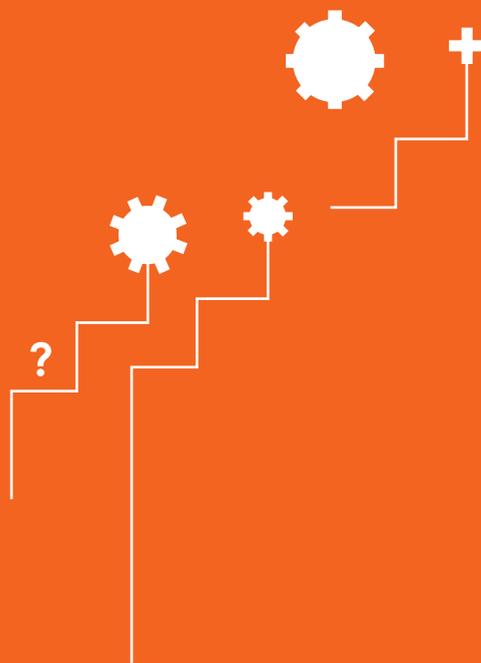


REFERENTIEL QUALIDESIGN

fédi

fédération des designers





fédération des designers



Qualidesign

Le label qualité des professionnels du design

Designers, améliorez vos performances !



LE MOT DU PRÉSIDENT :

La FEDI a décidé de mettre en place un référentiel métier inexistant en France, afin de structurer la profession et d'apporter une forme de transparence sur ce qu'est une prestation de design. L'objectif est de valoriser les métiers du design et de vous accompagner dans l'amélioration de vos performances.

Ce document est un outil de communication à votre service pour la profession mais aussi envers vos clients.

Toute l'équipe de la FEDI se propose de vous accompagner dans cette démarche qualité inédite qui se veut simple à mettre en place tout en ayant un impact fort pour votre activité. Une base de réflexion commune dans laquelle chaque entité (indépendant, agence) doit développer sa propre personnalité.

La réponse que vous apporterez doit être un savant mélange de créativité et de bon sens pour satisfaire vos clients.

Eric Denis

OBJECTIF DE LA CHARTE



Soucieux de vos intérêts et de ceux de vos clients, la FEDI a publié il y a 10 ans un code de déontologie. Afin de poursuivre son action, elle désire aujourd'hui aller plus loin dans son engagement en vous aidant à vous structurer. Pour ce faire, elle a fait appel à un centre de ressources en qualité ainsi qu'à un comité d'experts et de professionnels du design. La FEDI vous accompagne dans le développement de votre entreprise au moyen d'une charte qualité pragmatique et fonctionnelle.

Que vous soyez designer produit, graphique ou designer d'espace, la qualité de vos prestations passera par la bonne gestion de votre entreprise et de vos projets. Cette charte a une valeur de communication, de message aisément repérable. Elle est donc une synthèse d'engagement de l'entreprise pouvant se décliner en objectifs. Il ne s'agit pas d'un contrat mais de l'expression d'un contrat. Cette charte permet de faciliter la relation client/prestataire à travers 2 objectifs : Structurer son entreprise et améliorer la gestion de vos projets.

COMITÉ DE RÉDACTION



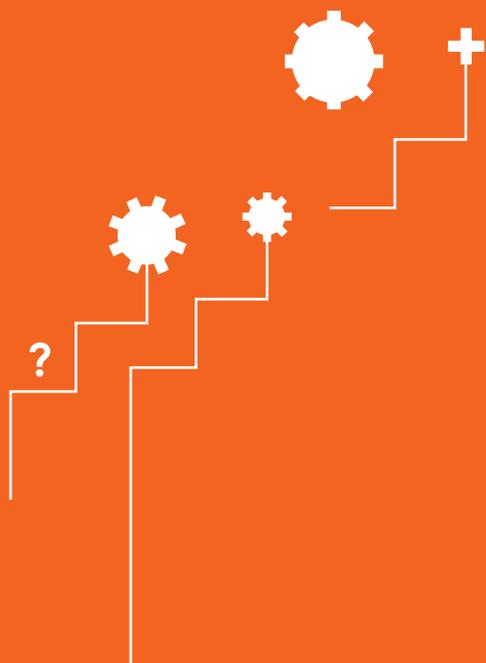
?

MEMBRES DU COMITÉ DE RÉDACTION

- Michel YPERZEELE (CCI Moulins-Vichy - QUALIDEV)
Spécialiste qualité
- Frédéric DENISOT (Chambre régionale de Commerce et d'Industrie d'Auvergne)
Chef de projet Auvergne Performance
- Catherine LUDDEN (LudDen Design)
Designer industriel
- Eric DENIS (EDDS)
Designer industriel et président de la FEDI
- Elodie HENRION (de signes associés)
Designer graphique et trésorière de la FEDI
- Vincent SCHMITT (CONICIO)
Designer et ingénieur

CONTRIBUTEURS

- Franck BERCEGEAY
Chargé de mission design à l'Agence Régionale de Développement et de l'innovation Rhône-Alpes
- Geneviève SENGISSEN - Designer produit
- Camille BLANC (de signes associés) - Designer produit
- Elsa FRANCES - Directrice Cité du Design
- Anne-Marie BOUTIN - Directrice de l'APCI



SOMMAIRE



?

Préambule

Objectif de la charte

4

Comité de rédaction

5

Sommaire

7

Domaine d'application

8

Références

8

Lexique

9

Fiches outils

10

- Gérer votre entreprise

 Piloter son entreprise

10

 Connaître la réglementation et s'y conformer

12

 Travailler avec une éthique professionnelle

14

 Gérer les flux d'informations documentaires et informatiques

16

 Mettre en place un système de veille

18

 Maîtriser ses fournisseurs

20

 Gérer les compétences et définir les responsabilités

22

- Gérer vos projets

 Détecter les besoins des clients et définir une méthodologie

24

 Définir le cahier des charges design

26

 Structurer la phase de création

28

 Concevoir un démonstrateur

30

 Transmettre les spécifications design

32

 Mesurer la satisfaction des clients et s'améliorer

34



DOMAINE D'APPLICATION

La présente charte énonce les exigences relatives à la mise en place d'une démarche qualité fonctionnelle, pragmatique et basée sur la maîtrise du cœur de métier.

