

# Quand le design rapproche



**Perspectives d'une aventure  
transfrontalière durable**

# PAR LE DESIGN, TRIPOD-II RÉPOND AUX DÉFIS DE 3 RÉGIONS TRANSFRONTALIÈRES

## Le design, outil de développement et d'innovation

TRIPOD-II – *Transregional project for Innovation and Promotion of Design* – est un projet de coopération entre les Hauts-de-France, la Wallonie et la Flandre, porté par 12 partenaires qui partagent la conviction que le design est un outil capable de créer des liens transfrontaliers et d'ainsi multiplier son impact.

Le projet bénéficie du soutien du programme Interreg France-Wallonie-Vlaanderen. Il rassemble des organisations partenaires autour d'un engagement commun renforcé par les collaborations transfrontalières : **mettre le design à disposition des entreprises qui souhaitent améliorer leur compétitivité et innover dans leurs processus de gestion.**

**12** partenaires  
issus de **3**  
régions, engagés  
pour valoriser  
les atouts du design

*Le bon-vouloir de l'homme est le seul obstacle digne de mention, et non la langue, la nationalité ou la distance. La volonté de comprendre l'autre peut créer des opportunités fantastiques.*

HÉLÈNE CAILLE, CHARGÉE DE MISSION GOTOS3

Tripod-II est une suite du projet Tripod (2008-2014 Interreg IV) et fait partie de GoToS3 « *Allons vers les spécialisations intelligentes* », un portefeuille de 17 projets dont l'ambition est de renforcer l'écosystème transfrontalier de la recherche et de l'innovation et de favoriser le développement économique des PME de la région France-Wallonie-Vlaanderen.

Oser passer la frontière pour chercher des solutions est LE réflexe encouragé par Tripod-II ! A plus forte raison quand on sait la proximité géographique, mais aussi historique, des 3 régions concernées : les Hauts-de-France, la Wallonie et la Flandre. Des valeurs essentielles qui ont permis à Tripod-II de créer une conscience autour de l'utilité du design comme manière de penser orientée vers la résolution de problèmes concrets.

Tripod-II s'est construit sur deux convictions mobilisatrices : la première est que le design peut jouer un rôle de levier d'innovation dans une entreprise et apporter bien plus de valeur ajoutée qu'une simple finition esthétique. La seconde, c'est que les collaborations transfrontalières peuvent être beaucoup plus que des bonnes intentions et des rencontres conviviales entre personnes issues de territoires différents.

Croyez-vous en la force de coopération transfrontalière ? Êtes-vous sensible à l'impact du design ? Tripod-II vous invite à continuer la lecture.



# TRIPOD-II: 3 PILIERS POUR RÉVÉLER L'IMPACT DU DESIGN

## Les atouts du design surpassent les frontières

« Le design est cher, joue un rôle purement esthétique et est destiné aux cercles culturels. » Voilà quelques-uns des préjugés encore trop souvent rencontrés à propos du design.

C'est pour élever le design en le promouvant pour ce qu'il est réellement que les partenaires de Tripod-II se sont réunis. Ils créent ainsi une conscience autour de l'intégration de 'la méthodologie design' comme facteur de compétitivité, de différenciation et d'innovation.

**Un des points forts de Tripod-II est la considération du design comme catalyseur d'innovation mais certainement aussi cette fusion primordiale de spécialisations complémentaires.**

**OLIVIER CECCOTTI,**

RESPONSABLE PROJETS EUROPÉENS - LILLE-DESIGN

Tripod-II a pour ambition de sensibiliser un plus large public, en particulier les entreprises, à une 'démarche d'intégration du design' en tant qu'élément stratégique clé. Le projet transfrontalier a mis en place une structure solide destinée à créer des liens forts entre des acteurs pertinents.

En réunissant des fonctions complémentaires autour d'un projet, Tripod-II crée une diversité de talents capables d'aboutir à des résultats innovants.

Les principaux défis de Tripod-II :

- ▶ **Utiliser les ressources du design** comme leviers de création de valeur au sein d'une entreprise.
- ▶ **Développer les collaborations transfrontalières** entre les entreprises et les designers afin de créer de la différenciation.
- ▶ **Enseigner la démarche d'intégration du design** afin de répondre au mieux aux besoins des usagers.
- ▶ **Accompagner les entreprises** pour leur permettre de gagner en compétitivité grâce au design.



Les actions de Tripod-II sont ciblées selon trois piliers :

- ▶ **Accompagnement** : l'accompagnement des entreprises dans une démarche d'intégration du design sur base d'un diagnostic de séances de création et/ou l'accompagnement d'un designer.
- ▶ **Formation** : la formation des entreprises et des acteurs de l'innovation à la gestion de leurs ressources du design.
- ▶ **Networking** : le développement d'opportunités d'affaires transfrontalières en réunissant des designers et des entrepreneurs.

# Accompagnement

## Quand le design devient stratégie



Premier des trois piliers de Tripod-II, **l'accompagnement** vise des entreprises et des administrations publiques intéressées de trouver, dans une démarche transfrontalière d'intégration du design, un potentiel de développement.

