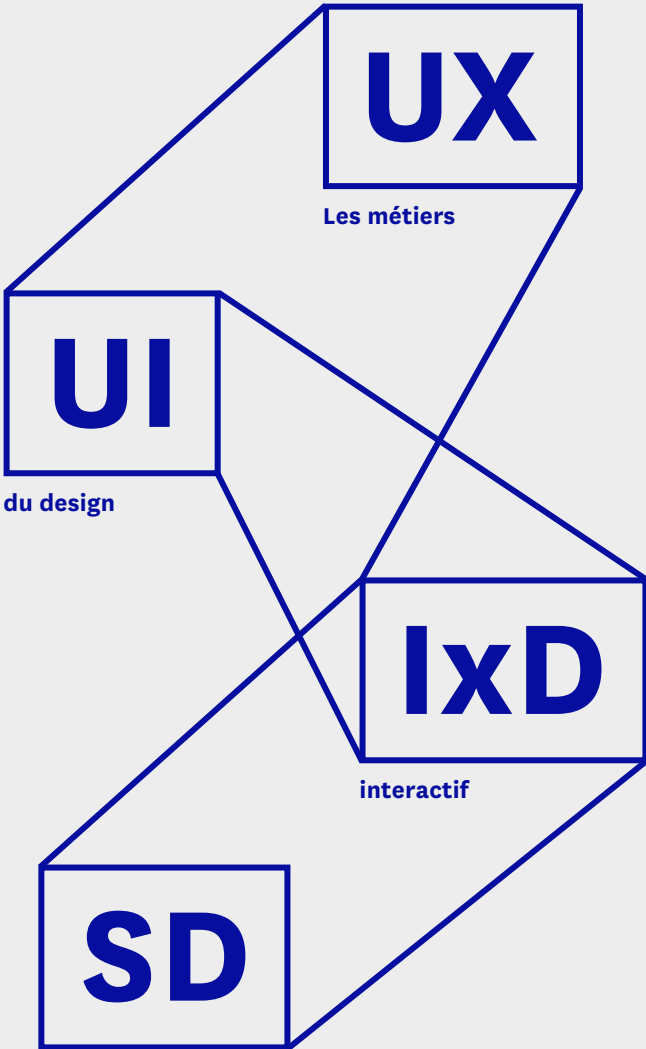




UX

Les métiers

UI

du design

IxD

interactif

SD

**UX
designer**

**Designer
d'interfaces**

**Designer
d'interactions**

**Designer
de services**

**Les métiers
du design interactif**

***designers interactifs* s'est associé à Aquent pour écrire la 4^e édition du guide des métiers du design interactif. Cette publication, initiée en 2007 peu après la création de notre association professionnelle, exprime le cœur de notre vocation : expliquer et promouvoir nos métiers, tout en soulignant les apports du design à l'économie et à la société.**

Pour Aquent, agence de talents, ce guide constitue une opportunité de veille passionnante sur les métiers et leur évolution. Ensemble, nous avons repensé ce guide pour en faire un outil à disposition des étudiants, des professionnels et des entreprises, qu'elles mettent déjà en œuvre le design ou non. Il nous a semblé que pour être pleinement utile, ce guide des métiers devait pouvoir montrer les multiples facettes des expertises et, pour cela, confronter le point

de vue des recruteurs et la perception des entreprises à la vision des experts métiers et des professionnels. Il était indispensable de préciser, à côté de l'offre, la nature de la demande. C'est pourquoi nous avons croisé nos observations, à partir desquelles nous offrons un panorama complet de la profession.

Depuis la première édition de notre guide en 2007, nos métiers, pourtant jeunes et émergents, ont déjà profondément changé. Nous avons donc restructuré et remanié en profondeur les champs de compétences pour ne conserver que l'essentiel. Quatre grands métiers se distinguent : l'UX design, le design d'interfaces, le design d'interactions et le design de services. La difficulté reste que de nombreuses porosités existent entre ces métiers, que de nouvelles variations se manifestent, notamment

le *creative technologist* pour ne citer que lui. Nous avons néanmoins tenté de dégager les spécificités de chacun des métiers. Les différentes personnes que nous avons consultées pour la rédaction de cet ouvrage permettent de dessiner de nombreux points de convergence.

Que nos échanges aient pris la forme d'entretiens, d'enquête, de réunions, d'observations sur le terrain ou de benchmarks, nos conclusions sont identiques : il est difficile de proposer des prédictions sur les opportunités suscitées par ces métiers car les technologies, les usages, le marché et les pratiques sont hautement imprévisibles. Des ruptures d'usages ont eu lieu et se jouent en ce moment même. En 1973, à la création du Xerox Alto, l'interface graphique et la métaphore du bureau proposèrent une rupture qui conditionna

pendant 30 ans le design des interfaces. Ces standards furent remis en question à partir de la moitié des années 2000, pour laisser place à l'ère post-PC, où les usages mobiles et les objets connectés modifient en profondeur les méthodes de travail. Demain, ce seront peut-être les robots domestiques, l'informatique vestimentaire ou d'autres technologies et usages qui révolutionneront l'informatique ubiquitaire selon des scénarios inattendus. Des métiers disparaîtront ou se transformeront alors à leur tour pour s'adapter aux nouveaux enjeux qui s'imposeront.

Perrine Grua,
directrice générale,
Aquent France et Pays-Bas

Benoît Drouillat,
président,
designers interactifs



12

Définition :
UX designer

18

Interview : Marie Petit,
Bacelite

22

Une journée
avec Marie Petit

24

Interview : Amélie Boucher,
Viadeo

28

Une journée
avec Amélie Boucher

30

Indicateurs
de l'UX design

34

Point de vue de recruteur :
Emmanuelle Rasse, Aquent

38

Point de vue d'expert :
Sylvie Daumal, af83

44

Projet :
Bornes tactiles

46

Projet :
Images d'art

48

Projet :
« Léa » de Technicolor



52

Définition :
designer d'interfaces

58

Interview : Nicolas Chauveau,
intactile DESIGN

62

Interview :
Laurent Pierre, Niji

68

Une journée
avec Laurent Pierre

70

Interview : Édouard Wautier,
Withings

76

Interview : Laure Dubuc,
af83

80

Indicateurs
du design d'interfaces

84

Point de vue de recruteur :
Ludivine Réaut, Aquent

88

Point de vue d'expert :
Annick Teboul, BETC Digital

90

Projet :
MooltiConf™

92

Projet :
VÉGA

IxD

96

Définition :
designer d'interactions

102

Interview : Élise Prieur,
EDF

106

Une journée avec
Élise Prieur

108

Indicateurs
du design d'interactions

112

Point de vue de recruteur :
Emmanuelle Rasse, Aquent

118

Point de vue d'expert : Benoît
Drouillat, *designers interactifs*

122

Projet :
Astral Skeleton Experience

124

Projet :
SmartDrop Évian

SD

128

Définition :
designer de services

134

Interview : Matthieu Savary,
User Studio

138

Une journée avec
Matthieu Savary

140

Indicateurs
du design de services

144

Point de vue de recruteur :
Ludivine Réaut, Aquent

150

Point de vue d'expert :
Paul Pietyra, Aktan

154

Projet :
Nume

156

Projet :
Smart Risks

1



**UX
Designer**

Définition

Le design d'expérience utilisateur (UX design en anglais) couvre tous les aspects perceptibles de l'interaction entre les personnes et les points de contact d'une organisation, qu'il s'agisse de ses produits, services et interfaces. Tout en développant une compréhension approfondie du métier et des objectifs de ses clients, l'UX designer incorpore le point de vue des utilisateurs dans la démarche de conception d'un site web, d'une application, d'un logiciel ou de tout autre dispositif interactif. Sans se limiter à la conception fonctionnelle des interfaces, les activités de l'UX designer interviennent sur un large spectre d'éléments qui influencent l'expérience vécue par l'utilisateur : architecture de l'information, apparence, sons et comportements de l'interface.

Sa spécificité

L'UX designer travaille sur les qualités émotionnelles et fonctionnelles portées par un produit ou service. Définir l'expérience utilisateur d'un produit, c'est rechercher les scénarios et les parcours d'usage qui répondent à la fois à l'objectif du commanditaire du projet et favorisent la perception positive de l'utilisateur. L'UX ne doit toutefois pas être confondue avec l'ergonomie des interfaces. L'ergonomie est la qualité d'une interface et définit sa facilité d'apprentissage, l'efficacité de son usage et le plaisir trouvé dans l'interaction. L'UX a une vocation beaucoup plus vaste et rejoint l'expérience de la marque et ce qu'elle évoque dans l'imaginaire des individus.

Missions principales

Le designer d'expérience utilisateur s'attache à rendre l'expérience du produit ou du service aussi efficiente, agréable et satisfaisante que possible. Il s'agit aussi de concevoir le produit en fonction de la mémoire de l'expérience que l'utilisateur va conserver. Pour cela, l'UX designer mobilise un large éventail de méthodologies et d'outils pour modéliser les attentes et les comportements des utilisateurs, ainsi que les solutions de design qu'il peut apporter. Pour définir les scénarios et les parcours utilisateurs les plus adaptés, l'UX designer conduit des recherches en contexte, sur le terrain et à travers des études. Cette démarche lui permet de saisir quels sont les besoins et les attentes (formulées ou non),

les difficultés ou les appréhensions des personnes qui utiliseront le produit ou le service.

Il établit des analyses concurrentielles, des usages, des personae, des représentations schématiques des interfaces, des scénarios d'usage, des arborescences, etc.

Pour chaque point noir de l'expérience identifié, il propose des solutions qui combleront les besoins et les objectifs des utilisateurs. Il génère un grand nombre d'idées sur lesquelles il opère des itérations pour les améliorer, avant de les représenter sous la forme de dessins, de schémas et de prototypes qui seront testés et modifiés jusqu'à la version finale.

Compétences principales

L'UX designer développe
des compétences
spécifiques, comme :

- 1 Identifier et reformuler la problématique de base (périmètre, objectifs, etc.).
- 2 Mener des recherches sur le contexte et le besoin des utilisateurs (interviews, questionnaires, analyses de l'activité, observation, etc.), identifier les comportements et formaliser les résultats de l'analyse sous forme de personae.
- 3 Conduire des évaluations selon des critères ergonomiques, d'accessibilité ou de conformité aux normes.
- 4 Exploiter les données recueillies pendant l'étape de recherche

utilisateur pour les traduire dans des solutions de conception pertinentes.

- 5 Définir l'expérience cible et identifier les parcours clés.
- 6 Formaliser l'architecture de l'information de l'interface.
- 7 Maîtriser une ou plusieurs techniques de prototypage rapide ou haute définition.
- 8 Rédiger les spécifications fonctionnelles, en collaboration avec les équipes techniques.
- 9 Valider auprès des utilisateurs les solutions envisagées (tests avec les utilisateurs, atelier, oculométrie).
- 10 Concevoir des chartes et des guides d'interface.
- 11 Maîtriser les outils (comme Axure, Omnigraffle, UX Pin, etc.) pour formaliser la conception.



Il n'y a pas
de profil
type pour
exercer le
métier d'UX
designer.

Interview :

Marie Petit, responsable UX,

Backelite

**Quelles études et formations
avez-vous suivies pour devenir
UX designer ?**

J'ai fait une prépa littéraire puis intégré le premier cycle de Sciences Po et obtenu un master en management de la culture et des médias. J'avais donc une spécialité sectorielle mais avec des compétences variées en marketing, éditorial, comptabilité, propriété intellectuelle, etc.

**Comment avez-vous
débuté dans ce métier ?**

J'ai un parcours de chef de produit marketing, au Monde.fr et chez Canal Plus. J'ai ensuite rejoint Backelite en tant que consultante fonctionnelle et chef de projet. J'ai donc commencé à concevoir des applications mobiles en 2009, en prenant en compte les aspects business, fonctionnels, ergonomiques et techniques.

**Quelles sont vos missions ?
Quel est votre rôle
auprès des équipes du projet ?**

Je suis responsable des consultants UX de Backelite, je les accompagne au quotidien et supervise les projets sur lesquels ils interviennent en cadrage et conception. Je travaille aussi en binôme avec la responsable du studio de création, Marie-Amélie Cotillon, sur la formalisation de la méthodologie UX, pour l'implémenter au sein de l'agence, mais aussi pour la diffuser auprès de nos clients.

**Quelles sont les compétences
et les qualités nécessaires pour
exercer ce métier ?**

Il n'y a pas de profil type pour exercer le métier d'UX designer : certains ont une formation en marketing, d'autres en ergonomie ou en sciences cognitives, il y a aussi d'anciens graphistes ou directeurs artistiques. De toute façon, aucun ne peut réunir toutes les compétences nécessaires pour concevoir et réaliser une bonne expérience utilisateur : il faut surtout savoir travailler en équipe et aller chercher les bonnes compétences, avoir de la curiosité pendant toutes les phases d'un projet, être en empathie avec les utilisateurs et vouloir répondre aux problèmes qu'ils rencontrent.

**Quels conseils donneriez-vous
à un jeune ou à une personne
en reconversion professionnelle qui
souhaiterait devenir UX designer ?**

Quelques livres permettent de rentrer dans le sujet et de découvrir les enjeux de l'UX, comme celui de Sylvie Daumal, Design d'expérience utilisateur. Ensuite, il faut très vite se confronter à la pratique car il n'existe pas une méthodologie unique à reproduire sur tous les projets, mais plutôt des bonnes pratiques, des savoir-faire et des techniques à acquérir et à orchestrer différemment en fonction des projets. Plusieurs outils peuvent être pris en main rapidement, comme ceux de wireframing, de mind-mapping ou de prototypage rapide. Enfin, il existe des groupes de discussion et des conférences où l'on peut rencontrer d'autres UX designers : UX Paris, IxDA, FLUPA sont les principaux.

09h00

Un thé vert ! Marie discute avec son équipe avant de se mettre sérieusement au travail sur son écran, devant lequel elle passera finalement peu de temps durant la journée.

