



QUELS FUTURS POSSIBLES POUR LE MÉTIER DE DESIGNER, EN CONTEXTE TRANSFRONTALIER ?

RÉFLEXION PROSPECTIVE INITIÉE
DANS LE CADRE DU PROJET TRIPOD-II

TRIPOD-II - PROGRAMME DE COOPÉRATION TRANSFRONTALIÈRE



GoToS3
TRIPOD-II

QUELS FUTURS POSSIBLES POUR LE MÉTIER DE DESIGNER, EN CONTEXTE TRANSFRONTALIER ?

Réflexion prospective initiée dans le cadre du projet Tripod-II

INTRODUCTION

Tripod-II et sa réflexion prospective

Tripod-II est un projet Interreg France-Wallonie-Vlaanderen, porté par 12 partenaires, qui encourage les collaborations transfrontalières entre entreprises et designers. Il 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 l'innovation et de favoriser le développement économique des PME de la région France-Wallonie-Vlaanderen.

Dans le cadre du module de travail de promotion et valorisation du design, une réflexion prospective a été menée afin d'imaginer les futurs possibles du métier de designer, tout particulièrement dans un contexte transfrontalier (à savoir des collaborations entre entreprises et designers de régions différentes), avec un intérêt spécifique pour la zone Hauts-de-France, Hainaut, Flandre occidentale et orientale, qui est la zone de Tripod-II.



Le questionnaire, sa construction et les réponses reçues

Cette enquête a été menée au travers d'un formulaire Google form (en deux langues, français et néerlandais) comprenant uniquement des questions fermées et composé de différentes sections thématiques :

- le job de designer,
- l'évolution des compétences de designer,
- pourquoi travailler avec un designer aujourd'hui ?,
- pourquoi travailler avec un designer d'une autre région ?,
- et, pour les répondants basés dans la zone du projet Tripod-II uniquement : les expertises en design qui sont, d'après eux, spécifiques à leur versant de la zone.

Les différents éléments à évaluer ont été définis par un travail préalable, réalisé avec un nombre restreint de répondants aux mêmes questions que celles posées ici, mais en version ouverte. Un travail de synthèse a été mené au départ des réponses aux questions ouvertes pour définir ces items de réponses aux questions fermées.

Pour chaque section, les répondants devaient évaluer, d'une part, le degré de réalité d'un ensemble d'affirmations en pensant au présent, et d'autre part, le degré de probabilité des mêmes affirmations en se projetant dans l'avenir.

Il fallait se demander, face à chaque affirmation :

• Aujourd'hui, est-ce toujours le cas, souvent, parfois ou jamais ? (ou, je suis sans avis sur le degré de réalité de cette affirmation au présent),

• à l'avenir, sera-ce toujours le cas, souvent, parfois ou jamais ? (ou, je suis sans avis sur le degré de probabilité de cette affirmation pour l'avenir).

L'objectif était de rassembler les impressions des répondants pour baliser les futurs possibles du métier de designer en contexte transfrontalier et envisager les avantages de la collaboration avec un designer, tout particulièrement, un designer d'une autre région. Pour en arriver à concevoir tout ce que collaborer avec un designer apporte, il s'agissait de commencer par se remémorer ce que le designer fait et sera amené à faire, ainsi que les compétences qu'il pourrait être amené à développer, s'il s'avère que de nouvelles tâches vont lui incomber à l'avenir.

Les répondants

L'enquête menée n'a pas prétention à l'exactitude ou à la représentativité d'un sondage en bonne et due forme. Elle est plutôt un instantané synthétisant les réponses à un ensemble de questions sur les futurs possibles du métier de designer, tout particulièrement dans un contexte transfrontalier.

Nous avons reçu 113 réponses au total.

► Répartition géographique des répondants

- 41 réponses émanent de la zone du projet Tripod-II :
 - 15 du Hainaut,
 - 9 de Flandre orientale et Flandre occidentale réunies,
 - 17 des Hauts-de-France.
- 72 réponses émanent d'en dehors de la zone du projet Tripod-II

► Profils des répondants

- 73 réponses émanent de designers,
- 9 réponses émanent d'entrepreneurs,
- 22 réponses émanent d'organismes de promotion du design et/ou spécialisés dans ce secteur,
- 9 réponses émanent d'organismes partenaires, dont le design n'est pas le champ de spécialité.

Certaines catégories de répondants sont donc minoritaires et les tendances les concernant, peu significatives.

Les résultats

En annexe au présent document, chacun trouvera la totalité des graphiques rendant compte des réponses reçues, pour le présent et pour l'avenir.

SYNTHÈSE DE QUELQUES APPRENTISSAGES ISSUS DES RÉPONSES REÇUES

Nous rassemblons ici différents éléments qui nous apparaissent comme des enseignements à tirer des réponses reçues, plus spécifiquement de l'analyse de ces réponses selon le spectre propre au projet Tripod-II, à savoir la plus-value de la collaboration avec un designer, tout particulièrement en contexte transfrontalier.

L'évolution des compétences des designers, au vu de l'évolution de leurs tâches

Selon une majorité de répondants (avec une majorité dans chaque catégorie et tant dans la zone Tripod-II qu'en dehors), au vu de l'évolution des tâches des designers, les compétences suivantes sont très probablement amenées à être renforcées :

- développer la capacité de rendre un service complet et cohérent, orienté utilisateurs et répondant à des besoins clients,
- conforter sa posture de constante remise en question, de questionnement des acquis et d'adaptation agile,
- développer des compétences en techniques en recherche auprès des usagers/utilisateurs,
- booster sa capacité à bien communiquer sur ses activités,
- développer ses connaissances en économie circulaire, éco-conception, biomatériaux, etc.

Les répondants sont plus partagés face à d'autres compétences et leur probabilité de renforcement, avec des différences qui se marquent entre catégories de répondants plutôt qu'entre zone et hors zone Tripod-II :

- développer une posture d'empathie et ses compétences en sciences humaines : très probable pour les designers, les organismes de promotion du design, les organismes partenaires et une partie des entrepreneurs, probable pour l'autre partie des entrepreneurs ;
- développer sa capacité à clarifier et synthétiser des propos complexes : très probable pour les designers, entrepreneurs et organismes de promotion du design, probable pour les organismes partenaires ;
- développer sa capacité à adopter une vue d'ensemble, une vision globale et transversale : très probable pour les designers et organismes de promotion du design, probable pour les entrepreneurs et organismes partenaires ;
- développer sa connaissance des différents métiers impliqués pour favoriser la transdisciplinarité : très probable pour les designers, entrepreneurs et organismes de promotion du

design, probable pour les organismes partenaires ;

- apprendre à mieux communiquer avec les différents acteurs impliqués (internes et externes) : très probable pour les entrepreneurs et organismes de promotion du design, probable pour les designers et organismes partenaires ;
- développer ses compétences en facilitation de la co-création, animation et médiation : très probable pour les organismes partenaires et une partie des designers, entrepreneurs et organismes de promotion du design, seulement probable pour l'autre partie des designers, entrepreneurs et organismes de promotion du design ;
- apprendre à contribuer à la gestion du changement : très probable pour les designers, entrepreneurs et organismes de promotion du design, probable pour les organismes partenaires ;
- acquérir une posture de consultant : très probable pour les designers, probable pour les entrepreneurs, les organismes partenaires et organismes de promotion du design ;
- développer ses compétences commerciales et en entrepreneuriat : très probable pour les designers et une partie des organismes partenaires, probable pour l'autre partie des organismes partenaires, les entrepreneurs et organismes de promotion du design ;
- mieux connaître le fonctionnement des institutions publiques en vue de collaboration avec elles : très probable pour les entrepreneurs, probable pour les designers, les organismes de promotion du design et les organismes partenaires ;
- développer ses connaissances en intelligence artificielle : très probable pour les entrepreneurs et les organismes partenaires, probable pour les designers et les organismes de promotion du design.

Pourquoi travailler avec un designer aujourd'hui ?

Les affirmations qui ont été soumises à l'évaluation des répondants sont les suivantes :

- augmentation de l'attractivité et de la désirabilité de ce qui est produit,
- augmentation du chiffre d'affaires,
- augmentation de la marge bénéficiaire par une meilleure maîtrise des coûts,
- se démarquer de la concurrence,
- se porter garant de la cohérence entre le projet et ce à quoi il aspire (missions, vision, valeurs),
- anticiper ou favoriser des futurs possibles (ressources, besoins, usages) et s'y préparer,
- augmenter l'adaptabilité et l'agilité de l'entreprise face au changement.

Sur l'**augmentation de l'attractivité et de la désirabilité de ce qui est produit**, on peut dire qu'il y a consensus : tous les répondants considèrent qu'il s'agit là d'un avantage de la collaboration avec un designer, tant au présent qu'à l'avenir.

L'**augmentation du chiffre d'affaires** comme plus-value de la collaboration avec un designer aujourd'hui est perçue de façon mitigée. Pour les organismes de promotion du design, c'est souvent une plus-value. Pour les organismes partenaires, ça l'est parfois. Les designers et les entrepreneurs sont partagés entre souvent et toujours.

Dans les années à venir, c'est le souvent qui s'impose pour toutes les catégories de répondants.

L'**augmentation de la marge bénéficiaire par une meilleure maîtrise des coûts** est parfois une plus-value de la collaboration avec un designer, selon les entrepreneurs et les organismes de promotion du design, aujourd'hui. Elle l'est souvent, selon les organismes partenaires. Les designers sont partagés entre parfois, souvent et toujours.

A l'avenir, tous pensent que cette augmentation de la marge bénéficiaire sera souvent une plus-value de la collaboration avec un designer.

Concernant le fait de **se démarquer de la concurrence**, le consensus est plus marqué. En effet, les designers, les entrepreneurs et les organismes de promotion du design y voient, dès aujourd'hui, une plus-value toujours effective de la collaboration avec un designer. Les organismes partenaires la considèrent à une fréquence légèrement moindre : souvent.

Mais pour toutes les catégories de répondants, ce sera toujours une plus-value à l'avenir.



Selon les organismes, qu'ils soient spécialistes en design ou non, **se porter garant de la cohérence entre le projet et ce à quoi il aspire (missions, vision, valeurs)** est aujourd'hui, parfois, une plus-value de la collaboration avec un designer. Les designers et les entrepreneurs sont partagés, vis-à-vis de cette fréquence, entre parfois, souvent et toujours.

A l'avenir, cette tendance se renforce : souvent pour les organismes partenaires, toujours, pour les designers et organismes de promotion du design. Et les entrepreneurs sont partagés entre les deux.

Selon les entrepreneurs et les organismes (spécialisés en design ou non), le fait d'**anticiper ou de favoriser des futurs possibles (ressources, besoins, usages) et de s'y préparer** est, aujourd'hui, parfois une plus-value du travail avec un designer. Les designers sont eux, partagés entre parfois, souvent et toujours.

Cette plus-value s'affirme à l'avenir. Pour les designers, les entrepreneurs et organismes de promotion du design, la fréquence passe à toujours et pour les organismes partenaires, à souvent.

Les designers et les organismes, que ce soit de promotion du design ou partenaires, semblent penser qu'**augmenter l'adaptabilité et l'agilité de l'entreprise face au changement** est parfois une plus-value de la collaboration avec un designer, aujourd'hui. Les entrepreneurs sont partagés entre parfois et toujours.

A l'avenir, les designers et entrepreneurs voient la tendance s'affirmer vers toujours, les organismes de promotion du design vers souvent et les organismes partenaires sont partagés entre les deux.

Pourquoi travailler avec un designer d'une autre région ?

Douze avantages possibles d'une collaboration transfrontalière entre entreprise et designer ont été soumis aux répondants, qui ont été invités à se prononcer sur leur perception de ces douze avantages comme déjà effectifs aujourd'hui, puis, comme probablement effectifs à l'avenir.

Les avantages qui étaient soumis à l'évaluation des répondants étaient les suivants :

- échanges et partages entre régions,
- apport d'une autre culture,
- atteindre de nouveaux marchés,
- découvrir ce qui se fait dans d'autres régions,
- mettre son projet en perspective grâce à des questionnements différents,
- accès à des ressources qu'il n'y a pas dans sa région,
- élargir son réseau et son carnet d'adresses,
- s'inspirer d'autres bonnes pratiques,
- accès à des techniques qu'il n'y a pas dans sa région,
- accès à des compétences et expertises qu'il n'y a pas dans sa région,
- faciliter une approche circulaire par la connaissance des ressources locales,
- amener une autre approche, un autre style.



