

## **ANNEXE 1**

### **RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES**

## 1. CHAMP D'ACTIVITÉS

### 1.1. Définition

Le BTS DESIGN DE PRODUITS s'appuie sur l'activité conceptuelle et créatrice du design, relative à différents domaines de pratique : les cibles varient (consommateur, industriel, producteur, etc.) ; les secteurs diffèrent (biens d'équipement, services) ; les activités sont innombrables (voir page 7). L'évolution et la remise en cause des pratiques du designer sont permanentes (à l'image de la définition donnée au niveau international<sup>1</sup>). Et les domaines répertoriés peuvent aller du design opérationnel (réponse à un besoin existant) au design prospectif (recherche de nouveaux comportements, par exemple). Les contenus riches et divers qui résultent de la multiplicité des pratiques, des activités, des secteurs et des domaines sont mis en synergie afin de définir les bases de connaissances nécessaires à la formation des designers.

Ainsi, le designer doit avoir la capacité à transcrire, à traduire les besoins par les scénarios d'usages et de comportements (schémas complexes prenant en compte les consommateurs potentiels, les fonctions, l'ergonomie, le contexte... liés à l'utilisation future), par les formes, les matières, les couleurs pour créer des produits, qu'ils soient efficaces ou en devenir. Le design est une profession de synthèse parce qu'elle implique de :

- situer le problème dans son contexte global, à partir des besoins des utilisateurs,
- poser les bonnes questions, et s'informer à toutes les sources disponibles,
- synthétiser ces informations d'origines diverses,
- trouver les bonnes solutions à la fois technologiques, formelles, esthétiques, ergonomiques, sociologiques, économiques, et savoir les communiquer.

---

<sup>1</sup> Définition du design donnée par l'ICSID (International Council of Societies of Industrial Design, adresse : <http://www.icsid.org/>)

Cette définition s'applique à tous les métiers du design. Elle contribue à l'élaboration d'une discipline unique.

Le design est une activité créatrice dont le but est de présenter les multiples facettes de la qualité des objets, des procédés, des services et des systèmes dans lesquels ils sont intégrés, au cours de leur cycle de vie. C'est pourquoi il constitue le principal facteur d'humanisation innovante des technologies et un moteur essentiel dans les échanges économiques et culturels.

Les fonctions du design : le design a pour objectif de découvrir et d'assurer des relations structurelles, organisationnelles, fonctionnelles, sensibles et économiques, qui permettent de :

- veiller à la protection de l'environnement et à sa pérennité à l'échelle mondiale (éthique globale) ;
- assurer des avantages et une liberté accrue à la communauté humaine, aux utilisateurs finaux, aux producteurs et aux acteurs des marchés, qu'il s'agisse d'individus ou de groupes (éthique sociale) ;
- promouvoir la diversité culturelle face à la mondialisation (éthique culturelle) ;
- proposer des produits, des services et des systèmes, dont les formes expriment (sémiologie) la complexité intrinsèque au sein d'une cohérence interne (esthétique).

Le design s'attache à des produits, des services et des systèmes conçus au moyen d'outils, d'une organisation et d'une logique impulsés par l'industrialisation – même lorsqu'ils ne sont pas fabriqués en série. Appliqué à la conception, l'adjectif « industriel » doit être associé au mot industrie ou à sa signification de secteur de production, voire à son ancienne définition « d'activité industrielle ».

Ainsi, le design est une activité qui implique un large éventail de professions dans lesquelles produits, services, graphisme, architecture intérieure et architecture ont un rôle à jouer.

L'objectif du design : à elles toutes, et de concert avec d'autres professions complémentaires, ces activités devraient souligner encore davantage la valeur de la vie.

Ainsi, le designer exerce une activité intellectuelle et pas simplement un métier ou un service destiné à des entreprises.

**1.2. Les objectifs liés au contexte professionnel et au positionnement personnel**

La préparation au diplôme poursuit un double objectif :

- répondre aux attentes de la profession dans ses besoins immédiats, mais, plus fondamentalement, intégrer les mutations permanentes que sont les nouveaux champs d'action et de création et les différents secteurs d'intervention des designers ;
- donner aux étudiants les compétences fondatrices qui leur permettent soit, de poursuivre des études pour devenir designer, soit de s'insérer professionnellement pour acquérir, par l'expérience, la capacité à évoluer au sein de l'entreprise comme salarié ou indépendant, quitte à reprendre des études ultérieurement.

En effet, il s'agit tout autant de former un futur professionnel que de participer à la construction de sa personnalité. Le designer oriente et accompagne les mutations que connaissent les divers domaines du produit puisqu'il intervient depuis l'amont de la création, intègre le cahier des charges dans sa réflexion et possède une connaissance suffisante de la technique. Par conséquent, le croisement d'une culture élargie et de pratiques singulières reposant sur des capacités à dessiner, visualiser, formaliser, donc sur des maîtrises techniques de conception et de représentation, doit rendre l'étudiant disponible, conscient, critique et capable de confirmer l'orientation professionnelle qu'il aura choisie et d'assumer pleinement la responsabilité de ses choix.