09h30

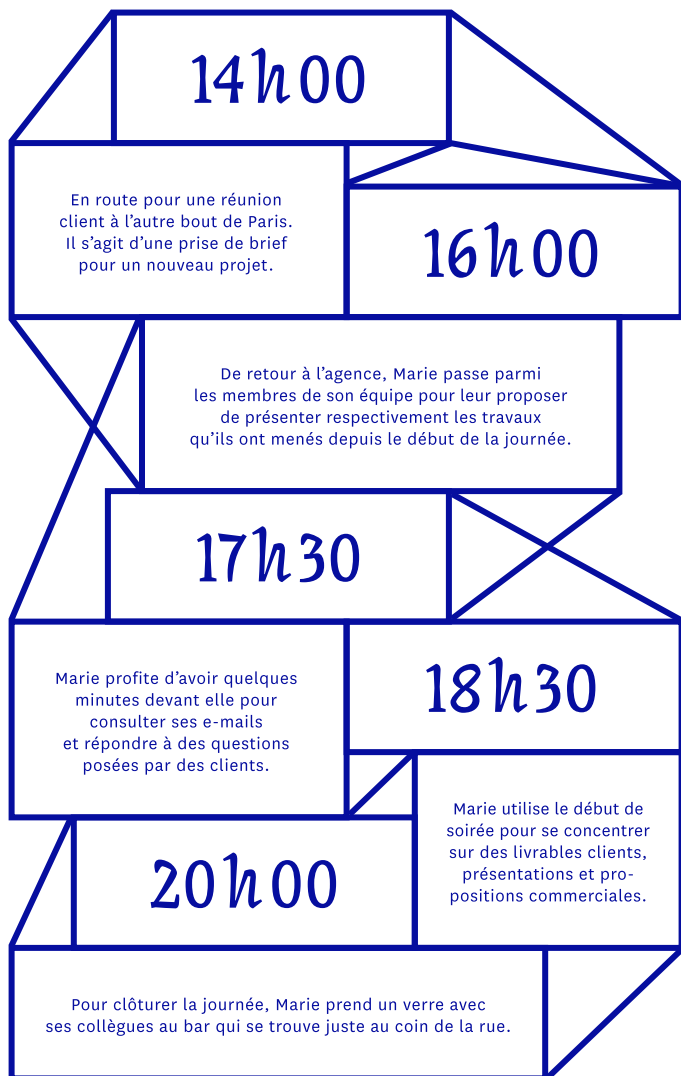
Première réunion de la journée pour un point de suivi interne sur un projet.

10h30

Marie enchaîne avec un atelier de conception de wireframes, qu'elle présente à un client. Son objectif : faire en sorte qu'il adhère à la démarche proposée par l'équipe, qu'il s'approprie les livrables et les choix de conception.

12h30

Marie part chercher un repas à emporter et s'installe dans la cafétéria de l'agence, avec d'autres personnes de l'équipe. « C'est souvent là que je fais connaissance avec les nouveaux venus. » Sa cantine pour manger équilibré : Les Gourmandes rue de Clichy.



Savoir
poser les bonnes
questions,
déranger,
replacer
les choses dans
les contextes
d'usage.



Interview :

Amélie Boucher, responsable du pôle UX et Design, Viadeo

Quelles études et formations avez-vous suivies pour devenir UX designer ?

J'ai un parcours assez classique : une formation initiale en psychologie, avec très vite une spécialisation en psychologie cognitive. On y étudie tout ce qui touche à la perception, au raisonnement, au langage, à la mémoire, etc. Des bases essentielles pour comprendre l'humain et le prendre en compte dans nos process de conception, souvent désincarnés et finalement très techniques. J'ai terminé mon parcours par un DESS d'ergonomie à l'Université René Descartes (Paris 5). C'est un DESS d'ergonomie généraliste, où Christian Bastien intervenait pour les cours d'ergonomie informatique. Je savais où je voulais aller, mais cela a tout de même été une révélation : de là, j'ai passé mes soirées à lire tout ce qui se faisait à l'époque sur le sujet. J'en ai des souvenirs formidables. C'était vraiment le tout début en France, à la fin des années 1990.

Comment avez-vous débuté dans ce métier ?

J'ai fait mon stage de fin d'études dans une toute petite agence, Rugama. J'y suis restée. Une chance

incroyable. On y a très vite monté une offre de services en ergonomie qui a cartonné. On proposait déjà des services d'architecture de l'information, de conception et de tests utilisateurs. Une grande époque !

Quelles sont vos missions aujourd'hui ?

Je dirige le pôle UX & Design chez Viadeo, où une équipe d'interaction designers et de visual designers crée et réinvente tous les jours les interfaces utilisateurs. Les projets sont variés : site Viadeo.com, outils spécialisés pour les recruteurs, mobile. On travaille très étroitement avec tous les autres corps de métiers : product owners, directeurs produits, développeurs, marketing, business analysts.

Quelles sont les compétences et les qualités nécessaires pour exercer ce métier ?

Les compétences auxquelles je pense sont plus généralistes que purement techniques. Je n'ai pas envie de dire « il faut savoir faire des wireframes et des tests utilisateurs » car cela ne veut rien dire. Ce qui compte, c'est de savoir poser les bonnes questions, déranger, remplacer les choses dans les contextes d'usage.

J'ai toutefois un penchant particulier pour ceux parmi les UX designers qui ont de vraies bases de design : c'est fou comme cela change la donne ! Quand on est très à l'aise en interface, quand cela fait

partie de vous, ça guide aussi la pensée : c'est seulement à cette condition que partir de la page blanche ne fait pas peur. On doit créer par essais et erreurs.

**Quel(s) conseil(s) donneriez-vous
à un jeune ou à une personne
en reconversion professionnelle
qui souhaiterait devenir UX designer ?**

Faire. J'ai cette sensation qu'avec la vulgarisation de notre métier, on passe beaucoup de temps à s'auto-analyser, à parler et que l'on perd l'essentiel : la pratique et la preuve par l'exemple. Faire aussi, parce que l'on me demande souvent quelle formation suivre pour monter en compétences. Bien sûr, c'est capital, mais on oublie trop souvent qu'on a cette capacité à faire qui est formidablement constructive. Rien n'empêche un débutant de faire des projets pour lui, pour les autres, pour apprendre, mais on en voit peu dans les portfolios de ceux qui débutent. Quand c'est le cas, c'est très bon signe !

Écouter. Ça se passe de commentaires, mais c'est à la fois essentiel et difficile. Il faut aussi savoir quoi écouter et quand faire confiance à son expertise. Être simplement dans l'empathie naïve ne donne jamais de résultats très brillants. On le voit dans les syndromes de consensus mous si courants dans nos entreprises.

Oser. Inventer et ne jamais s'arrêter à regarder ce que fait la concurrence (voire, ne pas regarder... ce qui est très difficile et difficilement accepté de nos jours). Se forcer à créer, vraiment.

09h30

E-mails et agenda, café, Perrier et salutations du matin. Tout s'enchaîne si vite qu'Amélie a du mal à avoir en tête toutes ses réunions de la journée.

Mais il faut dire que la journée a souvent déjà commencé avant sur mobile, avec au moins un e-mail check et un coup d'œil sur Twitter.

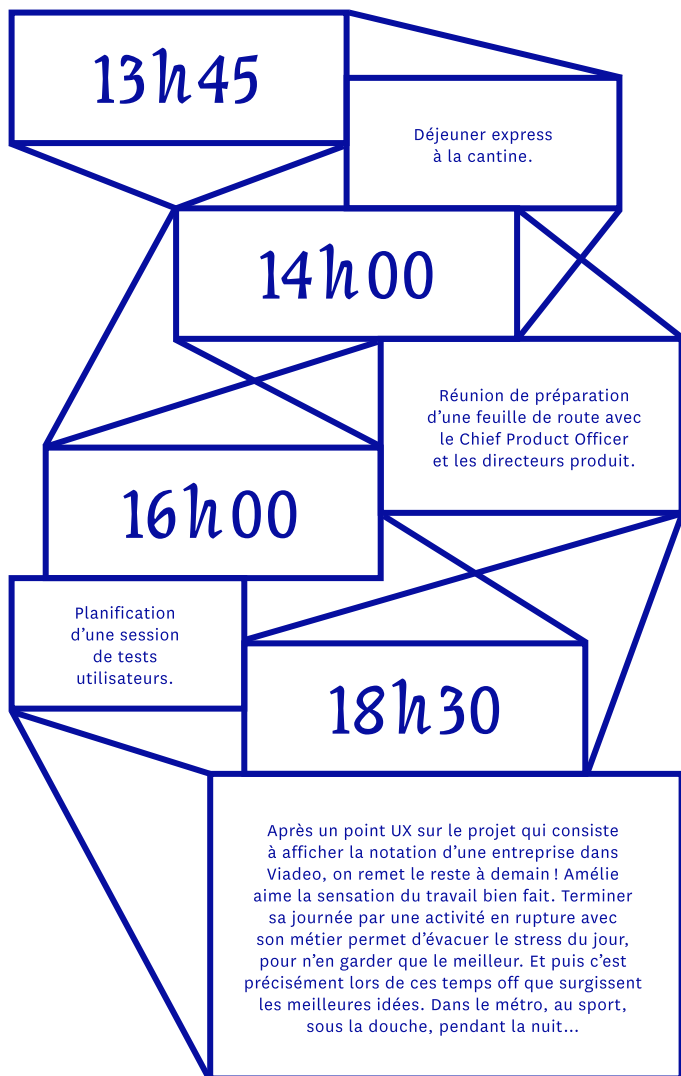
10h00

Workshop de co-crétion avec un visual designer. Ils réinventent le profil des membres de Viadeo.

Faire réagir l'autre, lui poser des questions, revenir sur un point, s'interroger sur une réalisation que l'on voit passer, se laisser influencer : c'est ce qui les nourrit au quotidien et leur permet de produire des choses de qualité.

12h30

Direction la salle de gym pour une pause énérgisante.



Indicateurs

Le profil type d'un UX designer

Un homme de 26 à 30 ans, salarié, à Paris, doté d'un bac +5 à l'université, en CDI, travaillant majoritairement en agence mais aussi en entreprise (studio de design intégré ou start-up).

Les écoles les plus citées

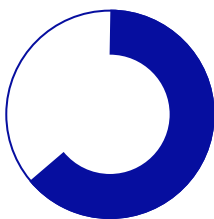
- Gobelins (Paris)
- École de design Nantes Atlantique (Nantes)
- HÉTIC (Montreuil)
- ENSCI – Les Ateliers (Paris)
- Strate (Sèvres)

L'UX design dans les entreprises

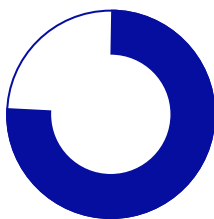
Actuellement, l'UX design arrive en 3^e position des compétences dont les entreprises ont le plus besoin.

Les salaires

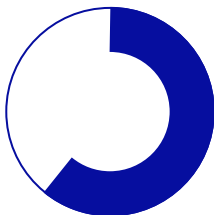
- Salaire d'un UX designer junior :
de 25 000 € à 35 000 € bruts annuels
- Salaire d'un UX designer senior :
de 45 000 € à 70 000 € bruts annuels
- UX designer freelance, à la journée :
de 300 € à 700 € hors taxes



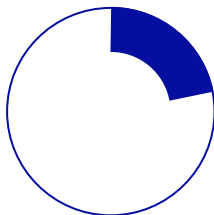
64 %
des UX designers sont
des hommes



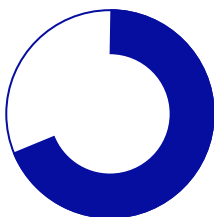
76 %
des UX designers
sont salariés



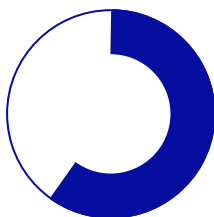
64 %
des UX designers exercent
leur activité à Paris



22 %
des UX designers exercent
leur activité en région



69 %
des UX designers
disposent d'un bac +5



60 % des designers
maîtrisent l'UX design,
d'après les agences

Le métier vu par les professionnels

« L'expertise est établie et respectée au sein de l'entreprise. L'UX est au cœur du développement produit. »

« Je suis consultante UX et je suis amenée à travailler avec des chefs de projet fonctionnels. Au sein de l'entreprise, la différence entre les deux métiers n'est pas toujours très claire : qui fait des wireframes ? Qui fait les specs ? En gros la répartition des expertises et des tâches évolue mais ce n'est pas simple à mettre en place. »

« Je démarche de moins en moins mes clients, depuis un an ce sont eux qui viennent vers moi lorsqu'ils ont des besoins. »

« Difficile de faire véritablement de l'UX, je suis cantonnée à faire des wireframes et c'est tout. Sur certains dossiers, j'arrive enfin à apporter une vraie méthodologie UX et à y trouver une forme de satisfaction mais en agence, comme pour tout, c'est du temps et donc de l'argent et tous les clients ne sont pas encore ouverts à acheter de l'UX. »

« Les clients nous sollicitent de plus en plus pour des projets en avance de phase, des projets d'idéation. »

L'évolution de la demande des clients

« Mes clients comprennent de mieux en mieux l'importance du design dans la conception d'interface et le fait qu'il ne s'agit pas de simple choix graphique mais avant tout d'une réflexion sur la relation qu'ils ont / veulent avoir avec leurs utilisateurs. »

« C'est plus à nous d'éduquer nos clients plutôt qu'attendre que leur demande évolue. C'est pourquoi il faut porter notre travail et non attendre la reconnaissance de nos clients. »

« Certains clients restent très attachés à ce qu'ils connaissent déjà et sont parfois déçus par des propositions trop innovantes. Il est assez difficile face à ce type de clients éloignés des tendances de proposer des solutions de design actuelles. »

« Il y a aujourd'hui beaucoup de pédagogie à faire auprès des clients sur les méthodes de design, de conception, sur la façon de les intégrer dans le processus et d'être méthodologiquement très fort pour éviter que l'on pense le design comme une affaire de goût. »

« Les clients ont acquis de la maturité sur le design et sont plus exigeants même si on est encore davantage dans la demande d'outils qui font le buzz (responsive, app, tablette, objets connectés, etc.) que dans la formulation d'une vraie problématique stratégique. »

« L'UX est
un vrai facteur
différenciateur
dans un contexte
économique qui
requiert
de l'agilité. »



Point de vue de recruteur : **Emmanuelle Rasse,** **agent de talents, Aquent**

**UX designer : un métier bien
intégré dans la culture des agences
et des entreprises commanditaires**

La France a vraiment adopté la démarche UX, venue d'outre-Atlantique. Les UX designers sont très recherchés depuis plusieurs années. On perçoit une demande progressive qui commence à se stabiliser autant côté agence qu'annonceur. Chez l'annonceur, des équipes à part entière sont constituées et de véritables pôles UX ont émergé. Nous observons également l'apparition d'agences spécialisées « User Experience » ou de cellules pour répondre aux besoins des clients. Même si peu de moyens sont alloués, dans chaque pôle digital, il existe très souvent une personne dotée de compétences UX.

Les profils les plus demandés

—— Des profils marketing, des chefs de projet fonctionnels, notamment pour répondre à l'expertise d'audit et de benchmark. —— Des profils créatifs, fortement dotés d'une dimension marketing et maîtrisant la gestion de projet. —— Les profils double casquette marketing / création sont plus recherchés chez l'annonceur.

Les facteurs d'évolution du métier

Par nature, le déterminisme technologique est très fort et les professionnels doivent adapter la réponse en fonction des innovations du marché.

