

Le Pouvoir du Design

Dominique Sciamma
Directeur



école de design
POUR LE VIVANT

**d'un monde
à l'autre**



ancien

Matériel

Pyramidal

Local

Régulé

Fermé

Des gens peu éduqués,
passifs et consommateurs

Numérique

Réticulé

Glocal

Dérégulé

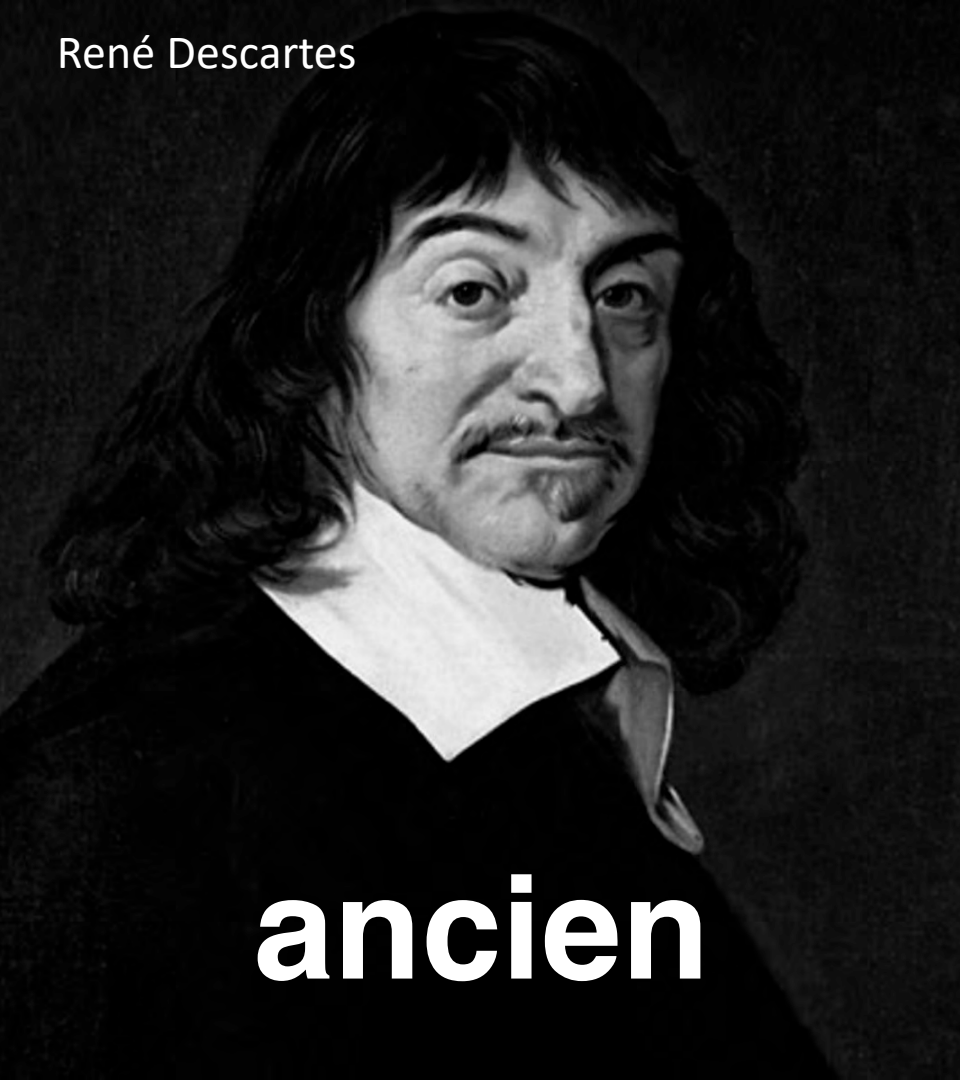
Ouvert

Des gens éduqués,
critiques, sélectifs, outillés



nouveau

René Descartes



ancien

Analytique

Décomposé

Séquentiel

Linéaire

Edgar Morin

Systemique

Complexe

Parallèle

Réticulé



nouveau

René
Descartes



**Passer
de la ligne
d'assemblage**

ancien

Edgar Morin

**... au chou
Romanesco**

nouveau





**passer
de la mécanique...**

The image is a vertical split. The top half shows a dense canopy of mangrove trees with green, oval-shaped leaves and dark, tangled branches. The bottom half shows an underwater scene with a yellowish-brown fish swimming towards the right, a translucent jellyfish with a yellowish bell and tentacles on the left, and various mangrove roots and coral structures in the background.

... au vivant !

**d'une économie
à l'autre**

The Experience Economy



*Work Is Theatre &
Every Business a Stage*

B. JOSEPH PINE II
JAMES H. GILMORE

expérience ?



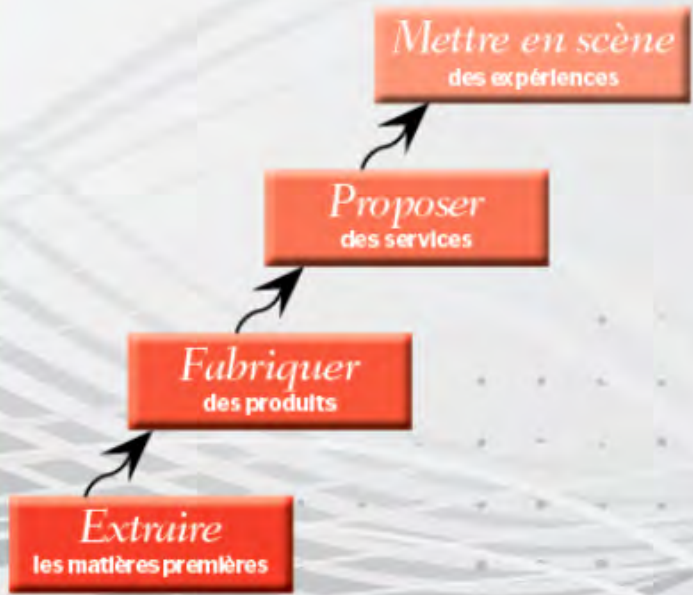
produit ?