Plus de **80** entreprises accompagnées

*Beaucoup d'entreprises cherchent des solutions dans leur propre réseau et ratent ainsi des opportunités stratégiques.*

**ROEL DE RIJCK**, BUSINESS INNOVATION COACH - ANTWERP MANAGEMENT SCHOOL

Au sein du projet Tripod-II sont engagés des organismes actifs dans l'accompagnement des entreprises et l'analyse de leur évolution lorsqu'elles s'engagent dans une telle démarche. Les partenaires sont donc bien placés pour savoir que l'accompagnement joue un rôle essentiel quand une organisation décide d'intégrer le design comme élément de sa propre stratégie. Mais il peut apparaître comme une notion vague et subjective. **Tripod-II veille donc non seulement à sensibiliser les acteurs économiques aux atouts du design mais aussi à expliciter cette plus-value grâce à des exemples concrets** et à faire en sorte que les entreprises, quelles qu'elles soient, puissent s'approprier le design en fonction de leurs besoins concrets.

Concrètement l'accompagnement se fait selon deux scénarios possibles :

- ▶ **Une entreprise a clairement identifié un projet.** Dans ce cas, les partenaires de Tripod-II lui présentent le design en tant que piste de développement prometteuse et l'aident à reformuler ses attentes de la manière la plus concrète et la plus adaptée possible aux pratiques des designers (la rédaction d'un cahier des charges, par exemple). L'enjeu ? Aider le chef d'entreprise à identifier le designer le plus adapté pour son projet.
- ▶ **Une entreprise n'a pas de projet clairement identifié mais cherche à se différencier par l'innovation.** Les partenaires de Tripod-II peuvent alors mettre en place des séances de créativité. Ces séances réunissent des collaborateurs de l'entreprise, des fournisseurs, des clients, un designer, des partenaires de Tripod-II... La démarche structurée qui est mise en œuvre utilise des outils et méthodes de *Design thinking*.

*L'accompagnement est structuré autour d'une démarche commune à tous les partenaires de Tripod-II. Ce partenariat riche en compétences diverses, mêlant généralistes et spécialistes du design des trois territoires, permet de sécuriser la mise en œuvre des projets.*

**YVES SELLIEZ**,  
CHARGÉ D'AFFAIRES - ADITEC

*La force d'un accompagnement par Tripod-II, c'est d'analyser au cas par cas les besoins et la façon dont le design peut offrir une réponse à un problème donné.*

**ROEL DE RIJCK**,  
BUSINESS INNOVATION COACH - ANTWERP MANAGEMENT SCHOOL

# Exemples : le design dans les entreprises

## La créativité et le business, réunis par le design

Tripod-Il est fier de présenter deux exemples d'accompagnements qui portent sa signature : des entreprises repoussant les frontières afin de collaborer avec un designer et de répondre à une demande concrète... avec succès !

*La collaboration avec Pilipili n'a pas seulement mené à la production d'un produit final réussi. Elle a aussi ouvert d'autres portes, comme le renforcement mutuel des réseaux de l'agence et de l'entreprise via des échanges de contacts.*

LAMIA MIALET,

FONDATRICE COZYAIR ET EXPERTE EN QUALITÉ DE L'AIR

### CozyAir (FR) et Pilipili (BE)

CozyAir (Villeneuve d'Ascq) est une entreprise française qui propose une plateforme pour la détection et l'analyse de la qualité de l'air. CozyAir a soumis aux partenaires de Tripod-Il une demande concrète : trouver un partenaire pour le développement et le design de QAIR7, un dispositif capable de détecter sept polluants et paramètres de confort. Les données récoltées par QAIR7 sont ensuite analysées et visualisées en temps réel afin d'améliorer la qualité de l'air intérieur et extérieur.

Après un tour de sélection accompagné par Tripod-Il, c'est Pilipili, une agence de design industriel (Courtrai), qui a été identifiée. Pilipili est parvenue à relever des défis techniques, tels que la forme de QAIR7 : une pyramide inversée avec un câble qui passe à travers une pointe très fine.

[www.cozyair.fr](http://www.cozyair.fr) – [www.pilipili.be](http://www.pilipili.be)



> **Accompagnement**

> Formation

> Networking

## JNIUS (FR) et iol (BE)

Un des chevaux de bataille de l'entreprise française JNIUS (Armentières) est Arcimboldo, un presse-agrumes réinventé, à la fois révolutionnaire et pratique. *Arcimboldo by JNIUS* est destiné à un usage tant par des particuliers que par des professionnels. Équipé d'une technologie brevetée, il permet l'extraction d'un jus 100% naturel et goûteux.

Le besoin concret manifesté par JNIUS? Le système de pressage innovant existait déjà mais tous les autres aspects d'*Arcimboldo* devaient encore être développés et produits. Tripod-ll a introduit iol, une agence wallonne qui a été retenue comme un partenaire de développement idéal pour JNIUS. L'agence de design iol est spécialisée en design industriel et peut s'appuyer sur une vaste expérience dans le développement produit et dans toutes les phases propres à ce processus: dessiner, prototyper, tester et concrétiser.



*La démarche d'intégration du design et l'approche pratique d'iol étaient exactement ce dont JNIUS avait besoin, au niveau esthétique mais aussi au niveau de l'ergonomie, de l'entretien et de la forme.*

**JEAN-FRANÇOIS TOUBEAUX,**

GÉRANT - SOCIÉTÉ JNIUS

JNIUS et iol se sont montrés des partenaires complémentaires, et pas uniquement sur le papier : *Arcimboldo by JNIUS* est bientôt prêt à voir le jour sur les buffets déjeuner des plus grands hôtels parisiens ! Le résultat d'une collaboration transfrontalière réussie et accompagnée par Tripod-ll.