L'UX influence le développement des usages, notamment dans le domaine mobile. Inversement, les nouveaux usages qui apparaissent réclament de repenser en permanence les méthodologies et l'intervention de l'UX designer. Exemple : l'émergence de l'informatique vestimentaire, notamment des *smart watches*, dont les applications nécessitent une conception différenciée.

L'UX est un vrai facteur concurrentiel dans un contexte économique qui requiert de l'agilité. Cela devient une position stratégique. Ce n'est plus seulement la qualité du produit ou du service qui compte mais l'expérience complète que nous vivons.

Nos conseils aux entreprises

—— Définir précisément les besoins en interne : s'agit-il de faire de la création ou de la réflexion stratégique? Le périmètre couvre-t-il des sites web ou des applications? —— Ne pas hésiter à investir dans ce type de profil car son intégration favorise l'innovation et permet un retour sur investissement rapide côté business. —— Recenser les ressources déjà à disposition dans l'entreprise. —— Réfléchir à l'organisation des équipes, notamment quelle sera la place stratégique du profil recruté. Souvent, du temps est perdu lorsque cette question n'est pas éclaircie. —— Sensibiliser les équipes à la démarche UX et organiser une collaboration concrète en amont. —— Favoriser la communication inter-équipes pour laisser un large champ de manœuvre entre création et marketing.

Nos conseils aux talents

—— Penser à l'auto-formation en permanence, par exemple à travers les MOOCs. Il faut être au point sur l'arrivée des nouvelles méthodes de conception et des technologies (*responsive design*, expériences *cross-canal*, etc.). —— Maintenir une veille continue et benchmarker. —— Si l'on est un créatif, acquérir des compétences marketing. —— Choisir entre UX et design d'interface (UI), se spécialiser dans un domaine précis. Les bons profils intégrant les deux dimensions sont très rares.

« La grande
difficulté
de ce métier,
c'est qu'il faut
combiner
des aptitudes
a priori
contradictaires. »



Point de vue d'expert : **Sylvie Daumal,** **directeur UX, af83**

Un métier encore émergent et déjà très recherché

Émergent d'abord, parce que dans certains secteurs d'activité, il vient juste d'être adopté. Il suscite encore des interrogations et les avancées restent prudentes. Mais très recherché aussi, parce que dans les secteurs qui l'ont intégré depuis plus longtemps, il y a de plus en plus d'offres et pas assez de candidats. Il suffit de regarder les job boards spécialisés (comme uxjobs.fr) pour en prendre la mesure. On manque surtout de professionnels confirmés et il faudra quelques années pour que les juniors d'aujourd'hui viennent grossir le rang des seniors. Ailleurs en Europe, dans les pays qui ont adopté la discipline bien avant la France, comme le Royaume-Uni ou l'Allemagne, le besoin est plus criant encore. Cela laisse penser que la tendance ne devrait pas s'inverser avant un certain temps.

La qualité première d'un UX designer?

Il n'y a pas une qualité première : la grande difficulté de ce métier, c'est qu'il faut combiner des aptitudes *a priori* contradictoires. Il faut être

synthétique, ne jamais perdre de vue l'ambition du projet, tout en sachant l'incarner dans le moindre détail de l'interface. Il faut écouter, observer, analyser, raisonner, être dans l'empathie et déduire de façon logique, tout en faisant preuve de créativité, être dans l'irrationnel et imaginer. Il faut organiser et animer des séances de créativité, mais aussi prototyper et mener des tests utilisateurs. Tenir le devant de la scène et savoir se faire oublier en coulisses. On peut jeter des croquis rapides sur le papier, mais il faut aussi affiner certains livrables au pixel près. Impossible pour un(e) débutant(e) de maîtriser tous ces aspects.

Chaque candidat(e) a ses forces et ses faiblesses, qui peuvent être interprétées comme un potentiel, d'ailleurs... Aujourd'hui, même les profils juniors peu expérimentés postulent avec un portfolio. Ce document reflète bien leur personnalité et permet d'évaluer la qualité de restitution de la pensée et la démarche de design. L'entretien, ensuite, va évaluer d'autres traits de caractère : l'envie d'apprendre, l'aisance à échanger et à travailler en groupe, la capacité à faire, à tester puis à refaire... Se pose aussi la question de l'intégration à l'équipe existante. Des qualités complémentaires à celles des designers en place seront un gage de richesse et d'excellence.

Un métier entre perpétuelle évolution et fondations intangibles

Notre époque connaît des changements extrêmement rapides sur tous les fronts : technologies, usages, économie, etc. De ce fait, nos sujets ne cessent d'évoluer : il y a quelques années, nous concevions des sites web, des bornes et des automates, puis nous avons été sollicités sur les applications mobiles et tablettes, abordées dans une approche plus globale, en se posant la question du *cross-canal* et en s'inspirant du design de service. Aujourd'hui, nous nous occupons d'objets connectés, de lieux et d'écosystèmes complexes. Demain, ce seront les robots, les objets que l'on porte (*wearables*) ou d'autres choses qu'on ignore encore.

Les comportements changent aussi et il a fallu développer tout un arsenal pour étudier et comprendre les utilisateurs. Les méthodes de recherche se sont diversifiées et intensifiées, aujourd'hui elles sont systématiques et il arrive qu'on soit accompagnés dans cette phase de professionnels experts : anthropologues et ethnologues.

Ce qui nous permet d'avancer dans ce contexte mouvant, c'est la philosophie du design qui nous sert de guide. Le détail de la méthode évolue, mais les principes sont éprouvés et inchangés. La leçon que j'en tire, c'est qu'il faut apprendre à avancer en dehors de notre zone de confort. Il faut aussi développer le goût de la collaboration pluridisciplinaire et s'appuyer sur d'autres expertises :

travailler avec les autres métiers du numérique (développeurs, chefs de projets, directeurs artistiques, etc.), mais aussi avec les designers industriels, les designers produit, les architectes, etc.

**Des sujets qui rejoignent
les grands enjeux économiques
et sociétaux**

Au fur et à mesure, la fonction s'étend et prend de la hauteur : le design porte aujourd'hui sur la proposition de valeur et le *business model*. La problématique de l'entreprise, de son organisation et de ses processus s'invite à notre table. D'ailleurs, Alexander Osterwalder — entrepreneur suisse qui a formalisé le fameux *Business Model Canvas* (en 2010) — intime aux entrepreneurs d'agir comme des designers.

Les sujets deviennent de plus en plus intangibles et portent, comme le souligne Tim Brown, sur des questions plus vastes et plus pressantes comme l'accès à l'eau potable, à l'éducation et à la médecine : « *Design is big again* ».

Bornes tactiles d'enregistrement voyageurs pour une grande compagnie aérienne

Recherche utilisateurs et refonte d'écrans. Grâce à une recherche à la fois qualitative et quantitative, af83 a identifié les problèmes rencontrés par chaque usager type et formulé des recommandations concrètes avant de concevoir les nouveaux parcours et écrans.

Agence : af83
www.af83.com



18:45
Language
Exit



Dépose bagage

①

Avant 14:20
Zone 3



Sécurité

②



Embarquement

③

14:30 - 14:50
Porte G21



Départ

④

15:10

Carte d'embarquement

0 sur 3



AF 000

12 C

Étiquette bagage

1 sur 4

AF 000



1R

Autre document

0 sur 1



Projet Images d'art :
Réunion des Musées
Nationaux – Grand Palais

Conception des interfaces et de l'identité visuelle d'une photothèque d'œuvres d'art. Elle permet au grand public d'explorer l'ensemble des collections de la Réunion des Musées Nationaux – Grand Palais, via la découverte des images des œuvres et la possibilité de créer des albums personnels.

Agence : af83
www.af83.com

DÉCOUVREZ
COLLECTIONNEZ PARTAGEZ
LES OEUVRES DES MUSÉES
FRANÇAIS



INFOS



19 NOV 2014-15 FÉV 2015
**HAÏTI, DEUX SIÈCLES
DE CRÉATION ARTISTIQUE**
Grand palais,
galeries nationales

[see more](#)

HACKATHON D-4

19 NOV 2014-15 FÉV 2015
ÉDITION 2015
L'exposition, la première sur le sujet,
propose de découvrir l'extraordinaire
richesse de la création artistique...

[see more](#)



EVERY DAY!
**L'ART À LA UNE
FEMME SE COIFFANT**
de Toulouse-Lautrec
(musée d'Orsay)

[see more](#)

GALLERY



L'avenir des Statues
René Magritte



Slave auxilié
Jean-michel Basquiat



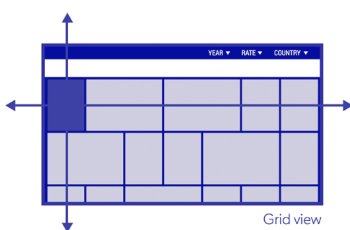
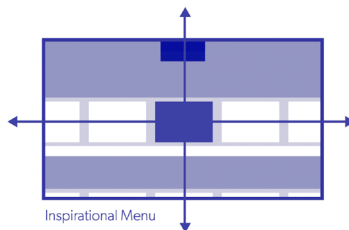
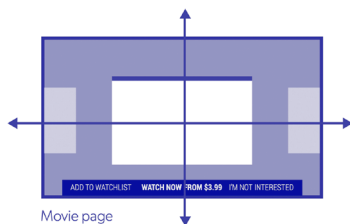
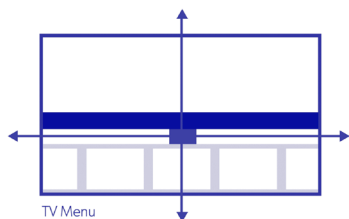
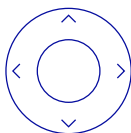
Exercice d'élève du Bauhaus
Dessau/Berlin
Anonyme



« Léa » de Technicolor : conception et étude des nouveaux usages de la télévision connectée

Axance et Technicolor travaillent sur un projet de télévision connectée (nom de code Léa). L'ambition est de répondre à la fois aux besoins des téléspectateurs traditionnels et de ceux qui développent des comportements de consommation un peu différents (replay, VOD, etc.). Le projet intègre une technologie qui se nourrit de ce que l'utilisateur aime et regarde pour lui recommander, en fonction de ces observations, des programmes appropriés et pertinents.

**Agence : Axance, www.axance.fr
Technicolor : Nicolas Limare,
vice-president of user experience**



2



**Designer
d'interfaces**

Définition

Le designer d'interfaces définit la structure, l'apparence et le comportement des écrans et des composants graphiques qui permettent de dialoguer avec des applications logicielles et des pages web, qu'elles s'inscrivent dans un contexte d'usage sédentaire ou mobile.

Il travaille sur une diversité de terminaux : ordinateurs, smartphones, tablettes ou d'autres types d'écrans (objet connecté, télévision connectée, borne interactive, écran déporté, etc.). Il traduit et interprète la conception fonctionnelle de l'interface en y intégrant les choix d'identité graphique existants ou créés spécifiquement pour le projet, tout en développant un style visuel cohérent à travers les différents types d'écrans. En choisissant les représentations

formelles les plus adaptées, il contribue à donner du sens et à faciliter la compréhension des interactions proposées.

Missions principales

Le designer d'interfaces définit, raffine et implémente le design de l'interface du site en répondant aux problématiques de l'activité de l'entreprise, de son identité de marque et aux besoins des utilisateurs. Il contribue à l'élaboration du brief design.

Il supervise la vision d'ensemble du projet, crée le design visuel, en définissant, à partir d'un concept, les choix typographiques et l'organisation graphique des pages, la navigation et les interactions avec l'interface.

Il crée des gabarits de page à travers une mise en scène de l'information

pertinente au regard des principes de mise en page pour l'écran et de la charte graphique propre à la marque. Il aborde ces gabarits selon une logique de cinématique. Pour chacun des projets sur lesquels il intervient, il veille à maintenir une cohérence dans les choix de design graphique, guidé par les principes d'identité de la marque. Pour cela il dispose de documents de référence, comme la charte graphique print et / ou web. Il s'appuie également sur les standards établis par les *design patterns* (schémas de conception). À l'issue du projet, le designer d'interfaces formalise le guide de style de l'interface.

Il s'assure que les choix du design sont en phase avec la conception de l'expérience utilisateur. Pour chaque contrainte ou opportunité technique liée à la partie visible de l'interface, il arbitre

des choix et met en œuvre des solutions de design porteuses de sens, en accord avec le client et les besoins des utilisateurs.

Compétences principales

Le designer d'interfaces développe des compétences spécifiques, comme :

- 1 Maîtriser les étapes et les méthodologies du processus design.
- 2 Comprendre un brief design et traduire ses besoins dans des propositions d'interface.
- 3 Être capable d'aborder une interface graphique dans sa globalité, que ce soit en termes de structure (grilles), de choix graphiques, ou de modalités d'interaction et de navigation.
- 4 Mettre en scène l'architecture, la typographie, la couleur, l'interactivité et l'iconographie dans une interface.

- 5 Maîtriser les principaux outils de formalisation graphique.
- 6 Apporter des solutions précises à des problématiques d'interfaces complexes.
- 7 Comprendre et s'appropriier les codes de l'identité d'une organisation et les traduire dans une interface avec cohérence.
- 8 Maîtriser la conception d'interfaces *responsive* et la conception sur plusieurs terminaux.
- 9 Savoir spécifier les comportements liés à l'interactivité.



Le risque,
en design
numérique,
est de se faire
happer par
la technologie.

Interview :

Nicolas Chauveau, designer

d'interfaces, intactile DESIGN

Quelles études et formations avez-vous suivies pour devenir designer d'interfaces ?

J'ai suivi un cursus « arts appliqués » classique avec un bac STI Arts Appliqués puis un BTS et un DSAA option « design produit », à l'ENSAAMA. C'est durant ce cursus que je me suis familiarisé avec les outils numériques, mais c'est mon parcours professionnel qui m'a mené vers le design d'interface et le design d'interactions.

Comment avez-vous débuté dans ce métier ?

Dans le cadre de mon diplôme de fin d'études, je me suis intéressé à l'ergonomie cognitive, mais sous l'angle du design produit, sans faire de lien particulier avec le numérique. Puis j'ai eu l'opportunité de rencontrer Yves Rinato, d'intactile DESIGN, qui m'a permis de découvrir tout ce qu'impliquaient ces questions dans le domaine du logiciel.

Quelles sont vos missions ?

Chez intactile DESIGN, les designers sont impliqués dans chaque étape de la conception : pour prendre l'exemple du projet de dictionnaire numérique de l'égyptien ancien sur lequel nous travaillons en ce moment, je suis mobilisé sur différents aspects.