Les **échanges et partages entre régions** semblent faire l'objet d'un certain consensus comme étant, aujourd'hui, parfois un avantage d'une collaboration avec un designer d'une autre région. Toutes les catégories de répondants voient une montée en puissance de cet avantage à l'avenir : souvent pour les designers et organismes partenaires, toujours pour les entrepreneurs et organismes de promotion du design.

A propos de l'**apport d'une autre culture**, on note un dissensus entre, d'une part, les designers et entrepreneurs, qui prévoient une augmentation marquée de la fréquence de cet avantage à l'avenir (passant de parfois à toujours), et d'autre part, l'ensemble des organismes qui, eux, voient un statu quo entre présent et avenir, ayant dans les deux cas choisi la réponse « souvent ».

Les différentes catégories de répondants sont partagés quant au fait qu'**atteindre de nouveaux marchés** soient aujourd'hui, un avantage de la collaboration avec un designer d'une autre région. Pour les entrepreneurs, ça l'est plutôt souvent, pour les designers et organismes de promotion du design tout comme les organismes partenaires, parfois à souvent.

A l'avenir, cet avantage se renforce, vers souvent voire toujours.

Découvrir ce qui se fait dans d'autres régions est, selon les entrepreneurs, souvent un avantage, selon les organismes partenaires, parfois à souvent. Les designers et organismes de promotion du design sont eux partagés entre parfois, souvent et toujours.

A l'avenir, toujours tend à l'emporter pour toutes les catégories de répondants.

Pouvoir **mettre son projet en perspective grâce à des questionnements différents**, représente souvent un avantage, selon les entrepreneurs, designers et organismes partenaires. Les organismes de promotion du design sont plus partagés entre parfois, souvent et toujours.

A l'avenir, cet avantage se confirme en toujours, pour les entrepreneurs et organismes de promotion du design, en souvent à toujours pour les designers et organismes partenaires.

Pour l'ensemble des catégories de répondants, l'**accès à des ressources qu'il n'y a pas dans sa région** est parfois un avantage de la collaboration avec un designer d'une autre région, aujourd'hui. A l'avenir, cet avantage aura tendance à se renforcer, vers souvent à toujours.

Pourquoi travailler avec un designer d'une autre région ?

Aujourd'hui, **élargir son réseau et son carnet d'adresses** est un avantage qui partage les catégories de répondants, plutôt toujours selon les designers, souvent selon les entreprises et organismes de promotion du design, parfois selon les organismes partenaires. A l'avenir, entreprises et designers s'accordent sur toujours, les organismes de promotion du design oscillent entre souvent et toujours et les organismes partenaires entre parfois et toujours.

S'inspirer d'autres bonnes pratiques est toujours un avantage pour les designers. Les autres catégories de répondants sont plus partagés (parfois, souvent à toujours).

A l'avenir l'avantage se renforce, toujours l'emporte pour les designers, les entreprises et organismes de promotion du design, souvent pour les organismes partenaires.

Pour les différentes catégories de répondants, **avoir accès à des techniques qu'il n'y a pas dans sa région** est, aujourd'hui, parfois un avantage de la collaboration avec un designer d'une autre région.

A l'avenir, cet avantage se renforce vers toujours, pour les organismes de promotion du design, entrepreneurs et designers, vers parfois à souvent, pour les organismes partenaires.

L'accès à des compétences et expertises qu'il n'y a pas dans sa région est vu comme un avantage de façon assez partagée, entre les différents types de répondants, plutôt toujours pour les entrepreneurs, plutôt parfois pour les organismes, tant partenaires que de promotion du design, plutôt parfois à toujours pour les designers.

A l'avenir, l'avantage est davantage ressenti, de souvent à toujours.

Pour l'ensemble des différentes catégories de répondants, **faciliter une approche circulaire par la connaissance des ressources locales** représente parfois, aujourd'hui, un avantage de la collaboration avec un designer d'une autre région.

Ce le sera souvent à toujours, à l'avenir.

Les différentes catégories de répondants sont assez partagées, entre parfois et souvent, quant à l'avantage que représente, aujourd'hui, le fait d'**amener une autre approche, un autre style**.

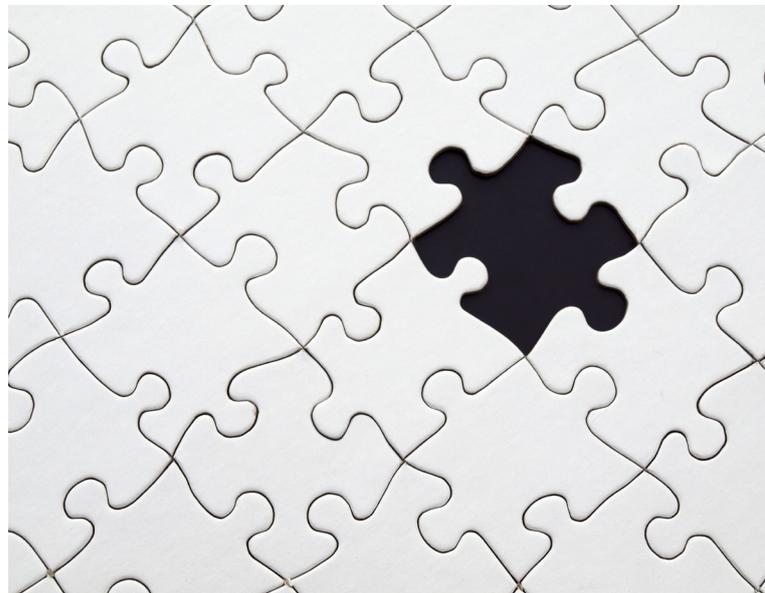
A l'avenir, cet avantage se renforce, vers souvent, voire souvent à toujours.

Par ailleurs, l'analyse des réponses permet clairement de montrer une plus grande conscience des avantages de la collaboration avec un designer d'une autre région, sur la zone Tripod, par rapport aux réponses provenant d'en dehors de la zone. En effet, non seulement, les répondants de la zone Tripod sont, quasi systématiquement, plus nombreux à considérer ces avantages comme déjà effectifs aujourd'hui, mais ils sont également significativement plus convaincus du renforcement des avantages d'une collaboration transfrontalière à l'avenir.

Les expertises en design spécifiques à chaque versant de la zone de Tripod-II

Afin de dresser un panorama du design sur la zone du projet Tripod-II, nous avons demandé aux répondants basés dans un de ses trois versants (Hainaut, Hauts-de-France, Flandre orientale et occidentale), de citer, parmi une liste reprenant une dizaine de domaines du design, quels étaient les domaines où les compétences du versant étaient, à ce jour, fortes, quelles étaient les compétences qui à ce jour, manquent et quelles seraient celles susceptibles d'être fortes dans les années à venir.

Voici le compte-rendu, par versant, des réponses reçues. Il s'agit ici de simples indicateurs, car le nombre de réponses reçues (15 du Hainaut, 9 de Flandre orientale et Flandre occidentale réunies et 17 des Hauts-de-France) ne permet pas de prétendre à davantage de représentativité. Ce sont néanmoins des orientations intéressantes qui, si vérifiées par un nombre de réponses plus grand, pourraient constituer des pistes de synergie entre versants.



HAINAUT

Ce qui ressort des réponses émanant du Hainaut, c'est, à l'heure actuelle, une prévalence des compétences en design d'espace et en design graphique. Viennent ensuite les compétences en design de service et en design industriel.

Les manques ressentis par les répondants, aujourd'hui, sont en UX design et en design management.

A l'avenir, les répondants pensent que les compétences qui prendront de l'essor sont liées aux domaines du UX design, mais aussi du design d'espace.

HAUTS-DE-FRANCE

Dans les Hauts-de-France, les domaines de compétences identifiés par les répondants comme des forces actuelles sont le design textile et le design industriel.

Les manques identifiés, à l'heure actuelle, au travers des réponses reçues sont en design management, de service et UX.

Quant aux domaines de compétences que les répondants pensent voir se renforcer, dans les années à venir, il s'agit du design industriel, du design management et du UX design.

FLANDRE ORIENTALE ET FLANDRE OCCIDENTALE

Ce qui ressort des réponses émanant de Flandre orientale et occidentale, ce sont des forces, à l'heure actuelle, dans les domaines du design textile et du design graphique, domaines suivis de peu par le design de produits et le design industriel.

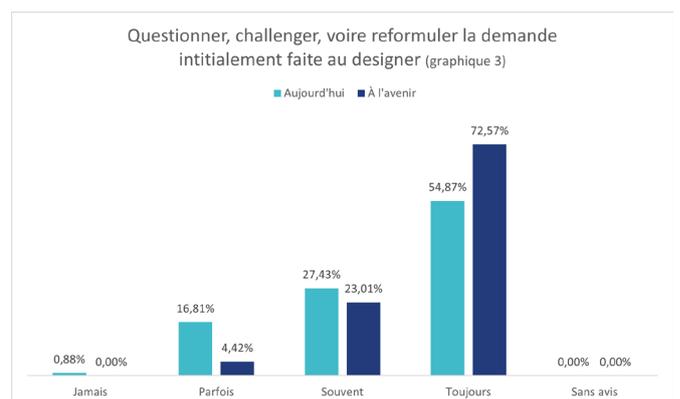
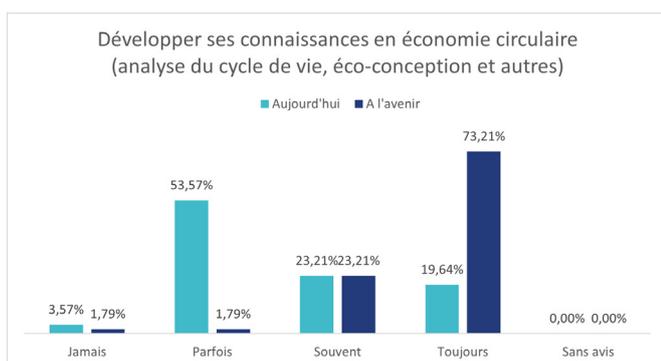
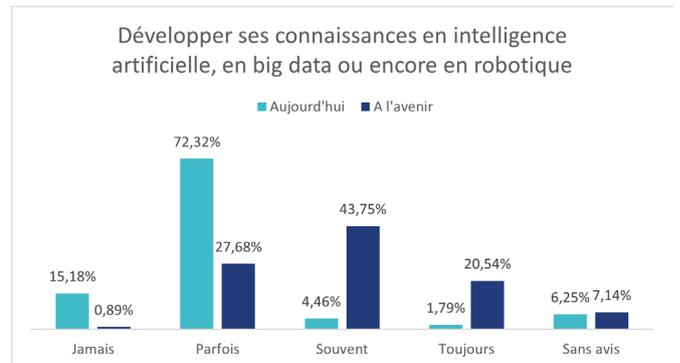
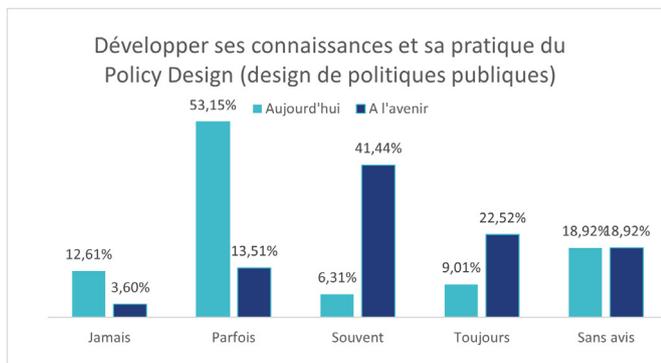
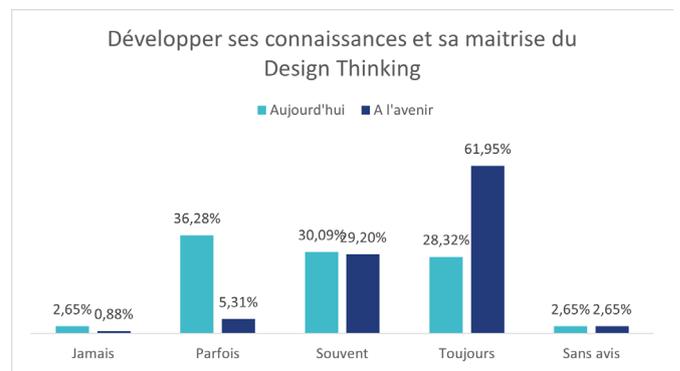
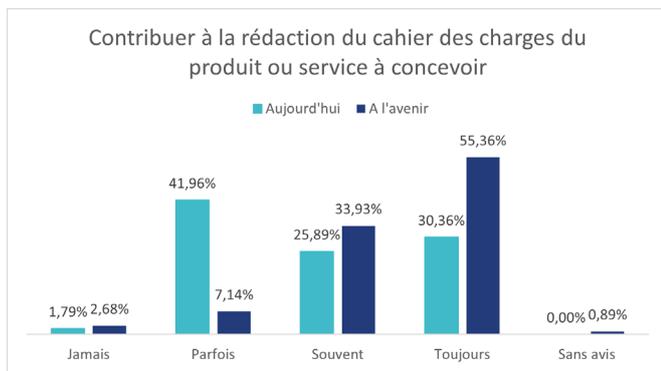
Les répondants identifient des manques en design management et en design de service.