[www.arcimboldo.net](http://www.arcimboldo.net) – [www.iol.be](http://www.iol.be)

## Exemple : le design dans l'espace public

### Interdisciplinarité et modularité au service des espaces publics

Le rôle que les collectivités territoriales, les communes, et, par extension, toute la société attribuent à l'espace public, évolue très rapidement. Ces dernières années, par exemple, l'une des tendances est de rendre l'espace de vie plus petit, plus sobre et plus pratique. Par conséquent, l'espace public devient davantage un lieu de transactions sociales.

Le design, en tant que manière de penser et de travailler, est un outil de gestion des changements offrant à une collectivité, une commune ou un quartier une solution flexible et adaptable aux défis de l'avenir.

C'est la dynamique Tripod-II qui a permis, en préliminaire à cette action dédiée aux collectivités, de réaliser une cartographie des besoins dans l'espace public à l'échelle des 3 territoires transfrontaliers et de générer des projets ambitieux.

Plusieurs communes dans la province de Flandre-Occidentale ont ainsi accueilli le design comme démarche interdisciplinaire. C'est le cas, par exemple, de solutions concernant l'infiltration d'eau adaptées aux activités multiples et à la nécessaire souplesse des espaces publics : des systèmes modulaires 'verts' (constitués d'un module extérieur et d'un module intérieur) sont appliqués sur les surfaces en béton. Leur principe est

*Le Design thinking offre aux administrations publiques des perspectives que les solutions conventionnelles ne peuvent souvent pas offrir. Impliquer un designer dans un projet d'espace public ? Un excellent choix qui introduit une approche claire et une solution à l'épreuve de l'avenir !*

**KRIS DEKEYZER**, CHARGÉ DE PROJET 'DESIGN DANS L'ESPACE PUBLIC' – INTERCOMMUNALE LEIEDAL



Envie d'en savoir plus sur le projet Urban Design et sur ce que le design peut apporter aux espaces publics ? Découvrez cette vidéo.



simple : lors d'un marché, d'une course de vélo ou d'une foire, le système entier est enlevé de l'espace public pour permettre la tenue des activités. Pendant les périodes creuses, le système est de nouveau introduit dans le sol pour jouer son rôle de protection.

**4 164**  
communes dans  
la région cible de Tripod-II

Cette solution, simple mais ingénieuse, permet la modularité de l'espace et un meilleur contrôle de l'infiltration et de la rétention de l'eau, ainsi qu'une meilleure gestion des zones vertes, dont elle peut également assurer l'arrosage.

L'ambition est de dupliquer (ou reproduire) ces expériences sur les versants français et wallons. Suite à l'accompagnement par Tripod-II dans le cadre du projet *Urban Design*, plusieurs projets pilotes sont en cours en Flandre-Occidentale.

## Formation

### Manager les ressources du design, ça s'apprend !

Les formations sont indispensables pour assurer le bon fonctionnement des entreprises; cela vaut également dans le monde du design. C'est pourquoi le développement des compétences est le deuxième pilier de Tripod-II.

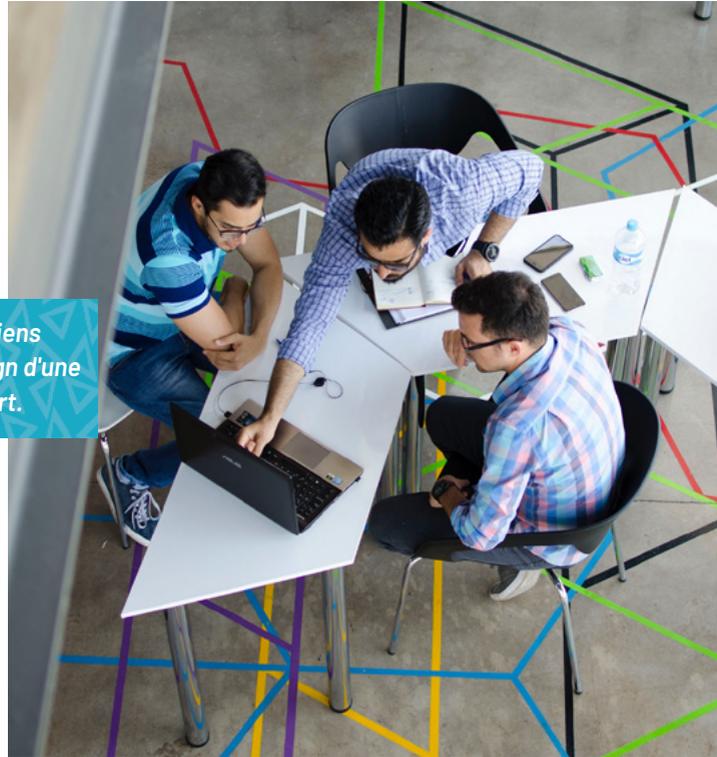
Par la formation, nous avons renforcé les liens entre les designers et les agences de design d'une part, et le monde de l'entreprise d'autre part.

**THOMAS FERON,**  
 EXPERT PÉDAGOGIQUE - DESIGN INNOVATION

### Tripod-II: une place de choix pour le développement des compétences

Ce pilier n'est pas une activité isolée! Il n'est pas rare qu'une formation laisse apparaître un besoin spécifique et qu'un trajet d'accompagnement en découle. De plus, chaque formation constitue aussi un moment de mise en réseau, durant lequel les participants partagent des connaissances, des expériences et des bonnes pratiques.

A travers son volet 'formations', Tripod-II veut sensibiliser les différents groupes cibles au *Design thinking* en tant que levier d'innovation dans les entreprises. La formation renforce l'ambition du projet transfrontalier : **accompagner les entre-**



**prises dans la prise de conscience de la plus-value que constitue l'expertise d'un designer mais aussi les rendre plus autonomes dans leur réflexe de recours aux outils du design** et d'implémentation du *Design thinking* au sein de leurs stratégies.