En amont, notre équipe assiste l'université dans la maîtrise d'ouvrage sur ce projet depuis plusieurs années. Ensuite, sur les aspects de production, je participe à l'observation des usages des égyptologues, puis je mets en place et anime les réunions de co-conception avec eux. Les outils du design (croquis, maquettes papier, storyboards esquissés, etc.) nous permettent de suivre rapidement plusieurs pistes possibles. Nous les rendons plus robustes et complètes une fois de retour à l'agence. Je prépare également les livrables correspondant aux différentes étapes du projet (story-boards photo, maquettes papier, planches de charte, etc.) et m'assure grâce à eux que chaque acteur du projet a en permanence connaissance de l'avancée de celui-ci. Puis quand une partie de l'outil est bien définie, nous passons à son implémentation et son graphisme : ces phases se déroulent en parallèle grâce à notre maîtrise des méthodes agiles, avec notre équipe de développement. Pendant qu'elle développe les fonctions du logiciel, les designers définissent son design graphique via des planches vectorielles ou, selon le cas, directement en code. Cela permet de définir finement et de donner à voir rapidement le graphisme sans perdre de vue les contraintes technologiques.

Quelles sont les compétences et qualités nécessaires pour exercer ce métier ?

Savoir dessiner, communiquer une idée, être à l'aise et rapide avec les outils numériques, avoir des bases solides en graphisme, en typographie, sont à mon sens autant de compétences techniques fondamentales. Être perfectionniste est un plus. Les qualités nécessaires pour travailler en groupe, notamment en co-conception avec des gens venant de domaines très techniques, sont bien sûr la curiosité et la bienveillance, mais aussi l'humilité face à ces champs inconnus.

Quel(s) conseil(s) donneriez-vous à un jeune ou à une personne en reconversion professionnelle qui souhaiterait devenir designer d'interfaces ?

Le risque, en design numérique, est de se faire happer par la technologie : quand des designers « oublient » leur métier initial, ils courent le risque de se retrouver aliénés à la technique... et d'être dépassés à la génération d'outils suivante. Il faut prendre le temps de se ressourcer par rapport à son activité et continuer de porter sa curiosité en dehors des domaines du numérique, du design et des arts.

Il y a
un objectif
de séduction
dans le rôle
du directeur
de création
digital.



Interview :

Laurent Pierre, directeur

de création digitale, Niji

Quelles études et formations avez-vous suivies pour devenir DC Digital ?

Après un baccalauréat professionnel en définition de produits industriels, j'ai opté pour une formation en communication visuelle à l'école Brassart de Tours. Je suis tombé dans le digital par hasard, directement recruté depuis l'école. Diplômé fin juin, je commence le 17 juillet : un bouquin sur le web design, un wireframe, une résolution 800 x 600.

Comment avez-vous débuté dans ce métier ?

Ma première expérience avec le digital commence en 2000 en rejoignant KeenVision, première web agency de Sqli, en tant que webdesigner. Cinq ans plus tard je deviens directeur artistique et j'accompagne de belles marques sur le digital, qui se résume à l'époque à des sites web institutionnels ou événementiels.

En 2005, je m'installe comme designer graphique free lance, je reviens à l'expression visuelle multi-supports web mais aussi papier, je retrouve les bases un peu perdues du graphisme avec le digital.

C'est aussi une période où je réalise beaucoup de projets en Flash. En 5 ans (2005-2010) le digital se transforme, il passe du web statique au web participatif, l'app store s'apprête à révolutionner les usages, je m'intéresse de plus en plus à une approche « servicielle » dans mes conceptions visuelles et interactives.

Début 2010, Niji (entreprise de service du numérique) monte son offre design de services et constitue une équipe de designers. Je rejoins l'équipe pour créer le poste de directeur artistique, un an plus tard je deviens directeur de création digital et encadre une équipe de dix designers (ergonomes, directeurs artistiques et développeurs front-office).

Quelles sont vos missions ?

Quel est votre rôle auprès des équipes ?

La création est une matière instable, qui suscite sans cesse des débats, implique tous les métiers et anime les points de vue, à tout moment !
Mon rôle est de l'amorcer, la canaliser, la valider et de la livrer dans un contexte défini avec l'ensemble des équipes du projet.

La première mission, transverse à tous les projets, est de faire en sorte que la création se réalise dans et par une méthodologie design. Les bonnes questions doivent être posées, les objectifs et enjeux du projet bien compris. J'accompagne les équipes dans le bon déroulement du processus de création,

je matérialise et écris les convictions, les arguments, définis l'histoire qui permettra de défendre la création et ses partis pris.

Il y a un objectif de séduction dans le rôle du directeur de création digital, auprès du client et des commanditaires du projet, mais également un rôle important de porteur et défenseur d'une vision d'entreprise, d'une méthodologie centrée utilisateurs et du métier de designer.

Au quotidien, auprès des équipes du projet, je prends le brief, le restitue, oriente les recherches, valide les convictions et la stratégie de réponse design, j'oriente et valide les pistes de création, les argumente et les défends oralement en soutenance projet. Auprès de mon équipe, j'accompagne l'évolution de chacun dans l'entreprise, réalise les entretiens de recrutement, gère le planning et le suivi des tâches.

Quelles sont les compétences et qualités nécessaires pour exercer ce métier ?

Le directeur de création digital est avant tout un designer. Il a la responsabilité d'organiser des recherches, de dessiner une idée, de trouver un concept, de lire et réécrire les briefs, de travailler la matière numérique, interactive et graphique. La compréhension de l'ensemble de la chaîne digitale, la connaissance des enjeux et du fonctionnement de chaque métier sont indispensables pour piloter et encadrer la création digitale par le design.

La création se doit d'être collective ! Première qualité : rassembler les compétences et fédérer les idées autour d'un projet. Un directeur de création doit faire traduire les idées en termes de business, en passant par le marketing et les experts des technologies. Deuxième chose indispensable, la création digitale ne peut et ne doit se faire qu'au service de l'expérience et des attentes utilisateurs dans un contexte d'usage précis.

Piloter la création c'est aussi l'incarner, il faut donc être créatif, ne pas avoir peur de se planter, être dans la culture du faire, s'inspirer, copier, organiser des débats, confronter les idées, partager, toujours remettre en question une pensée, une idée.

**Quel(s) conseil(s) donneriez-vous
à un jeune ou à une personne
en reconversion professionnelle qui
souhaiterait devenir DC digital ?**

De s'intéresser au design, à sa culture, ses méthodes, son histoire et son influence sur les nouveaux métiers du digital.

09h00

Laurent regarde s'il y a du café et prend le temps de faire le tour de l'équipe pour dire bonjour et évoquer les projets les plus urgents. Il consulte ses Tumblr préférés.

10h00

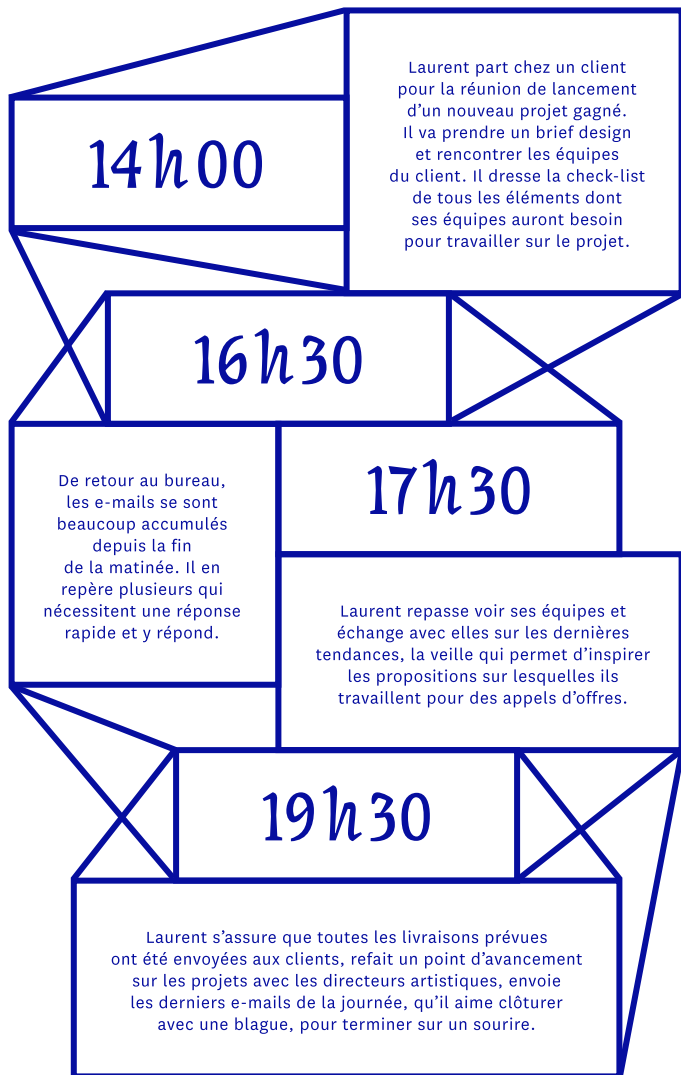
La journée s'articule autour de deux types de projets : les réponses aux appels d'offres et les projets en cours. Devant son agenda en ligne, Laurent organise dès le début de la journée la production : staffing, prise de rendez-vous, planification des réunions et des ateliers.

11h00

Laurent suit les projets en cours : il échange avec chaque membre de l'équipe design, donne ses retours sur les maquettes. Avec un directeur artistique, il débat des solutions de navigation envisagées pour l'interface d'une application mobile. Pour être sûrs, ils réalisent ensemble un benchmark informel et consultent leurs sites de référence.

12h30

Laurent prend un menu à emporter et retrouve ses collègues dans l'espace cafét' terrasse de l'agence.



Le rôle
du designer
n'est pas
d'être
le créateur.



Interview : **Édouard Wautier,** **UI designer, Withings**

Quelles études et formations avez-vous suivies pour devenir UI designer ?

Après un DNAP de design produit à l'ÉSAD de Reims avec une spécialisation Interaction Design, un diplôme de design industriel aux Arts Décoratifs de Paris et un échange de plusieurs mois en Corée dans une école de Media Design, l'UI / UX est la voie qui réconcilie mon passé de bricoleur geek et ma passion pour la conception de produits.

Comment avez-vous débuté dans ce métier ?

Le métier n'était pas aussi défini qu'aujourd'hui et laissait une place aux débutants passionnés. J'ai débuté à l'occasion d'un long stage dans une petite unité pluridisciplinaire d'anticipation et d'innovation d'Orange qui a débouché sur une embauche après mon diplôme.

Les projets que nous portions étaient alors des projets d'interfaces riches, de « web 2.0 », et du tout début du web mobile et des objets connectés. Certains projets ayant retenu l'attention, l'équipe

à rejoint Orange Vallée (filiale extérieure au groupe) pour passer du prototype au produit grand public. Ce fut l'occasion pour moi de passer de la recherche à l'application pratique. Après plusieurs années et plusieurs projets allant de la télévision et des interfaces gestuelles au mobile en passant par les produits physiques, j'ai rejoint Withings pour découvrir la vie en start-up !

Quelles sont vos missions ?

Quel est votre rôle auprès des équipes ?

À mon arrivée chez Withings, l'entreprise comptait quarante personnes et j'étais le premier designer à la rejoindre en interne. Mon rôle est donc d'intégrer le design au sein de l'entreprise, de promouvoir dans la conception de produit un point de vue à la fois esthétique (au sens large de l'interaction et de l'expérience) et fonctionnel (orienté utilisateur), de pousser des méthodologies itératives de conception / prototypage / test dans un environnement qui doit rester le plus réactif possible.

Au jour le jour, mon travail est de constituer des équipes (internes et externes), proposer des idées permettant d'améliorer ou de renforcer nos produits, concevoir les parcours utilisateurs, prototyper et tester ces parcours, définir le look and feel de nos produits, suivre l'intégration avec les développeurs, mettre en place la chaîne de production la plus efficace possible, sur les interfaces des produits et applications de Withings.

Contrairement à ce que laisse penser aux étudiants l'enseignement du design dans les écoles, le rôle du designer n'est pas d'être le créateur. Un produit est défini par une équipe et les idées viennent de partout et de tout le monde. Le rôle du designer est d'apporter à cet ensemble une vision particulière et de la formaliser.

Les idées sont informelles et floues, difficiles à saisir, à définir et à partager. Le designer a le rôle central de catalyser par sa capacité à donner forme à cette masse et ainsi à focaliser le projet, fédérer l'équipe dans une direction commune et garantir la cohérence de l'ensemble.

Quelles sont les compétences et qualités nécessaires pour exercer ce métier?

À mon sens, la qualité majeure est la curiosité, celle de comprendre l'environnement du produit, les utilisateurs pour lesquels on travaille, comment les choses fonctionnent, de ne jamais estimer que quelque chose est hors de sa compétence ou de sa compréhension, d'être toujours à la pointe de la technologie, d'avoir un intérêt pour le design, l'art et les choses humaines au sens large, d'avoir une recherche qui dépasse le pur fonctionnalisme.

**Quel(s) conseil(s) donneriez-vous
à un jeune ou à une personne
en reconversion professionnelle
qui souhaiterait devenir designer
d'interfaces ?**

À un jeune designer, je dirais que les noms n'ont pas d'importance, que ce que l'on appelle UX aujourd'hui a porté beaucoup d'autres étiquettes par le passé. Le titre importe peu, c'est la façon de penser qui compte, et il faut être souple et ne pas s'enfermer dans la technique pure ou le dernier outil à la mode. Le plus important est de construire une expérience du faire. Les idées ne valent rien, seul ce qui existe a une valeur. Pas de mockups, pas de beaux écrans Photoshop.

Construisez de vrais produits ! Faites-les vous-mêmes, développez vous-mêmes, constituez des équipes et montez des start-ups. Faites quelque chose qui marche, même si c'est laid. Détruisez et recommencez. Améliorez. L'ère du designer entrepreneur est arrivée !



Il est vital
que chaque
membre
de l'équipe
soit impliqué
à toutes
les phases.

Interview :

Laure Dubuc, directeur

artistique, af83

Quelles études et formations avez-vous suivies pour devenir UI designer ?

Suite à mon bac scientifique, j'ai étudié les arts appliqués notamment à l'école Estienne en communication visuelle et typographie (BTS et DSAA).

Comment avez-vous débuté dans ce métier ?

J'ai eu mon premier poste suite à une rencontre où j'ai pu présenter mon projet de diplôme. J'avais abordé le design d'information sous le prisme du transport et de la multimodalité en réalisant une cartographie. Cela a particulièrement intéressé mon interlocuteur, car l'agence venait de remporter un appel d'offres pour développer le système d'information voyageurs d'un réseau de transport.

Au cours de cette mission, j'ai essentiellement fait de la déclinaison et des spécifications, ce qui m'a permis d'appréhender les contraintes d'un projet et celles du travail en agence.

Ce fut aussi le point de départ de la route vers le design d'information, le design d'interactions,

le design UX, le design de services, bref le design dans mes postes suivants et encore aujourd'hui chez af83.

Quelles sont vos missions ?

Quel est votre rôle auprès des équipes ?

Je commence la liste des missions par la plus rébarbative : les spécifications et l'export de composants.

