



DIAGNOSTIC DESIGN

Cahier des charges

Le Diagnostic Design a pour objectif d'accompagner les entreprises dans la phase d'élaboration ou de refonte du design de leur produit ou service. En deux phases clés et concrètes, il permet à l'entreprise d'évaluer l'impact du design de son produit ou service sur ses utilisateurs ainsi que, si possible, sur l'environnement, puis de définir des axes d'amélioration ou de création du design de ce produit ou service.

Ce dispositif s'adresse aux dirigeants d'entreprises de PME et ETI¹ innovantes et/ou industrielles de moins de 2 000 salariés, immatriculées en France, et à jour du règlement de leurs cotisations sociales et fiscales. Sont exclues du dispositif les entreprises en difficulté au sens de la réglementation européenne.

Ce Cahier des Charges décrit les prestations qui seront réalisées par un expert conseil en Design pour le compte d'une entreprise qui souhaiterait bénéficier de l'offre Diagnostic Design proposée par Bpifrance. Une partie du coût de la prestation peut être pris en charge par Bpifrance sous réserve de l'acceptation de la demande déposée.

Préalablement au dépôt par l'entreprise d'une demande de Diagnostic Design, l'expert conseil en Design valide avec cette dernière, lors d'un entretien de préqualification, la pertinence de la conduite d'un tel diagnostic et l'adéquation de son besoin avec le Cahier des Charges défini par Bpifrance. À la suite de cet échange, l'expert conseil en Design établit une proposition commerciale, qui situe l'entreprise dans son contexte (marché, stade de développement, enjeux...) et permet de justifier son montant. Cet échange de préqualification n'est pas facturé à l'entreprise par l'expert.

Bpifrance se réserve le droit de refuser la prise en charge de la demande de Diagnostic Design déposée sur la plateforme en ligne dédiée (par exemple si l'entreprise a le statut « d'entreprise en difficulté », si la proposition commerciale n'est pas conforme au cahier des charges, ou encore si l'entreprise ne correspond pas à la cible du Diagnostic Design, etc.).

1. Etendue de la prestation

1.1 Compréhension et analyse du produit ou service

Une première phase d'évaluation analytique est menée sur :

L'entreprise et son marché (aujourd'hui et à terme) :

- La concurrence en termes d'offres de produits et/ou services : recherche d'usages connexes
- L'évaluation des contraintes économiques du produit ou service au regard du marché
- Le type de clientèle et d'usagers : définition de persona cibles de l'entreprise
- Les circuits de distribution : caractéristiques, parts de marché, chaîne logistique jusqu'à la commercialisation physique et/ou numérique
- La veille de marché : concurrence, technologie, matériaux, etc.
- Les nouveaux usages et tendances de consommation, nouvelles normes en lien avec les Objectifs de Développement Durable
- Le cycle de vie du produit et ses impacts environnementaux en regard des pratiques du secteur : matières premières utilisées, processus de fabrication, utilisation par les clients et fin de vie.

La politique Design :

- Analyse des points forts et des points faibles du produit ou service : réponse à un besoin d'usage, valeur ajoutée, qualité perçue, transcription des valeurs de marque, cohérence entre les produits ou services et les gammes,

¹ Les entreprises éligibles sont nécessairement des PME et ETI au sens de la réglementation européenne. Sont exclues du dispositif les filiales à plus de 25% d'une entreprise ne correspondant pas elle-même aux critères d'éligibilité et les entreprises en difficulté au sens de la réglementation européenne.



positionnement vis-à-vis de la concurrence, cycle de vie, coûts, possibilité d'extension du produit ou service, pratiques d'écoconception².

Optionnel :

- En fonction de l'activité et de l'organisation de l'entreprise une visite et un audit de l'outil de production peuvent être effectués : process, contraintes économiques et de faisabilité.
- Si l'entreprise est en création et qu'elle ne dispose d'aucun élément : l'analyse sera effectuée au regard de la concurrence, des usagers, de ses valeurs et de ses moyens.

1.2 Recommandations

Une seconde phase permet d'affiner le projet d'élaboration ou de refonte du design du produit ou service de l'entreprise en proposant des recommandations. Les recommandations reposent notamment sur l'analyse des besoins d'usage du produit ou service réalisée lors de la phase précédente ainsi que sur les potentielles pistes d'écoconception, et consistent pour l'expert conseil en Design à identifier et formuler à l'entreprise bénéficiaire :

- Les axes d'amélioration reposant sur des scénarios d'usage, en fonction des enjeux et des contraintes de l'entreprise
- Les premières pistes d'intentions
- Les axes de diminution de l'impact environnemental du service ou produit tout au long de son cycle de vie
- La méthode et l'agenda de suivi de projet

Cette phase de recommandation exclut tout acte de conception.

1.3 Liste indicative des sujets que le Diagnostic Design ne doit pas couvrir

- Charte graphique
- Logo
- SEO
- Identité graphique
- Création ou refonte d'une plateforme de commercialisation

2. Réalisation de la prestation

2.1 Modalités de réalisation

Au préalable de la mission de Diagnostic Design, l'entreprise doit communiquer à l'expert l'ensemble des éléments techniques relatifs à son produit ou service. Le périmètre d'intervention pourra être envisagé par l'expert sur la base de ces éléments.

L'ensemble des informations collectées dans le cadre du Diagnostic Design proviendra (i) d'échanges entre l'expert conseil en Design et le dirigeant de l'entreprise, ainsi que l'ensemble des parties prenantes, et le cas échéant (ii) d'une visite de l'entreprise et de son outil de production, (iii) des remontées et témoignages clients, (iv) des études et rapports sur un secteur, etc.