La finalité de cette charte est de faciliter la mise en œuvre d'exigences qualité chez les acteurs de la profession du design en 2 temps :

- l'acquisition des exigences et recommandations dans son entreprise,
- puis, l'évaluation de ses pratiques par un organisme indépendant (FEDI) dans le but d'une labellisation.

Nb : Les entreprises dont la démarche qualité est conforme à cette charte, ne peuvent revendiquer la conformité à l'ISO 9001 v 2008.

Afin, que cette démarche soit pertinente et efficace, nous vous conseillons de la mettre en place sur une période d'un an.



RÉFÉRENCES

Les documents de référence suivants ont été consultés pour la rédaction du présent référentiel. Pour les références datées, seule l'édition citée s'applique. Pour les références non datées, la dernière édition du document référencé (y compris les amendements) s'applique.

- Code de déontologie du design – FEDI
- Fiche de suivi qualité de projet – EDDS 2010
- AC X50-818 v 2009 : Guide pour améliorer votre performance. Démarche qualité par étape
- ISO 9001 v 2008 : Exigences pour les systèmes de management de la qualité
- ISO Guide 72 v 2001 : Elaboration des normes de système de management (Annexe B)
- Diverses chartes qualité métiers (chauffagiste, énergéticiens, BTP, Services à la personne, etc.)
- Design Professional Responsibility, Code of practise 2008 - Hong-Kong Designers Association
- Code of conduct – Design Business Association
- Code of Ethics – IDSA (USA)
- Code of Ethics; Guide to Professional Conduct – Design Institute Australia
- LABELDENT v.2010 - Exigences pour la mise en place d'une démarche qualité dans les laboratoires de prothèses dentaires



LEXIQUE

Cahier de spécifications design

Document qui reprend tous les éléments nécessaires à la conception technique du produit.

Equipe projet

L'équipe projet comprend tous les intervenants d'un projet.

Cela concerne :

- les personnes qui ont la responsabilité du projet (client)
- le responsable projet et les designers qui travaillent sur le projet
- les intervenants externes (sous-traitant, consultants, bureaux d'études...)

Cahier d'idées

C'est un recueil des idées exprimant la vision du designer sur un projet. Le cahier d'idées est l'expression des recherches effectuées à partir du cahier des charges design.

BE

Bureau d'Etudes. Ce BE peut être un bureau d'ingénierie, de mécanique, d'électronique, d'imprimeur, d'un menuisier...

Revue de direction

Réunion de l'encadrement, planifiée à période régulière, qui permet de faire le point sur le système de management de l'entreprise (bilan, résultats, point qualité, modifications apportées...). Cette réunion aboutit à une prise de décision formalisée (plan d'action, objectifs, indicateurs...).

Parties prenantes

Individu ou groupe pouvant affecter ou être affecté, directement ou indirectement, dans le court terme comme dans le long terme, par les stratégies, les actions, les messages (et leurs conséquences), que l'entreprise met en œuvre pour atteindre ses objectifs.

Action corrective

Action entreprise pour éliminer la (ou les) causes d'un problème survenu dans le cadre de son activité, afin d'éviter qu'il ne se reproduise.

1

PILOTER SON ENTREPRISE

En quoi est-ce utile ?

Quelle que soit la taille de l'entreprise (indépendant, collectifs ou agence), le designer est avant tout un entrepreneur. Il se doit donc de gérer sa structure à l'image de tout chef d'entreprise.

La qualité perçue par le client passe aussi par la qualité de gestion de l'entreprise.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Quel est mon métier ?
- Quelle est mon offre de compétences ?
- Quelles sont mes valeurs ?
- Quels sont mes points forts et mes points faibles ?
- Quels sont mes concurrents directs et indirects ?
- Quel est mon positionnement (ma place dans un contexte concurrentiel) ?
- Quels sont mes cibles stratégiques et mes clients ?
- Quels risques de dépendance économique ai-je envers eux ?
- Quelle est ma stratégie de développement ?
- Quelle est la place de la qualité dans cette stratégie ?
- Comment cette stratégie est-elle mise en place, surveillée et améliorée ?
- Comment fais-je pour communiquer sur la stratégie, à quelle cible et pour quoi faire ?



Les conseils de la fédé

A cet effet, le dirigeant doit avoir une vision et définir sa stratégie à court, moyen et long terme, son plan d'action et son mode de pilotage. Sa stratégie doit être inscrite dans une démarche d'amélioration continue. Elle doit être communiquée en interne et en externe.

La stratégie doit être consignée dans un document spécifique (exemple : projet d'entreprise)

Nb : La stratégie de développement de l'entreprise doit intégrer un volet qualité.

(exemple : "Cette année je souhaite me faire labelliser QUALIDESIGN")

L'activité doit être suivie par des indicateurs qui seront compilés judicieusement dans des tableaux de bord (indicateurs financiers et d'exploitation : CA, marges brutes, dépenses, point mort, temps de travail, nombre de salariés, nombre de clients...)

La mise en application de la stratégie doit passer par un plan d'actions qui doit faire apparaître les différentes ressources à attribuer.

Ce plan d'action doit être revu régulièrement à l'occasion de la "revue de direction".

Nb : la revue de direction est alimentée par plusieurs informations (retours positifs et négatifs des clients ; données financières ; résultats des différents veilles ; observations des collaborateurs ; modifications dans l'organisation ; différents problèmes qui sont apparus ; application de la stratégie ; besoins en formation et investissements...). La revue de direction est un état des lieux qui doit aboutir à mise à jour de la stratégie et du plan d'action.