À chaque métier son lot de tâches moins intéressantes...

Le cœur du métier, et bien évidemment le plus

intéressant, est la conception logique et graphique.

Création d'un site internet, d'un langage graphique, de pictogrammes d'une présentation, etc. Les sujets sont variés.

La phase de conception graphique suit en général celle de l'architecture logique. Ces deux phases étant particulièrement liées, j'essaie d'être présente dès le début : lors des ateliers avec les clients, lors de la réalisation des wireframes, etc. Même si je ne réalise pas concrètement les wireframes ou le workflow, les phases de réflexion sont communes. Cette méthode n'est malheureusement pas toujours réalisable et dépend aussi des agences.

Pourtant, il est vital pour le bon déroulé du projet que chaque membre de l'équipe soit impliqué à toutes les phases. Chacun, avec son expérience et son esprit logique, peut émettre des solutions UX et enrichir les réflexions avec son regard métier.

**Quelles sont les compétences
et qualités nécessaires
pour exercer ce métier?**

Ne pas se contenter d'effets esthétiques séduisants, donner du sens à ce que l'on fait. Avoir un sens critique, analyser pour exercer son œil à discerner ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Et probablement le plus important : l'humilité ! Rien n'est acquis en matière de design, tout est à tester.

**Quel(s) conseil(s) donneriez-vous
à un jeune ou à une personne
en reconversion professionnelle qui
souhaiterait devenir DA digital ?**

Ne pas définir une réponse, ni son métier en fonction d'un médium mais questionner en permanence le support, les outils en fonction de l'objectif et de l'enjeu.

Ne pas faire confiance aux outils mais à son œil. L'œil humain est identique qu'il lise sur papier ou sur écran, c'est lui le seul juge.

Porter attention et soigner la typographie, son choix et sa composition. Les signes (alphabet, pictogramme, etc.) constituent la matière graphique de base et sont omniprésents.

Indicateurs

Le profil type d'un designer d'interfaces

Un homme de 26-30 ans, salarié ou freelance, à Paris ou en région, doté d'un bac +3 et issu d'une école d'art, de design ou web, en CDI, travaillant majoritairement en agence mais aussi en entreprise (studio de design intégré ou start-up).

Les écoles les plus citées

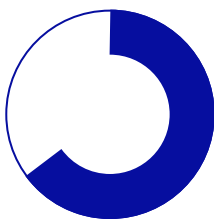
- Gobelins (Paris)
 - IESA Multimédia (Paris)
 - École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs
 - Université Paris 8 (Saint-Denis)
 - Écoles des beaux-arts
-

Le design d'interfaces dans les entreprises

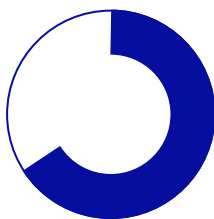
Actuellement, le design d'interfaces arrive en 2^e position des compétences dont les entreprises ont le plus besoin, après le design graphique.

Les salaires

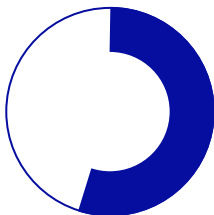
- Salaire d'un designer d'interfaces junior :
de 17 000 € à 35 000 € bruts annuels
- Salaire d'un designer d'interfaces senior :
de 35 000 € à 70 000 € bruts annuels
- designer d'interfaces freelance, à la journée :
de 300 € à 600 € hors taxes



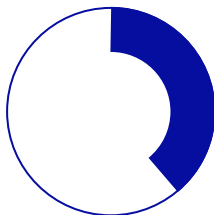
65 %
des designers d'interfaces
sont des hommes



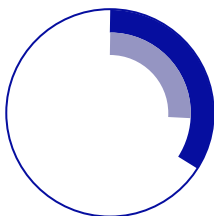
66 %
des designers d'interfaces
sont salariés



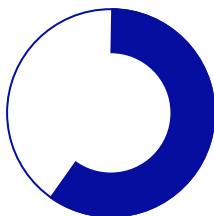
55 %
des designers d'interfaces
exercent leur activité à Paris



39 %
des designers d'interfaces
exercent leur activité en région



34 % des designers
d'interfaces disposent d'un bac +3,
26 % d'un bac +5



60 % des designers
maîtrisent le design d'interfaces,
d'après les agences

Le métier vu par les professionnels

« Obligation de formation permanente pour rester à jour, la veille technologique ne suffit plus, vu les avancées dans ce domaine. »

« Souvent n'avoir qu'une casquette n'est pas viable. Les agences ou entreprises du numérique n'ont pas forcément les moyens d'avoir un UX designer et un UI designer. Nous sommes donc amenés à jouer les deux rôles. Ce qui peut être difficile, mais aussi bénéfique pour chacun de ces métiers. »

« En freelance depuis 2014. Il s'avère beaucoup plus facile de travailler en indépendante plutôt que de trouver un poste en CDD / CDI... Je crois beaucoup au freelancing, qui s'adapte davantage aux besoins réels et momentanés des entreprises, ainsi qu'aux évolutions des marchés. »

« Je travaille essentiellement pour le web et j'ai l'impression de commencer à stagner. Étant en web agency, les sites s'enchaînent, les délais de réalisation sont de plus en plus courts et la gestion de projet se relâche, à tel point qu'il n'est plus question de réfléchir sur les projets, mais uniquement de les enchaîner. »

L'évolution de la demande des clients

« Les clients sont de plus en plus pointus, de plus en plus au fait de ce qui se fait. Ils arrivent souvent avec des wireframes. »

« On prendra le prestataire le moins cher et on lui demandera de décrocher la lune, pour finalement faire comme tout le monde. »

« Beaucoup de demandes sur le responsive design, pas toujours justifiées. Le client ne se projette pas et ne comprend pas vraiment les tenants et aboutissants du responsive. »

« Les clients sont de plus en plus sensibles à l'UI / UX design de leur application. C'est une très bonne chose pour notre profession et pour l'utilisateur final. Pour autant, ils ne sont pas forcément enclins à payer une prestation supplémentaire pour le travail que cela requiert : réalisation de scénarios d'usage, de personae, de prototypes, etc. »

« Les clients aiment de plus en plus expérimenter, prototyper et tester. »

« Le design
d'interfaces
couvre
désormais
une diversité
de besoins. »



Point de vue de recruteur : **Ludivine Réaut,** **team leader, Aquent**

Un métier stable mais bousculé par l'UX design

Le designer d'interfaces a toujours été recherché jusqu'à présent sous l'appellation de directeur artistique web (DA web). Il s'agit d'une évolution naturelle et logique du métier, car il couvre désormais une diversité de besoins (design d'applications logicielles, design d'applications mobiles, design d'interfaces graphiques destinées à des types d'écrans non traditionnels). La demande est relativement stable car il a pris sa place au sein de pôles graphiques, que ce soit en agence ou chez l'annonceur, et doit prendre en compte l'intégration toujours plus forte de l'UX design dans un projet. On rencontre aussi fréquemment des « designers UX/UI » qui accolent les deux compétences.

Les profils les plus demandés

—— Des profils créatifs, DA web et web designer / intégrateur. —— Des professionnels capables de démontrer leur compréhension de l'environnement *responsive* et technique, la

capacité à travailler sur des terminaux différents.

— Des personnes qui aiment travailler dans un environnement collaboratif et innovant. —

Des profils faisant preuve de curiosité et de très bonnes capacités relationnelles.

**Un métier marqué par
les évolutions technologiques
et d'importantes
ruptures d'usages**

Le métier couvre la conception graphique plaçant l'utilisateur au centre, en intégrant les contraintes techniques. Historiquement, il a accompagné les ruptures technologiques majeures de l'informatique (émergence de l'informatique grand public, développement du marché du logiciel, du web et plus récemment des usages mobiles). Le design d'interfaces dispose d'un héritage particulièrement riche, qui témoigne d'une évolution continue à travers l'histoire des terminaux mais aussi des usages. Aujourd'hui, l'interface est d'abord pensée en termes de scénarios d'usage, de besoins utilisateurs, d'architecture de l'information. Le designer d'expérience utilisateur, sans empiéter nécessairement sur le périmètre du designer d'interfaces, lui impose de modifier ses méthodes de travail.

Nos conseils aux entreprises

—— Sensibiliser et former les créatifs web internes à l'UX et à l'ergonomie des interfaces. —— Favoriser l'existence d'un pôle créatif dédié pour ne pas brider la créativité. —— Donner une place propre au design d'interfaces tout en ménageant une étroite collaboration avec l'UX design. —— Favoriser une grande communication au sein des équipes. —— Répartir les périmètres et les champs d'action de chacun. Bien redéfinir son organisation.

Nos conseils aux talents

—— Être en perpétuelle auto-formation (MOOCs par exemple). —— Effectuer une veille continue et benchmarker les tendances. —— Suivre de près l'innovation technologique et l'évolution des usages. —— Si vous êtes DA web, nous vous recommandons fortement de vous former et de devenir UI designer. —— Avoir une bonne connaissance et compréhension de l'environnement de développement et des enjeux *front-end*.

« Les créatifs
digitaux se doivent
d'être agiles
et d'adapter
leurs compétences
au rythme
des évolutions
de la technique et
des usages. »



Point de vue d'expert : **Annick Teboul, directrice** **de création, BETC Digital**

Un métier en forte tension

Les métiers du design d'interfaces sont depuis plusieurs années en tension, du fait de l'accélération des évolutions techniques. Comme les métiers du développement, ces métiers sont en progression et très recherchés.

Concilier forme et fonction

Les qualités attendues pour un UI designer sont la rigueur (pixel perfect) et un grand sens de l'esthétique (très bons crafteurs), mais aussi un intérêt pour l'UX, pour la fluidité de l'information dans l'interface.

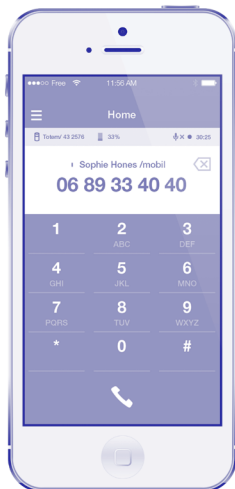
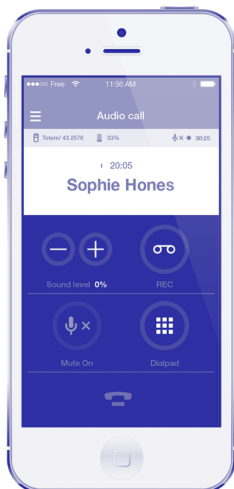
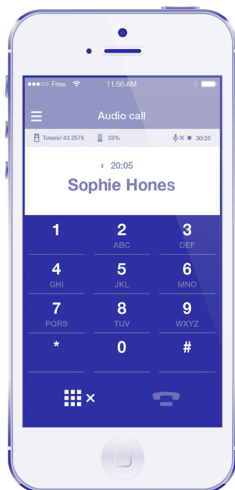
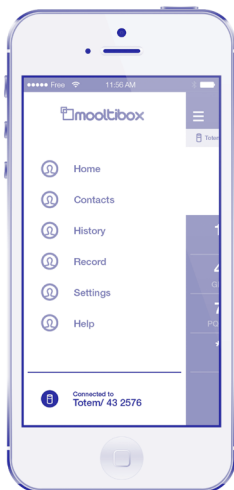
Partage entre évolutions et conventions

Y a-t-il beaucoup de choses « durables » en digital ? ! L'UI étant en prise à la fois avec les évolutions techniques (*responsive*, HTML) et les modes (flat design vs skeuomorphism), les nouveaux usages des médias sociaux (Snapchat), les créatifs digitaux doivent être agiles et adapter leurs compétences au rythme de cette transformation continue. Même si certains principes sont maintenant ancrés dans les usages, comme le panier en haut à droite des sites marchands.

MooltiConf™ : une appli mobile pour gérer ses conférences téléphoniques

MooltiConf™ permet de piloter très simplement ses conférences téléphoniques à partir de n'importe quel smartphone, remplaçant ainsi les écrans et claviers téléphoniques intégrés des systèmes de conférence traditionnels.

Agence : Caïman Design
www.caimandesign.com



VÉgA : un outil linguistique collaboratif

Les égyptologues de LabEx Archimede (Archéologie et Histoire de la Méditerranée et de l'Égypte Anciennes) et d'intactile DESIGN ont élaboré ensemble un Vocabulaire de l'Égyptien Ancien (VÉgA) numérique. L'objectif est de créer un outil interactif permettant de modéliser et représenter les connaissances évolutives en égyptien ancien, en regroupant et recoupant les mots, leurs attestations, leurs références, leurs graphies exactes en hiéroglyphes et les photographies des textes concernés.

Agence : intactile DESIGN
www.intactile.com



3



**Designer
d'interactions**

Définition

Le designer d'interactions conçoit des produits et des services numériques qui peuvent prendre diverses formes : objets connectés, environnements numériques, applications logicielles. Il traduit les objectifs de ses clients et les besoins des utilisateurs en scénarios d'usage détaillant la façon dont le produit agit et réagit, en tirant le meilleur parti des apports de la technologie. Son champ d'intervention couvre des problématiques s'appliquant à de nombreux domaines d'activités : médical, mobilité et transport, finance, énergie, culture, éducation, etc.

Sa spécificité

Le designer d'interactions travaille sur la base de scénarios pour définir la façon dont les produits et services numériques se comportent quand ils dialoguent avec les personnes ou leur environnement. Ces comportements articulent aussi bien des interactions numériques (qui s'expriment dans des interfaces) que des interactions physiques (qui s'expriment dans la dimension mécanique du produit). Très souvent, il s'agit d'explorer des méthodes d'interaction non traditionnelles, c'est-à-dire ne faisant pas seulement appel à des interfaces graphiques, comme les interfaces gestuelles ou tangibles.

Il mène aussi une recherche formelle à l'échelle du produit. Pour donner vie à ses propositions, le designer

d'interactions s'appuie sur des techniques de prototypage, tant physiques que numériques. Parfois, les projets dont il a la charge revêtent un caractère prospectif, interrogeant des situations et des technologies situées dans un horizon plus lointain.

Missions principales

Le designer d'interactions participe, avec le chef de projet, au recueil du besoin du client, qu'il contribue à cadrer et à analyser. Il conduit ou exploite les recherches sur les utilisateurs et les parties prenantes d'un projet. Afin de dégager une représentation fidèle de leurs besoins et de leurs attentes, il les synthétise sous la forme de benchmarks, de personae ou de diagrammes.

Dans la phase dite d'idéation, le designer d'interactions confronte le besoin du client aux attentes des utilisateurs. Il explore le plus grand nombre de solutions possibles et les évalue en les testant et en validant leur faisabilité technique avec les développeurs. Pour les mettre en situation, il écrit des scénarios d'usage. Il modélise les interactions, dresse une cartographie de l'expérience, réalise des maquettes et des prototypes (par exemple, à l'aide d'animations ou de vidéos) afin de communiquer de manière efficace les idées en termes de représentation visuelle et de comportement pour l'interface du produit. Il définit la forme des produits dans la mesure où celle-ci est étroitement liée au comportement et à l'usage qu'ils induisent. Il teste et affine le design selon un processus itératif.

