ÉTAT DES LIEUX DU DESIGN À MARSEILLE ET SON TERRITOIRE







ÉTAT DES LIEUX DU DESIGN À MARSEILLE ET SON TERRITOIRE



ÉTUDE RÉALISÉE PAR:

Marc AUREL

Cécile COUDREAU

Léa FRANCESCHINI

Bruno FRINZI

Christophe IMBERT

Chloé LANQUETIN

Cédric MARTIN

Alain PÉDORI

René RAGUEB

Georges SCHAMBACH

Sous la direction de Fabrice PINCIN



À la mémoire de Anne-Marie Boutin



SOMMAIRE

• Les CENTRES DE DESIGN

I/ PRÉAMBULE	p. 7	p. 81	IV/ LE DESIGN EN PACA
POURQUOI UN ÉTAT DES LIEUX DU DESIGN À MARSEILLE ET SON	p. 9	p. 81	1- ANALYSE THÉMATIQUE, LE POINT DE VUE DES « TÊTES DE
TERRITOIRE?			RÉSEAUX »
		p. 83	a- Industrie
II/ INTRODUCTION	p. 13	p. 99	b- Formation
1-MARSEILLE DESIGN MÉDITERRANÉE, POINT DE RENCONTRE DES	p. 15	p. 111	c-Recherche
CRÉATEURS		p. 119	d- Culture
		p. 125	e-Économie
2- LE DESIGN, QU'EST-CE QUE C'EST ?	p. 17		
		p. 131	2- RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS /
III/ LE DESIGN, PERSPECTIVE LOCALE ET NATIONALE	p. 23		ANALYSE SWOT DE LA SITUATION
1 - APPROCHE LOCALE EN MATIÈRE DE DESIGN	p. 23		
		p. 141	a- STRENGTHS
a- Historique et actions	p. 25	p. 145	b- WEAKNESSES
		p. 149	c- OPPORTUNITIES
b- Éco-système marseillais :	p. 53	p. 153	d-THREATS
Les structures d'accompagnement et/ou de		p. 157	e- Constats et pistes de préconisation
production:			
- boutiques, concept stores, fabricants, incubateurs			
- événements		p. 161	V/ ANNEXES
- ateliers - collectifs		p. 163	1 - QUESTIONNAIRE ENVOYÉ AUX DESIGNERS
- collectifs			
2- APPROCHE GLOBALE/NATIONALE EN MATIÈRE DE DESIGN		p. 171	2- ÉTUDE DE BRUNO FRINZI SUR LES ARTS-APPLIQUÉS EN PACA,
MISSION CADIX	p. 77		2008
• LIEUX DU DESIGN, VIA, AFD, La FéDI			
• La Cité du Design			
- La Cite du Design			

SOMMAIRE 6 7 SOMMAIRE

I/PRÉAMBULE



POURQUOI UN ÉTAT DES LIEUX DU DESIGN À MARSEILLE ET SON TERRITOIRE ?

POURQUOI UN ÉTAT DES LIEUX DU DESIGN À MARSEILLE ET SON TERRITOIRE ?



1. Rapport sur l'économie créative, 2013 - http://www. unesco.org/ culture/pdf/ creative-economy-report-2013-fr.pdf

2. A. Findeli, La recherche projet : Une méthode pour la recherche en design, Texte de la communication présentée au premier Symposium de recherche sur le design tenu à la HGK de Bâle, 2004

3. Rapport sur l'économie créative, 2013

Selon l'UNESCO « La créativité humaine et l'innovation représentent désormais la véritable richesse des nations »¹. Le design, en se situant à la croisée de la création, de la conception et de l'innovation, tout en restant centré sur l'usager, est une parfaite illustration de cette richesse. Il est aussi et assez légitimement perçu aujourd'hui, comme l'un des meilleurs moyens de « maintenir ou améliorer l'habitabilité du monde »². Car c'est bien là le nouvel enjeu qui s'impose à nous, assurer le développement économique des entreprises et des territoires, sans pour autant sacrifier l'avenir des générations futures. De manière plus large encore, « la culture est un *moteur* du développement, lequel est tiré par la croissance de l'économie créative en général et par celle des industries culturelles et créatives en particulier »³.