LA CRÉATION DE VALEUR ÉCONOMIQUE,
SELON *Pine et Gilmore*

Différencié

Compétitivité

Indifférencié



Lié aux fluctuations du marché Tarification Premium



Offre économique	Matières premières	Biens	Services	Expériences
Economie	Agraire	Industrielle	Servicielle	Expérientielle
Fonction	Extraire	Faire	Délivrer	Mettre en scène
Nature de l'offre	Transformable	Tangible	Intangible	Mémorable et transformante
Méthode de distribution	Vrac	Stock	A la demande	Révelée
Typologie d'acteurs	Commerçant	Industriel	Fournisseur	Metteur en scène
Typologie de bénéficiaires	Marchand	Client	Utilisateur	Invité (Guests)
Typologie d'attentes	Caractéristiques Matériau	Fonctionnalités	Bénéfices	Sensations

De la matière à l'expérience

Pine & Gilmore, Harvard Business Review

**le monde dans
tous ses états**



crise climatique



biodiversité menacée

injustice sociale



A woman with long dark hair, wearing a black t-shirt, is shown from the chest up, shouting into a black megaphone. She is holding the megaphone with her right hand. The background is a solid red color. In the upper left corner, there is a yellow banner with the word 'MeToo' written in large, bold, black letters. The text 'voix des femmes' is overlaid in the center in a white, bold, sans-serif font.

voix des femmes

colère des jeunes

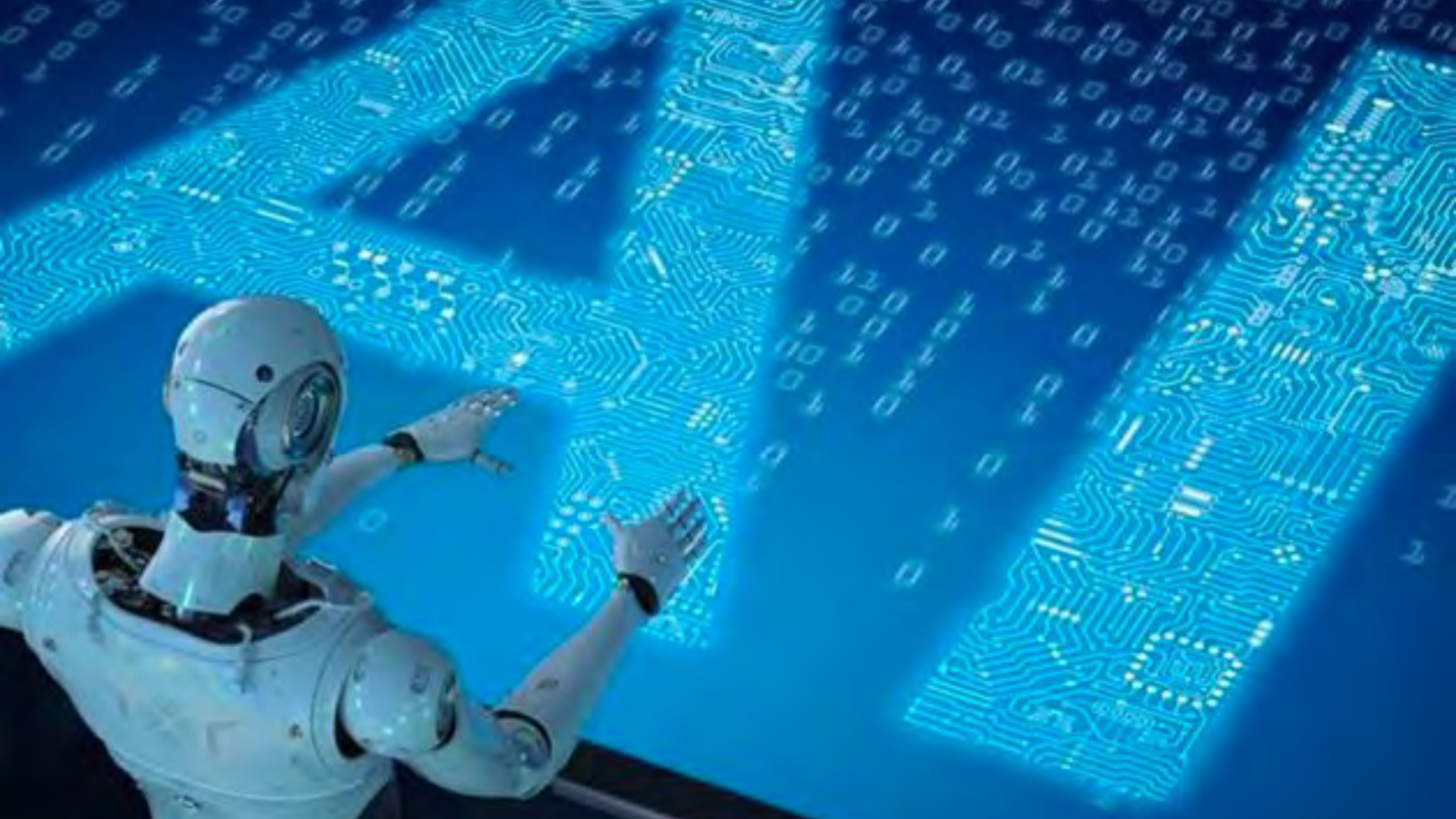




crises démocratiques

A hand points towards a complex digital interface. The interface features a central circular area with a dense network of glowing blue and red lines, resembling a circuit or data flow. The text "BIG DATA" is prominently displayed in the center, with "ADVANCED ANALYTICS VISUALIZATIONS" written below it. The background is dark and filled with abstract digital patterns and light effects.