Compétences principales

Le designer d'interactions développe des compétences spécifiques, comme :

- 1 Communiquer le résultat de recherches utilisateurs pour en souligner les enseignements principaux.
- 2 Traduire les besoins des utilisateurs et les objectifs du client en des expériences qui mobilisent les technologies numériques de manière pertinente.
- 3 Générer un grand nombre d'idées et les rendre communicables par le dessin ou d'autres moyens.
- 4 Écrire, dessiner et formaliser des scénarios d'usage illustrant comment les personnes, les services, les produits et la technologie dialoguent.

- 5 Réaliser des prototypes fonctionnels et des maquettes de produits pour les solutions interactives proposées.
- 6 S'approprier les langages de programmation objet pour prototyper et donner corps aux interactions.
- 7 Maîtriser les outils de modélisation et de formalisation pour représenter des systèmes complexes.
- 8 Mener des recherches formelles abouties en termes de design produit.
- 9 Rédiger les spécifications fonctionnelles détaillées du produit.
- 10 Suivre le développement du produit pour s'assurer qu'il répond à ce qui a été spécifié.



Le design
d'interactions
est clé
pour susciter
l'attrait
des clients.

Interview :

Élise Prieur, designer

d'interactions, EDF

Quelles études et formations avez-vous suivies pour devenir designer d'interactions?

Après une formation en Arts Appliqués (bac STI, BTS design produit), je suis entrée à l'ENSCI – Les ateliers. J'y ai découvert le design d'interactions en 2006 au sein de l'atelier de design numérique, alors dirigé par Jean-Louis Fréchin.

Comment avez-vous débuté dans ce métier?

Je suis arrivée à la Recherche et au développement d'EDF en 2009, pour une mission de conception d'outils et de services à destination des clients « back et front office ». Or la question du design d'interactions s'est révélée une composante fondamentale de certains projets. Aujourd'hui, la relation entre le client et l'énergie passe essentiellement par la facture. Mais demain cette relation s'intensifiera, avec des outils de visualisation de la consommation d'énergie en temps réel. Pour accompagner ce changement, susciter l'attrait des clients et les accompagner dans cette dynamique, le design d'interactions est une

composante clé. Tel est le cas de l'application en développement Joyly par exemple, où l'interaction permet de découvrir la courbe de consommation électrique nationale de façon ludique.

**Quelles sont vos missions ?
Quel est votre rôle
auprès des équipes du projet ?**

Les designers d'EDF sont intégrés aux équipes de recherche et interviennent, au travers de collaborations multidisciplinaires, en appui pour les entités opérationnelles du groupe (production, transport et commercialisation). Dans mon cas, je travaille sur des sujets « moyen terme » c'est-à-dire à un horizon pluriannuel, principalement en lien avec certains projets de démonstrateurs, dans le cadre d'expérimentations sur les nouvelles relations à l'énergie. J'accompagne les équipes de ces projets, de la veille jusqu'à la conception de solutions (prototype interactif, service). En fonction des projets, ces travaux sont menés en coopération avec d'autres disciplines : sociologie, ergonomie, intégration de nouvelles technologies, système d'information, etc.

Je travaille par ailleurs sur des sujets plus prospectifs, toujours en collaboration avec des ingénieurs chercheurs. J'interviens par exemple sur le projet SMACH, un simulateur des comportements humains dans l'habitat.

Pour SMACH, mon rôle a été de concevoir l'expérience utilisateur de l'interface pour une

cible grand public. Ce chantier a été mené en collaboration avec des ergonomes, des architectes de l'information et des chercheurs en méthodes d'apprentissage (par exemple l'intelligence artificielle). Dans ce cas de figure, le challenge est de faire cohabiter la complexité et la rigueur du domaine de recherche et l'attractivité pour le grand public.

**Quelles sont les compétences
et qualités nécessaires
pour exercer ce métier ?**

La curiosité, la créativité, la flexibilité (puisque l'on doit intervenir sur des domaines de compétences variés : la thermique, le fonctionnement du système électrique, etc.), la ténacité (car la complexité technique peut être au rendez-vous) et des qualités de communication (car c'est un travail collaboratif).

**Quel(s) conseil(s) donneriez-vous
à un jeune ou à une personne
en reconversion professionnelle
qui souhaiterait devenir designer
d'interaction ?**

Se cultiver sur les sujets liés à la vague numérique. Multiplier les expériences sur des domaines de compétences variés, dans des contextes variés aussi. Être curieux autant que possible. Comprendre, analyser et réaliser par soi-même en osant la rupture par des analogies avec des domaines qui peuvent paraître éloignés les uns des autres de prime abord.

09h00

Élise arrive au bureau et démarre la journée avec un café. Elle se lance dans un bref échange avec son collègue de bureau spécialiste en innovation sur les dernières actualités du moment, pendant que les 1^{ers} mails de la journée arrivent dans sa messagerie.

10h00

Élise se rend à une réunion de travail avec un collègue ergonomiste, pour définir une expérience avec un outil de recherche, dans un lab grand public.

11h00

Elle réalise un scénario d'usage, pour mettre en scène cette expérience, et mène un travail de veille sur des expériences interactives autour de l'énergie pour enrichir ce scénario.

12h00

Élise emprunte les transports en commun pour se rendre sur le lieu de son déjeuner.



Indicateurs

Le profil type d'un designer d'interactions

Un homme de 26-30 ans, salarié, à Paris, doté d'un bac +5 en école de design, en CDI, travaillant autant en agence qu'en entreprise (studio de design intégré ou start-up).

Les écoles les plus citées

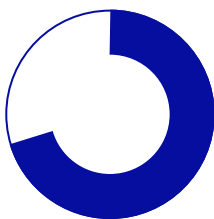
- Strate (Sèvres)
- École de design Nantes Atlantique (Nantes)
- ENSCI – Les Ateliers (Paris)
- Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (Paris)
- ENSAAMA Olivier de Serres (Paris)

Le design d'interactions dans les entreprises

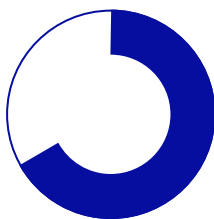
Actuellement, le design d'interactions n'arrive qu'en 9^e position des compétences dont les entreprises ont le plus besoin.

Les salaires

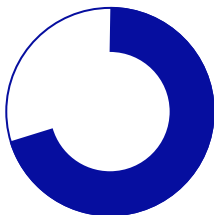
- Salaire d'un designer d'interactions junior :
de 25 000 € à 35 000 € bruts annuels
- Salaire d'un designer d'interactions senior :
de 35 000 € à 55 000 € bruts annuels
- designer d'interactions freelance, à la journée :
de 400 € à 800 € hors taxes



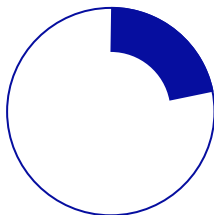
70 %
des designers d'interactions
sont des hommes



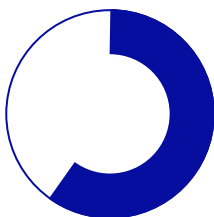
67 %
des designers d'interactions
sont salariés



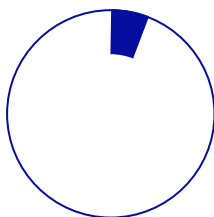
70 %
des designers d'interactions
exercent leur activité à Paris



22 %
des designers d'interactions
exercent leur activité en région



60 %
des designers d'interactions
disposent d'un bac +5



6 % des designers
maîtrisent le design d'interactions,
d'après les agences

Le métier vu par les professionnels

« Mon métier me plaît et nécessite des formations permanentes sur les technologies, pour lesquelles il est parfois difficile de dégager du temps. »

« Le métier n'est pas encore bien intégré au sein des entreprises. Il y a encore un gros travail d'évangélisation à effectuer. »

« Beaucoup trop d'attachement à la technique comme levier de création et pas assez d'analyse humaine. »

« Les groupes industriels et les créateurs d'entreprise auxquels je m'adresse ont encore une vision très floue de la diversité des métiers du design de produit et d'interaction, et tout autant des services que nous pouvons leur apporter. »

« Mon métier est très transverse et me permet d'aborder les problématiques des projets sous de nombreuses dimensions, ce qui est très stimulant. »

L'évolution de la demande des clients

« Les clients demandent beaucoup de polyvalence et de cumuler les compétences. »

« Les clients sont demandeurs car ils ont compris que le design d'interactions est une source de différenciation et d'impact. »

« Les innovations de produits et de services sont médiatisées de plus en plus tôt dans leur courbe de développement, il n'est donc pas rare d'avoir des demandes de clients y faisant référence qui soient complètement obsolètes. »

« Les clients pensent de plus en plus être experts en design ce qui complexifie la tâche car souvent leur savoir est un faux savoir ! »

« Le design est au cœur de tous les sujets stratégiques en interne alors que l'équipe est uniquement composée d'ingénieurs. »

« Le design
d'interactions
incarne
la prochaine
vague
d'expertises
recherchées. »



Point de vue de recruteur : **Emmanuelle Rasse,** **agent de talents, Aquent**

Designer d'interactions : **un métier encore émergent**

Gérer la relation entre les produits numériques et les personnes devient une part importante de la conception de l'expérience utilisateur, d'où la nécessité d'intégrer de plus en plus ce type de métier. En particulier parce que cette démarche, qui consiste à définir la façon dont les produits et les personnes dialoguent, est source de différenciation pour les entreprises.

Pour autant, la demande de ce type de profil n'est pas encore clairement formalisée et stabilisée. Les organisations ne sont pas encore vraiment prêtes à accueillir ces profils (équipes marketing dédiées, équipes d'ingénieurs), mais s'y préparent. Pour le moment, on demande plus à des UX designers d'avoir une dextérité en design d'interactions, plutôt que de recruter un designer d'interactions en tant que tel.

Le poste et sa place dans l'entreprise ne sont pas encore vraiment définis, c'est un poste hybride or à l'heure actuelle on recrute des profils aux expertises bien délimitées plutôt que ceux situés à la frontière de plusieurs expertises. En tant que recruteur en France, nous n'avons pas encore été

sollicités sur des postes de designers d'interactions *stricto sensu*. Ce métier dispose néanmoins d'un fort potentiel pour devenir incontournable au sein des agences. Aux États-Unis et dans les autres pays anglo-saxons, le métier de designer d'interactions est déjà bien implanté. En France, il émerge, comme en attestent les formations florissantes.

Les compétences demandées

—— Sciences humaines et comportementales, ergonomie et sciences cognitives, sociologie des usages, anthropologie. —— Design produit associé à une forte culture digitale. —— Généralement, une expérience précédente en design d'expérience utilisateur ou en design d'interface. —— Maîtrise technique, langages de programmation orientés objet. —— Beaucoup de connaissances pour comprendre l'organisation : le profil doit pouvoir être capable de prendre du recul et de comprendre l'environnement, l'écosystème et le business de la société. —— Ce sont généralement des postes confirmés ou seniors.

Les facteurs d'évolution du métier

Usages, technologies et marché sont des facteurs d'évolution déterminants pour le métier de designer d'interactions. Depuis quelques années, l'entrelacement des usages digitaux et du

monde physique démultiplie les situations et les terminaux qui nécessitent l'intervention de l'interaction.

Qu'il s'agisse d'objets connectés, d'espaces ou de terminaux mobiles dédiés, ces points de contact favorisent des interactions plus naturelles, plus immersives et parfois plus diffuses, c'est-à-dire sans nécessairement le recours à l'écran (comme les capteurs intelligents de Mother, un objet connecté programmable). La technologie devient invisible.

L'adoption de nouveaux usages tend à être massive et rapide, ce qui stimule la recherche. L'interaction numérique étant de plus en plus au cœur de la relation entre les personnes et les produits du quotidien, ce métier contribuera à développer des facteurs de différenciation importants pour l'innovation et la performance économique des entreprises. Le design d'interactions n'est d'ailleurs pas réservé aux entreprises technologiques (Orange, Apple, Sony, Samsung, Microsoft, etc.) : de nombreux secteurs y font appel dont la santé, la mobilité et les transports, l'énergie, la finance et les assurances.

Nos conseils aux entreprises

—— Avoir enclenché sa transformation digitale est un prérequis indispensable. —— Ne pas hésiter à investir, car le design d'interactions favorise l'innovation et le retour sur investissement côté business. —— Définir son organisation interne : avoir des pôles marketing, produit, ingénierie qui laissent place à recevoir un tel profil. —— Repérer les collaborateurs actuels qui peuvent avoir ces compétences. —— Être à l'affût des aspirations de ceux qui pourraient vouloir se pencher sur ce sujet de manière naturelle, cela favorisera une intégration fluide et efficace. —— Avoir recruté des designers d'expérience utilisateur dans ses équipes favorise une meilleure intégration de ce type de profil. —— Être prêt à repenser une nouvelle méthodologie de conduite de l'innovation et de design management. —— Laisser une place à la communication inter-équipes : ce métier a besoin de puiser dans toutes les entités et départements de la société.

Nos conseils aux talents

—— S’orienter si possible dès la formation initiale : plusieurs écoles françaises proposent déjà des formations spécialisées en design d’interactions (Gobelins, École de design de Nantes Atlantique, UTC de Compiègne, Strate, etc.). —— Suivre des formations complémentaires pour se perfectionner. —— Effectuer une veille permanente : suivre les évolutions techniques, créatives et d’usages du domaine. —— Un poste de designer d’interactions peut ouvrir des portes vers d’autres fonctions clés de l’entreprise (design produit, marketing, techniquedigital) et permettre de naviguer entre plusieurs secteurs d’activité.

« En matière
de design
d'interactions,
c'est l'offre
qui crée
la demande. »



Point de vue d'expert :
Benoît Drouillat, président,
designers interactifs

Un métier «en avance de phase»

Historiquement, le design d'interactions est une pratique née du besoin d'aborder la question du design de produit conjointement à celui de l'interface, de laquelle le produit est indissociable. Ce métier a émergé lentement mais sûrement depuis le *Grid Compass* (le 1^{er} ordinateur portable) de Bill Moggridge en 1982. Le métier de designer d'interactions n'est pas si nouveau qu'il y paraît en France : je pense notamment au travail mené dans la télématique dans les années 1980, puis dans le domaine des terminaux mobiles et plus récemment, depuis le milieu des années 2000, autour des objets connectés.