Le concept de nouvelle économie culturelle qui s'appuie sur les valeurs de créativité et d'innovation, se traduit concrètement par l'assignation d'une puissance esthétique et sémiotique aux produits de consommation. Cette nouvelle forme de capitalisme, dit cognitif⁴, qui transfère la notion de richesse du matériel vers la créativité et la connaissance, participe d'une stratégie de différenciation qui s'applique aussi bien aux produits, qu'aux territoires (principalement urbains), pour lesquels les industries créatives deviennent un élément de développement et de singularisation. Les designers font partie justement, de ce que Richard Florida appelle la classe créative⁵, classe qu'il juge

indispensable et déterminante pour le développement économique et la compétitivité d'une ville, en raison de la capacité d'innovation et de l'inventivité qu'elle lui confère. De fait, en se situant à la croisée plusieurs dimensions. sociale. environnementale. technique, artistique... design est un indéniable de collaborations. vecteur d'échanges, et de vivacité économique.

Il y aurait donc une corrélation forte entre le dynamisme économique d'une ville et la présence en son sein, d'une classe créative organisée et entreprenante?

L'étude réalisée en 2010 par l'Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI), la Cité du Design et l'Institut français de la mode (IFM) sur la relation entre design et économie, soulignait le fait que la profession du design se concentre à plus de 70% sur les régions d'Ile-de-France (46%) et de Rhône-Alpes (25%),

la région PACA n'arrivant qu'en troisième position, avec seulement 5% de l'offre nationale.

Le centralisme parisien ou la richesse du tissu industriel ne peuvent à eux seul expliquer cette écrasante concentration d'activité. Comment se peutil alors, que la Provence qui au cours de son histoire, a su attirer et inspirer par ses paysages, sa lumière, sa vitalité, les plus grands artistes (notamment au début du 20ème siècle) et contribuer ainsi à l'émergence de courants artistiques majeurs, ne soit plus une terre d'accueil aussi féconde pour les créateurs, et donc, pour les designers?

Il semble en fait et cette étude tend à le démontrer, que Marseille ne manque ni de créateurs, ni de vivacité, mais plutôt de cohésion et d'actions coordonnées et soutenues pour occuper la place qu'elle mérite, sur la scène du design national et international.

La Direction Générale des Affaires Culturelles de la ville de 4. Yann Moulier Boutang, Le capitalisme cognitif: La Nouvelle Grande Transformation, Paris, Éditions Amsterdam, 2007 Marseille, bien consciente de cette situation et de l'intérêt du design en tant qu'outil structuration de sociale. économique et culturelle, a donc souhaité lancer une étude pour évaluer la situation du design à Marseille et identifier in fine, des axes de développement prioritaires, susceptibles d'accroître la visibilité et la lisibilité de la filière design, sur le périmètre local mais aussi, bien au-delà.

L'association Marseille Design Méditerranée, qui a pour vocation de promouvoir le design, a été désignée pour mener à bien cette étude et produire un rapport directement capitalisable.

L'objectif de ce rapport, est d'établir un état des lieux du design portant sur Marseille et son territoire et pour ce faire :

- D'identifier les acteurs de la discipline, qu'ils soient designers, prescripteurs, diffuseurs, institutionnels ou formateurs...
- De mettre en perspective

la situation marseillaise par rapport à son environnement régional et national, en partant notamment de l'histoire du design à Marseille de ces 30 dernières années, histoire qui s'avère étonnamment, aussi riche que méconnue.

- D'analyser en fonction des grandes thématiques que sont la formation et la recherche, l'industrie, la culture et l'économie, les potentialités de développement mais aussi les freins à lever pour dynamiser le secteur de l'innovation et du design.
- De nous appuyer sur les témoignages des parties prenantes, créateurs et têtes de réseaux, en vue d'identifier quelques préconisations et actions prioritaires, permettant de renforcer l'éco-système du design, de consolider l'offre, la d'accroître demande, d'opérer une acculturation de l'ensemble des partenaires à la pensée design, et de fluidifier les échanges, afin d'encourager les collaborations et stimuler les synergies.

^{5.} The Rise of the Creative Class (2002), Richard Florida

II/ INTRODUCTION



1- MARSEILLE DESIGN MÉDITERRANÉE, POINT DE RENCONTRE DES CRÉATEURS

2- LE DESIGN, QU'EST-CE QUE C'EST?