Le Diagnostic Design fera l'objet d'un Rapport Final rédigé par l'expert conseil en Design qui sera remis directement au dirigeant de l'entreprise. Les modalités de cession des droits de propriété intellectuelle portant sur ces livrables devront être envisagées dans le contrat conclu entre l'expert conseil en Design et l'entreprise bénéficiaire.

La durée de ce Diagnostic Design est de 3 jours pour un service ou 4 jours pour un produit.

² L'écoconception consiste en une intégration systématique des aspects environnementaux dès la conception et le développement de produits (biens et services, systèmes) avec pour objectif la réduction des impacts environnementaux négatifs tout au long de leur cycle de vie à service rendu équivalent ou supérieur. Cette approche dès l'amont d'un processus de conception vise à trouver le meilleur équilibre entre les exigences, environnementales, sociales, techniques et économiques dans la conception et le développement de produits



La prestation sera réalisée dans un délai de 3 mois suivant la date de validation de la demande par Bpifrance. Les livrables seront remis par l'expert conseil en Design à l'entreprise bénéficiaire ainsi qu'à Bpifrance dans un délai de 10 jours environ suivant la fin de la prestation.

2.2 Tarif

Le montant maximum du Diagnostic Design s'élève à :

- 3000€ HT, pour 3 jours de prestation pour un diagnostic portant sur un service
- 4000€ HT pour 4 jours de prestation pour un diagnostic portant sur un produit

Ce tarif exclut les frais de déplacements.

3. Qualité et déontologie

La réalisation du Diagnostic Design s'appuie également sur des engagements qualitatifs que le dirigeant d'entreprise est en droit d'attendre de la part de l'expert conseil en Design. Ces engagements s'appuient sur 7 principes fondamentaux.

3.1 Compétence

- Mettre à disposition toutes les compétences nécessaires à la bonne exécution de la prestation.
- Assurer un devoir de conseil auprès du client tout au long de la mission.
- Adapter ses honoraires à la mission proposée et au service rendu et ce, de manière réaliste.

3.2 Confidentialité

- Conclure un engagement de confidentialité avec le client ou prévoir une clause de confidentialité dans le contrat conclu entre l'expert conseil en Design et l'entreprise bénéficiaire.
- Ne pas divulguer les informations transmises par le client dans le cadre de la mission.

3.3 Ethique professionnelle

Vis à vis du client :

- Respecter les intérêts économiques du client,
- S'engager à des pratiques commerciales loyales,
- S'engager dans la réalisation de sa mission jusqu'à sa finalisation (excepté en cas de volonté d'arrêt anticipé émanant du client),
- Travailler en toute transparence avec le client (devis, facturation, conditions générales de vente, frais annexes).

Vis-à-vis des confrères expert conseil en Design et des designers en général :

- S'engager à des pratiques saines et loyales aussi bien vis-à-vis des collaborateurs que des concurrents,
- Ne pas enfreindre le droit de la propriété intellectuelle et ce, même si cela émanerait de la volonté du client,
- Ne fournir aucune production non rémunérée ou à un prix irréaliste,
- Ne recevoir aucun avantage en dehors de la rémunération définie par le contrat.

3.4 Conflits d'intérêts

- S'assurer de l'absence de conflit d'intérêts préalablement au démarrage de la mission.
- S'assurer de n'avoir aucun intérêt, à quelque titre que ce soit, chez le client.
- Informer le client dans les plus brefs délais au cas où la prise de connaissance d'informations serait susceptible de générer des conflits d'intérêts, et plus généralement informer le client de toute survenance de situation qui pourrait interférer sur le bon déroulement de la mission et/ou qui risquerait de compromettre l'exécution objective de celle-ci.



3.5 Relation client et gestion de projet

- Informer dès que possible le client de tout retard ou incident.
- Informer le client d'une mauvaise communication ou d'une incompatibilité avec celui-ci.
- Fournir les livrables de la mission dans les conditions fixées au moment de la signature du contrat de prestations.
- Adopter un regard critique face à la problématique client.
- Lui communiquer toute erreur perçue, ne pas hésiter à remettre le projet en cause.
- Signer un avenant en contrat, si une décision approuvée venait à être remise en cause.
- Effectuer une mesure de la satisfaction client au cours d'un entretien à la fin de chaque phase de travail.
- Fournir des traces écrites de toutes informations et décisions importantes transmises au cours du projet.
- Fournir un compte-rendu approuvé par l'ensemble des parties à l'issue de chaque réunion projet.

3.6 Méthodologie

Rédiger une offre de prestation :

- Rédiger un devis détaillé qui explique la méthode proposée de manière précise,
- Communiquer systématiquement les Conditions Générales de Ventes (obligation légale) et commenter les points importants,
- Prévoir et commenter les aspects de cession des droits de propriété intellectuelle (droits d'auteur, marques, dessins et modèles, brevets...),
- Vérifier si le devis rédigé est conforme avec le besoin exprimé (en interne mais aussi avec le client).

Suivre l'offre de prestation :

- S'engager à la conformité des livrables vendus/délivrés,
- S'assurer de la perception qualitative de la prestation par le client, • Respecter le planning établi (exception faite si le retard vient du client).

Structurer la phase de production :

- Adapter ses outils de communication à la mission,
- S'assurer de la bonne compréhension du projet par le client • Faire valider les différentes phases en interne et par le client.

3.7 Conformité

- Être à jour du règlement des cotisations sociales et fiscales.
- Respecter le code du travail et le droit à la formation.
- Disposer des assurances professionnelles.
- Fournir à Bpifrance l'ensemble des documents nécessaires à la constitution d'un dossier de connaissance client
- Rapporter au client tout aléa portant atteinte aux éléments qui pourraient avoir été fournis par lui (perte, endommagement...)