S'il n'a pas encore explosé, c'est qu'il est à l'articulation de l'usage, du design de produit et de la technologie. Une caractéristique difficile à intégrer pour les entreprises qui n'ont pas la culture du design et pour lesquelles chaque compétence doit pouvoir être catégorisée, placée dans une case. Le rôle de designer d'interactions est souvent dévolu à un ingénieur car *in fine*, c'est le point de vue de la technologie qui prime. Il y a probablement aujourd'hui en France plus de designers se réclamant du champ de l'interaction que de demandes formulées car le pays s'est depuis longtemps détourné de

son industrie, en dépit de PME innovantes dans le domaine du numérique, comme Withings ou Parrot.

Aujourd'hui, c'est l'offre qui crée la demande et les écoles de design sont en la matière en avance sur le marché. Leur apport est très pertinent, ce que de nombreuses entreprises ont compris en nouant avec elles des partenariats industriels sur des projets prospectifs.

**Saisir les enjeux autant
qu'exprimer la forme du dialogue
entre un produit, un service et
les personnes qui en font l'usage**

Les qualités premières d'un designer d'interactions doivent être sa curiosité, sa capacité à s'approprier les problématiques complexes et à leur donner corps à travers des représentations, sa faculté à raconter une histoire et à mettre en scène les solutions qu'il a imaginées avec l'aide de la technologie. L'interaction est avant tout de nature temporelle. Comprendre les enjeux me semble aussi important que formaliser.

Le designer d'interactions est avant tout un designer et à ce titre son objectif est d'intégrer le point de vue de l'utilisateur pour lui apporter une vraie valeur ajoutée. Il se distingue par son aptitude à répondre aux objectifs de son client et aux besoins des utilisateurs en mobilisant la matière numérique non pas comme fin en soi, mais comme un outil extrêmement malléable. C'est à lui de penser un usage créatif des technologies

pour les mettre au service des personnes en veillant à en interroger autant les opportunités que les contraintes. À ce titre, le designer d'interactions est un designer de comportement. Il rythme et ponctue le dialogue qui s'énonce entre un produit, un service et les personnes qui en font l'usage.

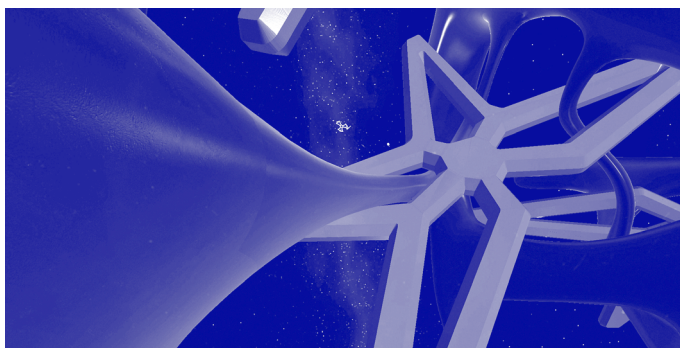
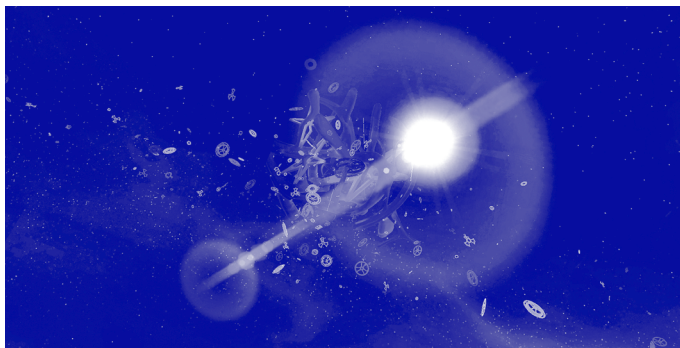
Un métier de la réinvention permanente

La technologie est probablement le facteur d'évolution le plus sensible et visible auquel doit faire face le designer d'interactions. Il doit en permanence se former à de nouveaux outils et en mesurer le potentiel, avec un risque d'obsolescence rapide. Se réinventer de façon continue est aussi excitant qu'harassant ! Pour autant, les ruptures d'usage conditionnent tout autant, bien que plus souterrainement, l'évolution de sa pratique. Elles peuvent contribuer à remettre en cause la pertinence d'une technologie ou la consacrer. De nombreux domaines de recherche, comme la robotique ou l'intelligence artificielle, témoignent d'avancées surprenantes, qui peuvent devancer les usages. Les scénarios prospectifs se réalisent rarement tels qu'ils ont été formulés tant les « vrais gens » ont le don de faire autre chose d'une technologie que ce à quoi elle était promise. Ce sont précisément ces incertitudes qui font tout l'intérêt du design d'interactions. La démarche est très proche de la recherche, où la culture doit être importante mais où rien n'est définitivement acquis.

Astral Skeleton Experience : un dispositif de réalité virtuelle en 3D

The Astral Skeleton Experience est une expérience Oculus Rift réalisée pour l'horloger suisse Roger Dubuis à l'occasion du Salon International de Haute Horlogerie de Genève en février 2015. L'interface proposait au visiteur muni des lunettes Oculus Rift de voyager en 3D à travers l'univers de la marque, qui mettait l'accent cette année sur les pièces « squelette » (au mécanisme apparent).

Agence : Bonjour, interactive lab
www.bonjour-lab.com
Concept artist : Marine Brun



La SmartDrop Évian :
un objet connecté
pour commander des packs
d'eau depuis son frigo

Créée pour Evian, la SmartDrop est un objet connecté qui permet de commander des packs d'eau Evian directement depuis son frigo. Dans un contexte où le commerce électronique tente d'adapter ses modèles d'affaire à l'arrivée massive des objets connectés, Evian apporte un service pratique et à forte valeur ajoutée aux consommateurs.

Agence: Joshfire (initié avec BETC)
www.joshfire.com



4



**Designer
de services**

Définition

Dans le design de services, qui accompagne l'évolution historique d'une économie industrielle vers une économie de services, le résultat final du projet n'est plus qu'un élément dans une stratégie d'ensemble mêlant produits ou objets, mais aussi scénarios d'usage et dispositifs immatériels. L'intervention du designer de services se situe ainsi à l'échelle des systèmes.

En portant un regard sur tout l'écosystème du service, le designer scénarise le parcours de l'utilisateur dans le temps et chorégraphie les différents points de contact, ainsi que le jeu des processus de co-production du service entre utilisateur et fournisseur. Le service doit être conçu tant dans sa dimension frontale avec l'utilisateur que dans celle réservée au fournisseur de service.

À la différence d'autres disciplines du design, le design de services traite des interactions homme / homme et pas seulement des interactions homme / machine. Le designer de services met en œuvre un ensemble de méthodologies qui lui permettent de comprendre le contexte et les personnes, de positionner le projet, d'explorer des concepts et des solutions, de sélectionner les propositions de design appropriées, de les matérialiser et de les mettre en œuvre.

Multidisciplinaire par nature, le design de services favorise la collaboration de professionnels issus d'horizons différents.

Le designer de services comprend le lien entre un projet et sa réalité sur le terrain. Il adopte une démarche de co-conception avec les utilisateurs.

Il met en évidence les besoins latents ou conscients des usagers, leurs attentes et leurs motivations. Il cherche à comprendre leurs valeurs, leurs comportements, etc.

Il cartographie le contexte (social, économique, juridique, politique, historique, culturel, etc.), les contraintes et les ressources disponibles (humaines technologiques, financières, etc.).

Il explore les opportunités en fonction des objectifs du client. Pour cela, il exploite des méthodes et des outils : ethnographie, benchmark, analyse de marché, analyse en contexte, interviews, sondages, etc.

Le designer de services et le client positionnent stratégiquement le projet en lui assignant un périmètre et des objectifs. Le designer de services définit quel élément d'information du contexte

et quelles données peuvent être exploités et selon quelle méthodologie. Il s'assure que la stratégie définie répond aux objectifs.

Le designer de services développe des concepts. Il conçoit une expérience de service dans chacun de ses détails et dispositifs, en s'appuyant sur les étapes précédentes et en particulier les éléments tangibles extraits de la prise en compte des utilisateurs. Il formalise des scénarios d'usage et élabore les points de contact (*touchpoints*), les interfaces nécessaires. Très souvent, celles-ci s'incarnent par des dispositifs multi-canaux (interactions clients en front-office, documents imprimés ou numériques, espaces de services).

Le designer de services sélectionne les idées les plus pertinentes et combine

les concepts retenus, selon des critères spécifiques (technologiques, juridiques, ergonomiques, etc.). Des prototypes permettent de tester et mesurer la performance et la qualité des composants du service. Différentes méthodes et outils peuvent être envisagés : analyse experte, tri de carte, étude de faisabilité, personae, analyse des tâches, etc.

Le designer de services développe, spécifie et met en œuvre les propositions retenues, les prototypes et la méthodologie : il rend tangible le projet et ne se limite pas à produire des concepts. Il formalise un document qui détaille le fonctionnement du service.

Le design
de services :
un état d'esprit
permettant
de s'attaquer
à des questions
systémiques.



Interview :

Matthieu Savary, designer

de services, User Studio

**Quelles études et formations
avez-vous suivies pour devenir
designer d'interactions?**

*Après un cursus scientifique, j'ai fait un an de
prépa artistique, puis ai étudié à l'ENSCI-les Ateliers
et au Media Lab Helsinki.*

**Comment avez-vous débuté
dans ce métier?**

*En créant une agence avec deux amis de l'école,
en 2009 ! En mars 2015, nous sommes dix permanents
et deux stagiaires.*

**Quelles sont vos missions?
Quel est votre rôle
auprès des équipes du projet?**

*Je suis le directeur créatif de User Studio. Cela veut
dire beaucoup de choses à la fois... J'ai notamment
pour mission de proposer une vision, un positionnement
pour l'agence vis-à-vis des nouvelles formes
d'interaction, des nouvelles technologies à notre
disposition, des nouvelles pratiques sociales en
vogue. En somme je développe notre R&D et passe*

mon temps à remettre en question notre approche du design. C'est fatigant mais exaltant !

Par extension, je prototype beaucoup de choses : avec du code, de l'électronique, de la découpe laser, de la vidéo, du son, bref, j'anime aussi notre fab lab au sens large. Ce qui m'amène à arbitrer beaucoup de questions de design (notamment UX et UI) et des questions techniques pour nos équipes projet, que j'assiste dans des tâches de réalisation très diverses. J'aime leur répéter que je suis à leur service, littéralement.

Vis-à-vis de nos clients, mon rôle est variable : sur certains projets, je peux réaliser les premiers rendez-vous, rédiger la proposition commerciale, assister à presque toutes les réunions aux côtés de l'équipe. Sur d'autres, je n'ai quasiment aucun contact avec le client, même si je suis impliqué en back-office.

Et pour compléter, j'anime une bonne partie de la com de l'agence via des articles dans des revues de design, de marketing, scientifiques, ou encore via des conférences, notre site web, les réseaux sociaux, etc. Pas le temps de m'ennuyer !

Quelles sont les compétences et qualités nécessaires pour exercer ce métier ?

Histoire de vous embêter un peu, je n'appellerais pas le design de services un métier... Il s'agit plutôt d'un ensemble de métiers, de pratiques, d'expériences, de connaissances techniques et méthodologiques,

et surtout d'un état d'esprit permettant de s'attaquer à des questions systémiques, englobantes, pour lesquelles on doit avoir un appétit sans faille. Il faut faire de la veille sur de très nombreux sujets, observer, s'intéresser aux détails, chercher les failles, décortiquer. Tout cela au service d'un but : proposer de nouvelles formes, de nouvelles expériences. Que des qualités de designer, en somme !

Chose essentielle, c'est une activité complexe qui se pratique à plusieurs. Le mythe du créateur génial, seul dans son atelier, n'a plus cours. Il faut donc être prêt à écouter, à faire des compromis pour atteindre des résultats qui nous dépassent toujours. Et c'est tant mieux.

**Quel(s) conseil(s) donneriez-vous
à un jeune ou à une personne
en reconversion professionnelle
qui souhaiterait devenir designer
de services ?**

Je lui dirais notamment qu'il ou elle doit savoir faire des choses. Savoir dessiner, écrire, coder, modéliser en 3D, concevoir des espaces, des produits, etc. ce qu'il ou elle veut, pourvu que ce soit riche en sens et en expression, et que ça ne se résume pas à coller des post-its sur des paperboards pendant des ateliers. L'activité du designer de services est bien trop souvent caricaturée de cette manière.

08h30

Matthieu commence à travailler sur le chemin du bureau, en consultant ses e-mails, Twitter et en passant des appels. En arrivant au studio, il rejoint les réunions pour lesquelles il est déjà en retard.

10h00

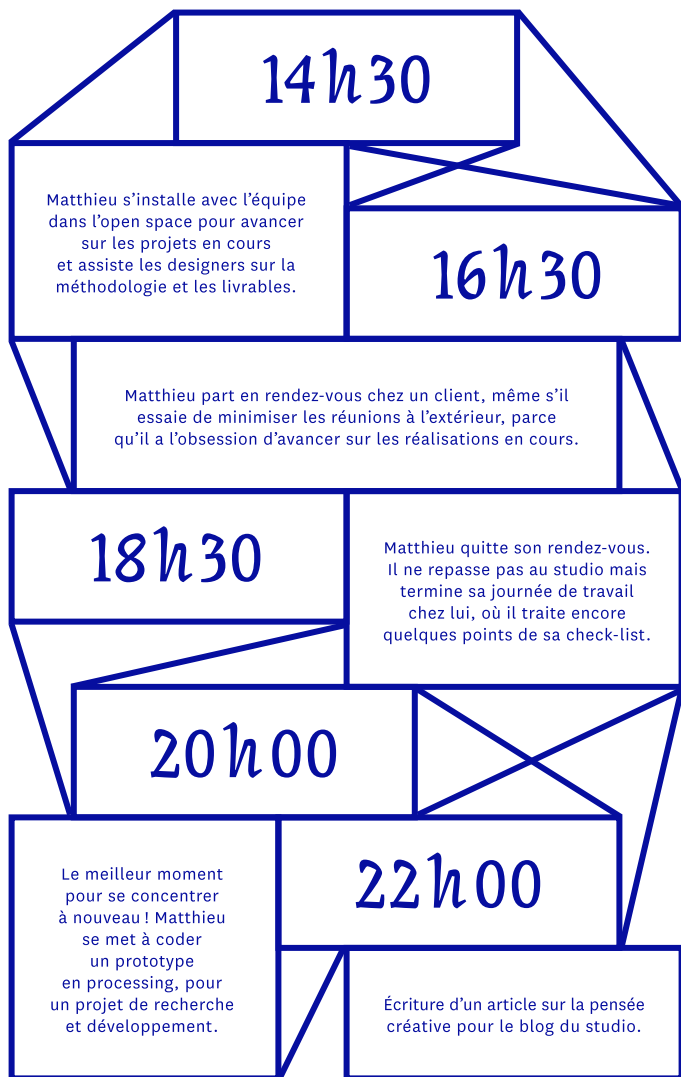
Matthieu rédige les e-mails qu'il n'a pas eu le temps d'envoyer la veille.