A l'avenir, ils pensent que ce sont ces mêmes domaines du design management et du design de service qui se développeront.

Ci-dessous sont retranscrits les graphiques représentant les réponses reçues, pour chaque section de questions. Le détail est donné pour chaque item à évaluer, en commençant par les réponses globales, puis la répartition des réponses entre les différentes fonctions des répondants et enfin, celle par localisation de ceux-ci, dans la zone Tripod ou en dehors.

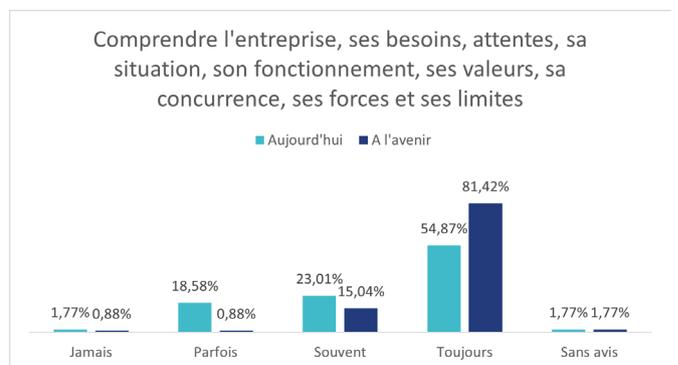
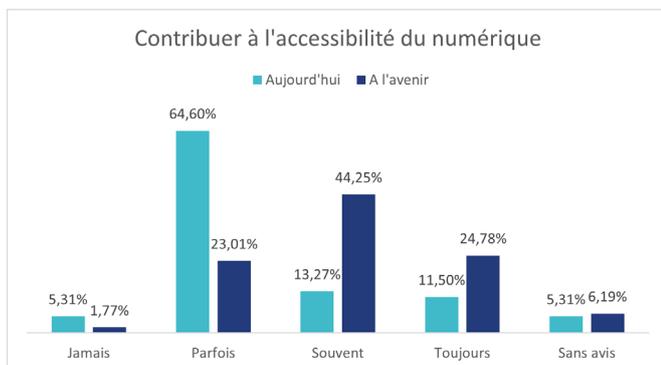
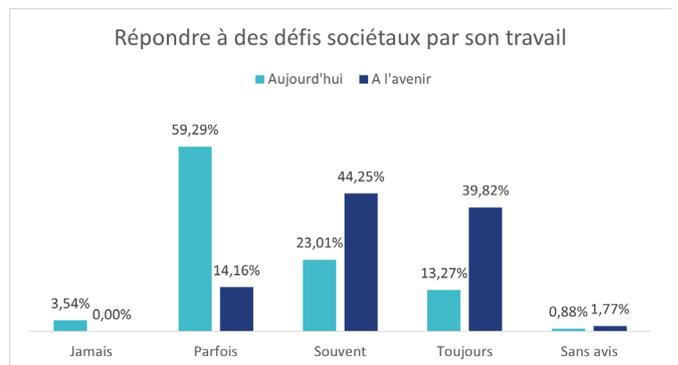
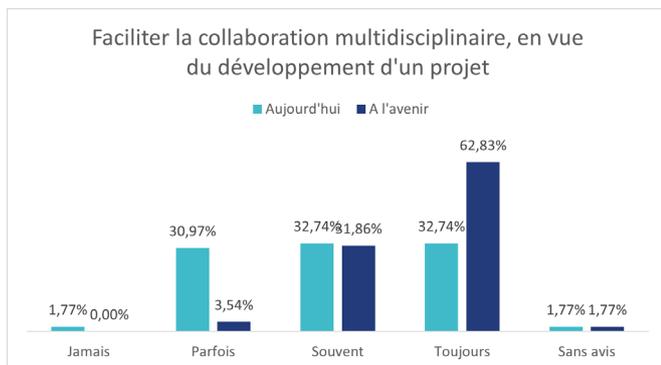
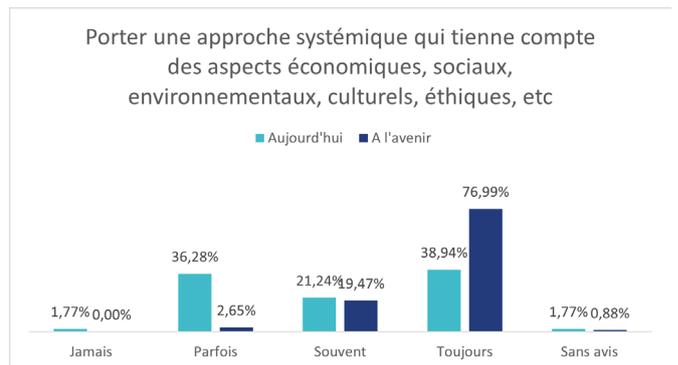
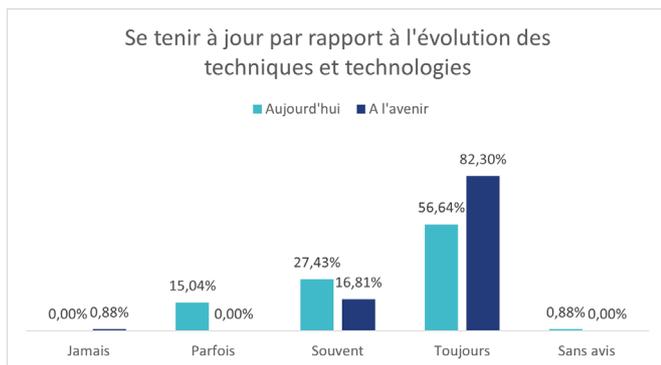
Le job du designer

Quelles sont, d'après vous, les tâches qui incombent aux designers lorsqu'ils collaborent avec une entreprise ?
Et dans les années à venir ?



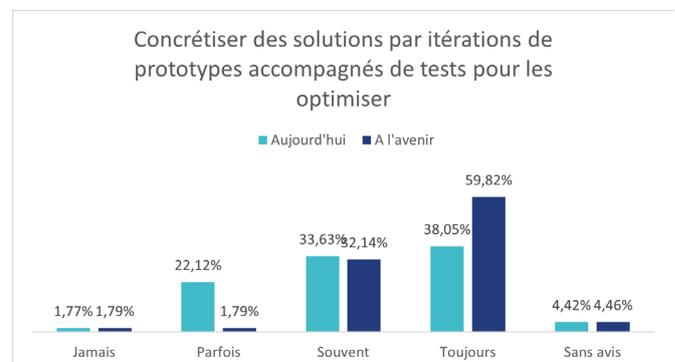
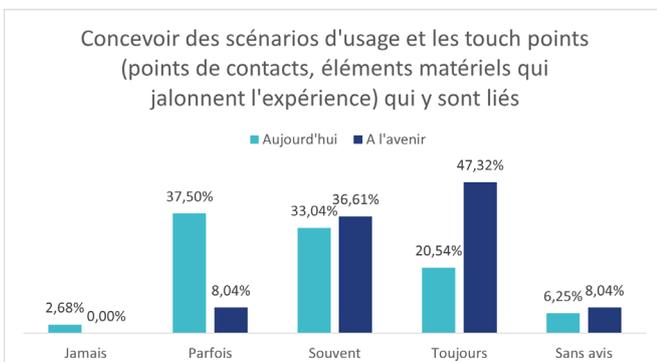
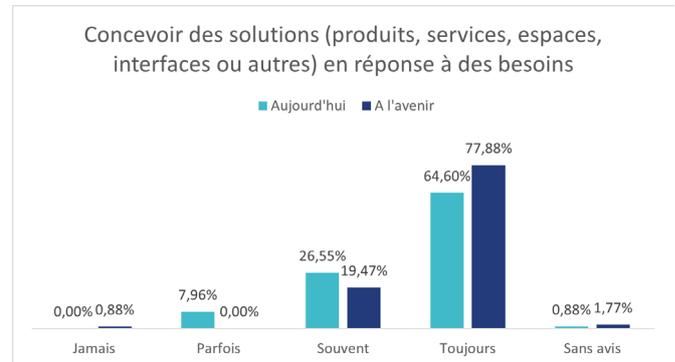
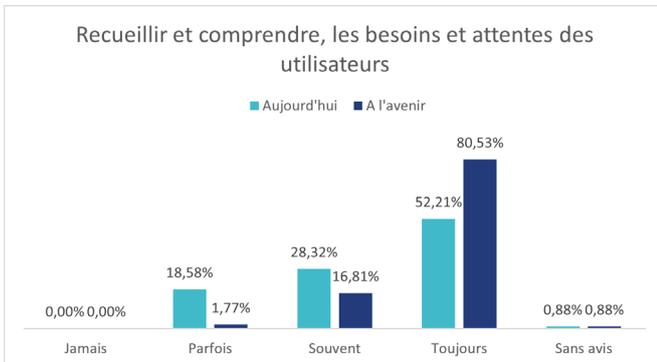
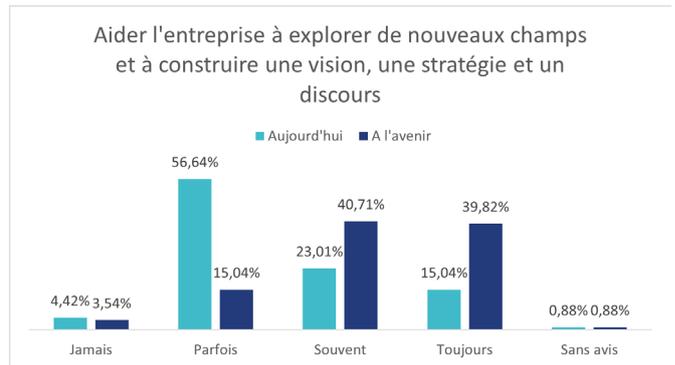
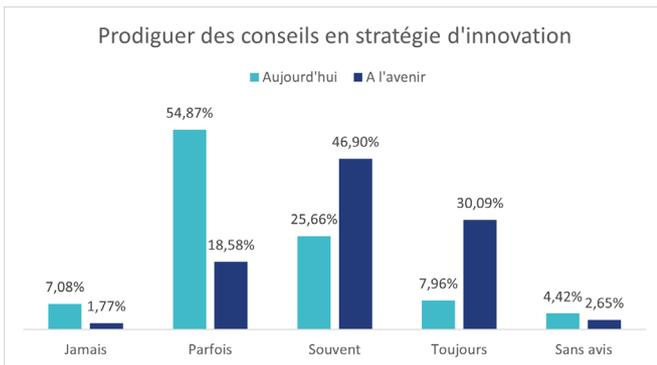
Le job du designer

Quelles sont, d'après vous, les tâches qui incombent aux designers lorsqu'ils collaborent avec une entreprise ?
Et dans les années à venir ?