**BIG
DATA**
ADVANCED ANALYTICS
VISUALIZATIONS









**covid-19 is the
new big-bang**



A map of Europe with Ukraine highlighted in yellow. Russia is colored red, and other European countries are in shades of blue and grey. The text "Ukraine is the replica" is overlaid in white. Specific locations labeled include Kaliningrad, Moscou, Donbass, Louhansk, Donetsk, and Crimée. The words "UNION EUROPEENNE" are visible in the background.

Ukraine is
the replica

A bronze statue of a man, likely Rodin's 'The Thinker', is shown in a pensive pose. The statue is dark and textured, with the man's head resting on his hand. The text 'que faire ?' is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

que faire ?

**prendre les
meilleures
décisions
possibles**

1

utiliser

**Gérer, utiliser,
transformer,
les ressources
du monde
de manière
durable et
raisonnée**

**Concevoir et
produire les
objets,
les systèmes,
les services et
les expériences
au service de tous
et de chacun**

2

concevoir

3

décider

**Préparer,
motiver et
orchestrer
les meilleures
décisions
possibles**

The background of the image shows seven petri dishes arranged in two rows. The top row contains four dishes with red, cyan, blue, and magenta powders. The bottom row contains three dishes with red, yellow-green, and teal powders. The text 'de la matière ...' is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font.

de la matière ...



...à la décision

le

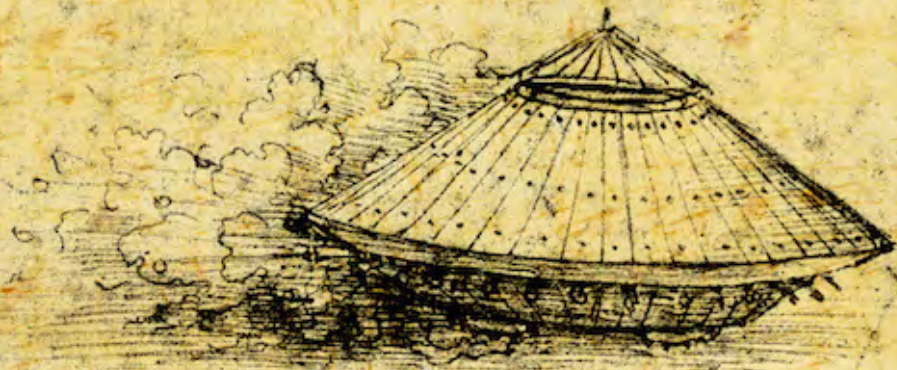
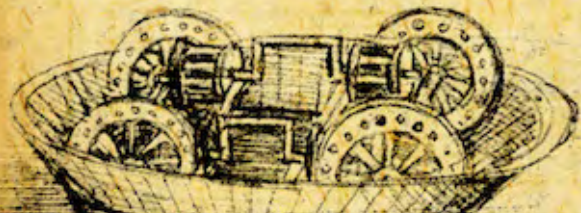
pouvoir

du

design



disegno



dessin



dessein



Pas un métier,
pas une discipline,
le design est une **culture
du projet**, incarnée par
des **professionnels** qui
**contribuent à créer les
conditions
d'expériences de vie
réussies** pour tous et
chacun.