1- MARSEILLE DESIGN MÉDITERRANÉE, POINT DE RENCONTRE DES CRÉATEURS



6. Lancement officiel le 6 juillet 2016

Bâti sur les fondations du Centre de Design Marseille Provence créé en 1998 par Jacqueline Régis et Antoine Lazerge, la nouvelle association Marseille Design Méditerranée⁶, propose une approche du design rénovée, plus en accord avec les importantes évolutions qu'à connu ces dernières années la profession (accroissement fort de la part du numérique, tant dans les méthodes, que dans les outils et les problématiques à traiter, influence des nouvelles formes de travail, d'organisation et de méthodologie, nouveaux champs d'application, émergence d'une activité de recherche scientifique spécifique au design...).

En donnant également une dimension méditerranéenne à ses ambitions, le MDM souhaite rendre compte du dynamisme et de la créativité des pays du pourtour méditerranéen, et initier entre les deux rives, des échanges et des collaborations fructueuses.

L'objectif principal, reste bien sûr de fédérer l'ensemble des designers, des créateurs, et de favoriser des synergies entre les différents représentants culturels, économiques, pédagogiques, industriels, institutionnels, en vue de contribuer pleinement à l'essor du territoire.

2- LE DESIGN QU'EST-CE QUE C'EST?



7. Alain Findeli, extrait de la préface, Le Design, StéphaneVial, Que sais-je, éditions PUF 2015

8. Cf. L'introduction du programme de recherche et d'innovation de l'Union Européenne HORIZON 2020),

9. Approche caractéristique de la pensée design

Le design est à l'origine une méthode de conception destinée à optimiser le rapport entre forme, fonction et usage des produits manufacturés, dans un objectif d'amélioration constante du cadre de vie des individus, et le respect de leur environnement.

Cette approche globale des problématiques traitées, caractéristique du design, a su évoluer en même temps que ses divers champs disciplinaires et ses multiples contextes d'application, remontant toujours plus en amont du projet, pour en embrasser toute la complexité⁷.

Onrencontreaujourd'huiledesign, dans presque tous les domaines, matériels et immatériels, opérationnels et organisationnels. L'innovation dont tout le monde parle et qui nous est quasiment présentée comme l'ultime rempart face aux crises, économiques, écologiques et éthiques annoncées⁸, lui est consubstantielle. Du reste, c'est bien cette capacité de projection dans un futur à continuellement réinventer, qu'entreprises, organismes et institutions, espèrent obtenir, lors qu'elles font appel au design. Une vision prospective, qui sache en somme, accorder le désirable, au faisable et au viable⁹.

II/ INTRODUCTION 18 19 1 II/ INTRODUCTION

LES MÉTIERS DU DESIGN

desian. à travers démarche. définit et accompagne les usages, harmonise le sens. les sens et la forme, on peut considérer qu'il est à l'origine de nouveaux systèmes de vie, d'images, d'espaces et de services.

Il est difficile, voire même dommageable de condenser dans le seul terme de design, une telle diversité de champs d'application, aussi différents que spécifiques.

Cependant, l'ensemble secteur s'accorde sur une classification par type secteur d'activité.

Design critique

«Le Design Critique utilise des propositions de design « spéculatif », réflexif, pour défier les affirmations rapides, les préjugés et lieux communs sur le rôle des produits dans la vie de tous les jours. Il s'agit plus d'un positionnement que d'une méthode »

DUNNE Anthony. **RABY** Fiona, Critical Design FAQ

Design culinaire

de Conception produits culinaires : disposition et esthétique des plats cuisinés, création alimentaire avec des cuisiniers, recherche sur la texture, l'alliance, la forme des aliments, arts de la table etc.

Design d'espace

Aménagement des espaces intérieurs ou extérieurs : communication, scénographie, signalétique de l'espace (commerce, espace grande distribution, espace d'entreprise, stand de salon, espace événementiel etc.).

Design graphique

Conception des images et des supports de communication : charte graphique, logotype, identité visuelle, image, typographie, édition, site internet etc.