La communication ne doit refléter que la réalité de l'entreprise ni plus ni moins. Elle doit être cohérente entre l'interne et l'externe et doit intégrer l'engagement qualité de l'entreprise. Elle doit être intégrée dans un plan de communication.

Nb : l'entreprise doit être vigilante quant à la communication de ses sous-traitants (la communication sur les travaux réalisés doit être régie par contrat).

Le chef d'entreprise est garant de la charte QUALIDESIGN. Il doit à ce titre :

- Faire le point régulièrement sur l'application de la charte
- Evaluer le niveau de conformité des prestations
- Compiler les informations nécessaires à la revue de direction
- Animer les revues de direction

Nb : il peut arriver que cette fonction soit déléguée à une autre personne de l'entreprise. Cela ne décharge pas le dirigeant de sa responsabilité.



2 CONNAÎTRE LA RÉGLEMENTATION ET S'Y CONFORMER

En quoi est-ce utile ?

L'exercice de la profession de chef d'entreprise implique le respect de la réglementation nationale en vigueur (sociale, fiscale, commerciale...).

Par ailleurs, le produit conçu va être soumis à un ensemble de textes normatifs et législatifs (nationaux et internationaux). Le designer devra intégrer ces éléments dans le projet.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Quelle est la réglementation applicable à mon activité ?
- Comment puis-je m'assurer de la conformité à la réglementation ?
- Quel est le contexte normatif auquel mon entreprise peut prétendre (ISO 9001, ISO 14001...)?
- Comment la réglementation et la normalisation sont-elles intégrées dans ma stratégie ?
- Quelles sont la réglementation et la normalisation applicables aux projets en cours ?
- Comment puis-je les intégrer dans le cahier des charges design ?
- Comment suis-je organisé pour effectuer ma veille réglementaire ?

?



Les conseils de la fédé

Respecter ses obligations réglementaires

Etre à jour des cotisations sociales et fiscales

Respecter le code du travail et le droit à la formation.

Disposer des assurances professionnelles (locaux, responsabilité civile, véhicule professionnel...)

Etre en mesure de présenter toutes les licences des logiciels informatiques.

Prendre soin de la propriété des biens confiés par le client (produits, maquettes, prototypes...) lorsqu'elle se trouve sous son contrôle ou qu'il l'utilise. La destruction, la modification de l'un de ses biens doit faire l'objet d'un accord écrit au préalable de la part du client.

Toute propriété du client perdue, endommagée ou encore jugée impropre à l'utilisation doit faire l'objet d'un rapport au client.

3

TRAVAILLER AVEC UNE ÉTHIQUE PROFESSIONNELLE



?

En quoi est-ce utile ?

Le comportement de l'entreprise doit être fondé sur des valeurs d'honnêteté, d'équité et d'intégrité. Ces valeurs impliquent que l'on se préoccupe de son environnement et que l'on s'engage à traiter l'impact de ses décisions sur la profession.

Cela permet d'apporter de la confiance envers la profession et en préserve ainsi l'avenir.

Cela permet d'éviter de se décrédibiliser envers ses clients et confrères.

Par ailleurs, l'entreprise exerce une responsabilité envers ses salariés, stagiaires et tout autre collaborateur. A ce titre elle se doit de respecter ses obligations légales et les valeurs de la profession.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Quelles sont mes responsabilités vis-à-vis de mes parties prenantes ?
- Quels sont les dispositions qui me permettent de respecter et valoriser mes collaborateurs ?
- Ai-je mis en place un environnement de travail adéquat pour mes collaborateurs et clients ?
- Comment puis-je m'assurer que l'engagement sur un nouveau projet n'affectera pas la qualité de ceux qui sont en cours ?
- Quelle est ma responsabilité éthique au cours du projet ?
- Comment puis-je exercer ma responsabilité dans ma relation avec les clients ainsi qu'avec mes confrères ?
- Comment partager une éthique du métier avec mes collaborateurs ?
- Comment partager les valeurs de mon entreprise et celles des clients ?

Les conseils de la fédé

Le designer doit disposer d'un environnement de travail qui lui permet de réaliser les prestations attendues. Ce lieu de travail devra pouvoir accueillir les clients et collaborateurs. Il devra être dédié à la réalisation de cette activité.

Respecter les salariés et collaborateurs en termes de reconnaissance, rémunération, formation, droit du travail...

Lorsqu'il accepte des stagiaires/apprentis sur son lieu de travail, le designer doit assumer auprès d'eux son rôle de conseiller ou de tuteur.

Travailler en toute transparence avec le client notamment en ce qui concerne les devis, la facturation, les Conditions Générales de Vente, frais annexes (déplacements, notes de frais, réunions supplémentaires).

Le designer ne fournit pas d'avant-projet, même sommaire, non rémunéré.

Pratiquer une rémunération juste par rapport au travail fourni. Cela permet d'éviter une concurrence déloyale.

Le montant et le type de rémunération du designer sont déterminés obligatoirement par contrat avec le client. Il s'interdit de recevoir remises, commissions, avantages ou dons quelconques d'un tiers en dehors de cette rémunération.

Le designer n'accepte aucune rémunération qui pourrait entacher l'indépendance de son jugement.

Ne pas prendre un projet au détriment de la qualité d'un autre dossier.

Ne pas travailler avec les concurrents directs du client sans son accord préalable.

Ne pas vendre ce que l'on n'est pas capable de faire. Assurer la continuité de la prestation notamment en cas d'étude longue.

Respecter les intérêts économiques du client. Garantir la confidentialité du projet et des données fournies. Cette exigence doit être incluse dans les Conditions générales de vente.

Ne pas plagier (création originale).

