

## **Arnaud Montebourg à Saint-Étienne**

Le ministre du Redressement productif a lancé lundi dernier la Semaine de l'industrie depuis la Cité du design. Extraits du discours tel qu'il l'a prononcé :

Ce que le design incarne, c'est ce rapprochement entre le consommateur et le producteur, entre la société et l'acte productif. C'est l'usage détecté de façon sociologique, anthropologique... Le designer est l'homme qui fait parler le consommateur et le producteur.

Dans l'histoire de notre belle région stéphanoise, il n'y a pas que Dominique Rocheteau, Robert Herbin, il y a aussi Marius Vachon qui a lancé le musée d'Art et d'Industrie en 1889. Il a écrit un très beau livre au début du siècle précédent par lequel il montrait à quel point les fabricants de produits pouvaient être aussi des artistes, et proclamait l'accès au beau. Il est le père spirituel du design et il est stéphanois. Ce n'est donc pas pour rien que les Stéphanois ont créé sur les restes de la Manufacture cette très belle manifestation et cette capitale en quelque sorte physique du design... Je voudrais dire ici que pour nous, les actions de la Cité du design sont un acte de reconquête industrielle. Cette alliance entre le créateur et l'industriel est au cœur du redressement productif... Le gouvernement est engagé sur tous les fronts, à la fois celui de l'innovation, celui des coûts de production - c'est le crédit d'impôt que nous avons apporté à l'économie française, équivalent à 6% du coût salarial... Nous venons d'étendre le crédit d'impôt recherche, qui est une mesure d'unité nationale, qui fut inventé par Jean-Pierre Chevènement, amplifié par Nicolas Sarkozy, sanctuarisé par François Hollande et amplifié dans la dernière loi de finances qui a pour but de permettre aux entreprises de déduire de leur facture fiscale,

l'argent qu'elles mettent dans l'innovation, la recherche et le développement. Je suis heureux de pouvoir dire ici, dans la Cité du design de Saint-Étienne que dans l'instruction fiscale qui va sortir et dans la loi, le design fait partie des dépenses qui seront défiscalisées...

Cette équipe de France du design, nous souhaitons la former avec Aurélie Filippetti et Fleur Pellerin de manière à mettre à la disposition des entreprises une équipe de France composite, composée d'ailleurs des volontaires qui voudront bien se rassembler pour porter les couleurs du design français à l'international mais aussi dans ce miroir que nous tendons à nous-mêmes... Nous avons autour de nous des chefs d'entreprise qui ne demandent qu'à progresser, réfléchir à leurs produits, avancer. Et nous avons des designers extraordinaires. Pourquoi ne pas les mettre les uns en face des autres, organiser comme vous le disiez Monsieur (Antoine Fenoglio) le dialogue, le travail en commun.

L'équipe de France du design, c'est d'abord les rencontres que vous avez organisées à Saint-Étienne. Pour nous, Saint-Étienne, c'est la capitale du design car elle est d'abord un lieu magnifique, elle est une histoire, elle est un projet de reconquête industrielle. Pour nous, Saint-Étienne, c'est le lieu où déjà se rencontrent entrepreneurs et créateurs - nous voulons d'ailleurs apporter le soutien financier du ministère, nous souhaitons amplifier et rendre encore plus internationale l'influence de la Cité du design de Saint-Étienne...

En investissant dans nos ressources, dans nos talents, dans notre créativité - l'équipe de France du design peut y parvenir -, nous pouvons parfaitement réussir. Que fera-t-elle cette équipe de France ? Elle identifiera

les priorités d'une politique de soutien aux entreprises. Nous allons mobiliser les réseaux des entrepreneurs, les chambres de commerce, Oseo, la Direction générale de l'industrie... Nous allons demander à ces entreprises de se préoccuper de la question du design et d'organiser ces rencontres partout sur le territoire. La capitale est Saint-Étienne mais toute capitale a sa province. Paris sera la province du design où peut-être pourront se rencontrer aussi les designers parisiens avec des entrepreneurs de la région parisienne ou du reste du monde qui découvriront un Paris provincial mais attractif. Je veux dire aussi que cette équipe de France racontera les belles histoire du design français par-delà nos frontières. Je veux dire enfin que cette équipe de France du design parrainera les projets de PME. Des PME désarmées ou désargentées qui n'ont pas pensé à investir, pourront s'appuyer sur Oseo, l'instruction fiscale, la direction de l'industrie, la Cité du design où des rencontres vont se multiplier, que nous allons soutenir.

Cette équipe sera composée de designers représentatifs de toutes les pratiques du design, des créateurs, des grandes agences, des designers intégrés, toutes les personnes ayant une réflexion sur le design sans aucune exclusive. Nous serons les parrains de cette équipe de France. Elle s'autogèrera - d'abord parce qu'il ne peut pas en être autrement - je ne me vois pas reconstituer le Gosplan stalinien du design - le design a suffisamment de ressources dans sa profession, dans sa créativité pour faire vivre cet état d'esprit. Mais nous serons des leaders, des guides... Vive la Cité du design, capitale - nationale pour l'instant - du design, vive le redressement productif dans la Loire et en France, vive la République et vive la France !