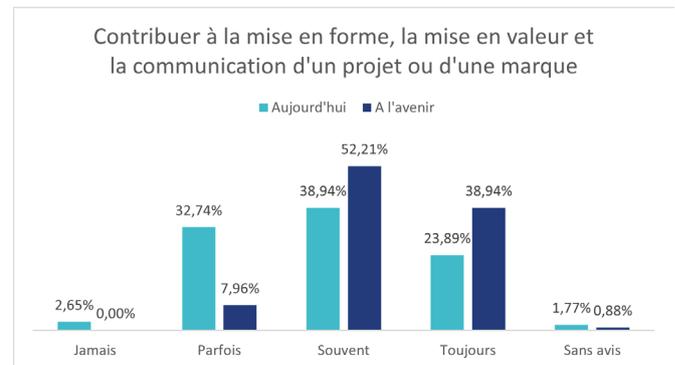
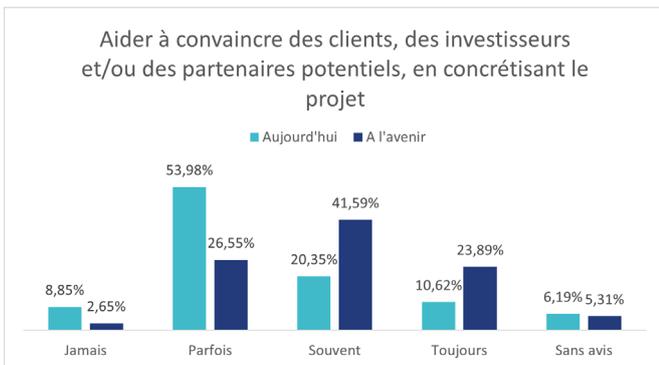
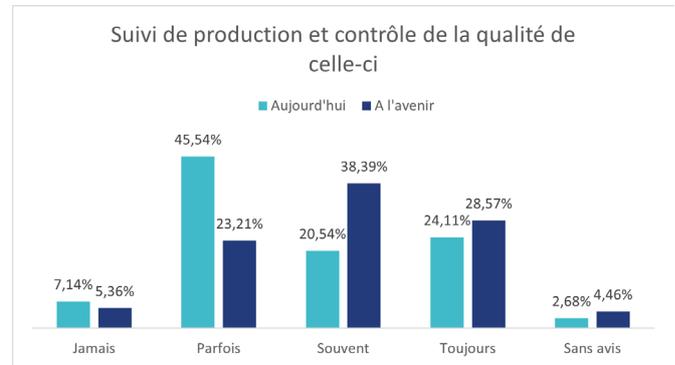
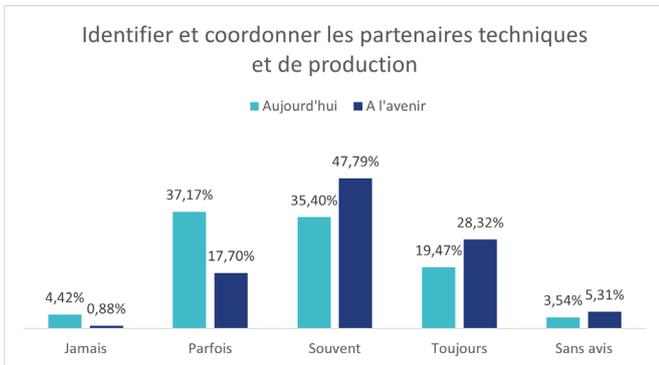
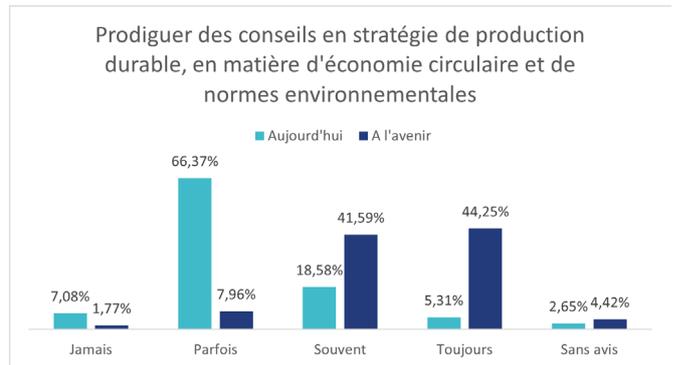
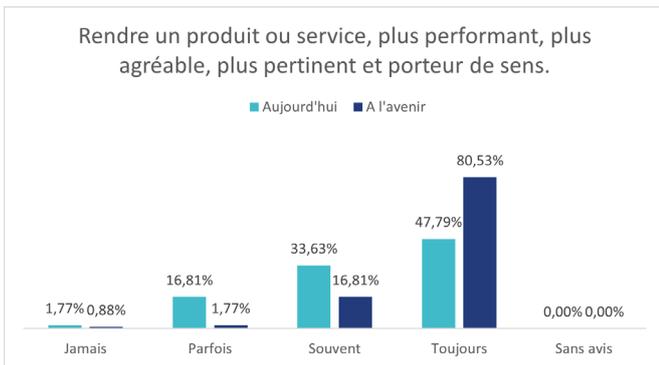
Le job du designer

Quelles sont, d'après vous, les tâches qui incombent aux designers lorsqu'ils collaborent avec une entreprise ?
Et dans les années à venir ?



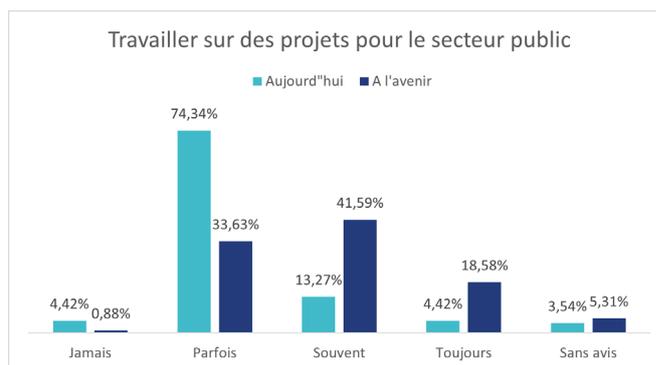
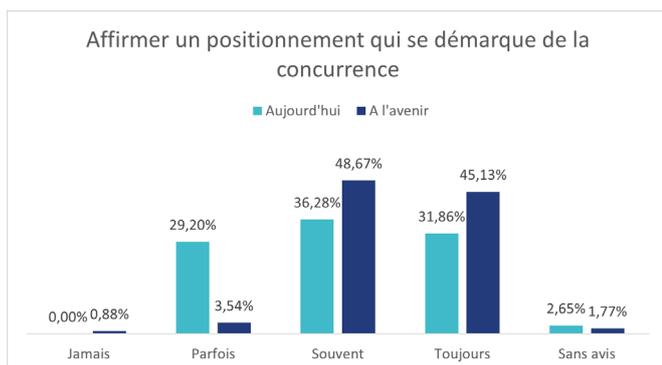
Le job du designer

Quelles sont, d'après vous, les tâches qui incombent aux designers lorsqu'ils collaborent avec une entreprise ?
Et dans les années à venir ?



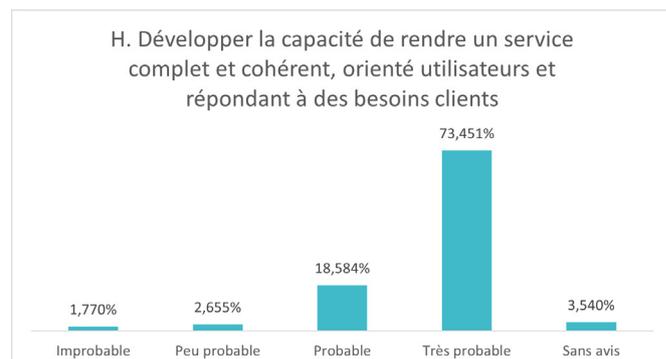
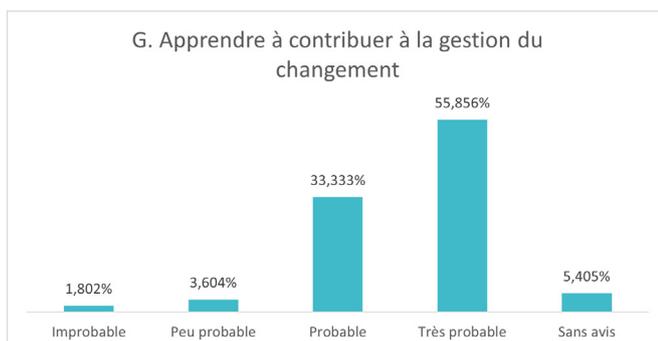
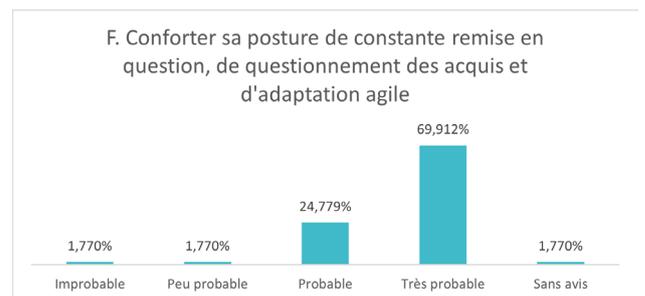
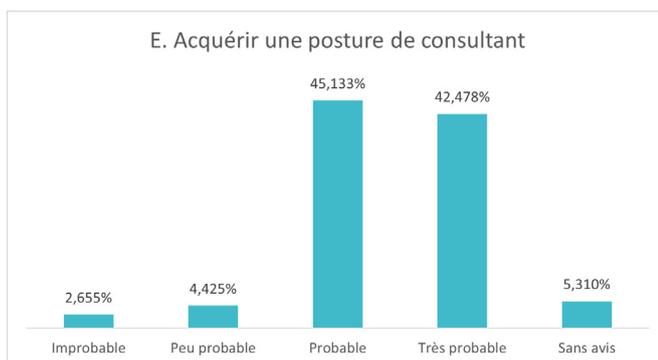
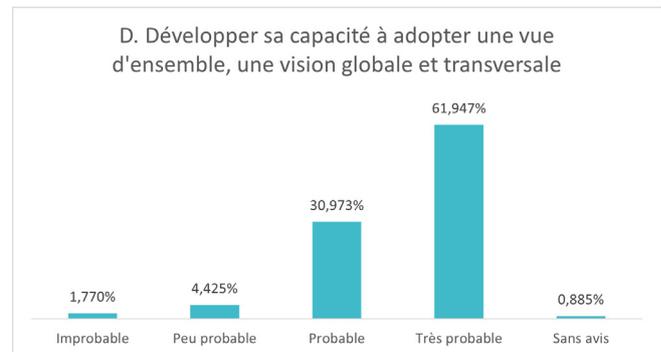
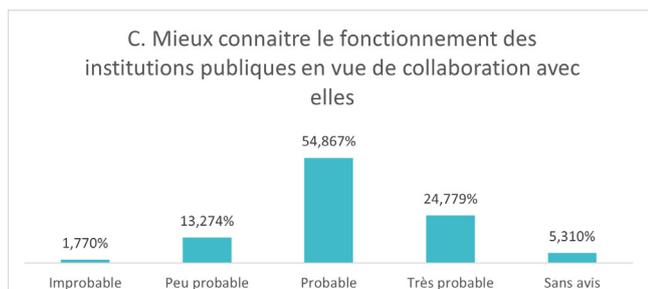
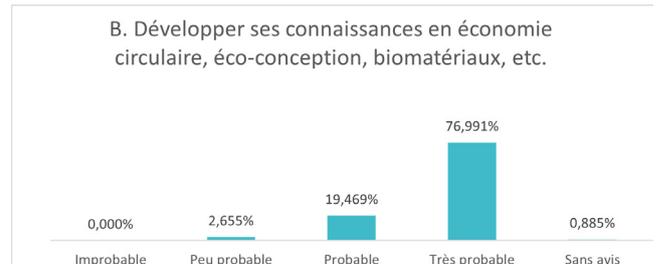
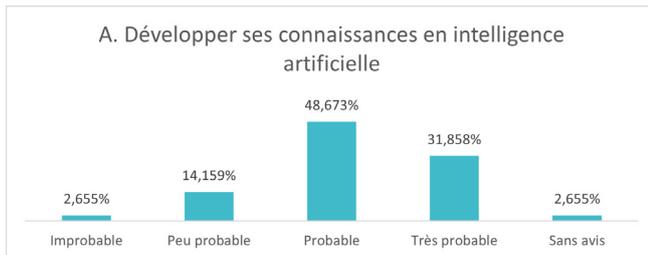
Le job du designer

Quelles sont, d'après vous, les tâches qui incombent aux designers lorsqu'ils collaborent avec une entreprise ?
Et dans les années à venir ?