Design management

Direction et gestion du design: conseils, expertises, stratégie, direction artistique, méthodologie projet design, conception d'équipe projet, rédaction de cahier des charges, etc.

d'interaction

Conception des produits numériques images numériques et systèmes d'informations, interfaces, graphisme ergonomie et pour les sites internet et les appareils électroniques, etc.

Design packaging

Conception des emballages produits de grande consommation : PLV (Publicité sur le lieu de vente), blisters, cartons pour les produits appartenant au secteur de la grande consommation et des biens d'équipement.

Design produit

Conception des produits de grande consommation et des biens d'équipement élaborés pour l'artisanat ou l'industrie : conception de la forme. de la couleur, de l'aspect de surface, de l'ergonomie (électroménager, transport, machines outils. mobilier. luminaire, arts de la table etc.).

Design numérique et Design prospectif / Fiction design

C'est une manière de donner une forme au futur, en utilisant la capacité du design à rendre tangible à travers le dessin ou la modélisation, les innovations à venir.

Design de service

Conception des interfaces et scénarisation des usages systèmes logistiques, techniques ou informatiques liés à un produit ou à un service : interface (télécommande, automate, écran tactile, borne interactive) scénario d'usage d'un produit ou d'un service, produit et communication attachés au service etc.

Design social

C'est l'utilisation de méthodologie du design appliquée aux problématiques sociales pour améliorer le confort de vie des personnes

II/INTRODUCTION II/INTRODUCTION (lorsque ce sont des personnes en situation de précarité, on parle plus facilement de design solidaire).

Design sonore

Création des éléments sonores pour un produit, un service ou un espace : illustration sonore, bruitage, identité et univers sonores, ergonomie auditive.

Design textile

Conception de textures et de nouvelles fibres, création graphique, stylisme, recherche sur les impressions etc.

Pourobtenirplus d'informations et de détails sur les spécificités de ces différentes manières de pratiquer le design, vous pouvez vous reportez au « Référentiel des métiers du design » DGCIS Service de l'industrie – Sous-direction de la mode, du luxe, des biens de consommation et du design.¹

1. https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/etudes/innovation/2014-01-Referentielmetiers-design.pdf



III/ LE DESIGN, PERSPECTIVE LOCALE ET NATIONALE



1- APPROCHE LOCALE EN MATIÈRE DE DESIGN

a- Historique et actions

b- Éco-système marseillais:

Les structures d'accompagnement et/ou de production :

- boutiques, concept stores, fabricants, incubateurs
- événements
- ateliers
- collectifs

2- APPROCHE NATIONALE EN MATIÈRE DE DESIGN

- MISSION CADIX
- LIEUX DU DESIGN, VIA, AFD, La FéDI...
- La Cité du Design
- Les CENTRES DE DESIGN

1- APPROCHE LOCALE EN MATIÈRE DE DESIGN

a- Historique et actions



Une courte histoire du design à Marseille et ses « alentours »

Écrire une histoire du design à Marseille, fut-elle brève, nécessite au préalable une connaissance approfondie de l'espace géographique, économique, social et pédagogique qui l'a vu naître.

Construite en deux volets cette histoire du design commencera par:

- Un premier chapitre qui tentera de retracer la prise de conscience du design à Marseille dans le contexte économique, culturel et politique de l'époque, c'est-à-dire de 1980 à aujourd'hui.
- Un second chapitre établira l'évolution de la carte des formations proposées dans cette même période.

Ainsi, sans pour autant remonter aux origines du design qui en toute hypothèse remontent à la révolution industrielle et à la naissance de la production mécanisée, un bref historique de son développement en France s'avère utile.

Univers des formes et des signes, le design est par excellence une discipline de communication et de médiatisation. Les avancées de l'ère post-industrielle dans laquelle nous sommes entrés

depuis le début des années 80 se caractérisent aussi par les progrès foudroyants des nouvelles technologies, des nouveaux matériaux, mais aussi les nouvelles relations aux objets, aux systèmes, aux modes de vie. Le design est à l'écoute des changements, des mutations, des dérives. Il est par nature, condamné à être en état de veille permanente. Fortement imbriqué dans le tissu industriel, il n'échappe pas toutefois à la dimension culturelle, qui par le biais de l'histoire contemporaine, le replace constamment en perspective.