**design
for
the
people**

1 - Questionner

Collaboration

2 - Observer

Créativité

3 - Problématiser

4 – Créer / Résoudre

Sensibilité

5 – Maquetter / Tester

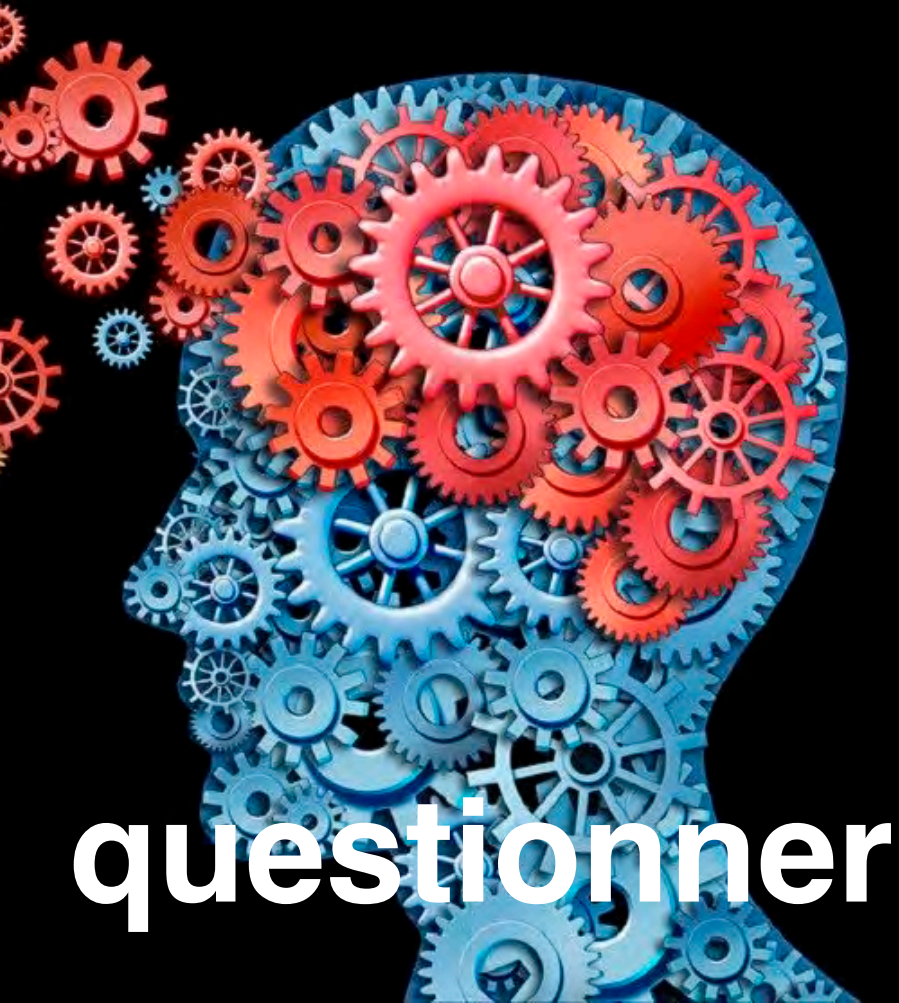
6 – Développer / Finaliser

Corporéité

7 – Mettre en scène

8 – Partager

Expérience



questionner

Questionner

Observer

Problématiser

Être empathique

Proposer

Tester

Pour questionner

Pour observer

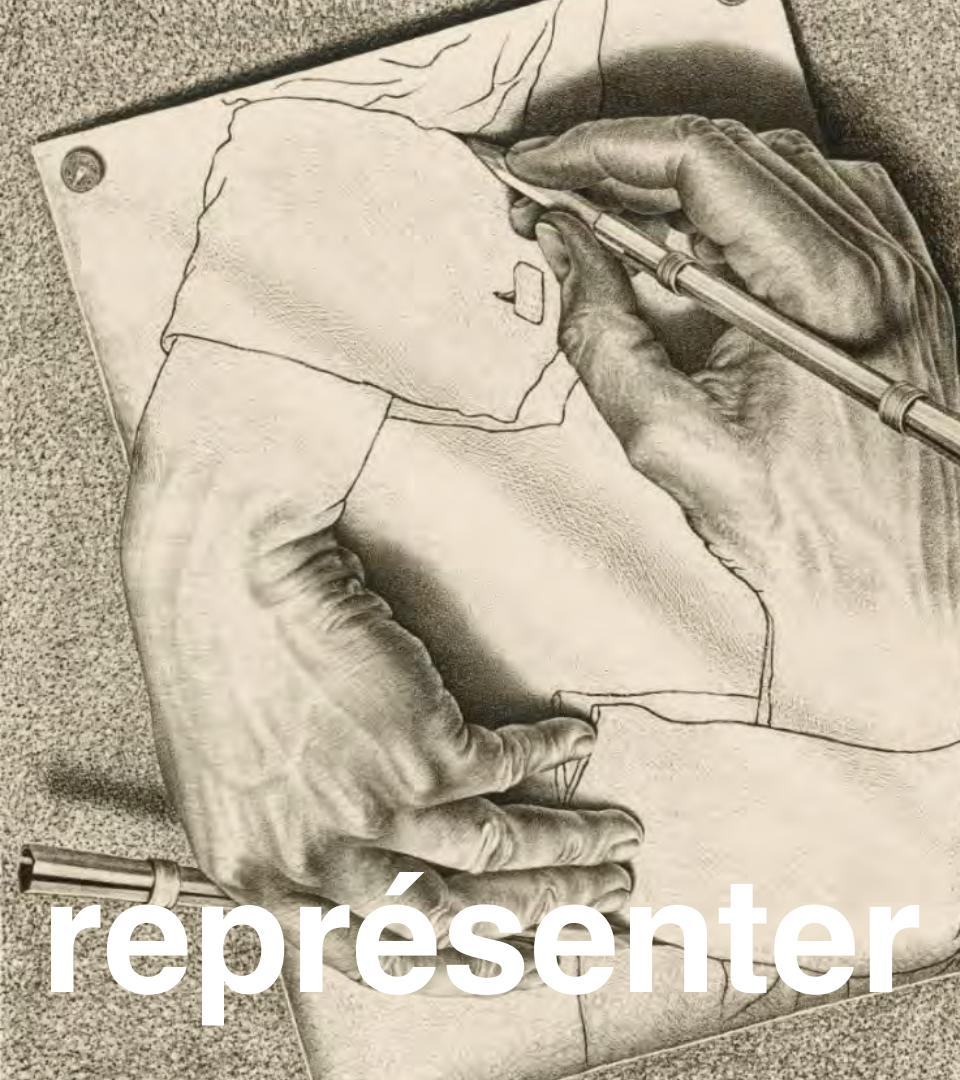
Pour imaginer

Pour expliquer

Pour mettre en
situation

Pour raconter

Pour séduire





faire

Donner de la forme
Maquetter
Prototyper
Intégrer
Tester

Une méthode de résolution de problème non linéaire

Une capacité à questionner

Une approche multidisciplinaire

Un outil de médiation

Une capacité à matérialiser

résoudre



Multi...

Pluri...

Trans...

x-disciplinarité

Et toujours :
Être créatif !



créativité

Enjeux

Lire
Représenter
Penser
exploiter



Relier
Donner du sens
Mettre en
perspective
Triangler



culture

Multi...
Pluri...
Trans...



x-disciplinarité

Multidisciplinaire

Créatif

Innovateur

Cultivé

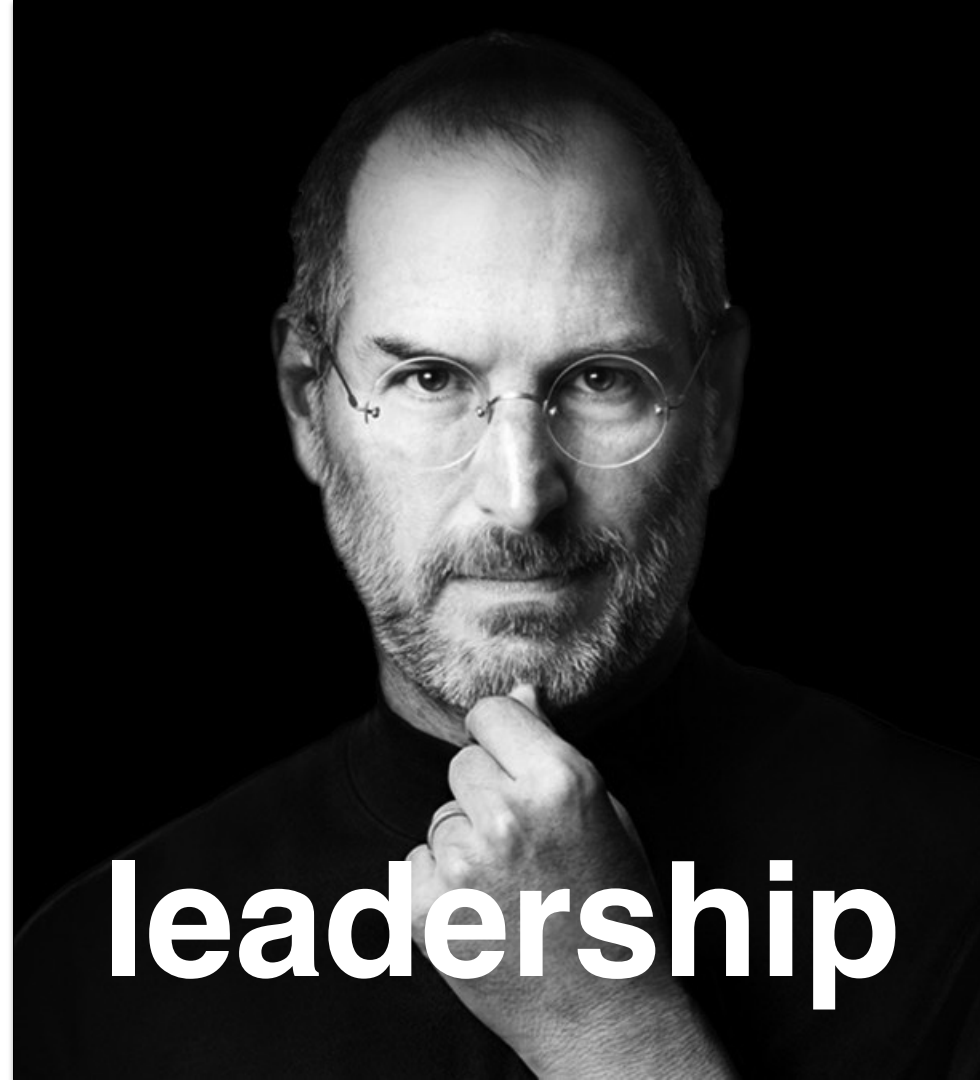
Expert en SHS

Audacieux

Généreux

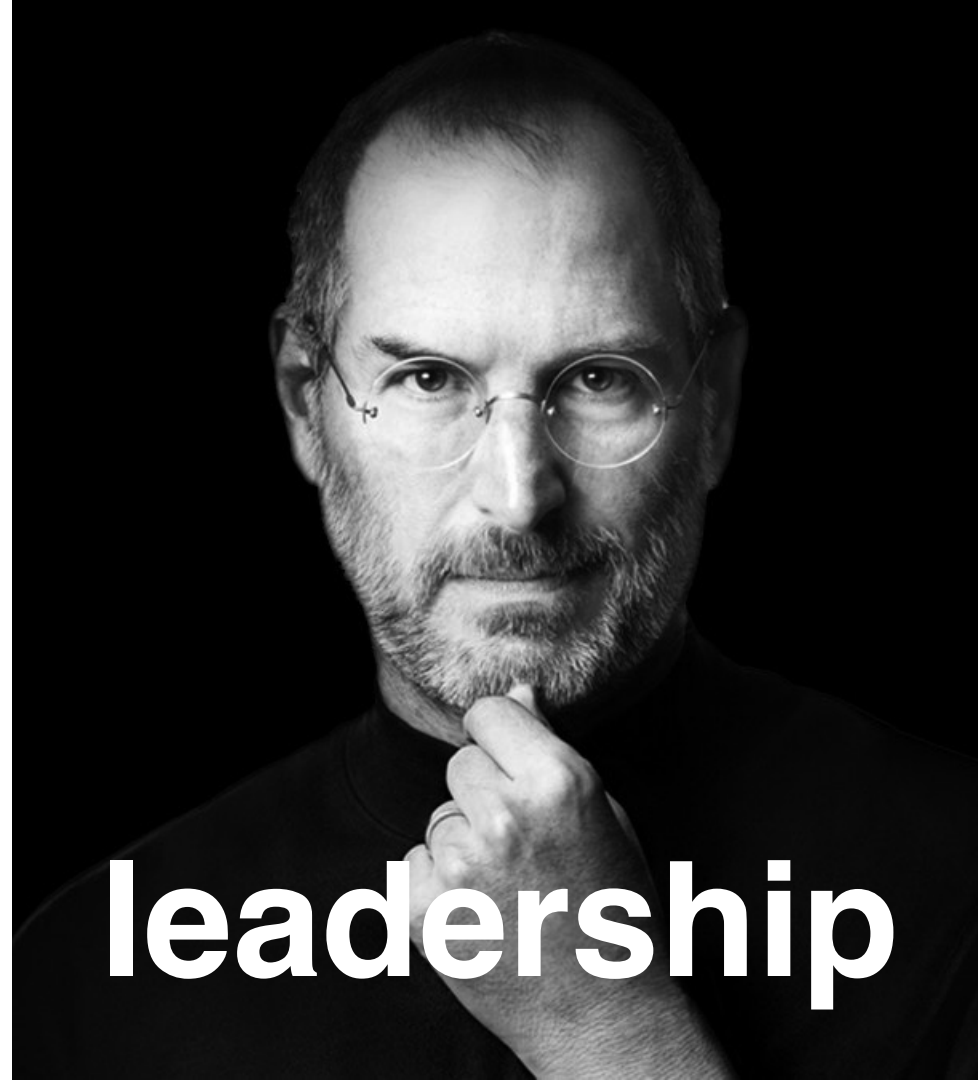
Pédagogue

Story Teller



leadership

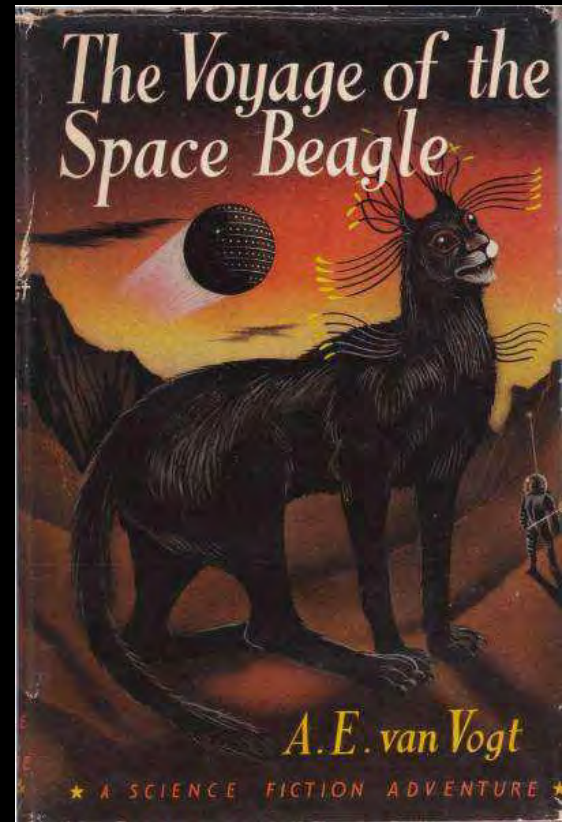
**un leader
est
un
designer**



« Le nexialisme est une science qui a pour but de coordonner les éléments d'un domaine de la connaissance avec ceux des autres domaines.

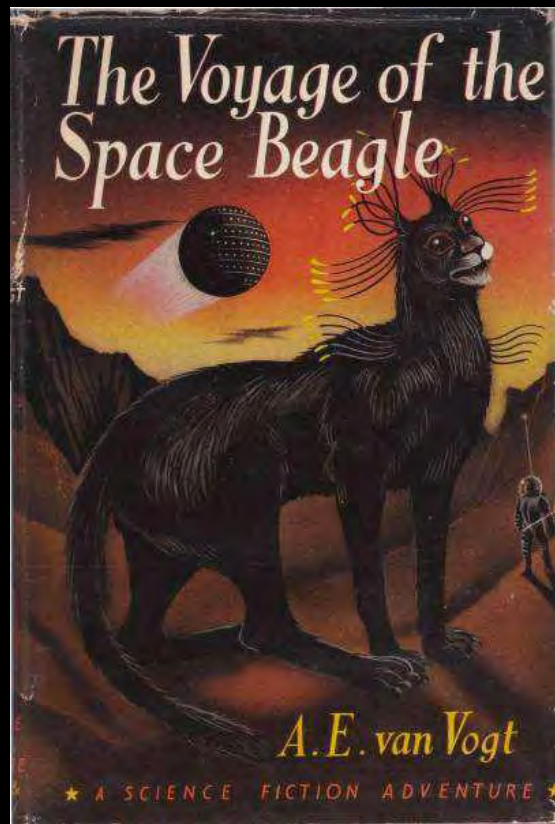
Il offre des moyens d'accélérer le processus d'absorption de la connaissance et d'utiliser efficacement ce qui a été appris. »

Elliot Grosvenor



nexialisme

le design
est
un
nexialisme



nexialisme

**design
impact**



Créer de la relation



**Créer de
la valeur !**



The Business Value of Design

How do the best design performers increase their revenues and shareholder returns at nearly twice the rate of their industry counterparts?

By Benedict Sheppard, Garen Kouyoumjian,
Hugo Sarrazin and Fabricio Dore



Companies with top-quartile McKinsey Design Index scores outperformed industry-benchmark growth by as much as two to one.

Annual growth (normalized), %

Top-quartile McKinsey Design Index performers

Industry benchmarks¹



¹The envelope was set by the minimums and maximums of three independent data sets: MDI 2nd, 3rd, and 4th quartiles; the S&P 500; and a McKinsey corporate database of 40,000 companies.



Ces 10 dernières années, un investissement de 10 000 \$ dans l'une des entreprises à forte culture design (DMI Index) a rapporté 228% de plus que le même investissement dans l'une des 500 grandes sociétés cotées sur les bourses américaines (S&P Index).

Exemples d'organisations à forte culture Design (USA design-dentric) : Apple, Coca-Cola, Ford, Herman-Miller, IBM, Intuit, Newell-Rubbermaid, Nike, Procter & Gamble, Starbucks, Starwood, Steelcase, Target, Walt Disney, Whirlpool.

Créer de la valeur !







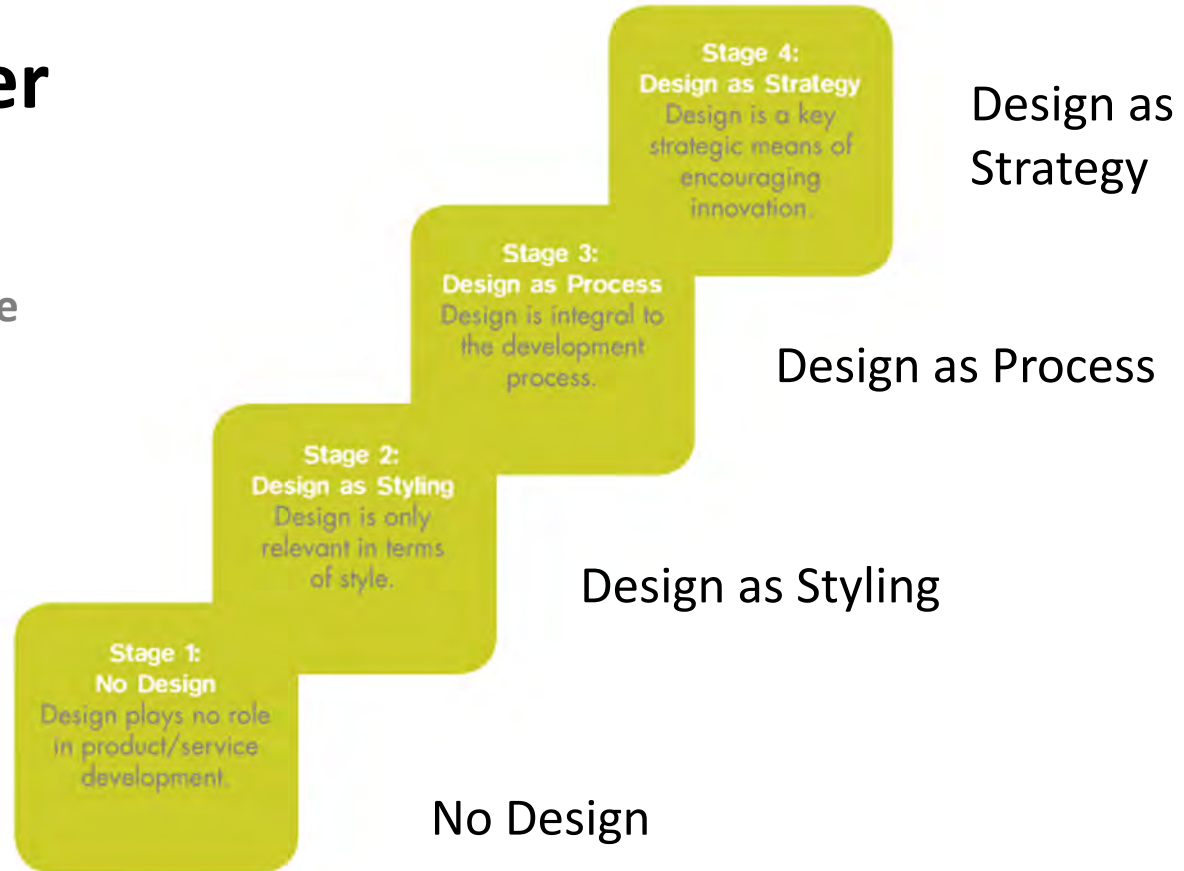
COFFEE ROOM

THE COLLECTION WALL



Design Ladder

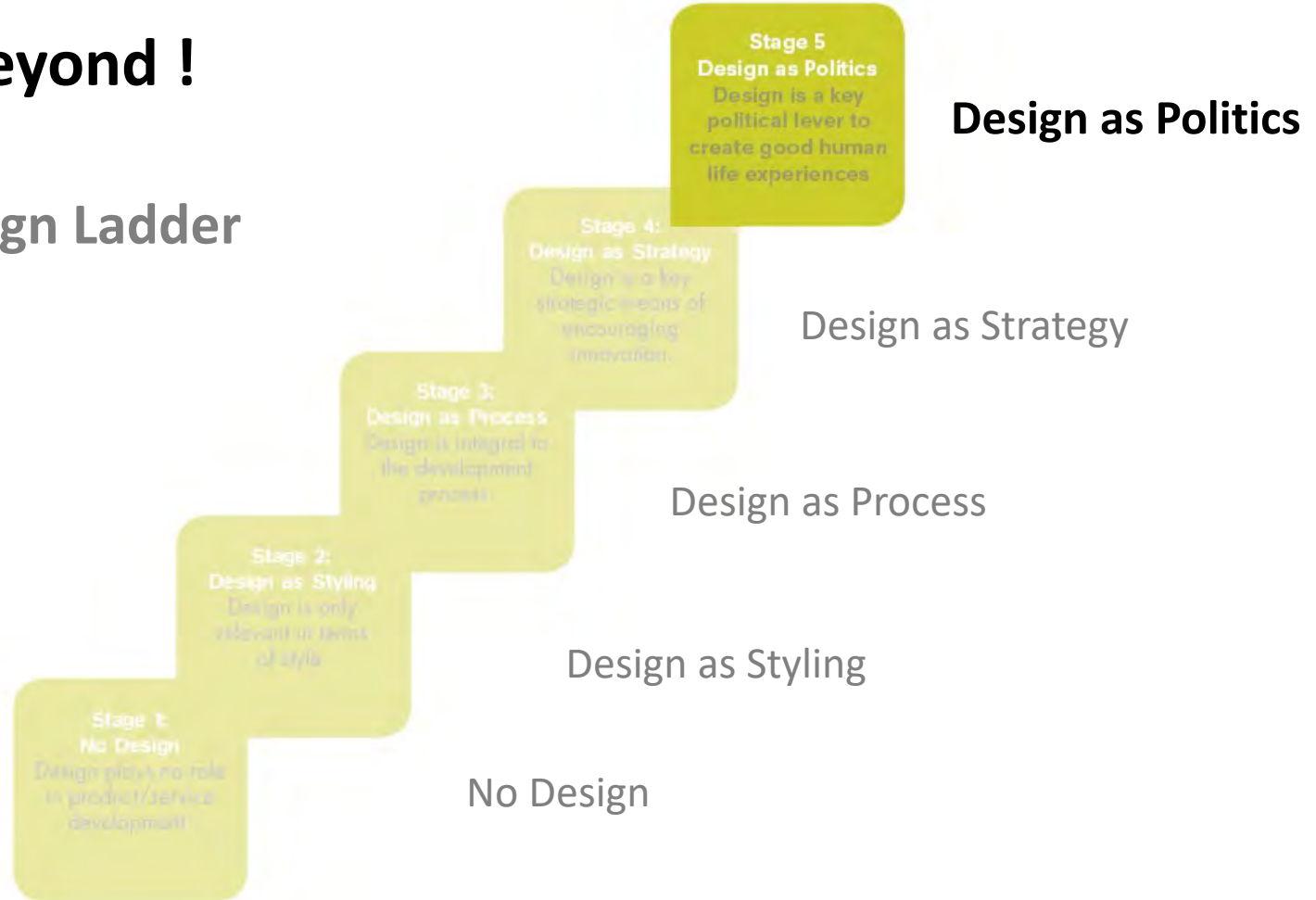
Intégrer le design à la
stratégie de l'entreprise



Design Ladder for evaluating design maturity at various organisational levels (dans : Borja De Mozota, 2003; The Economic Effects of Design, 2003; Design Creates Value, 2007).
Adaptation du Danish Design Ladder.

One step Beyond !

The new Design Ladder





1 Boulevard Murat, 75016 Paris

Singapore: a Nation by Design

A BETTER NATION BY DESIGN