La création sous-entend : la créativité, le sens de l'innovation, mais aussi la culture générale et artistique, l'ouverture internationale, la curiosité, la capacité d'écoute, la connaissance des univers « produit », l'identification des tendances, des comportements, des nouveaux modes de vie.

La technique implique une compréhension et une culture appliquées à : la connaissance des matériaux, de leur mise en œuvre et de leurs propriétés ; la veille technologique ; la connaissance des outils informatiques et des logiciels professionnels spécialisés ; la prise en compte des enjeux économiques et la faisabilité des projets.

La démarche de projet impose : le travail en équipe et le dialogue entre pairs ; la capacité d'adaptation à des contextes très diversifiés.

2. CONTEXTE PROFESSIONNEL

**2.1. Entreprises concernées :**

Les différentes fonctions et activités répertoriées dans le tableau ci-dessous trouvent leur place dans les structures d'insertion suivantes :

- agences de design indépendantes,
- services de design intégrés à une entreprise,
- designer indépendant.

**2.2. Emplois concernés (appellations courantes) et place dans l'organisation de l'entreprise :**

Les fonctions, activités et niveaux d'intervention précisés ci-après, selon les secteurs, correspondent à des emplois auxquels les titulaires du BTS pourront accéder après une poursuite d'études (Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués) et / ou une expérience acquise en entreprise.

FONCTIONS	ACTIVITÉS	NIVEAUX D'INTERVENTION
Designer junior	Dans le cadre d'une équipe dirigée par le chef d'équipe, le designer junior met en œuvre ses compétences au sein de projets	Débutant encadré
Designer senior	Autonome, le designer senior peut encadrer une équipe et, à terme, devenir chef de projet	Chef d'équipe, confirmé, autonome
Chef de projet	Le chef de projet assure de manière autonome un ou plusieurs projets	Adjoint au directeur d'étude ou au directeur de création
Directeur d'étude, directeur de création	Le directeur d'étude ou de création suit les projets transversaux	Cadre (fonction d'encadrement)
Design manager	Designer senior, il investit les domaines de la stratégie et du management du design	Cadre supérieur (direction)

**2.3. Conditions générales d'exercice :**

Les pratiques professionnelles interrogent aujourd'hui ce qui doit être envisagé de nouveau et de complémentaire. Des champs nouveaux ou connexes se développent. La carrière du designer s'ouvre ainsi à plusieurs secteurs répartis en de nombreuses activités :

Cible	Secteur	Activités
Grand public  B to C (business to consumer) (de l'entreprise au consommateur)	Biens d'équipement	Automobile et transports
		Bijouterie
		Commerce de détail
		Construction – BTP
		Édition – Imprimerie - Presse
		Électricité – Électronique
		Équipement radio – TV et Télécoms
		Habillement, cuir, chaussures
		Hôtellerie – restauration
		Jouets
		Loisirs, sports
		Meubles
		Textile
	Services	Administration publique
		Activités financières
		Éducation – Recherche et Développement
		Santé – Action sociale
		Services aux particuliers
	Entreprises  B to B (business to business) (de l'entreprise à l'entreprise)	Biens d'équipement
Bois – Papier		
Caoutchouc – plastiques		
Chimie		
Construction – BTP		
Électricité – Électronique		
Énergie		
Fabrication instruments précision		
Hôtellerie – restauration		
Immobilier		
Métallurgie - Travail des métaux		
Textile		
Services		
		Distribution
		Environnement
		Informatique (services)
		Machines Équipements
		Télécommunications- TV (services)
		Transports (services)

Sans ignorer le phénomène de la marque (le « branding »), les pratiques professionnelles actuelles tendent à réunir autour d'une conception de projet, une équipe à caractère pluridisciplinaire : modeleurs 2D/3D, prototypistes, maquettistes, ingénieurs produit, ergonomes, sociologues, écologues, spécialistes marketing, sémiologues, gestionnaires spécialistes de la démarche qualité... Il s'agit donc de donner des bases indispensables à la pratique d'activités professionnelles clairement identifiées et de développer des attitudes et des comportements ouverts. Ces bases doivent permettre d'appréhender la complexité et la singularité des questions connexes aux champs d'application et d'ancrer les savoirs et la culture sur lesquels peut se fonder une progression professionnelle.

### 3. DÉLIMITATION ET PONDÉRATION DES ACTIVITÉS

L'exercice de l'activité de designer implique des compétences professionnelles... :

- savoir situer les problèmes dans leur contexte global, à partir des besoins des utilisateurs ;
- poser les bonnes questions, et s'informer à toutes les sources disponibles ;
- synthétiser ces informations d'origines diverses ;
- trouver les bonnes solutions à la fois technologiques, formelles, économiques, et savoir les communiquer ;

... mais aussi des qualités personnelles :

- créativité mettant en interaction une curiosité d'esprit, une sensibilité artistique et plastique affirmée et une culture sensible et générale solide ;
- ouverture pluridisciplinaire permettant de travailler en équipe et de distinguer les différents champs technologiques mais aussi de les mettre en relation ;
- capacité à identifier les enjeux sociaux ;
- capacité à prendre du recul, se situer, relativiser ;
- capacité à communiquer, à développer une argumentation et à convaincre ;
- capacité à synthétiser ;
- capacité à identifier et à évaluer les besoins présents et futurs des usagers.