Si le terme « design » est aujourd'huiinscrit et perçu dans une vision très polysémique, ce ne fut pas le cas dans les années 80 où le terme « design » était 90% du temps réduit au seul design produit. Il faut dire que le contexte de l'époque était de faire entrer le design en tant que pratique professionnelle afin de jouer plus efficacement son rôle dans la vie économique du

européens. Le lecteur ne sera donc pas surpris de constater dans cette histoire du design à Marseille une utilisation récurrente du terme industriel pour repérer et qualifier l'activité des designers.

pays à l'instar des autres pays

SOMMAIRE DE L'HISTORIQUE ET DES ACTIONS

- EN FRANCE UN CONTEXTE FAVORABLE
- PANORAMA GÉNÉRAL DES STRUCTURES DE DESIGN

POLITIQUE DU MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE EN MATIÈRE DE DESIGN

- CRÉATION DES STRUCTURES DE PROMOTION DU DESIGN
 - Les structures régionales
 - En région P.A.C.A
- LES CENTRES DESIGN
 - Le Centre Design Marseille P.A.C.A
 - Le CRéCI, Un Centre Régional pour la Création Industrielle pour donner aux entreprises de Provence-Alpes-Côte d'Azur le goût du design!
 - Un premier bilan
- L'UFDI (UNION FRANÇAISE DES DESIGNERS INDUSTRIELS)
 - L'UFDI P.A.C.A
 - Fédi P.A.C.A
- A.C.I.D
- ACTUALITÉS DU DESIGN DEPUIS L'AN 2000
 - Le Centre Design Marseille (CDM) qui deviendra ensuite le CDMP
 - CONTREALLEE

« Le Mois du Design »

- LE SHOWROOM
- COMMERCE DESIGN MARSEILLE
- MED DESIGN DAYS
- DESIGN PARADE
- MARSEILLE INNOVATION ET LE DESIGN
 - Designers en résidence
 - Exposition des DSAA « Design 4 » au pôle média
- EXPOSITION HAMBOURG

EN FRANCE UN CONTEXTE FAVORABLE

La France a historiquement raté son entrée dans la Révolution industrielle à la fin du 18° siècle, pour cause de Révolution, et pris ainsi un retard considérable qu'elle n'arrivera jamais à combler entièrement. Le fort développement d'une tradition d'ingénieurs au 19° siècle, puis l'éclosion des arts décoratifs ne font que renforcer un double cheminement art et industrie dont le design ne sera le fédérateur qu'à la fin des années cinquante, dans le sillage des pays anglo-saxons. L'histoire du design français commence ainsi en 1949, au moment où l'UAM (Union des Artistes Modernes, créée dans les années trente) disparaît au profit de Formes utiles, dont les sélections de produits seront chaque année, et jusqu'en 1983, associées au Salon des arts ménagers.

1950 : Jacques VIENOT, qui dirige l'agence Technès et qui compte parmi ses collaborateurs Roger Tallon, fonde l'Institut d'esthétique industrielle et crée la revue Esthétique industrielle.

Les Pouvoirs publics français vont mettre quatorze ans à reconnaître l'existence du design : en 1964, André MALRAUX, Ministre de la Culture, et Georges POMPIDOU, créent au Mobilier national un Atelier de création contemporaine, pour redonner un coup de fouet à la création de mobilier.

La Maison de Marie-Claire devient, vers la fin des années soixante, la référence obligée au design : Gilles de BURE y collabore régulièrement, avant de participer en 1969, à la création de la première revue vraiment contemporaine de design.

En introduisant, grâce à François MATHEY, le design dans le programme du Centre Georges Pompidou, Georges Pompidou faisait en 1970 œuvre de pionnier en faisant cohabiter sous un même idéal Art et Design. L'évolution foudroyante des techniques, l'apparition des nouveaux matériaux, et la conviction que désormais la création se trouve dans le dépassement de ses propres frontières, ont aidé à cette mutation fondamentale.

Dans la foulée de 1968, les Pouvoirs publics s'intéressent au design : si le Centre de Création Industrielle est né (ouverture au Musée des arts décoratifs 1969) d'une initiative privée, François Xavier ORTOLI crée en 1970 un Conseil supérieur de la Création esthétique industrielle (voir annexe) qui fermera ses portes en 1975.