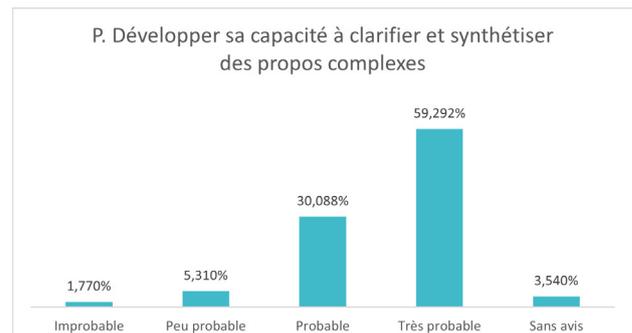
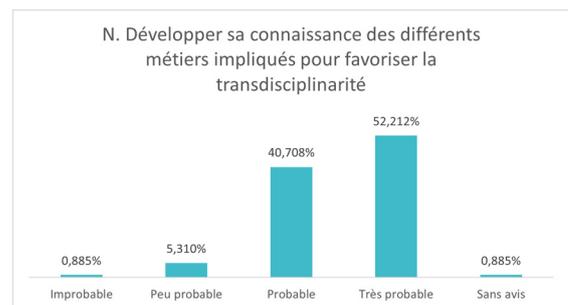
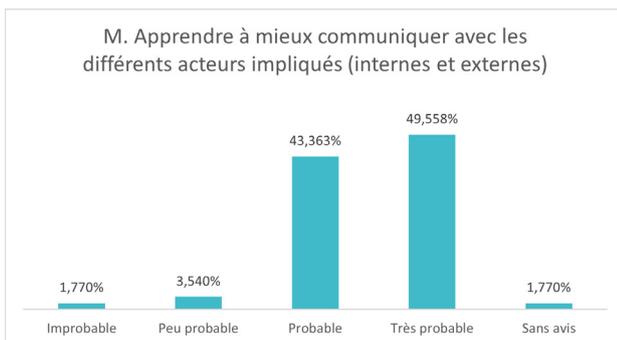
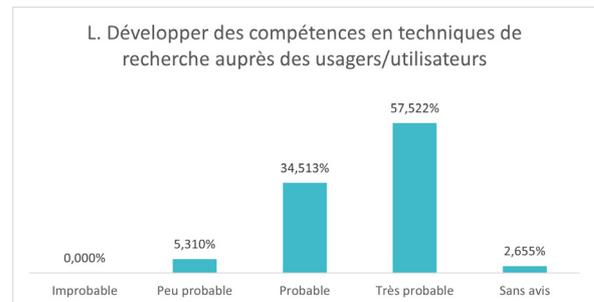
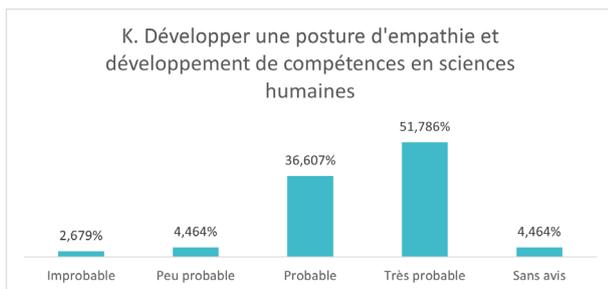
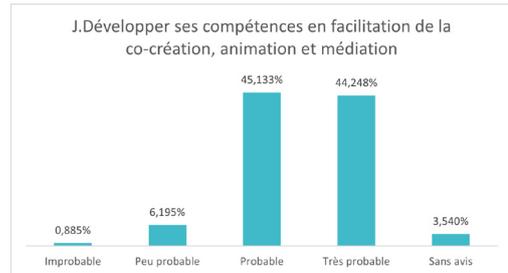
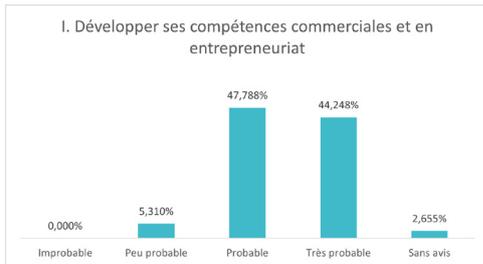
L'évolution des compétences du designer

Les nouvelles tâches que vous venez de lister amèneront-elles les designers à devoir développer de nouvelles compétences dans les années à venir ? Lesquelles ?



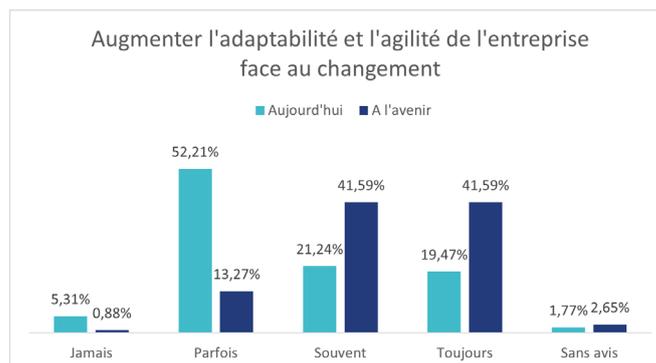
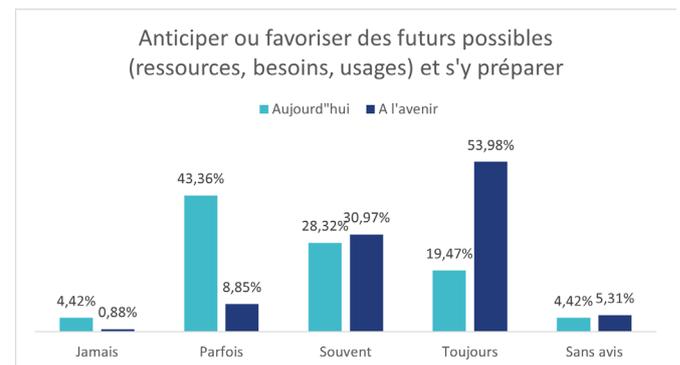
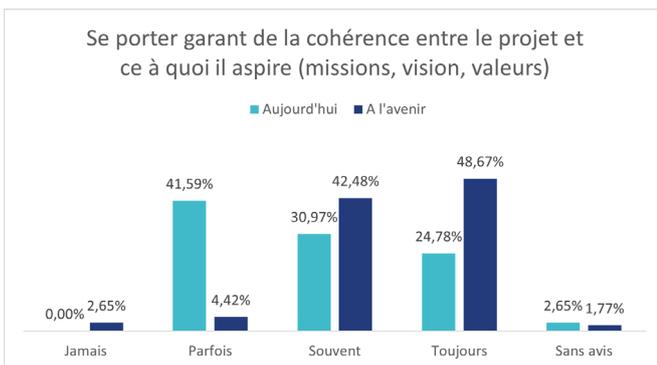
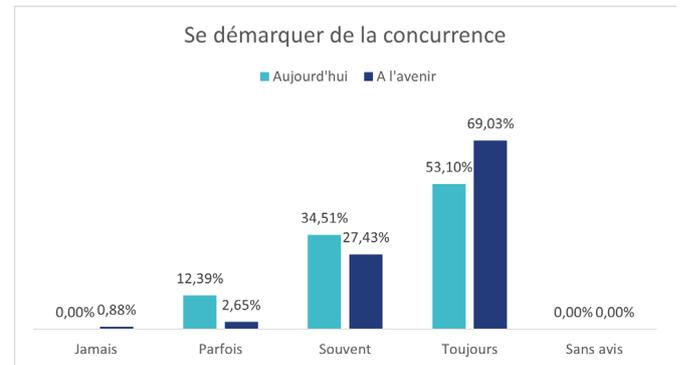
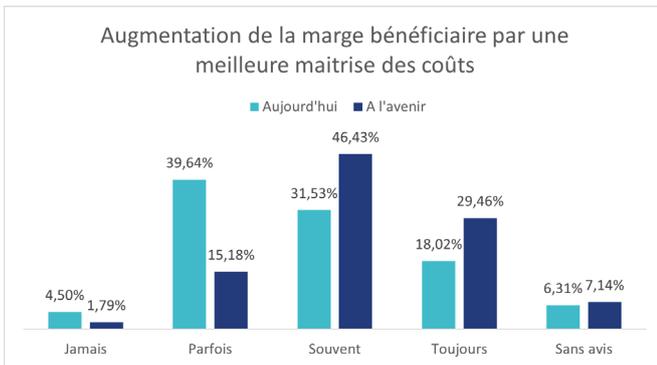
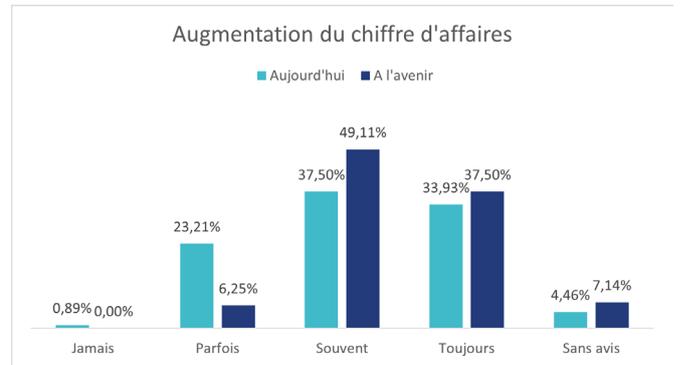
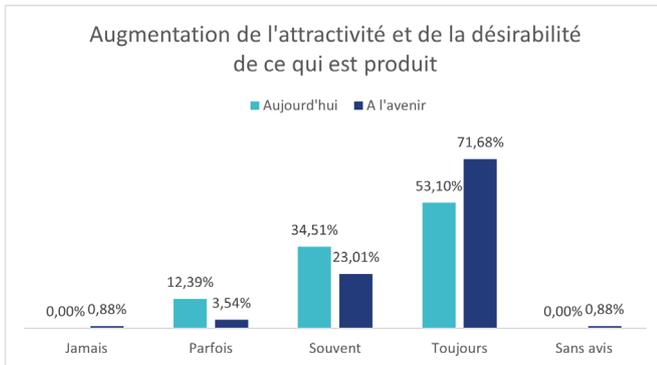
L'évolution des compétences du designer

Les nouvelles tâches que vous venez de lister amèneront-elles les designers à devoir développer de nouvelles compétences dans les années à venir ? Lesquelles ?