Prime Minister Lee Hsien Loong
SUTD Ministerial Forum | 5 April 2018



Dsg-II

**STRATEGIC BLUEPRINT OF
THE DESIGNSINGAPORE INITIATIVE**

2009 → 2015

**DESIGN
2025**

Offre économique	Matières premières	Biens	Services	Expériences
Economie	Agraire	Industrielle	Servicielle	Expérientielle
Fonction	Extraire	Faire	Délivrer	Mettre en scène
Nature de l'offre	Transformable	Tangible	Intangible	Mémorable et transformante
Méthode de distribution	Vrac	Stock	A la demande	Révelée
Typologie d'acteurs	Commerçant	Industriel	Fournisseur	Metteur en scène
Typologie de bénéficiaires	Marchand	Client	Utilisateur	Invité (Guests)
Typologie d'attentes	Caractéristiques Matériau	Fonctionnalités	Bénéfices	Sensations

De la matière à l'expérience

Pine & Gilmore, Harvard Business Review

Offre économique	Matières premières	Biens	Services	Expériences	Vies
Economie	Agraire	Industrielle	Servicielle	Expérientielle	Existentielle
Fonction	Extraire	Faire	Délivrer	Mettre en scène	Relier
Nature de l'offre	Transformable	Tangible	Intangible	Mémorable et transformante	sociale
Méthode de distribution	Vrac	Stock	A la demande	Révélee	co-crée
Typologie d'acteurs	Commerçant	Industriel	Fournisseur	Metteur en scène	Citoyen
Typologie de bénéficiaires	Marchand	Client	Utilisateur	Invité (Guests)	Citoyen
Typologie d'attentes	Caractéristiques Matériau	Fonctionnalités	Bénéfices	Sensations	Sens

De l'expérience à la vie

Pine & Gilmore, Harvard Business Review + Dominique Sciamma !

le

pouvoir

du

design

Le Pouvoir du Design

Dominique Sciamma
Directeur



école de design
POUR LE VIVANT