Le designer n'acceptera pas de son client d'instructions qui impliqueraient un plagiat conscient conformément au Code de la Propriété Intellectuelle et Artistique en vigueur.

La preuve d'une recherche minimale d'antériorité doit être présentée au designer par son client.

Le designer doit toujours préserver la dignité, l'honorabilité et la réputation des confrères.

Il ne doit jamais par négligence ou intentionnellement, porter atteinte à la réputation et au travail d'autrui.

4

GÉRER LES FLUX D'INFORMATIONS DOCUMENTAIRES ET INFORMATIQUES



?

En quoi est-ce utile ?

Maîtriser la circulation des d'informations permet de garantir leur traçabilité et leur sauvegarde au sein de l'entreprise.

Cela permet d'assurer la qualité et la confidentialité des échanges tout au long de la prestation.

En cas de litige, la qualité de cette gestion permet d'apporter un ensemble d'éléments retraçant l'historique du projet et le cas échéant, d'apporter des preuves du travail effectué.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Comment puis-je maîtriser l'intégrité à long terme des données informatiques ?
- Comment en interne et en externe puis-je retrouver rapidement les informations dont j'ai besoin ?
- Quelles sont les règles de circulation des informations ?
- Quelles sont les règles de rédaction et d'approbation des documents ?
- Quelles sont les règles d'archivages et de destruction des documents ?
- Comment puis-je garantir la confidentialité des données ?

Les conseils de la fédéi

Mettre en place un système de sauvegarde sécurisé des données (y compris des mails). L'externalisation de cette opération permet d'apporter une plus grande assurance car les données ne se situent pas physiquement dans un même lieu.

L'entreprise doit mettre en place un système d'entretien, de maintenance et de sécurisation du matériel informatique (anti-virus, défragmentation, mise à jour des systèmes, stockage du matériel dans un lieu adéquat...).

Tous les postes informatiques doivent contenir une version de logiciels compatibles afin de pouvoir assurer la bonne transmission des données (en interne mais aussi en externe : clients et partenaires du projet).

Mettre en place une procédure de gestion et de traçabilité des documents informatiques et papier (rédaction, classement, archivage, destruction...).

La durée d'archivage des documents doit être définie et adaptée en fonction de la réglementation et/ou des règles établies avec le client.

Tous les documents doivent au minimum comporter : un logo, la date de création, l'identification du document, les mentions légales liées au type de support, et l'usage pour lequel il est prévu.

Tous les documents relatifs à un projet doivent comporter en plus : le nom du client, le nom et/ou numéro de projet, la phase dans laquelle on se trouve, sa version...

Durant le déroulement d'un projet, les informations et les décisions importantes doivent être consignées par écrit et diffusées (mail, compte rendu, fax...).

Chaque réunion projet doit faire l'objet d'un compte-rendu approuvé par l'ensemble des acteurs (A chaque validation de l'équipe projet, réunion de direction, réunion de crise, PV d'essai...).

5

METTRE EN PLACE UN SYSTÈME DE VEILLE



?

En quoi est-ce utile ?

Le métier du designer est basé sur l'innovation, sur l'évolution des tendances et des technologies.

Mettre en place un système de veille permet de se tenir au fait de ces évolutions et de les intégrer selon les besoins dans les projets.

La veille qui est un fond indissociable de la capacité créative du designer est une compétence en soi et permet de nourrir la créativité et de s'ouvrir l'esprit.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Quels sont les sujets de veille adaptés à la stratégie de mon entreprise ?
- Quels sont les sujets de veille adaptés à l'univers de mes clients ?
- Quel est le budget accordé à la veille ?
- Comment valoriser la veille auprès de mon client ?
- Quels sont les sources de veille ?
- Quel temps dois-je y consacrer ?
- Qui réalise la veille au sein de mes collaborateurs ?
- Comment les résultats de la veille sont-ils interprétés ?
- Comment cette veille est-elle communiquée ?
- Comment les résultats sont-ils utilisés en interne ?

Les conseils de la fédi

Il est préférable de privilégier la veille qualitative. La quantité coûte cher (abonnement, temps passé...)

La veille peut être de différente nature : technologique, matériaux, process, culturel, stylistique, sociologique, politique...

Il existe différentes sources de veille qu'il convient d'exploiter au mieux : salons professionnels, newsletters, études terrain, livres, sites internet, journaux d'information, expositions, films, sourcing fournisseurs... dans la limite des droits de reproduction.

Elle doit être organisée, partagée, communiquée et réalisée conjointement avec les collaborateurs afin de créer une dynamique d'innovation. La veille est plus efficace quand toute l'équipe de l'agence est impliquée. Il ne faut pas négliger non plus que c'est un moyen de gérer la motivation de ses designers et techniciens : une journée sur un salon (avec reporting) est aussi une bouffée d'oxygène dans l'activité quotidienne.

Les données peuvent être compilées de façon à être disponibles dans une base documentaire.

Par définition, la veille doit être mise à jour régulièrement. C'est un travail continu et nécessaire. C'est votre structure de R&D.

Les résultats de la veille peuvent être valorisés auprès du client sous la recommandation stratégique, étude tendance spécifique, en amont du projet par exemple...

6 MAÎTRISER LES FOURNISSEURS



?

En quoi est-ce utile ?

Maîtriser ses fournisseurs permet d'assurer la qualité de la prestation et sa marge.

Les relations avec les fournisseurs peuvent être de plusieurs types : sous-traitance, externalisation, fabrication, négoce...

La maîtrise des fournisseurs permet de définir et de limiter le cadre juridique de la prestation.

Vis-à-vis du client, le fournisseur est sous notre responsabilité, nous ne pouvons nous en décharger juridiquement.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Quels sont mes fournisseurs ?
- Quels sont les fournisseurs qui ont une incidence sur ma prestation ?
Quel est le niveau d'incidence ?
- Quel est mon niveau d'exigence et sur quels critères ?
- Comment ai-je qualifié mes fournisseurs ?
- Comment mon besoin est-il défini ?
- Comment puis-je contrôler la prestation de mon fournisseur ?

Les conseils de la fédi

Il n'est pas nécessaire d'appliquer la même maîtrise à l'ensemble de ses fournisseurs. En effet, certains auront une incidence forte sur votre activité, et d'autres non.

Rencontrer physiquement les sous traitants au préalable, éventuellement visiter les lieux de production.

Demander ses références, ses réalisations et les vérifier.

Evaluer la compétitivité des prix pratiqués par le fournisseur dans son contexte concurrentiel.

Pour chaque prestation sous-traitée, il est nécessaire de s'assurer que votre Assurance Responsabilité Civile puisse la couvrir. Nous vous conseillons en parallèle de demander systématiquement celle de votre prestataire pour être sûr d'être couvert en cas de litige.

Pour certains fournisseurs il est souhaitable d'établir un cahier des charges au préalable.

Un contrat (au minimum un devis signé), doit être établi.

Chaque livraison (de produit ou de prestation) doit être contrôlée avant l'envoi à votre propre client. Les modalités de contrôle doivent être clairement définies au préalable.

Réévaluer les performances des fournisseurs au cours du temps et décider ou non de la reconduite de la collaboration. Evaluer la dépendance économique de ce fournisseur (il est possible que vous développiez une dépendance auprès d'un fournisseur. Cela présente un risque et il faut le prendre en compte lors de cette évaluation).

7

GÉRER LES COMPÉTENCES ET DÉFINIR LES RESPONSABILITÉS



?

En quoi est-ce utile ?

Cela permet de doter l'entreprise des moyens humains qui vont permettre de répondre à sa stratégie.

Cela permet de définir et développer le savoir faire de l'équipe et de le mettre en valeur.

Définir les responsabilités permet de structurer les équipes et de clarifier l'organisation.

Cela permet aussi de savoir si l'entreprise dispose des compétences nécessaires pour répondre à un projet mais aussi à la charge de travail.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Quel est l'organigramme de l'entreprise ?
- Quelles sont les compétences dont je dispose ?
- Quelles sont les compétences dont j'ai besoin ?
- Quelles sont les compétences inexploitées de mes collaborateurs ?
- Quelle est l'adéquation entre le besoin et l'offre ? Comment puis-je adapter mes capacités ?
- Quelle est la chaîne de décision dans l'entreprise ?
- Quelle est ma procédure de recrutement ?
- Comment intégrer les collaborateurs ?
- Comment déterminer et répondre à mes besoins en formation ?
- Comment s'assurer que les formations ont été efficaces ?
- Comment anticiper et gérer les départs de mes collaborateurs ?
- Comment communiquer sur la gestion des équipes, les changements de responsabilités, les départs, les arrivées... ?
- Comment communiquer en interne sur les notions de propriété intellectuelle ?
- Comment mettre en place une politique de cessions des droits avec mes collaborateurs ?

Les conseils de la fédé

Mettre en place un organigramme clair, indiquant les responsabilités de chacun des postes de travail. Le but est de favoriser la transparence sur les fonctions, responsabilités et compétences de chacun.

Rédiger des fiches de poste (ou fiches de fonctions) avant l'embauche et l'annexer au contrat de travail.

Tout collaborateur doit être compétent sur la base de la formation initiale et/ou de l'expérience professionnelle. Il est nécessaire de valider ses compétences avant son embauche définitive.

Mettre en place un inventaire des compétences. Définir les actions nécessaires pour palier aux éventuels besoins (recrutement, formation, sous-traitance, externalisation...)

Désigner un tuteur à tout nouveau collaborateur (permanent ou non). Ce tuteur sera compétent sur la fonction considérée. L'entreprise devra communiquer sur les méthodologies et procédures de fonctionnement, sur le règlement intérieur, le projet de l'entreprise et toutes autres dispositions qu'elle jugera nécessaire.

Sensibiliser les équipes à la Propriété Intellectuelle lors du recrutement. S'assurer régulièrement que les collaborateurs exercent leurs devoirs tels que définis par la politique de l'entreprise.

Un entretien annuel d'évaluation doit être mis en place. Il définit les missions et leurs évolutions éventuelles, les résultats de l'année, les objectifs collectifs et individuels de l'année suivante.

Cet entretien permet d'identifier notamment, les besoins en formation. Cette évaluation des besoins en compétences ne doit pas s'arrêter à cet entretien annuel. L'entreprise doit mettre en place un dispositif d'écoute des salariés tout au long de l'année (repas, entretien individuel formel, réunion de travail...). Un plan de formation doit être établi.

Le chef d'entreprise doit mettre en place des conditions respectueuses de la santé du salarié (morale et physique). Il doit également procéder à une évaluation régulière des risques et mettre en œuvre les mesures de contrôle et de prévention nécessaires. Les résultats de cette évaluation seront regroupés dans un document appelé "document unique" et mis à disposition.



1

DÉTECTER LES BESOINS DES CLIENTS ET DÉFINIR UNE MÉTHODOLOGIE DE TRAVAIL

En quoi est-ce utile ?

Cette étape permet de comprendre le client et son histoire, le projet dans sa globalité, et les enjeux du produit.

La bonne réalisation de cette étape permet de limiter les risques d'une réponse hors-sujet en définissant une méthodologie adaptée.

Cette phase de commercialisation ne s'arrête pas à la signature du marché. Il est important de pouvoir être en mesure de réajuster l'offre, en fonction des évolutions constatées au cours du projet.

?

Quelles sont les questions à se poser ?

DÉTECTER LES BESOINS DU CLIENT

- Quelles sont les besoins du client ?
- Comment vais-je m'assurer que la question posée par le client correspond bien à son besoin final ?
- Quelles sont les échéances du projet ?
- Quel est son métier et quelles sont les compétences disponibles pour le projet ? (est-il fabricant, négociant, institutionnel...)?
- Quel est le niveau de maturité du projet ?
- Quels sont les livrables attendus ?
- Comment le projet s'inscrit-il dans un plan marketing, dans un plan produit ?
- Comment le projet s'inscrit-il dans la stratégie de développement de l'entreprise ?
- Quel est le budget global (études et industrialisation) estimé par le client ?

DÉFINIR UNE MÉTHODOLOGIE DE TRAVAIL

- Ai-je les moyens et compétences pour le faire ?
- Quelles sont les parties prenantes du projet ?
- De qui est composée l'équipe projet (avant, pendant, après) ?
- Qui prend les décisions (chez le client et dans l'entreprise design) ?
- Comment sont réparties les responsabilités des intervenants du projet ?
- Quelle est la planification de l'étude pour répondre à l'échéancier ?
- Comment vais-je m'assurer que ce qui est indiqué dans le devis est bien conforme avec les besoins ?

- Quelles sont mes conditions générales de vente ? Cf. CGV FEDI.
- Quelles sont les conditions particulières de vente ? (cession de droit d'auteur, propriété industrielle...). Cf. Contrat type FEDI.
- Quelles sont les conditions générales d'achat du client ?
- Comment ai-je présenté ces conditions au client ?
- Quelles sont les étapes de mon projet ?
- Comment ai-je identifié le temps à passer sur le projet ?
- Quels sont les risques de dépassement du temps prévu ?
- Comment vais-je assurer à mon client la bonne réalisation de ma prestation ?

Les conseils de la fédi

RÉDIGER UNE OFFRE DE PRESTATION

Rédiger un devis détaillé qui explique la méthode proposée et qui définit le phasage (objectifs, actions menées, livrables, planning).

Le travail du designer commence seulement après la signature du contrat.

S'interdire de réaliser tout avant-projet, même sommaire, non rémunéré.

Tout ce qui est écrit dans le contrat engage l'entreprise juridiquement. L'absence de limites contractuelle engage d'autant plus.

Communiquer systématiquement les Conditions Générales de Ventes (obligation légale) et commenter les points importants.

Spécifier les conditions particulières de ventes. Prévoir notamment les aspects de cession des droits de propriété intellectuelle (dépôt de modèle, brevets...)

Etablir une équipe projet. Les responsabilités et autorités de chacun sont définies au sein de l'agence mais aussi chez le client. Le designer devra identifier avec son client, l'interlocuteur qui aura les compétences et autorités nécessaires pour valider les phases du projet.

Venir chez le client avec une matrice d'écoute (check-list)

Vérifier si le devis rédigé est conforme avec le besoin exprimé (en interne mais aussi avec le client).

Le designer a un devoir de conseil. En ces termes, il doit prendre le recul suffisant pour déterminer si le client a défini correctement sa problématique.

SUIVRE L'OFFRE DE PRESTATION

Mettre en place un indicateur de temps passé/temps prévu permet d'ajuster au fur et à mesure le temps vendu au juste nécessaire.

Mettre en place une grille d'évaluation de la prestation (par phase)

Conformité des livrables vendus/délivrés

Perception de la qualité de la prestation par le client

Respect du planning

Informier le client en cas de retard sur le projet et expliquer les motifs.

Si une décision approuvée est remise en cause, évaluer les impacts sur les phases aval et décider des actions à tenir. Ne pas hésiter à remettre en cause le projet. Faire signer un avenant au contrat le cas échéant et recommencer cette phase (ou toutes les phases).

Remettre au client une facture détaillée et complète de la prestation ainsi que toute attestation nécessaire pour faire valoir ses droits aux aides en vigueur.



2 DÉFINIR LE CAHIER DES CHARGES DESIGN

En quoi est-ce utile ?

Le cahier des charges design est la définition exhaustive du cadre du projet, enrichi par le regard et le travail du designer. L'objectif est d'enlever la subjectivité du designer pour la phase de création.

Ceci correspond à la première étape du travail du designer. Elle permet d'apporter une valeur ajoutée en termes de réflexion et d'innovation.

C'est une étape et un document crucial qui permet de s'assurer de l'adéquation de la demande du client à ses besoins réels, donc de s'assurer de lui apporter un bénéfice concret.

?

Quelles sont les questions à se poser ?

- Comment le designer analyse-t-il les données caractérisant l'univers du projet ?
- Quel est le positionnement stratégique du projet ?
- Quelles sont les cibles et leurs caractéristiques ?
- Comment valoriser l'innovation technique ?
- Quelles sont les contraintes liées aux coûts du produit ?
- Quels sont les éléments fonctionnels et d'usage ?
- Quels en sont les concepts associés ?
- Quelles sont les données législatives et normatives ?
- Quelles sont les limites de mon champ d'exploration ?
- Comment s'assure-t-on d'une élaboration (ou modification) conjointe du cahier des charges design ?
- Comment est-il validé par l'équipe projet ?
- Quelles sont les informations liées au produit : techniques, marché, matériaux, retour sur investissement, prix de vente/revient ?
- Quelle place est faite à des propositions un peu à la marge du cahier des charges ?

Les conseils de la fédi

Le cahier des charges design doit être le plus exhaustif possible. Vous trouverez ci-dessous, une trame des questions principales à se poser.

Quelles sont les éléments du marché ?

Concurrents, univers du produit, cibles, utilisateurs, comportement des acheteurs, objectifs stratégiques de l'entreprise, identité de la marque, prix de vente, chaîne de distribution, tendances et évolutions du marché, culture de l'entreprise, état du marché...

Quels sont les objectifs stratégiques et le positionnement du projet ?

Place du projet dans la stratégie générale, objectifs du projet, positionnement du produit par rapport aux concurrents, valeurs associées au produit et/ou à la marque, positionnement du produit dans la marque et dans sa gamme, cibles de consommateurs.

Le designer peut être amené lors de l'étude à proposer des idées qui ne rentrent pas dans le cahier des charges, voir en prendront le contre-pied. Il est important de maintenir cette possibilité qui parfois est une voie intéressante d'innovation.

Quels sont les éléments techniques ?

Process de fabrication et externalisations possibles, matériaux utilisés et utilisables, informations technologiques, dimensionnement, interfaces avec le produit, contraintes logistiques, process de montage et d'assemblage, contraintes de stockage, merchandising, données environnementales.

Quels sont les coûts du produit ?

Prix de revient, coût matière, amortissement outillage, coût de stockage, de distribution, investissements industriels...

Quels sont les éléments fonctionnels et d'usage ?

Ergonomie, analyse des activités, catégories d'utilisateurs, relations utilisateur/produit, conditions d'utilisation du produit et environnement, contraintes de sécurité, de qualité, de développement durable, contrainte de maintenance et de nettoyage, contraintes de fin de vie...

Quelles sont les données législatives ?

Brevets, réglementations applicables, tests et contrôles prévus, données environnementales réglementaires, normes, propriété industrielle et intellectuelle...

Afin de réaliser ces études, l'équipe projet peut s'appuyer sur différents outils de type : analyse de la valeur, benchmarking, scénario d'utilisation/d'usage...

Parfois la nature du champ exploratoire ne permet pas d'être traité en interne. Dans ce cas, des études complémentaires sous-traitées doivent être demandées et le client informé.

Utiliser un langage graphique pour faire passer des idées complexes, des concepts informels. Définir des planches de tendance, des axes de travail (couleurs, typologies de l'objet, tendances stylistiques, matières, utilisateurs).

La validation de cette phase doit être obtenue par la signature du cahier des charges design par le client.

3

STRUCTURER LA PHASE DE CRÉATION

En quoi est-ce utile ?

Cela permet d'élaborer un cahier d'idées sur les bases du cahier des charges design et de le faire converger vers une solution unique.

La phase de création peut se composer de plusieurs étapes de travail.



Quelles sont les questions à se poser ?

EN INTERNE :

- Comment fais-je analyser mes dessins par mon équipe ?
- Comment puis-je m'assurer que tout le champ exploratoire a bien été pris en compte ?
- Comment prendre en compte les analyses de mon équipe ?
- Quels moyens dois-je utiliser pour bien communiquer mes idées auprès du client ?
- Comment ai-je protégé mon travail ?

AVEC LE CLIENT :

- Comment fais-je analyser mes dessins par mon client ?
- Comment prendre en compte les retours et analyses de mon client ?
- Comment faire valider notre prestation créative par le client ?
- Ai-je répondu au devis en termes de quantité et de qualité ?
- Comment ai-je interprété les objectifs du cahier des charges design ?
- Comment ai-je répondu aux conclusions de l'étape de création précédente ?
- Comment gérer une situation de crise ? (par exemple : le client n'est pas satisfait).
- Comment intégrer des idées non attendues par le client à priori dans le respect du marché ?

Les conseils de la fédi

Mettre en place des méthodes de créativité pour développer des idées (brainstorming, triz...)

Les idées doivent être compilées dans un document représentant la phase de création. Ce document est parfois appelé "cahier d'idées".

Choisir l'outil de communication adéquat pour mettre en valeur les idées (argumentaires écrits, croquis, images 2D, images de synthèse, maquette d'étude, photomontage, planche d'ambiance...). S'assurer d'un niveau de représentation compréhensible et interprétable par le client au plus près des résultats réalisés à terme.

Définir une procédure de revue de projet (pour valider et compléter le travail en interne). La phase de création comporte plusieurs étapes de travail. Ces étapes nécessitent des validations intermédiaires par l'équipe projet.



4

CONCEVOIR UN DÉMONSTRATEUR

En quoi est-ce utile ?

Cela permet d'appréhender le produit sur ses caractéristiques : visuelles, volumétriques, sensorielles et fonctionnelles, ainsi que les scénarios d'usage.

Cette étape est indispensable pour passer de l'idée choisie à un produit tangible et permettre au client de valider le projet en percevant le plus précisément possible sa définition.

?



Quelles sont les questions à se poser ?

- Comment puis-je m'assurer que le démonstrateur retranscrit la piste choisie ? (ergonomie, perception esthétique...)
- A quoi va servir mon démonstrateur ?
- Quel procédé vais-je utiliser pour fabriquer mon démonstrateur ?
- L'échelle du démonstrateur est-elle adaptée à ce que l'on souhaite exprimer ?
- Comment puis-je garantir l'intégrité physique de mon démonstrateur ?

Les conseils de la fédé

A partir de cette étape, l'équipe projet peut valider les pistes choisies auprès des consommateurs et/ou utilisateurs.

Il peut exister plusieurs typologies de démonstrateurs (maquette 2D, 3D, maquette volume, maquette d'aspect, fonctionnelle, réalité virtuelle...) qui doivent être définis avec le client dans le devis



5

TRANSMETTRE LES SPÉCIFICATIONS DESIGN

En quoi est-ce utile ?

Cela permet de livrer tous les éléments nécessaires à la conception technique du produit.

Ces éléments doivent permettre une transmission d'information claire et sans interprétation possible.



Quelles sont les questions à se poser ?

- Que faut-il livrer au client ?
- Comment puis-je m'assurer que mon client pourra utiliser mes éléments (compatibilité, format d'échange...) ?
- Comment m'assurer qu'il n'y a pas d'interprétation possible sur le(s) livrable(s) ?
- Quel est l'avis de mon équipe sur le projet ?
- Comment puis-je m'assurer que le cahier des spécifications design correspond bien à la prestation vendue ?
- Comment puis-je m'assurer que le cahier des spécifications design n'engage pas ma responsabilité au-delà de mes capacités ?
- Comment, à terme, vais-je assurer le suivi de ma prestation ?