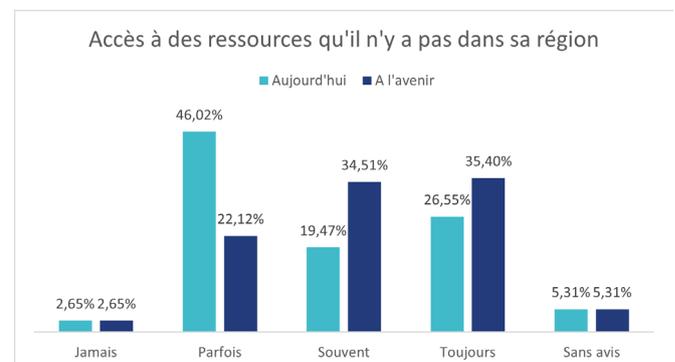
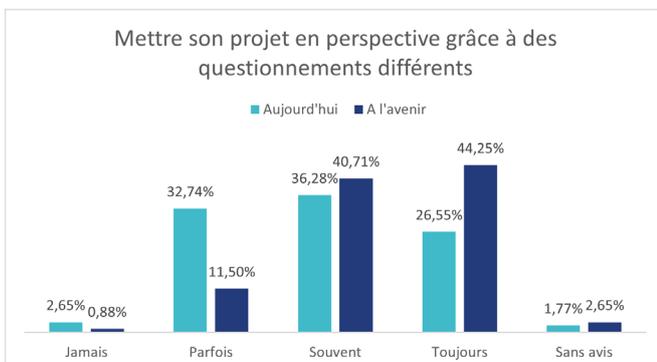
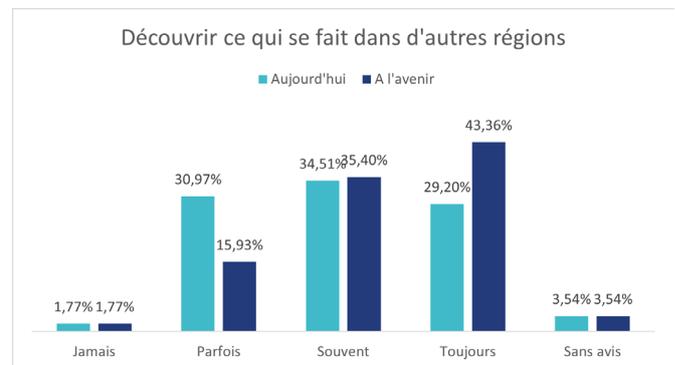
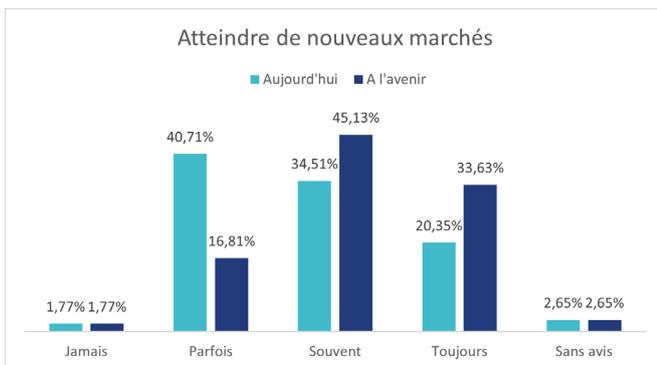
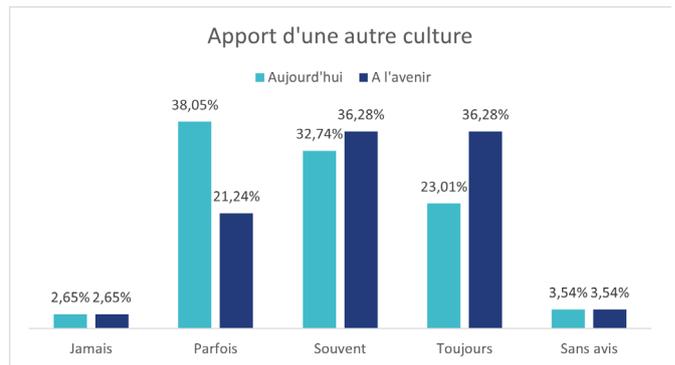
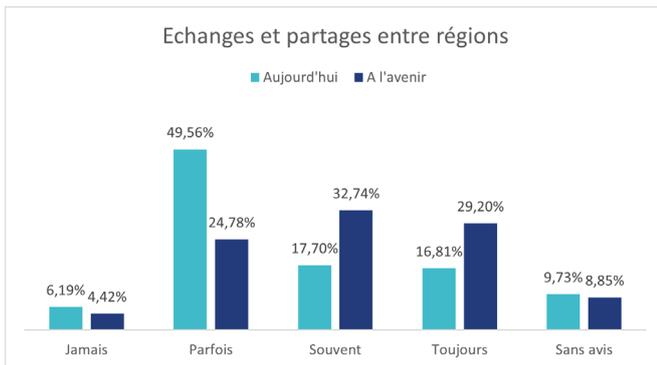
Pourquoi travailler avec un designer aujourd'hui ?

Quelles sont, pour une entreprise, les plus-values de la collaboration avec un designer ?
 Quelles seront-elles dans les années à venir ?



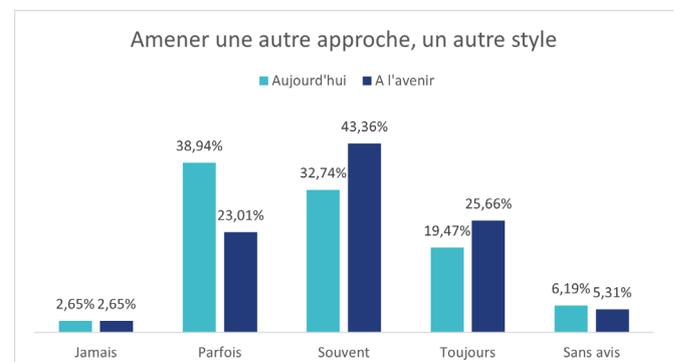
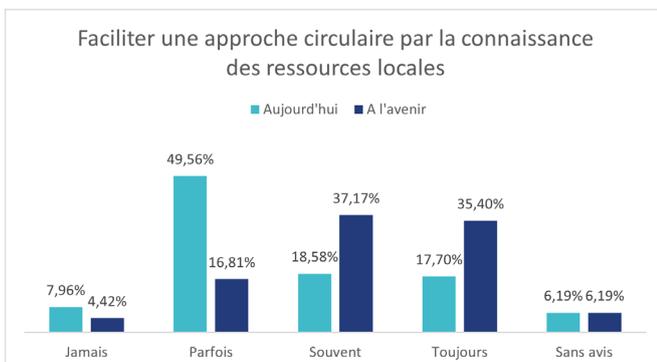
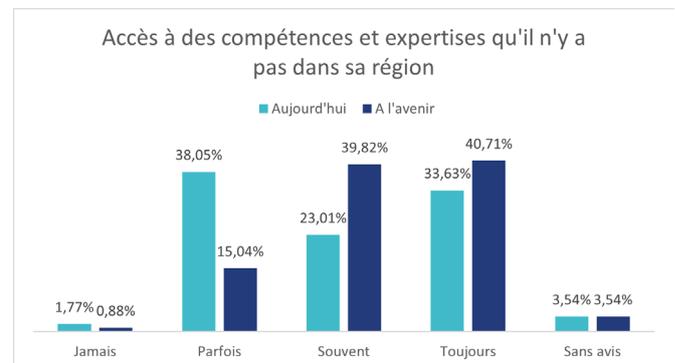
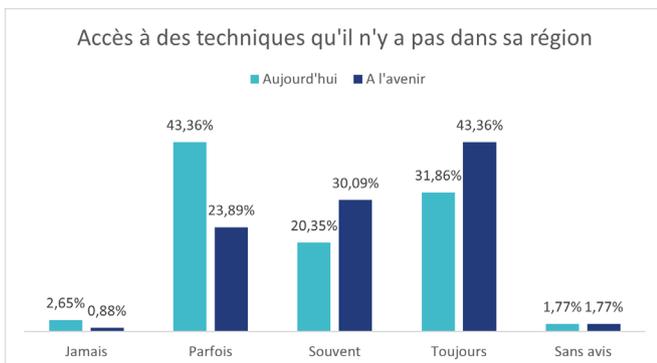
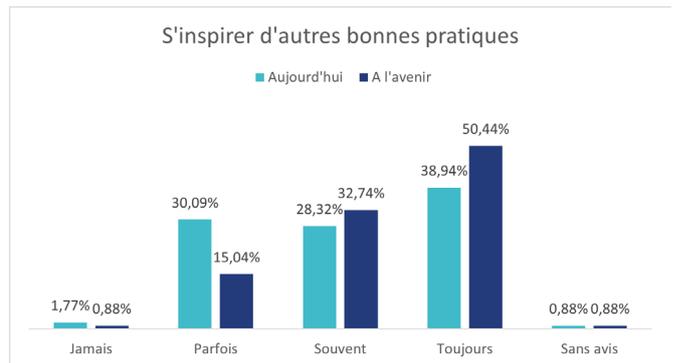
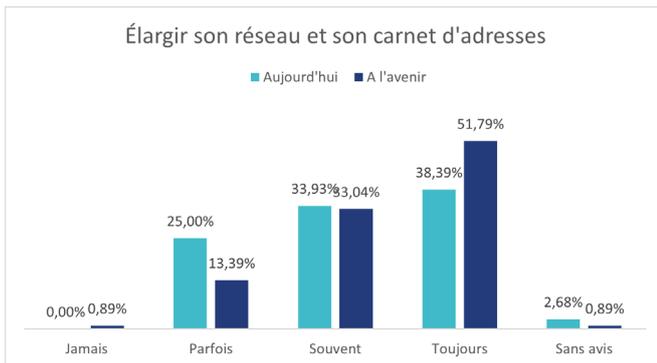
Pourquoi travailler avec un designer d'une autre région ?

Quels avantages voyez-vous, pour une entreprise, à collaborer avec un designer basé dans une autre région ?
Quels seront-ils dans les années à venir ?



Pourquoi travailler avec un designer d'une autre région ?

Quels avantages voyez-vous, pour une entreprise, à collaborer avec un designer basé dans une autre région ?
Quels seront-ils dans les années à venir ?