*L'autre page est une page en plus, différente. Son contenu est extérieur à Design fax. Livres propos, documents originaux trouvent leur place dans cette autre page (ou ces autres pages).*

## Antoine Fenoglio : « Mettre en forme l'intelligence collective de l'entreprise »

Extraits de l'intervention du co-fondateur de l'agence Sismo, le 18 mars, à la Cité du Design à Saint-Étienne, lors du lancement de la Semaine de l'Industrie par Arnaud Montebourg.

J'ai juste envie de témoigner, comme on me l'a demandé, non pas pour représenter l'ensemble des designers mais pour faire part d'une expérience commune que nous avons avec la Cité du design et avec la Biennale. Sismo est né en même temps que la Biennale, c'est-à-dire en 1997. Nous avons participé à toutes les Biennales et avons vu évoluer dans la région et ailleurs le rôle des designers auprès des PME, des industriels. Les designers ont souvent souffert d'un certain nombre de caricatures, notamment qu'ils portaient un foulard... Aujourd'hui, cela a pas mal changé et la relation avec les industriels s'est beaucoup améliorée et est devenue tout à fait stratégique. Quelque chose de très important est arrivée : l'ensemble de la profession mais aussi les entreprises ont compris que l'intégration du design, c'était l'occasion de faire un acte stratégique pour l'entreprise. Cet acte stratégique se conçoit sur quelque chose de très clair qui s'appelle le dialogue. Et je crois qu'aujourd'hui, la biennale, sa thématique, en est le reflet. Le dialogue c'est simple, mais souvent il faut le mettre au début des projets.

Nous avons défini avec Elsa Francès lors de l'exposition inaugurale de la Cité, L'Objet du design, une cartographie des designs qu'on appelle le carré magique. Le design ce n'est pas qu'une chose, c'est plusieurs choses. Cette cartographie, c'est quatre angles, quatre façons caricaturales mais très vraies de faire du design. Si je vous dis « vélo design », vous allez tous avoir une idée très différente. Par exemple, pour un entrepreneur, cela sera dans l'innovation, le fait de réinventer le *business plan* du vélo. Pour un autre, cela sera dans l'usage : pouvoir prendre son vélo dans le bus, aller du métro à son travail, le remonter chez soi. Pour un troisième, ce sera réinventer des solutions sociales : un vélo que tout le monde puisse construire grâce à Internet. Et pour une quatrième personne, ce sera un beau vélo. Ces quatre points sont du design. Je prends des exemples : le Velib' de JCDecaux, innovant ; Décathlon et son vélo pliant ; M. Kopp, dont la présentation est dans l'exposition de Claire Fayolle, invente un vélo mis à disposition de tout

le monde en construction libre ; ou l'entreprise française Look qui développe des vélos avec un graphisme très fort. A chaque industriel, son type de designer. JCDecaux fait appel à Patrick Jouin pour ses compétences, Décathlon intègre 120 designers parce que, pour cette entreprise, avoir des designers intégrés est la solution. Le designer qui fait le vélo sur mesure, M. Kopp, il le fait tout seul, il devient entrepreneur. Les designers sont aussi des entrepreneurs. Et Look fait appel à des agences externes. Ce que je veux vous dire par là, c'est que le design, c'est avant tout la bonne rencontre entre l'industriel et le designer. Il y a autant d'industriels et d'entreprises qu'il y a de diversité de designers. Aujourd'hui, beaucoup d'institutions – la Cité bien sûr mais aussi d'autres comme le Lieu du design, l'APCI - aident les entreprises à rencontrer les designers et vice versa. Je pousse pour que demain cette diversité soit encore plus grande et surtout que le ciblage entre industriels et designers soit au plus juste. Pour finir, je voudrais juste vous donner deux exemples. Lorsque nous sommes allés en Corée, appelés par Samsung, nous avons demandé au directeur du design pourquoi il avait fait appel à des designers français. Il nous a répondu que Samsung fait appel à toutes les agences dans le monde, de très grosses agences – parfois plus de 1000 personnes - aux Etats-Unis, en Allemagne, en Angleterre, etc. Le problème : l'entreprise obtient toujours à peu près la même réponse. Et le directeur du design de Samsung de poursuivre : avec les Français, on est toujours surpris. Voilà, j'aimerais que cela reste dans la compétence des designers français, cette capacité à décaler le cahier des charges qui est très attendue. Et puis la dernière chose : il y a quinze ans, on nous demandait de dessiner un micro, de dessiner une table, etc. Aujourd'hui, quand une entreprise vient nous voir, elle nous demande bien sûr de mettre en forme un micro mais de l'aider aussi à mettre en forme l'intelligence collective de l'entreprise. Et je crois que c'est pour cela, Monsieur le ministre, que le design et le sens politique ont quelque chose de pas si éloigné ●