Les conseils de la fédé

Les spécifications design et leurs limites doivent être clairement définies dès le départ avec le client.

La responsabilité du designer doit être clairement définie. Lorsque par exemple le designer livre un plan de principe, il faut spécifier sur celui-ci qu'il n'est pas directement utilisable pour la fabrication industrielle.

Afin d'éviter toute interprétation ou incompréhension, les données détaillées seront compilées dans un document appelé "cahier de spécifications design".

Le cahier de spécifications design doit s'adapter aux outils et à la culture de l'entreprise : outils numériques, langue officielle, maquette finalisée, peau extérieure CAO, plans 2D cotés...

La livraison du cahier de spécifications design se fait à l'occasion d'une réunion avec le client et l'ensemble de l'équipe projet.

Parfois, la livraison du cahier de spécifications design peut s'effectuer avec plusieurs boucles de validation, notamment avec le BE. A chaque étape, le travail doit être validé entre le designer et le BE.

Après la phase de transmission, le designer doit prévoir un accompagnement des équipes d'industrialisation et de production pour garantir la réalisation correcte du projet en produit identique.

Il est possible que la prestation du designer s'étende jusqu'à celle du BE. Dans ce cas, le designer doit prouver qu'il a la capacité de le faire. Il suivra pour ce faire, une méthodologie adaptée et devra mettre en place des phases de validation et de contrôle et s'assurer du niveau de responsabilité production/ post-production que cela implique pour lui.



6

MESURER LA SATISFACTION DES CLIENTS ET S'AMÉLIORER



?

En quoi est-ce utile ?

La remontée d'informations, qu'elle vienne des clients ou des équipes internes, permet de s'évaluer et de s'améliorer.

En posant la question au client, cela favorise sa fidélisation par la prise en compte de ses remarques.

La mesure de la satisfaction client doit s'accompagner également d'une évaluation de la perception.

La mesure de la satisfaction client porte sur le résultat de la prestation. La mesure de la perception s'attache à qualifier le contexte périphérique de celle-ci (qualité de l'accueil, empathie avec le client, relationnel...).

La mesure des résultats est aussi un atout considérable pour convaincre par la suite des bénéfices apportés par la prestation de votre entreprise.

Quelles sont les questions à se poser ?

- Comment puis-je mesurer la satisfaction de mon client vis-à-vis de ma prestation, de son déroulement et de ses résultats ?
- Quel est la perception de mon client quant à ma prestation et de son déroulement ?
- Comment puis-je utiliser les données collectées pour m'améliorer ?
- Comment mon client a-t-il la possibilité de faire des réclamations ?
- Comment suis-je organisé pour y répondre ?
- Quels sont les problèmes auxquels je suis confronté ?
- Comment puis-je éviter qu'ils ne se reproduisent ?
- Comment favoriser la remontée d'informations ?

Les conseils de la fédi

Les remontées d'information liées à la satisfaction ou à l'insatisfaction peuvent émerger à tout moment par l'ensemble de l'équipe projet. Il est donc important de sensibiliser vos collaborateurs à la détection et à la documentation de ces informations.

La mesure de la satisfaction peut s'effectuer lors de chacune des réunions de fin de phase. Les résultats doivent être consignés dans la grille d'évaluation de la prestation.

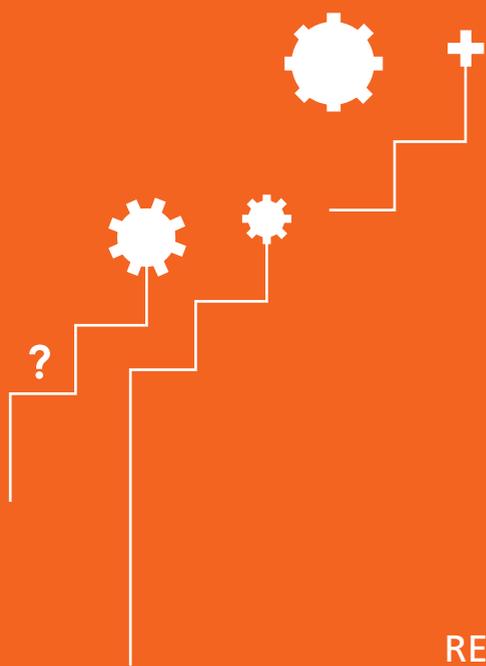
Les dysfonctionnements de l'organisation et les informations client sont souvent identifiés par les collaborateurs. Un processus de remontée d'informations doit être structuré afin d'apporter des actions correctives appropriées au plus tôt. Voici quelques outils possibles : réunions hebdomadaires, boîte à idées, audit externe...

L'ensemble de ces données doit être compilé afin de faciliter leur traitement lors d'une réunion spécifique appelée revue de direction.

Le designer revêt parfois un rôle de "médiateur" au sein de l'entreprise. En faisant le lien entre les différents services, il occupe une position transversale et permet leur décloisonnement. A ce titre ce rôle nécessaire et indispensable peut s'avérer difficile. Il est donc important de savoir se positionner vis-à-vis de l'entreprise lorsque ce cas se présente et d'éviter ainsi des problèmes quant au contenu de la prestation du designer.

Il est important d'aborder aussi la question du bénéfice de la prestation en termes de résultat du produit ? (image, vente, satisfaction client du client, évolution de la marque...) et l'intérêt d'avoir des retours de la part du client sur ces questions pour mieux comprendre la performance de l'offre de son entreprise, la faire évoluer, mieux vendre l'offre de son entreprise ensuite.





REFERENTIEL QUALIDESIGN

Edition novembre 2011