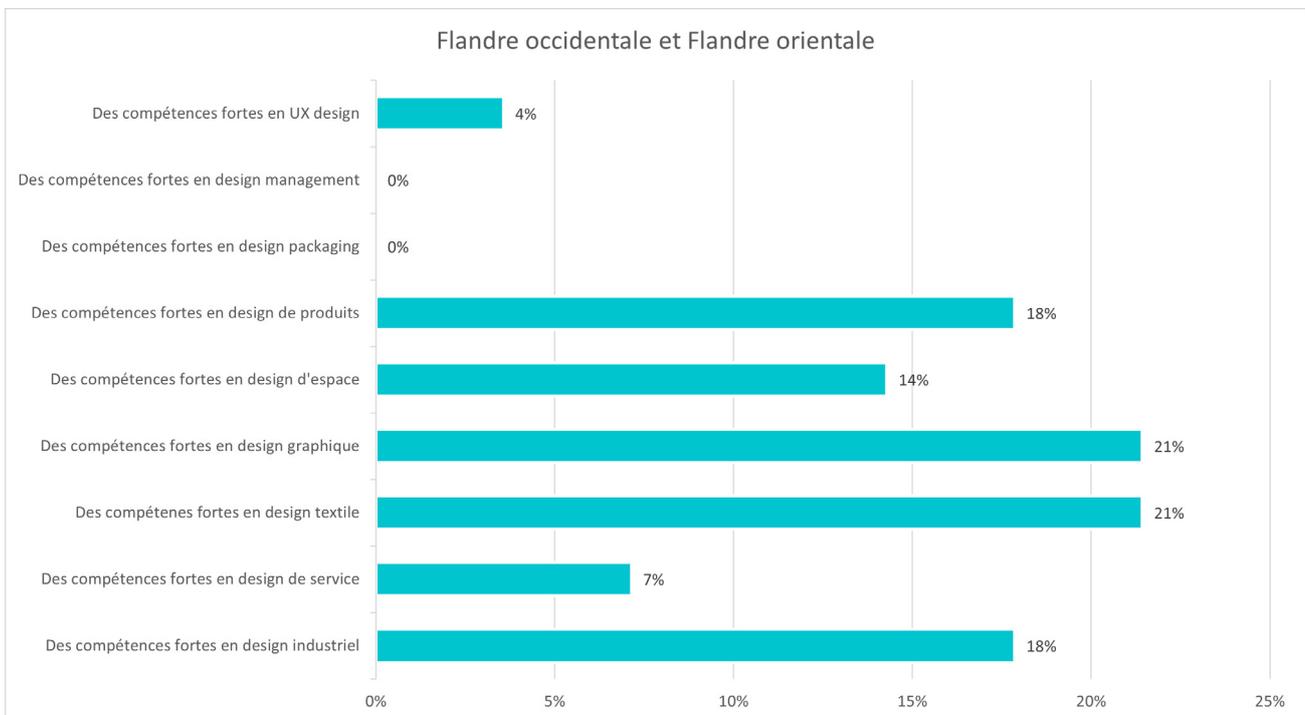


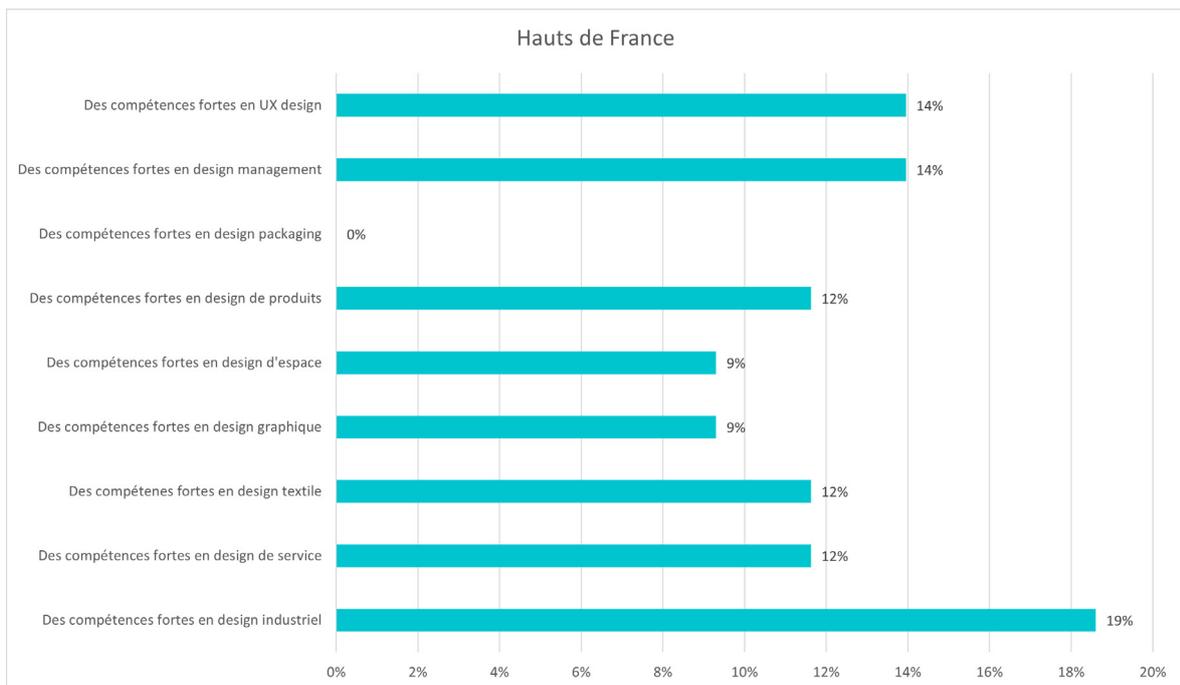
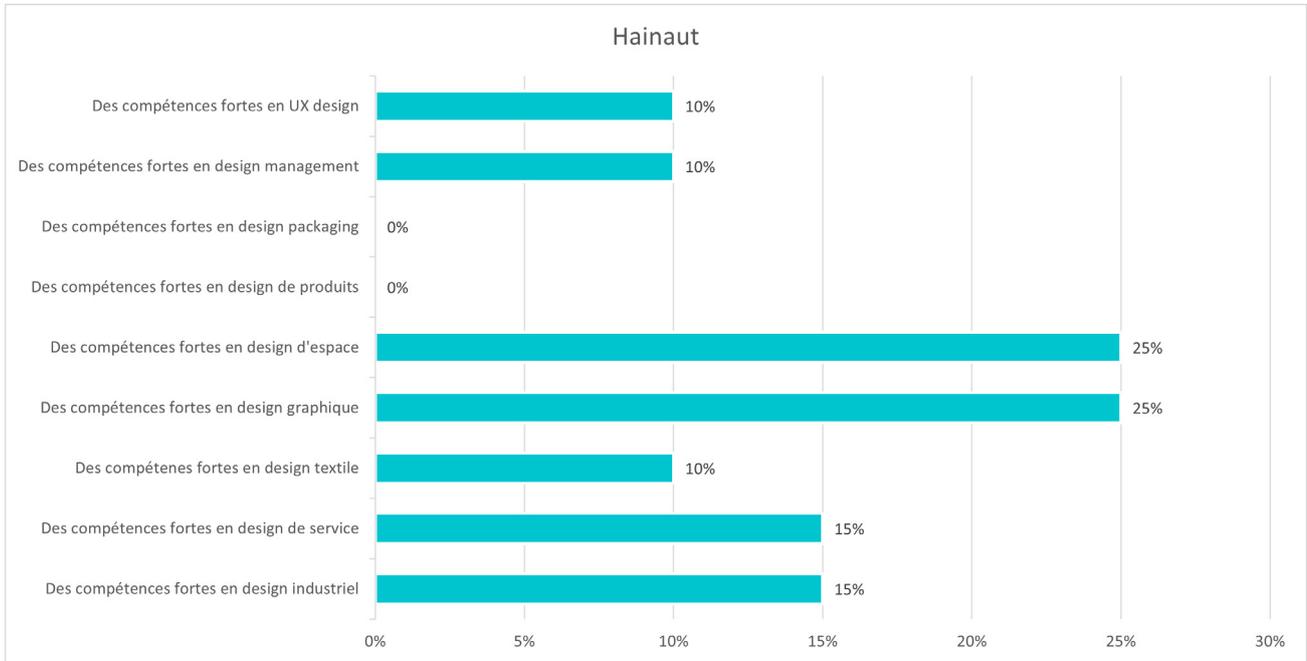
Les compétences en design spécifiques aux différents versants de la zone du projet Tripod-II

La liste des domaines de compétences proposée était la suivante :

- des compétences fortes en design de produits,
- des compétences fortes en design industriel,
- des compétences fortes en design graphique,
- des compétences fortes en design de service,
- des compétences fortes en design d'espace,
- des compétences fortes en UX design,
- des compétences fortes en design textile,
- des compétences fortes en design management,
- des compétences fortes en design packaging,
- autre (à préciser).

Quelles sont les expertises en design spécifiques à votre région qui, actuellement, **donnent envie à une entreprise d'une autre région**, de travailler avec un designer de votre région ?



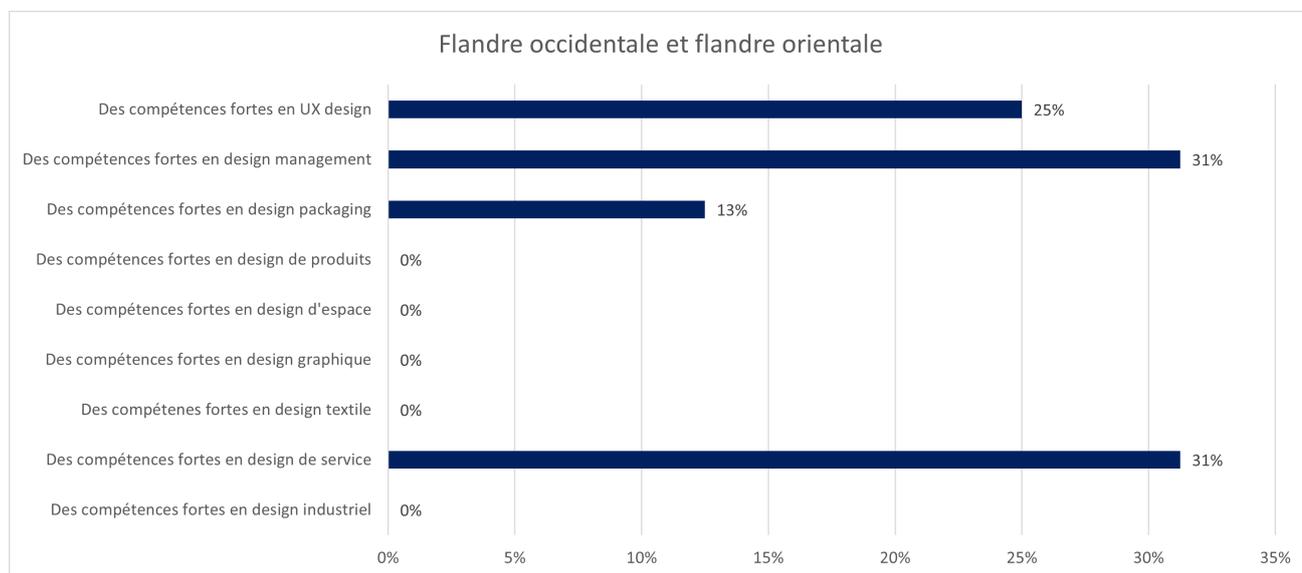


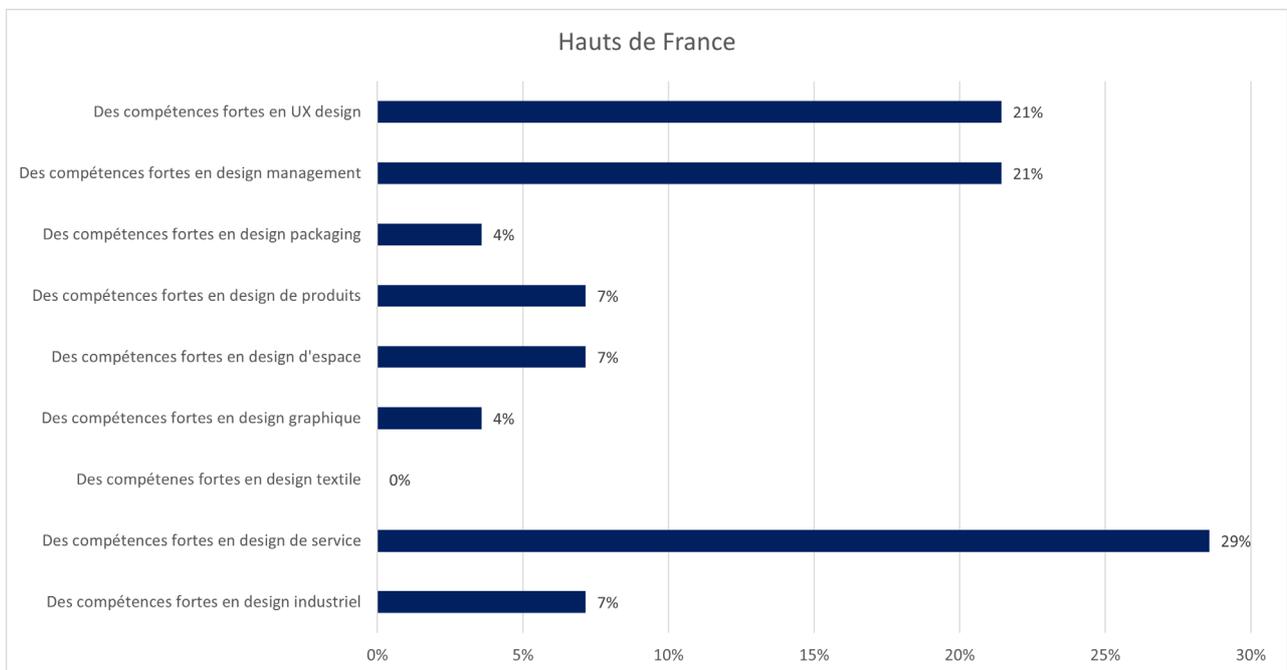
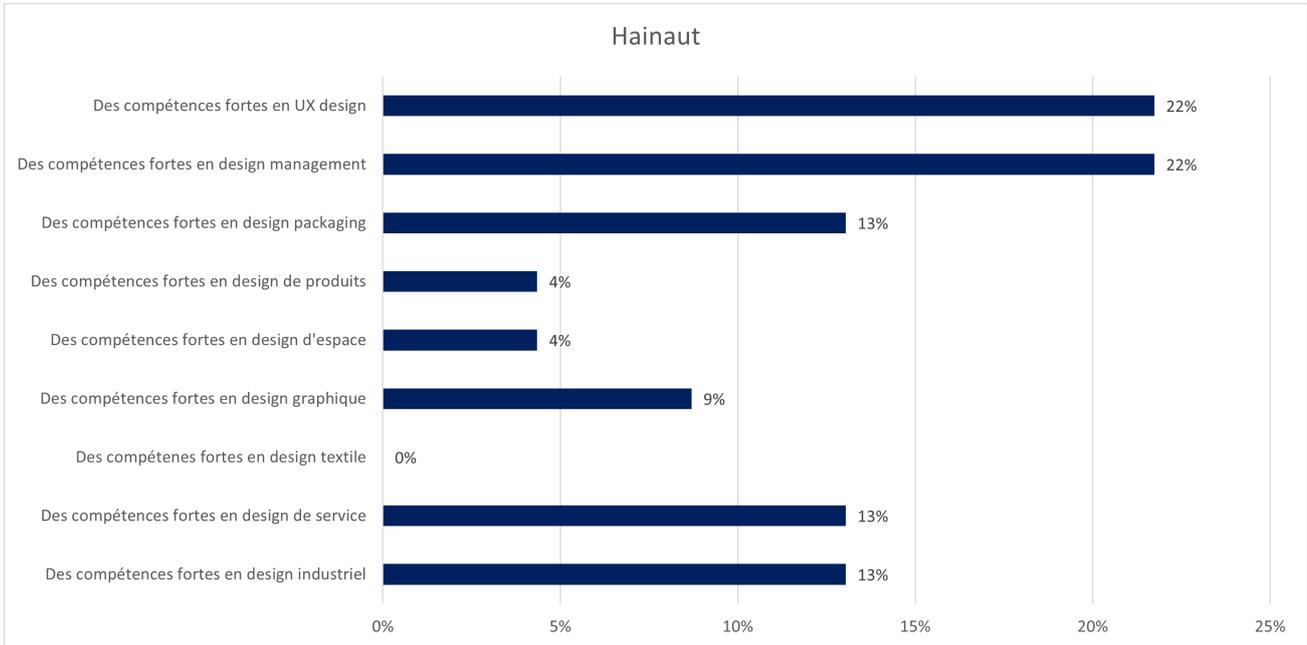
Les compétences en design spécifiques aux différents versants de la zone du projet Tripod-II