11h45

13h00

Direction le club de sport pour un moment de détente dans une longue journée, coupure salutaire pour évacuer le stress. Sur le chemin du retour, Matthieu achète une salade à emporter.

Mathieu et toute l'équipe déjeunent sur la grande table de l'agence, tous ensemble, ce qui veut dire parfois à 12 ! Une belle occasion de discuter de plein de choses, afférentes à l'agence ou à la vie de chacun.



Indicateurs

Le profil type d'un designer de services

Un homme ou une femme de 31-35 ans, plutôt salarié(e), à Paris, doté d'un bac +4/5 obtenu à l'université, avec plus de 10 ans d'expérience, en CDI, travaillant autant en agence qu'en entreprise (studio de design intégré ou start-up).

Les écoles les plus citées

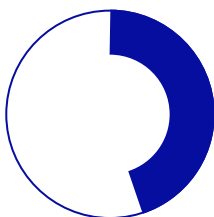
- Gobelins (Paris)
- L'École Multimédia (Paris)
- École nationale supérieure des arts décoratifs
- CFA Com' (Bagnolet)
- Université Paris 8 (Saint-Denis)

Le design de services dans les entreprises

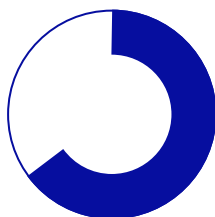
Actuellement, le design de services arrive en queue des expertises demandées par les entreprises.

Les salaires

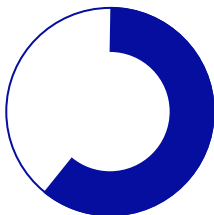
- Salaire d'un designer de services junior :
de 25 000 € à 35 000 € bruts annuels
- Salaire d'un designer de services senior :
de 55 000 € à 70 000 € bruts annuels
- designer de services freelance, à la journée :
de 300 € à 500 € hors taxes



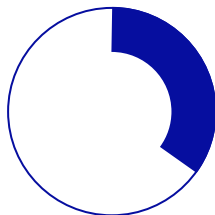
45 %
des designers de services
sont des femmes



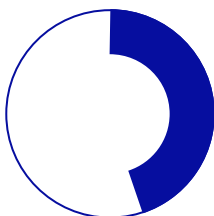
65 %
des designers de services
sont salariés



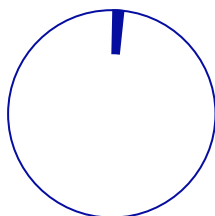
61 %
des designers de services
exercent leur activité à Paris



35 %
des designers de services
exercent leur activité en région



45 %
des designers de services
disposent d'un bac +5



2 % des designers
maîtrisent le design de services,
d'après les agences

Le métier vu par les professionnels

« Notre métier évolue très vite, nous devons nous adapter en permanence pour répondre aux évolutions des terminaux. Je constate qu'en France le design de services est encore sous-estimé par rapport à d'autres marchés. »

« Une très grande émulation de travail avec mes collaborateurs, confrontée à un manque de maturité des entreprises françaises sur le digital. »

« Manque de temps pour la recherche et développement et la veille technologique. »

L'évolution de la demande des clients

« Mes clients sont de plus en plus sensibles aux attentes et aux besoins utilisateurs, mais ils ont toujours un peu de mal à remettre en cause leur propre vision. »

« J'aspire à travailler moins en « pompier » et à être plus intégré dès le début aux projets. »

« Il semble que dans ma clientèle, la notion de design n'est pas actualisée. Les anciens schémas persistent. Le passage à de nouvelles expériences est encore ressenti comme un risque. »

« La transition
que nous
vivons vers une
économie
de services rend
particulièrement
prometteur
ce métier. »



Point de vue de recruteur : **Ludivine Réaut,** **team leader, Aquent**

Le design de services, un métier d'avenir

Quelle entreprise aujourd'hui ne cherche pas à créer de nouveaux services grâce aux possibilités ouvertes par les leviers digitaux ? Si les chantiers sont déjà lancés partout, le métier en tant que tel est à peine émergent. Même si la demande d'expertise n'est pas encore nommée, nos clients expriment déjà le besoin de ces nouvelles compétences. Les contours exacts de ce métier ne sont pas encore bien définis. Pour le moment, on voit beaucoup de demandes de DA intégrant la notion de design de services mais encore peu d'offres de design de services en tant que telles.

Même si on voit bien apparaître une offre de prestations (agences et consultants), en France le design de services n'est pas encore un métier (une personne qui représente la compétence) clairement intégré au sein des organisations. Cependant, beaucoup de start-ups et d'entreprises spécialisées en innovation travaillent avec des designers de services. Le design de services revient régulièrement dans les discussions avec nos clients car c'est un sujet central dans leurs relations avec leurs utilisateurs, toujours plus exigeants.

Les profils les plus demandés

—— Les métiers connexes naturellement impliqués dans les enjeux de design de services : UX designer, designer produit, designer industriel, designer d'interactions. —— Le métier nécessite beaucoup de créativité, une culture de l'innovation et du numérique forte, sans nécessairement des compétences techniques très avancées. —— Une bonne maîtrise de la vidéo et du prototypage sont souhaitables.

Un métier favorisé par des mutations économiques et sociétales profondes

Le design de services étant multidisciplinaire, il est influencé par de nombreux champs d'expertise (psychologie, ethnographie, marketing, communication, technologie). Il s'est développé à partir du design de produit et du marketing car il est souvent rattaché à des objets qu'un service vient compléter. La place centrale occupée aujourd'hui par Internet et les technologies mobiles dans les échanges humains favorise son développement. Le co-voiturage, mode de déplacement alternatif, en est un exemple, dans la mesure où il bénéficie de l'essor des usages d'Internet en mobilité. La location de logement de particuliers, devenue un phénomène de société notable, a été rendue possible par la création de plateformes communautaires en ligne comme Airbnb.

Le champ de l'expérience utilisateur a fait prendre conscience que l'expérience d'un produit, d'un service ou d'une marque s'étend bien au-delà de l'écran ou de l'emballage. Les entreprises se rendent compte que, tout comme les produits qui sont conçus pour maximiser l'expérience, les services peuvent l'être également. L'apparition des objets connectés est une opportunité pour le design de services. Il existe de plus en plus de possibilités technologiques pour rendre un service plus performant, attractif, innovant qu'un autre. Parfois, les services s'incarnent même dans des objets connectés.

Notre transition vers une économie de services rend particulièrement prometteur ce métier. Les tendances de fond liées par exemple au financement participatif sont importantes à prendre en compte dans le développement de nouveaux services. Le métier évolue aussi en fonction des budgets alloués à l'innovation. Plus les organisations laissent la place à l'innovation dans leur culture, leur budget et leurs modes de décision, plus le design de services se développe. Aujourd'hui, les sociétés de service se multiplient et les fabricants de produits créent de plus en plus de services pour se différencier. Facteur de compétitivité, le design de services est promis à un bel avenir.

Nos conseils aux entreprises

—— Il peut être très difficile de trouver des professionnels ayant déjà une expérience de pur design de services. En parallèle, les UX designers et les designers d'interactions intègrent déjà naturellement cette composante sans forcément la nommer design de services. Il faut donc bien étudier les CV des candidats pour évaluer leur expérience en la matière. —— Ne pas hésiter à investir sur le design de services, qui favorise l'innovation et un retour sur investissement. —— Faciliter la communication interne dans le but de décloisonner les services (marketing, innovation, design). —— Intégrer ce type de métier dans un pôle innovation, design et « User Experience ». —— Avoir préalablement mené des projets en intégrant la démarche UX, afin de se familiariser aux méthodes de travail spécifiques du design. —— Être prêt à repenser la méthodologie de conduite de l'innovation. —— Au sein de secteurs très concurrentiels ou sur des produits faiblement impliquants, investir sur des compétences qui font la différence peut être très bénéfique. —— Laisser le designer de services intervenir très en amont des projets, lors de la phase de réflexion avec les équipes marketing et techniques. —— Les designers de services sont en agence des profils « de niche » ou des indépendants : il faut sortir des sentiers battus pour les trouver.

Nos conseils aux talents

—— Disposer d'une forte culture du design et de l'innovation. —— Avoir une grande curiosité et benchmarker ce qui se fait à l'étranger. —— Développer une bonne compréhension des enjeux économiques de son marché et de son entreprise, ainsi que de toutes ses expertises métier. —— Être entrepreneur et favoriser la création de ce métier en interne ou se lancer en freelance pour proposer ses services.

« L'expertise
spécifique du design
de services
est désormais
reconnue, que ce soit
chez les clients
ou au sein
des grands cabinets
de conseil. »



Point de vue d'expert : **Paul Pietyra,** **président d'Aktan**

Le design de services, une approche nouvelle

Le métier est émergent. L'expertise des métiers du design de services est désormais reconnue, que ce soit chez les clients ou au sein des grands cabinets de conseil. On reste cependant sur des intégrations liminaires avec des profils relativement jeunes, sans pouvoir décisionnel fort au sein des organisations.

La multidisciplinarité comme fer de lance

En premier, nous recherchons sa capacité à interagir avec les autres disciplines : stratégie, ingénierie de l'innovation, ergonomie / ethnographie, UX, big data. Pour être en mesure de progresser rapidement et d'intégrer des projets à enjeux, cette compétence est fondamentale, car elle permet au designer de services de démontrer son apport et sa pertinence.

Le métier de l'innovation au quotidien

Le rapprochement avec les autres métiers de l'entreprise implique une évolution constante de ce

métier. L'innovation se normalise et devient un acte quotidien au sein des entreprises. Il est donc nécessaire de pouvoir parler d'égal(e) à égal(e) avec un(e) responsable de la relation client, un(e) directeur / directrice de filiale, etc. et plus uniquement aux départements innovation, digital, marketing.

Une spécialisation accrue des acteurs du design de services

En France, on voit de plus en plus une spécialisation des acteurs entre ceux qui s'orientent très clairement sur le design de services publics, ceux qui réalisent des projets essentiellement dans le digital et une minorité qui parvient à avoir une démarche transverse. En tant que recruteur, il me semble important de favoriser l'émergence de designer de services « complets », en mesure de comprendre les problématiques des organisations dans leur approche systémique.

Nume :
faciliter la compréhension
des résultats médicaux

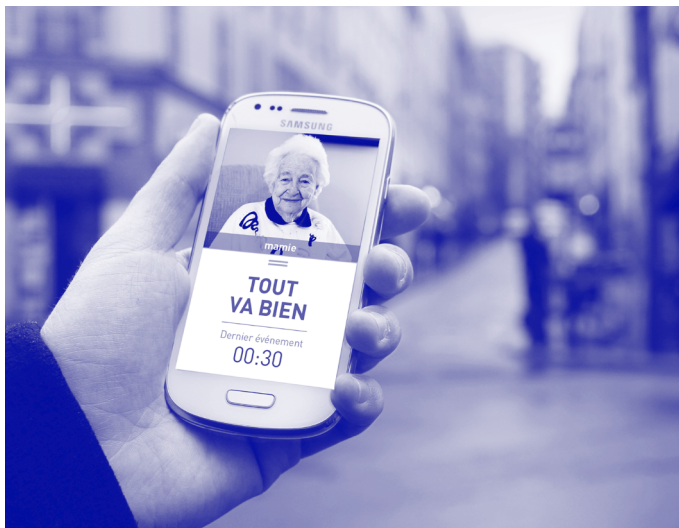
Nume est une application accessible au patient, à son médecin et au laboratoire chargé d'effectuer les analyses biologiques. Elle permet de rendre les résultats d'analyses lisibles et compréhensibles par le patient et de renforcer le lien avec le médecin traitant. Lors des rendez-vous de suivi, le médecin utilise Nume pour prévoir les analyses à réaliser et les objectifs à atteindre pour le patient, comme le taux de cholestérol par exemple. Une application qui facilite notamment le suivi de maladies chroniques.

Agences : User Studio et Care & Co
www.user.io
www.care-and.co

Smart Risks :
favoriser le maintien
à domicile des seniors

Smart Risks a développé une technologie permettant de suivre les usages des appareils électriques et de l'eau courante dans le foyer des personnes âgées fragiles. Lorsqu'une activité anormale est détectée (non-emploi d'un appareil utilisé d'habitude quotidiennement), une alerte est envoyée aux aidants ou aux acteurs sociaux du département qui vont alors, sur simple appel ou si besoin en se déplaçant, vérifier que tout va bien.

Agence : User Studio
www.user.io



A Q U E N T

Aquent est l'agence de talents spécialisée depuis 30 ans sur les métiers du marketing, du design et du digital en Europe, aux États-Unis et en Asie-Pacifique. Pour garantir notre réactivité de recruteurs et faire vivre notre réseau de talents, nous devons mener une veille permanente sur les métiers et leur évolution. C'est exactement la raison pour laquelle nous nous sommes impliqués dans la réalisation de cet ouvrage. Travailler main dans la main avec **designers interactifs** est un moyen d'enrichir notre expertise métier au service de nos talents et de nos clients. Je remercie donc sincèrement Benoît Drouillat d'avoir sollicité Aquent pour participer à son initiative qui valorise et clarifie ces métiers émergents du design.



**Perrine Grua,
Directrice Générale,
Aquent France et Pays-Bas**

Contact Aquent :

14, rue de Siam – 75 016 – Paris

Tél. +33 (0)1 40 29 81 10

www.aquent.fr

Organisation professionnelle indépendante créée en 2006, *designers interactifs* représente près de 1 000 professionnels travaillant dans le champ du design interactif en France. La définition des métiers et leur promotion est inscrite dans les statuts de notre association et constitue l'une de ses premières missions. En réalisant cette édition en collaboration avec Aquent, nous avons mis notre travail en résonance avec le marché. Merci aux équipes d'Aquent de s'être impliquées dans la rédaction de l'ouvrage et d'y avoir apporté une réflexion critique et pertinente.



**Benoît Drouillat,
président,
*designers interactifs***

**Contact *designers interactifs* :
11, rue Gonnet – 75 011 – Paris
bd@designersinteractifs.org
www.designersinteractifs.org**



les métiers du design interactif

designers interactifs

11, rue Gonnet – 75 011 – Paris

www.designersinteractifs.org

Directeur de la publication :

Benoît Drouillat

Rédactrice en chef :

Anne-Gaël Ladrière

Chef de projet éditorial :

Benoît Drouillat

Diffusion et distribution :

damien@designersinteractifs.org

Conception graphique :

Atelier Tout va bien

Impression :

Imprimerie des Deux-Ponts, Bresson

1^{er} tirage en 550 exemplaires

Papiers Fedrigoni :

Constellation Jade Intreccio 215g

Arcoprint Milk blanc 80g

Caractères typographiques :

National (Krys Sowersby, Klim Type)

Coline (Émilie Rigaud, A is for apple)