Pour soutenir cet objectif, les formations Tripod-II sont orientées sur des actions concrètes, donnant lieu à des réalisations pratiques au quotidien : un prototype, un pitch ou un modèle de base, par exemple. Les participants bénéficient ainsi d'apports immédiatement applicables dans leur projet de changements ou dans leur stratégie de lancement sur le marché.

# 75 formations, plus de 200 participants uniques

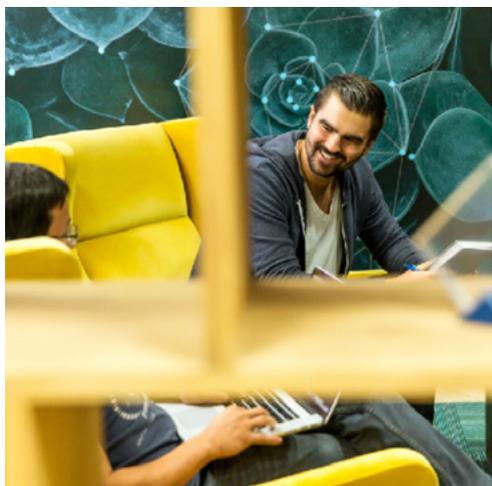
Tripod-II a permis à plus de **150 entreprises** et près de **50 designers** de développer leurs compétences. Sur plus de 75 formations, le nombre de participants français et belges était quasiment égal : une preuve de l'équilibre des ambitions transfrontalières des deux côtés de la frontière !



*Les formations ne sont pas uniquement destinées à transmettre des connaissances mais également à fournir des éléments pratiques et immédiatement actionnables.*

**THOMAS FERON,**

EXPERT PÉDAGOGIQUE - DESIGN INNOVATION



*L'implémentation du Design thinking implique souvent la même base et les mêmes types d'outils mais le contexte dans lequel ils sont appliqués est différent selon les régions.*

*Avec Tripod-II et grâce à la dimension transfrontalière, les participants ont trouvé le support nécessaire pour utiliser ces outils en adéquation avec leurs propres besoins et ceux de leurs utilisateurs.*

**THOMAS FERON,**

EXPERT PÉDAGOGIQUE - DESIGN INNOVATION

## A chaque public cible ses besoins en formation

Les entreprises	Les designers
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <i>Who is my user</i> : mieux cerner les besoins des groupes cibles</li> <li>▶ Utiliser le design de service comme levier d'innovation</li> <li>▶ Implémenter l'innovation à travers des modèles économiques innovants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Développement des compétences commerciales</li> <li>▶ Identification de nouvelles compétences à développer</li> <li>▶ Mise en avant de la plus-value du design et du designer en entreprise</li> <li>▶ Mise en lumière de son propre travail de manière concrète et tangible</li> </ul>

# Networking

## Des partenaires lointains... et pourtant si proches !

Derrière chaque produit, chaque design, se cache un être humain. Et derrière chaque entreprise se cachent DES êtres humains. L'humain est aussi indispensable qu'enrichissant dans un processus qui fait du design un élément clé. C'est ce qui fait de la **mise en réseau** le troisième pilier du projet Tripod-II.



- > Accompagnement
- > Formation
- > **Networking**

*Beaucoup de designers ont un profil 'T-shaped' : ils ont leur spécialisation mais aussi des compétences plus généralistes. Un designer doit donc souvent faire appel à d'autres designers pour compléter les compétences nécessaires. Les événements de mise en réseau sont une excellente occasion pour les trouver. Le partage d'expériences, de défis et d'opportunités fait partie intégrante de la vie d'un designer.*

## 313 participants uniques

Les échanges résultent de manière naturelle des besoins et des souhaits des entreprises et des designers. De plus, il entre en parfaite adéquation avec l'accompagnement et la formation puisque, souvent, les rencontres génèrent des demandes de suivi qui, elles-mêmes, déclenchent de nouvelles formations.

### Pourquoi les rencontres, physiques ou digitales, sont-elles la façon par excellence de réseauter de manière interdisciplinaire ?

Parmi les principaux obstacles à des rencontres productives entre entreprises et designers, on compte les difficultés de compréhension mutuelle et la quantité

d'invitations qui imposent de faire des choix... pas toujours simples. Les partenaires de Tripod-II connaissent bien ce problème !

*Pour les designers, les opportunités adéquates d'afficher leurs compétences, de présenter leur approche, de rencontrer d'autres designers ou de prospecter de nouveaux clients sont précieuses ! Tripod-II dispose des outils et du réseau nécessaires pour faciliter ces rencontres.*

CYRIELLE DOUTREWE,  
CHARGÉE DE PROJETS - WALLONIE DESIGN

CYRIELLE DOUTREWE,  
CHARGÉE DE PROJETS - WALLONIE DESIGN

**Accompagnement, formation et networking**, les trois piliers du projet Tripod-II forment un cycle logique et soutiennent la mission première : tirer parti de la proximité transfrontalière afin d'étendre le potentiel de valeur apporté par le design aux acteurs économiques.

# ÇA S'EST PASSÉ DANS TRIPOD-II!

Des rencontres qui révèlent  
le design comme  
levier d'innovation

Tripod-II est fier de présenter quelques moments forts qui ont jalonné le projet. Qu'il s'agisse de rencontres, de visites ou d'autres initiatives, elles renforcent la mission et la philosophie transfrontalière du projet.

DESIGN  
FUSION

# Design Fusion 2018

## Saisir les opportunités transfrontalières gagnantes

Un des moments forts du projet Tripod-II était indiscutablement l'événement *Design Fusion* qui a eu lieu le 18 octobre 2018, à l'occasion de la 26ème édition de la Biennale Intérieur. Cette plateforme d'exposition organisée à Courtrai XPO est un événement phare dans le monde de l'architecture et du design que Tripod-II ne pouvait pas manquer !

*Design Fusion 2018 a été l'occasion de sensibiliser un large public à la démarche design et de faire connaître les productions de designers exerçant sur le territoire transfrontalier.*

**THIBAUT FREYCHET**, RESPONSABLE  
DE LA COMMUNICATION - LILLE-DESIGN

Avec *Design Fusion*, le projet transfrontalier a mis en avant un « *Meaningful Design* », c'est à dire un design porteur de sens. Au programme de l'événement, on trouvait ainsi plusieurs sessions sur les thèmes du *Design thinking*, du branding ou encore du Design d'expérience, toutes dédiées au design en tant que vecteur de solutions concrètes à des problématiques vécues par les entreprises.

Événement « multiformat » par excellence avec ses deux masterclasses, sa zone de rencontres avec des experts, ses keynotes ainsi que ses 'young designers on stage', *Design Fusion 2018* a offert à ses publics des moments privilégiés.

plus de **20** experts nationaux et internationaux pour inspirer **390** visiteurs

- > Design Fusion
- > Designer Clubs
- > Decathlon
- > Design & Plastics

*Design Fusion* a été exemplaire de la démarche d'intégration du design. Les visiteurs ont pu s'immerger dans une ou plusieurs thématiques et angles d'approches propres à l'ADN de Tripod-II.

### Créer un impact durable grâce au Design de service

Le Design de service est un sujet cher à Tripod-II. Au cours de cette masterclass, An Cosaert (Expert en Innovation et Propriété intellectuelle) et Maka De Lameillieure (Directrice Recherche & Développement), toutes les deux associées à Antwerp Management School, ont été invitées à montrer comment le Design de service pouvait aider une entreprise à devenir plus durable.

En effet, la conception des services sous l'angle du design peut avoir un impact transformateur sur les entreprises qui sont amenées à utiliser des informations centrées sur l'utilisateur et à créer des changements bénéfiques pour leurs processus opérationnels.

### Le design d'expérience pour une culture d'entreprise durable et plus innovante

De plus en plus d'entreprises sont conscientes qu'innover durablement passe par l'implication d'acteurs aux profils diversifiés. Lors de cette masterclass, Dr. Sara Bastiaensens, Business Lead Research, et Roel De Rijck, Business Innovation Coach, se sont référés au design d'affaires et à la gestion des ressources humaines pour expliquer cette démarche.

Ils ont laissé clairement apparaître à quel point une entreprise qui crée une culture propre innovante avec une expérience employé positive pouvait gagner en innovation.



© Aaron Lapeltre

## Transmettre son expertise de manière transfrontalière

Dans sa zone d'expertise, *Design Fusion* proposait de mettre en contact les visiteurs intéressés avec des partenaires spécialisés dans l'accompagnement du processus d'innovation pour leur permettre d'échanger à propos de thématiques telles que l'innovation et la différenciation. Parmi ses organisations, on trouve GoToS3, Prototpitch, VOKA West-Vlaanderen, Antwerp Management School, Flanders DC et Tripod-II.

## Young designers on stage

11 jeunes designers talentueuses ont présenté aux visiteurs leurs réalisations et leur démarche créative. Issus des régions de Flandre, de Wallonie et des Hauts-de-France, ils ont représenté le caractère transfrontalier de cette session et renforcé la conviction de ses atouts en termes de rayonnement.

## Common space talks

Urban Design est l'un des projets phares de Tripod-II et un bel exemple de l'accompagnement proposé. Outre la création de valeur ajoutée pour les entreprises, un designer peut également jouer un rôle clé pour faire face à des enjeux dans l'espace public.

Les partenaires de Tripod-II ont invité des orateurs de renommée internationale pour venir partager leurs visions sur le design appliqué à l'espace public. Les key-

notes speakers Zuzanna Skalska, experte en matière de tendances d'innovation et de design, Stefan Schöning, product developer et Eefje Cottenier, entrepreneuse sociale, ont fait découvrir au public comment l'approche et la créativité d'un designer pouvaient mener à un espace public plus intelligent et plus attractif ainsi qu'à des nouveaux modèles économiques basés sur l'impact social.

## Meaningful design talks

Un des objectifs du projet Tripod-II est de valoriser le design comme une démarche porteuse de sens, plutôt que comme une fonction purement esthétique.

Nynke Tromp, professeur adjoint en design social et changement de comportement à l'Université de technologie de Delft, Thierry Brunfaut, directeur créatif et partenaire fondateur de Base Design, Pierre-Yves Panis, Chief Design Officer chez Signify et Joni Saylor, responsable de l'équipe IBM Design Practices, ont pu, grâce à leur expérience du *Design thinking*, offrir aux participants des arguments forts en termes d'impact du design et ainsi leur permettre de se détacher des clichés.

Envie de revivre  
l'ambiance de  
Design Fusion 2018 ?  
Regardez la vidéo  
aftermovie.



Le succès de Design Fusion 2018 a donné lieu à une réédition de l'événement en 2021 pour tous les amateurs du design mais aussi pour ceux qui y voient un levier de performance renforcé par les opportunités transfrontalières.

# Designer Clubs

## Regards créatifs et déterminés sur le design

Les Designer Clubs étaient beaucoup plus que des rencontres conviviales entre pairs. La thématique spécifique servait d'accroche et chaque designer participant pouvait partager ses expériences, acquérir des nouvelles connaissances et trouver des compétences complémentaires. L'aspect transfrontalier ajoutait une dimension supplémentaire aux Designer Clubs.

*Un des résultats des Designer Clubs dans le cadre de Tripod-II est la naissance d'un format évolutif que nous allons déployer dans l'avenir.*

**STIJN DEBAILLIE,**

COORDINATEUR - DESIGNREGIO KORTRIJK



- > Design Fusion
- > Designer Clubs
- > Decathlon
- > Design & Plastics



### Le savoir-faire de l'Eurorégion: Quels projets et solutions pour sa mise en valeur?

(22 février 2018 - Lille)

La collaboration est au cœur de Tripod-II. En proposant aux designers des 3 régions d'imaginer et de cocréer un projet, Tripod-II a joué son rôle de rassembleur autour d'une ambition commune.

### POC La Péniche

(5 février 2019 - Lille)

Les appels à projets publics sont autant d'opportunités pour les designers de proposer leurs compétences et de réaliser des projets dont la résonance est importante, tant en matière de visibilité que de perspectives. Pourquoi ne pas donner l'opportunité aux designers de réagir à 3 importants projets publics au travers des Designer Clubs? Il s'agit de « Urban Design », projet de développement de l'espace public, « Péniche Designer Public », un parcours fluvial d'exploration eurométropolitain, et « Lille Métropole 2020 World Design Capital », qui vise l'accompagnement d'entreprises dans le développement de Proofs of Concepts (POC).

Le programme *Urban Design* vous intéresse? Découvrez ici les 5 projets lancés par Tripod-II.



## Design & économie circulaire

(24 octobre 2019 - Courtrai)

Design et économie circulaire sont des concepts courants aujourd'hui. Mais qu'en est-il de la fusion de ces concepts ? Qu'est-ce que le design circulaire ? Tripod-Il a démontré, au travers d'exemples concrets, l'impact fondamental que pouvait avoir le design pour réussir la transition vers l'économie circulaire. Pour les présenter, l'équipe Tripod-Il a fait appel à Brieuc Saffré, cofondateur de la première agence française de design circulaire, Wiithaa, qui pratique au quotidien une réflexion sur toutes les étapes de la vie d'un produit, en ce compris sa fin de vie.

Souhaitez-vous en apprendre plus sur l'économie circulaire ? Ces podcasts pourraient vous intéresser.



## Fablabs Stories

(14 novembre 2019 - Tournai)

Laboratoires de fabrication ouverts au grand public, les fablabs sont des lieux de travail inédits dans lesquels le mode de fonctionnement, les approches métiers et les bonnes pratiques autant que les spécialisations varient selon les régions. Tripod-Il a partagé des expériences propres à ces lieux qui encouragent la concrétisation des projets au travers du prototypage. Les quatre fablabs qui ont été présentés lors de ce Designer Club sont :

- Fab-C (Charleroi)
- PI@teform'lcam (Lille)
- BUDA::lab (Courtrai)
- Fablab Wapi (Tournai)

## La tarification dans le secteur de la création

(5 mai 2020 - en webinar)

Comment déterminer un bon tarif ? C'est l'une des questions pratiques à juste titre les plus fréquemment posées par les entrepreneurs créatifs car le prix de revient a un impact majeur sur l'ensemble d'une activité. En abordant ce thème, Tripod-Il a voulu rendre accessibles les méthodes de tarification les plus pertinentes dans ce secteur et expliquer comment la tarification, bien réalisée, pouvait devenir un véritable outil clé du développement d'une entreprise.

Ce thème vous intéresse ?  
Revivez ce webinar grâce au replay !



## The future of design

(8 décembre 2020 - en webinar)

Aujourd'hui plus que jamais, il apparaît crucial de prendre le temps de questionner le métier de designer et l'avenir de la profession. Pour intervenir sur cette question, Tripod-Il a fait appel à la contribution inspirante d'Arne van Oosterom.

Fort de son expérience de transition d'une fonction de directeur créatif vers la création du Design Thinkers Group, Arne a animé des échanges et suscité des réflexions sur les évolutions à venir du métier de designer. C'était l'objectif poursuivi par Arne en partageant les moments forts de son prochain ouvrage « The Space In-Between ». Un Designer Club placé sous le signe de l'anticipation du changement, cher aux designers !

Accédez ici à l'enregistrement complet de ce webinar animé par Arne van Oosterom.



WE CREATE MORE THAN BIKES  
WE CREATE MOMENTS OF LIFE



- > Design Fusion
- > Designer Clubs
- > Decathlon
- > Design & Plastics

## Business Exploration chez Decathlon

### Toute la force d'inspiration du Design thinking

En décembre 2019, les partenaires de Tripod-Il ont organisé une visite du B'TWIN Village de Decathlon à Lille. Le B'TWIN Village est un concept et un lieu unique dédié au vélo et à la pratique du sport par tous les membres de la famille. C'est dans ce village que sont conçus tous les vélos de Decathlon. Une trentaine de designers de Wallonie, de Flandre et des Hauts-de-France ont pu découvrir à quel point le *Design thinking* est intégré dans l'ADN de cette multinationale.

*La démarche de Decathlon a des points communs avec les défis quotidiens des designers. N'importe quelle PME peut s'inspirer de Decathlon, de sa manière d'innover tout en se remettant en question.*

**ROEL DE RIJCK,**

BUSINESS INNOVATION COACH - ANTWERP MANAGEMENT SCHOOL

Decathlon développe des produits à partir d'un besoin fonctionnel, et d'une demande concrète du marché. C'est pourquoi, d'une part, l'étude des besoins des utilisateurs actuels et futurs y est considérée comme une étape importante et, d'autre part, l'analyse détaillée du cœur du problème n'est jamais distincte de la partie sensorielle et des émotions évoquées par un produit.

*Nous avons une approche très fonctionnelle car la performance est liée à la fonction. Chez Decathlon, une grande importance est accordée à l'empathie vis-à-vis des utilisateurs pour comprendre leurs problèmes.*

**EMERSON DELCOUR,**

HEAD OF DESIGN - DECATHLON

*Chaque département dispose de ses propres connaissances mais les designers et les spécialistes en marketing sont en dialogue constant. Chez Decathlon, le designer joue par exemple un rôle important lors des études de marché.*

**THOMAS VANCRAEYNES,**

DESIGNER - DEEPWATER

# 185

## designers travaillent chez Decathlon !

### Pourquoi cette visite n'était-elle pas un hasard de la programmation Tripod-Il ?

Outre cette démarche novatrice d'intégration du design pour développer des produits, Decathlon a également dévoilé sa propre structure d'entreprise dans laquelle la façon fonctionnelle de penser se traduit par une distribution moins conventionnelle des rôles. Chez Decathlon, le rôle du designer ne se limite pas uniquement au développement des produits.

*L'expérience utilisateur est au centre. C'est une approche que nous pouvons appliquer dans notre entreprise.*

**ELLEN GEVAERT,**

DESIGNER - EUROPEAN SPINNING GROUP

Retour en images sur  
cette visite inédite !



# Design x Plastics

## Solutions et perspectives par le design en plasturgie

La plupart des matières plastiques sont issues de la pétrochimie et la plasturgie est un secteur régulièrement critiqué. Cependant, le secteur se trouve en pleine transition, entre autre grâce à une évolution vers le plastique d'origine biosourcée\*. **Le design pourrait-il contribuer à cette évolution positive ?**

Une question ouverte intéressante qui a donné lieu à l'organisation de Design x Plastics, le 21 mai 2019. L'événement a accueilli près de 100 personnes dans le laboratoire Matériaux et Procédés d'IMT Lille-Douai.

*Les enjeux dans la plasturgie sont un contexte idéal pour un designer qui peut y appliquer tous ses talents et son Design thinking.*

**THOMAS CHUZVILLE,**

CHEF DE PROJETS DESIGN & INNOVATION - LILLE-DESIGN

Design x Plastics a bénéficié de l'expertise complémentaire de BIOHARV, un autre projet transfrontalier d'Interreg qui vise à développer une expertise locale sur les matériaux plastiques et notamment sur les micro-générateurs piézoélectriques à partir de plastiques biosourcés. La synergie entre les deux domaines est un succès !

\*Le bioplastique peut se référer à deux types : (1) les plastiques 'biosourcés' où la matière première vient de la biomasse comme les végétaux au lieu du pétrole et (2) les plastiques biodégradables qui sont censés se dégrader en éléments simples. (Source : Ecoconso.be)



- > Design Fusion
- > Designer Clubs
- > Decathlon
- > Design & Plastics

La production de plastique a été multipliée par **20** en **40** ans (Ecoconso.be)

### Zoom sur le plastique

Deux thèmes préoccupent les acteurs concernés par la fabrication et le traitement de matières plastiques : les facteurs écologiques et les smart plastics.

Conséquences directes, un nombre croissant de producteurs optent pour des matières plastiques d'origine végétale ou biologique au lieu des matières plastiques à base de pétrole et la valeur ajoutée et la fonctionnalité du plastique sont remis en évidence là où d'autres matériaux sont insuffisants.

*Il y a un réel intérêt à avoir un travail conjoint des designers, des chercheurs et des entreprises industrielles pour mettre en place des solutions innovantes.*

**ANNE-CLAIRE HOSTEQUIN,**

PRODUCT DESIGNER - ATELIER LUMA

Design x Plastics a révélé le design en tant que réponse à ces enjeux et a pu démontrer sa valeur ajoutée lors du traitement et des applications fonctionnelles des matières plastiques.

Un événement prometteur qui a également été le début d'ambitions croissantes pour organiser des rencontres similaires pour d'autres secteurs professionnels, comme le textile par exemple.

Revivez l'événement en images.



# Anticipation et vision d'avenir

## Comment le design est-il appelé à évoluer, notamment dans un contexte transfrontalier ?

L'ambition initiale de Tripod-Il était claire : installer auprès des entreprises un réflexe qui amène à penser spontanément au design comme réponse aux enjeux, tant d'entreprise que de société, actuels et futurs.

- ▶ **Qu'en est-il dans les faits ?**
- ▶ **Comment les entreprises perçoivent-elles cette valeur ajoutée ?**
- ▶ **Comment les designers voient-ils évoluer leurs pratiques et, de facto, cette plus-value ?**
- ▶ **Et comment entreprises et designers perçoivent-ils leurs collaborations dans un contexte transfrontalier ?**

En fin de projet, les partenaires de Tripod-Il ont voulu prendre la mesure de toutes ces questions, en lançant une réflexion prospective, d'une part, sur l'avenir du métier de designer et, d'autre part, sur l'apport de celui-ci dans les collaborations avec des entreprises. Le tout, dans le contexte particulier du transfrontalier.