La liste des domaines de compétences proposée était la suivante :

- des compétences fortes en design de produits,
- des compétences fortes en design industriel,
- des compétences fortes en design graphique,
- des compétences fortes en design de service,
- des compétences fortes en design d'espace,
- des compétences fortes en UX design,
- des compétences fortes en design textile,
- des compétences fortes en design management,
- des compétences fortes en design packaging,
- autre (à préciser).

Quelles sont les expertises en design qui, à l'inverse, **manquent à votre région**, afin de donner envie aux entrepreneurs d'autres régions, de travailler avec des designers de votre région ?



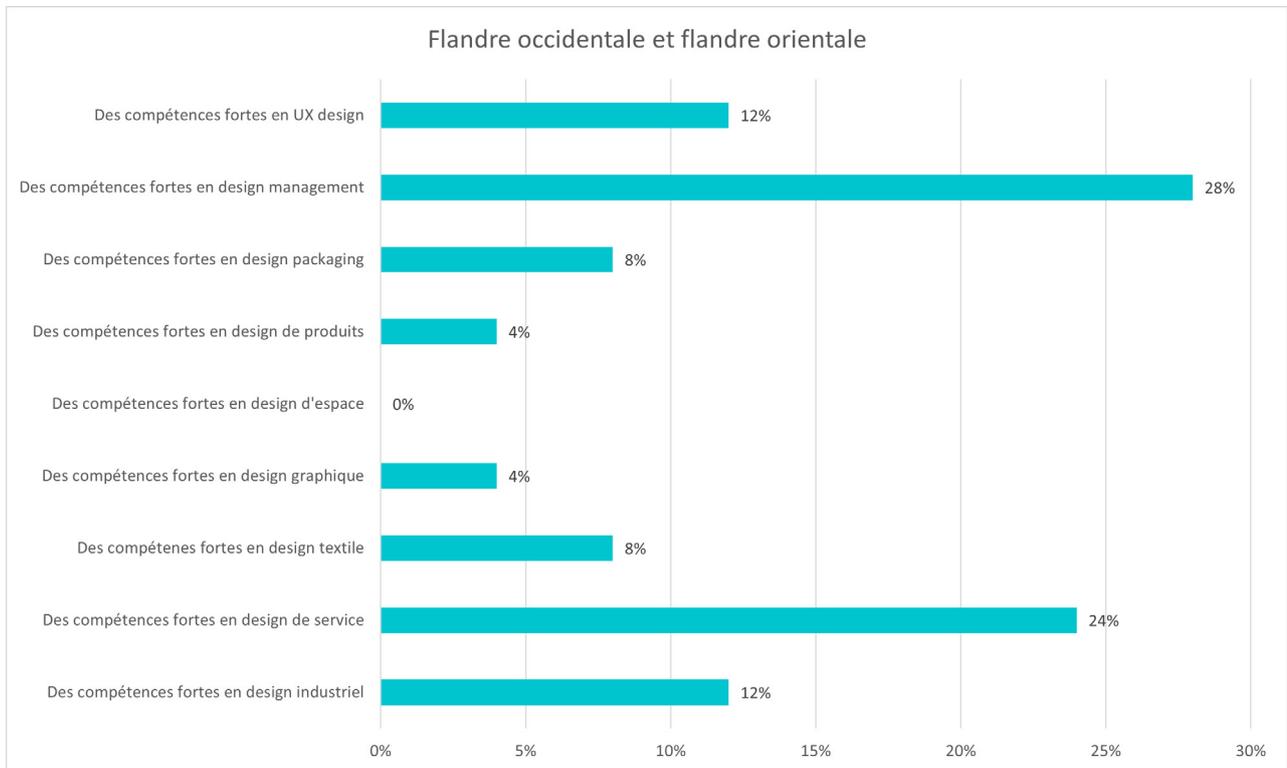


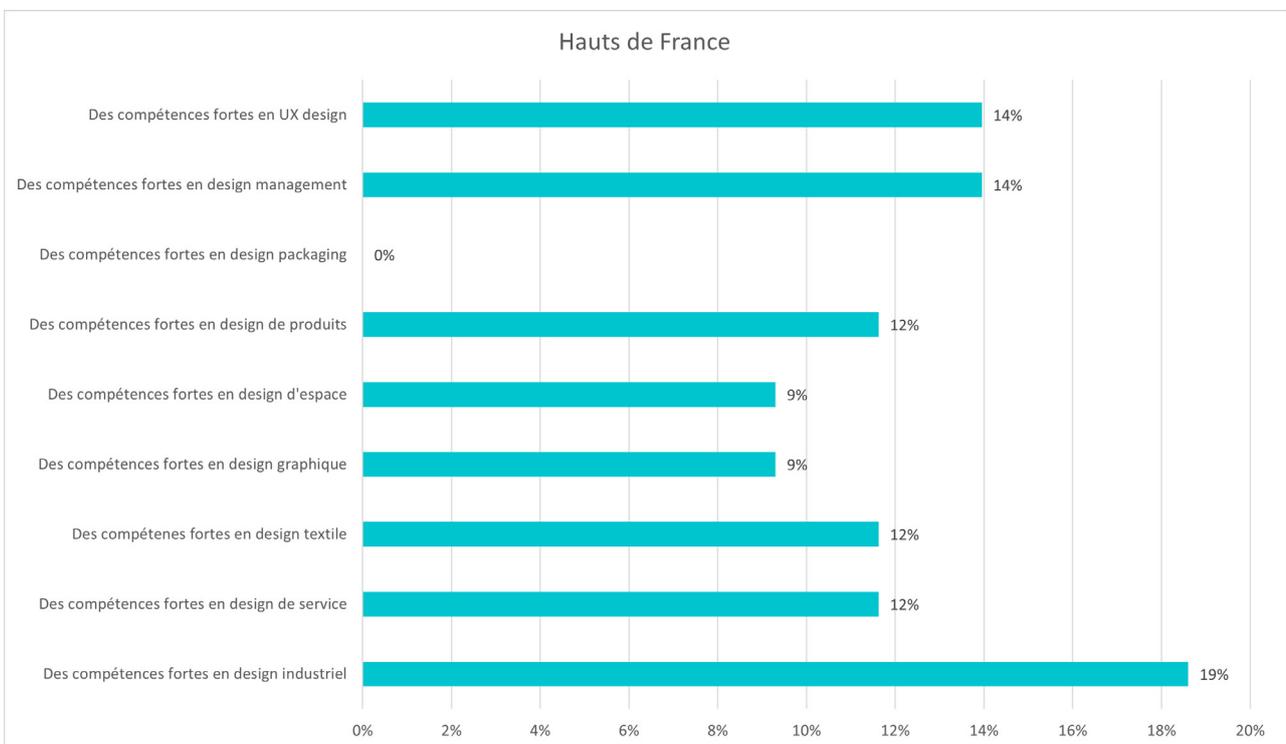
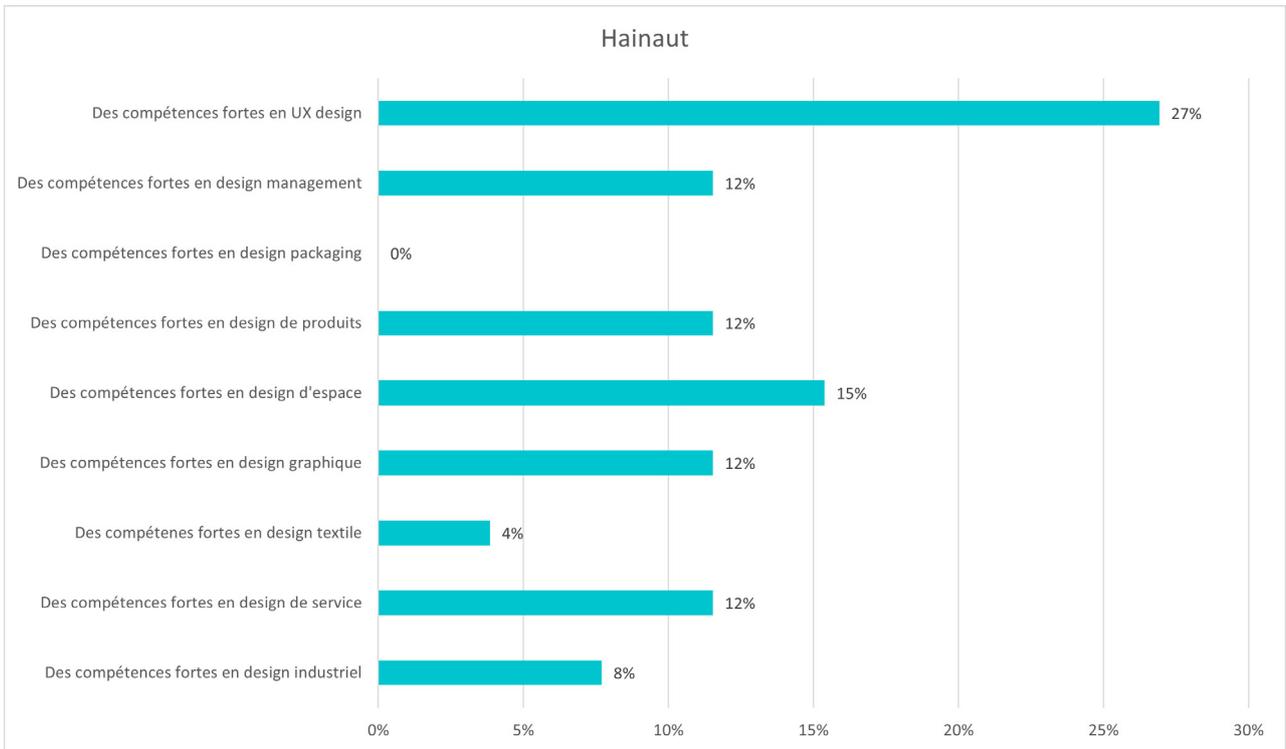
Les compétences en design spécifiques aux différents versants de la zone du projet Tripod-II

La liste des domaines de compétences proposée était la suivante :

- des compétences fortes en design de produits,
- des compétences fortes en design industriel,
- des compétences fortes en design graphique,
- des compétences fortes en design de service,
- des compétences fortes en design d'espace,
- des compétences fortes en UX design,
- des compétences fortes en design textile,
- des compétences fortes en design management,
- des compétences fortes en design packaging,
- autre (à préciser).

Quelles seront les expertises en design spécifiques à votre région qui, dans les années à venir, **donneront envie à une entreprise d'une autre région**, de travailler avec un designer de votre région ?







GoToS3
TRIPOD-II

Partenaires / Projectpartners



Partenaires associés / Geassocieerde projectpartners



Co-financeurs / Medefinanciers



Avec le soutien du Fonds européen de développement régional / Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling