



# DIAGNOSTIC DESIGN

## Cahier des charges

Le Diagnostic Design a pour objectif de soutenir l'émergence et l'intégration d'une démarche Design au sein des entreprises. Il consiste en une prestation d'accompagnement et de conseil délivrée par un expert conseil en Design indépendant et destinée à :

- sensibiliser le dirigeant d'une entreprise à l'intérêt d'une démarche Design,
  - réaliser une analyse synthétique qui permet (i) de dresser ou valider un état des lieux de l'entreprise et de son marché sous l'angle du Design et (ii) de l'orienter pour définir et mettre en œuvre une stratégie Design adaptée à sa situation et ses besoins.
- Le Diagnostic Design est le préalable à la mise en place d'une démarche Design consistant à placer le Design au cœur de l'organisation et de la stratégie d'une entreprise.

Le Diagnostic Design s'adresse aux dirigeants de PME (cf. définition européenne) et ETI (effectif < 2000) immatriculées en France et à jour du règlement de leurs cotisations sociales et fiscales, qui ne recourent pas ou peu au Design et qui souhaitent étudier l'opportunité de placer le Design au cœur de leur organisation et de leur stratégie. Sont exclues du dispositif les entreprises en difficulté au sens de la réglementation européenne.

Ce Cahier des Charges décrit les prestations qui seront réalisées par un expert conseil en Design pour le compte d'une entreprise qui souhaiterait bénéficier de l'offre Diagnostic Design proposée par Bpifrance.

## 1. Etendue de la prestation

### 1.1 Sensibilisation au Design<sup>1</sup>

- Le Design en bref.
- Les objectifs qualitatifs et quantitatifs d'une démarche Design.
- Les modalités de mise en œuvre d'une démarche Design.

### 1.2 Compréhension et analyse du contexte

L'entreprise et son marché (aujourd'hui et à terme) :

- La stratégie générale de l'entreprise.
- La concurrence en termes d'offres de produits/services.
- Le type de clientèle et d'usagers : caractéristiques, parts de marché (le client/utilisateur final autant que les opérateurs pouvant manipuler les produits).
- Les circuits de distribution : caractéristiques, parts de marché (chaîne logistique jusqu'à la commercialisation physique et/ou numérique).
- L'environnement réglementaire.
- Les moyens et contraintes de l'entreprise (humains, organisationnels, financiers, matériels),
- La veille de marché (concurrence, technologie, matériaux, etc.).
- Les enjeux politiques, sociaux, culturels, économiques.
- Les nouveaux usages.
- Les critères de mesure / de ROI du Design (s'ils existent).
- La propriété intellectuelle : protection des créations (droits d'auteur, marques, dessins et modèles, brevets...).

La politique Design :

Analyse des points forts et des points faibles de :

- La marque : correspond-elle à son territoire, à son positionnement ? En quoi se différencie-telle de ses concurrents ? Son identité est-elle cohérente ?
- Les supports de communication (print et numériques) : qualité, cohérence, transcription des valeurs de marque,
- Les produits, services, interfaces, packagings : réponse à un usage, valeur ajoutée, qualité perçue, transcription des valeurs de marque, cohérence entre les produits et les gammes, différence vis-à-vis de la concurrence, cycle de vie,
- Les espaces de vente et/ou de travail : usage, accessibilité, qualité perçue, transcription des valeurs de marque, différence vis-à-vis de la concurrence.

Optionnel :

- En fonction de l'activité et de l'organisation de l'entreprise une visite et un audit de l'outil de production peuvent être effectués : process, contraintes économiques et de faisabilité.
- Si l'entreprise est en création et qu'elle ne dispose d'aucun élément : l'analyse sera effectuée au regard de la concurrence, des usagers, de ses valeurs et de ses moyens.

### 1.3 Recommandations

Sur la base des résultats de la phase 1.2, les recommandations consistent pour l'expert conseil en Design à identifier et formuler à l'entreprise bénéficiaire :

---

<sup>1</sup> Lot optionnel en fonction des attentes et du niveau de connaissance en Design du dirigeant de l'entreprise bénéficiaire.



- Les axes d'amélioration de l'existant en fonction des enjeux et des contraintes de l'entreprise sur les sujets à traiter (marque, produit/service, espaces, textiles, UX, etc.),
- Les premières pistes d'intentions,
- Les modalités de réalisation d'un cahier des charges d'une démarche Design,
- Les modalités d'organisation et de planification de cette démarche Design (proposition d'étapes de travail et de planning),
- Les propositions d'expertises Design (internes et externes) à mobiliser,
- Les critères de mesure / de ROI du Design.

## 2. Réalisation de la prestation

### 2.1 Modalités de réalisation

L'ensemble des informations collectées dans le cadre du Diagnostic Design proviendra (i) d'échanges en face à face entre l'expert conseil en Design et le dirigeant de l'entreprise, l'ensemble des parties prenantes, et le cas échéant (ii) d'une visite de l'entreprise et de son outil de production, (iii) des remontées et témoignages clients, (iv) des études et rapports sur un secteur, etc.

Le Diagnostic Design fera l'objet d'un Rapport Final rédigé par l'expert conseil en Design (5 à 7 pages mini) qui sera remis directement au dirigeant de l'entreprise. Les modalités de cession des droits de propriété intellectuelle portant sur ces livrables devront être envisagées dans le contrat conclu entre l'expert conseil en Design et l'entreprise bénéficiaire.

La durée de ce Diagnostic Design est de 3 jours. Cette durée sera portée à 4 jours si la visite d'un site industriel est incluse dans la prestation.

La prestation sera réalisée dans un délai bref (un mois maxi) suivant la date du contrat de prestation conclu entre l'expert conseil en Design et l'entreprise bénéficiaire. Les livrables seront remis par l'expert conseil en Design à l'entreprise bénéficiaire ainsi qu'à Bpifrance dans un délai de 10 jours environ suivants la visite et l'entretien avec l'entreprise bénéficiaire.

### 2.2 Tarif

Le coût total du Diagnostic Design est de 3000€ HT. Ce montant sera porté à 4000€ HT si la visite d'un site industriel est incluse dans la prestation.

## 3. Qualité et déontologie

La réalisation du Diagnostic Design s'appuie également sur des engagements qualitatifs que le dirigeant d'entreprise est en droit d'attendre de la part de l'expert conseil en Design. Ces engagements s'appuient sur 7 principes fondamentaux.

### 3.1 Compétence

- Mettre à disposition toutes les compétences nécessaires à la bonne exécution de la prestation.
- Assurer un devoir de conseil auprès du client tout au long de la mission.
- Adapter ses honoraires à la mission proposée et au service rendu et ce, de manière réaliste.

### 3.2 Confidentialité

- Conclure un engagement de confidentialité avec le client ou prévoir une clause de confidentialité dans le contrat conclu entre l'expert conseil en Design et l'entreprise bénéficiaire.
- Ne pas divulguer les informations transmises par le client dans le cadre de la mission.

### 3.3 Ethique professionnelle

#### Vis à vis du client :

- Respecter les intérêts économiques du client,
- S'engager à des pratiques commerciales loyales,
- S'engager dans la réalisation de sa mission jusqu'à sa finalisation (excepté en cas de volonté d'arrêt anticipé émanant du client),
- Travailler en toute transparence avec le client (devis, facturation, condition générales de vente, frais annexes).

#### Vis-à-vis des confrères experts conseil en Design et des designers en général :

- S'engager à des pratiques saines et loyales aussi bien vis-à-vis des collaborateurs que des concurrents,
- Ne pas enfreindre le droit de la propriété intellectuelle et ce, même si cela émanerait de la volonté du client,
- Ne fournir aucune production non rémunérée ou à un prix irréaliste,
- Ne recevoir aucun avantage en dehors de la rémunération définie par le contrat.



### 3.4 Conflits d'intérêts

- S'assurer de l'absence de conflit d'intérêts préalablement au démarrage de la mission.
- S'assurer de n'avoir aucun intérêt, à quelque titre que ce soit, chez le client.
- Informer le client dans les plus brefs délais au cas où la prise de connaissance d'informations serait susceptible de générer des conflits d'intérêts, et plus généralement informer le client de toute survenance de situation qui pourrait interférer sur le bon déroulement de la mission et/ou qui risquerait de compromettre l'exécution objective de celle-ci.

### 3.5 Relation client et gestion de projet

- Informer dès que possible le client de tout retard ou incident.
- Informer le client d'une mauvaise communication ou d'une incompatibilité avec celui-ci.
- Fournir les livrables de la mission dans les conditions fixées au moment de la signature du contrat de prestations.
- Adopter un regard critique face à la problématique client.
- Lui communiquer toute erreur perçue, ne pas hésiter à remettre le projet en cause.
- Signer un avenant en contrat, si une décision approuvée venait à être remise en cause.
- Effectuer une mesure de la satisfaction client au cours d'un entretien à la fin de chaque phase de travail.
- Fournir des traces écrites de toutes informations et décisions importantes transmises au cours du projet.
- Fournir un compte-rendu approuvé par l'ensemble des parties à l'issue de chaque réunion projet.

### 3.6 Méthodologie

#### Rédiger une offre de prestation :

- Rédiger un devis détaillé qui explique la méthode proposée de manière précise,
- Communiquer systématiquement les Conditions Générales de Ventes (obligation légale) et commenter les points importants,
- Prévoir et commenter les aspects de cession des droits de propriété intellectuelle (droits d'auteur, marques, dessins et modèles, brevets...),
- Vérifier si le devis rédigé est conforme avec le besoin exprimé (en interne mais aussi avec le client).

#### Suivre l'offre de prestation :

- S'engager à la conformité des livrables vendus/délivrés,
- S'assurer de la perception qualitative de la prestation par le client,
- Respecter le planning établi (exception faite si le retard vient du client).

#### Structurer la phase de création :

- Adapter ses outils de communication à la mission,
- S'assurer de la bonne compréhension du projet par le client,
- Faire valider les différentes phases de création en interne et par le client.

#### Transmettre les spécifications Design :

- Spécifier les limites réalistes de son champs de compétence au client, et ce dès le début de la consultation.

#### Dans le cadre de la réalisation d'une étude de Design :

- Définir sa responsabilité,
- Si nécessaire, accompagner le client dans la conception du cahier des charges Design,
- Assurer un suivi des équipes d'industrialisation et de production afin d'assurer la réalisation correcte des préconisations.

#### Lors d'une prestation allant jusqu'au bureau d'étude :

- Justifier ses capacités à répondre à la mission proposée,
- Proposer une méthodologie adaptée,
- Mettre en place des phases de contrôle et validation,
- S'assurer du niveau de responsabilité production/ post-production que cela implique pour lui.

### 3.7 Conformité

- Etre à jour du règlement des cotisations sociales et fiscales.
- Respecter le code du travail et le droit à la formation.
- Disposer des assurances professionnelles.
- Rappporter au client tout aléa portant atteinte aux éléments qui pourraient avoir été fournis par lui (perte, endommagement,...)