*Le but de cette enquête est clair : grâce à une large récolte de participations, elle entend générer une vue globale sur le rôle moteur qu'un designer peut jouer dans la collaboration avec une entreprise.*

**CYRIELLE DOUTREWE,**  
CHARGÉE DE PROJETS - WALLONIE DESIGN

Diffusée en ligne et en 3 langues dès fin 2020 dans les trois régions d'Interreg (France, Wallonie, Flandre), l'enquête est toujours en cours à l'heure d'écrire ces lignes. Elle sonde les répondants par rapport à l'évolution de plusieurs facteurs et chaque sujet est élaboré autour d'une question-clé abordée sous l'angle du présent et de l'avenir.

- ▶ **Quelles sont les tâches qui incombent aux designers lorsqu'ils collaborent avec une entreprise ?**
- ▶ **L'évolution de ces tâches amènera-t-elle à développer de nouvelles compétences ? Lesquelles ?**
- ▶ **Quels arguments plaident en faveur de la collaboration avec un designer ?**
- ▶ **Quels sont les avantages à concrétiser cette collaboration dans un contexte transfrontalier ?**
- ▶ **Quelles sont les compétences en design propres à certaines régions, celles qui leur font défaut ou celles qui sont susceptibles de se voir développer ?**

C'est dès lors une véritable réflexion prospective sur le design et sa plus-value, dans un contexte transfrontalier, que Tripod-Il laisse en héritage. Ses résultats feront l'objet d'une communication ultérieure et permettront aux porteurs du projet transfrontalier de renforcer et de concrétiser davantage leurs activités et ambitions dans l'avenir.

## Après Tripod-II

### Pas un adieu mais un au revoir

Les trois piliers de Tripod-II ont été les ingrédients clés d'une recette adéquate en vue de créer une conscience du design en tant que processus logique orienté solutions et centré sur les utilisateurs.

Une superficie de  
**49 251** km<sup>2</sup>  
de coopération  
transfrontalière

L'**accompagnement** des acteurs économiques est nécessaire car le design doit être perçu comme ce qu'il est réellement, une manière de penser et d'agir, et non uniquement comme un produit final. L'esprit explorateur d'un designer peut aider à mettre en place des solutions innovatrices et des réponses concrètes à des enjeux quotidiens.

Les **formations** sont des moyens pertinents pour développer encore plus cette conscience et rendre tangible l'importance du *Design thinking*.

Lors des rencontres et des événements de **mise en réseau**, les participants ont pu convaincre ou être convaincus de la force du design comme catalyseur d'innovation.



*L'intérêt et la curiosité de voir comment d'autres régions organisent leur démarche d'intégration du design sont des bases solides pour de futurs projets communs. Tripod-II ne sera pas clos à l'issue de son délai officiel car il est le démarrage de relations transfrontalières durables qui ont le design comme passion partagée.*

**ROMAIN FLAMECOURT,**  
CHEF DE PROJET - MAISON DU DESIGN

Ces trois piliers ne sont pas des entités isolées mais forment un ensemble d'actions complémentaires qui renforcent la démarche d'intégration du design. La valeur ajoutée fonctionnelle pour l'utilisateur final occupe une place centrale dans cette démarche.

Bien sûr, les partenaires souhaitent continuer à répandre la philosophie de Tripod-II et cela n'est pas une simple déclaration d'intentions.

Partenaires



**LILLE-DESIGN**  
Lille, Hauts-de-France - FR  
www.lille-design.com  
(A) (F) (R)



**ADITEC**  
Lens, Pas-de-Calais - FR  
www.aditec.org  
(A) (R)



**CCI GRAND LILLE**  
Lille, Hauts-de-France - FR  
www.hautsdefrance.cci.fr  
(A) (R)



**MÉTROPOLÉ EUROPEENNE DE LILLE**  
Lille, Hauts-de-France - FR  
www.lillemetropole.fr  
(A) (R)



**IDETA**  
Tournai, Wallonie - BE  
www.ideta.be  
(A) (F) (R)



**CHARLEROI ENTREPRENDRE**  
Charleroi, Wallonie - BE  
www.charleroi-entreprendre.be  
(A) (R)



**ANTWERP MANAGEMENT SCHOOL**  
Anvers, Flandre - BE  
www.antwerpmanagementschool.be  
(F)



**DESIGNREGIO KORTRIJK**  
Courtrai, Flandre - BE  
www.designregio-kortrijk.be  
(A) (R)



**INTERCOMMUNALE LEIEDAL**  
Courtrai, Flandre occidentale - BE  
www.leiedal.be  
(A)



**WALLONIE DESIGN**  
Liège, Wallonie - BE  
www.walloniedesign.be  
(A) (R)



**DESIGN INNOVATION**  
Charleroi, Wallonie - BE  
www.designinnovation.be  
(F)



**MAISON DU DESIGN**  
Mons, Wallonie - BE  
www.maisondudesign.be  
(A) (R)

Partenaires associés



Co-financeurs



(A) Accompagnement (F) Formation (R) Mise en réseau

Projet soutenu par  
Project ondersteund door



Avec le soutien du  
Fonds européen de Développement Régional

Met de steun van het  
Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

Plus d'infos sur:  
Meer info op:

[www.interreg-fwvl.eu](http://www.interreg-fwvl.eu)  
@InterregFWVL