'après le rapport «Design in tech 2015» de Kleiner Perkins Caufield & Byers (KPCB), l'un des plus importants capital risqueurs de la Silicon Valley, de

designers au sein de leur organisation, à l'instar de ce qui se pratique à l'international. Chez Apple, par exemple, le bras droit de Steve Jobs n'était autre que son responsable de design de produits, le célèbre Jonathan Ive. L'ordinateur de bureau iMac G5, le baladeur iPod et le MacBook Air, entre autres, c'est son œuvre.

«A EDF, qui emploie 160.000 personnes dont 2.000 chercheurs, nous comptons une équipe intégrée de 6 designers rattachée à la R&D, et pouvant être appuyée par des designers externes», témoigne Gilles Rougon, senior design manager R&D d'Electricité de France (EDF), intervenant à la conférence de l'Esca. «Nous travaillons en équipe pluridisciplinaire avec trois compétences: le design produit pour développer des produits et concepts technologiques et d'usage, le service design, en vue de faciliter la relation de service entre le client et l'organisation, et enfin le design d'information, afin de donner sens à l'information reçue et la transformer en solutions utiles», rajoute-t-il.

Le design est appelé à prendre plus d'ampleur dans les prochaines années. Les grandes structures se sont d'ores et déjà greffées sur la tendance. A titre d'exemple, IBM, champion mondial de dépôt de brevets d'invention (7.534 en 2014), avait annoncé en 2013 qu'il dépenserait 100 millions de dollars d'ici 2018, pour mettre le design au centre de sa vision rénovée.

Ahlam NAZIH

Pas encore de formation universitaire

«**L** est temps que les universités lancent des masters et des doctorats dans le design, et pourquoi pas une grande école dans le domaine, à l'instar d'autres pays tels que la France, l'Italie et les Etats-Unis», suggère le designer Hicham Lahlou. Jusqu'à présent, seules les écoles privées se sont positionnées sur cette filière, avec des spécialités comme la communication visuelle, l'architecture d'intérieur et la décoration. «Grâce à Africa Design Days, un événement lancé en partenariat avec la Fondation ONA, nous essayons de créer un hub africain pour le design, et de soutenir de jeunes designers souhaitant faire carrière à l'international», déclare Lahlou. Pour l'heure, la plupart sont tournés vers l'artisanat et la décoration. □

puis 2010, quelque 27 start-up cofondées par des designers ont été rachetées par des compagnies comme Facebook, Google, Dropbox, Yahoo!, Adobe et LinkedIn.

Au Maroc, la discipline est toujours assimilée à la décoration, à l'architecture d'intérieur ou encore à l'artisanat. «Le design est un domaine beaucoup plus en avance, hyper stratégique et qui est là pour apporter des solutions», insiste le designer Hicham Lahlou, dont les créations vont du mobilier urbain à la bijouterie, en passant par les produits industriels et les gros œuvres. «L'agro-industrie marocaine, par exemple, a besoin de revoir son branding, son packaging et son mode de pensée pour s'exporter en Afrique», poursuit-il.

Les entreprises nationales n'ont cependant pas encore, pour la majorité, assimilé l'intérêt de ce mode de pensée et de gestion. Elles n'intègrent toujours pas

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com