Aujourd'hui, à côté des designers et de leurs « syndicats » et associations professionnelles, on trouve des associations de valorisation. des agences de promotion, des centres de création industrielle. des structures interministérielles. des structures régionales, pôles de design, des centres de design management, écoles, etc... Cette des diversité peut créer quelques confusions, et l'on pourrait s'étonner qu'avec tout cela le design fasse encore figure de parent pauvre.

PANORAMA GÉNÉRAL DES STRUCTURES DE DESIGN

Avant d'aborder le chapitre des actions politiques engagées en matière de design voici un rapide historique des structures existantes depuis les années 80 en France.

Tout d'abord, il y a bien entendu les professionnels du design eux-mêmes.

Combien sont-ils ? Comment

les connaître ? Les estimations varient beaucoup.

« Le secteur du design et des métiers d'art, on l'a vu, est éclaté et aucun syndicat ou organisation professionnelle ne dispose d'étude de référence sur le secteur, notamment en termes de besoins de formations » (Rapport Brigitte FLAMAND 2014, p39)

Aujourd'hui deux structures gérées par les professionnels eux-mêmes occupent le devant de la scène il s'agit de:

- L'AFD (Alliance Française de Designers)
- http://www.alliance-francaise-des-designers.org/
- La FéDI (Fédération des Designers) (voir document en annexe)
- http://federation-du-design. com/

POLITIQUE DU MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE EN MATIÈRE DE DESIGN

Dans les années 1985, constatant d'une part que bon nombre de pays étrangers augmentaient leur part de marché grâce à une approche design très professionnelle (Japon, Pays nordiques, Italie, ...), d'autre part que, malgré quelques « locomotives » médiatiques, la France était singulièrement en retard dans ce domaine, le Ministère de l'Industrie a décidé d'engager une politique de promotion du design, ambitieuse.

s'est notamment Celle-ci concrétisée par la création de l'École Nationale Supérieure de Création Industrielle en 1982 (ENSCI), également dénommée « Les Ateliers ». Cette école, largement soutenue par les ministères de la Culture, de la Recherche et de l'Industrie, et dont la direction avait été confiée à Jean-Louis Monzat de Saint-Julien, qui avait pour mission de former des concepteurs très sensibilisés au design industriel et ouverts aux disciplines connexes (analyse de la valeur, ergonomie,...) ainsi qu'aux problèmes techniques de conception auxquels sont confrontés leurs collègues ingénieurs et aux approches marketing indissociables d'une bonne adéquation entre le produit et les attentes du consommateur.

À la même époque, une division design fut créée au sein du Ministère, et le thème du design fut clairement identifié comme éligible aux différentes aides du Ministère, notamment les aides de l'ANVAR (Agence Nationale de Valorisation de la Recherche qui a fusionné en 2005 avec la Banque du Développement des PME pour créer le groupe OSEO) a fusionné en 2005 avec la Banque du Développement des PME pour créer le groupe OSEO.

CRÉATION DES STRUCTURES DE PROMOTION DU DESIGN

Les structures régionales
Dans le contexte général de
l'intérêt porté au Design et
de volonté de le promouvoir
auprès des entreprises, une

mission a été confiée par le Ministère de l'Industrie et de l'Aménagement du territoire à Mr Paul SCHMITT. Ce dernier a suggéré la création de Pôles de Design Régionaux. Sur la base de ses recommandations, un appel à propositions a été lancé par le Ministère de l'industrie, et sept projets ont été retenus pour être soutenus par une subvention. Deux types d'initiatives vont émerger de cette proposition et vont être primés:

Une série de Pôles des Design, s'appuyant les structures locales en place (Écoles, Chambres de Commerce, Entreprises) et sur des organismes susceptibles d'être mobilisés : Communauté Européenne par exemple, et un réseau de Centres de Design Régionaux, articulé autour d'une Fondation parisienne et du Centre de Design Midi-Pyrénées de Toulouse.

Les Pôles, constitués dans l'esprit des recommandations de Paul SCHMITT (pas toujours exactement sous cette appellation, ce qui a pu à l'époque égarer le lecteur), ont été localisés à :

- Clermont-Ferrand : Institut de Design d'Auvergne
- Romans : Pôle Régional de Design Management
- Dijon : Ressources Design Centre de Bourgogne.

De ces structures naîtra le CDRA (Centre design Rhône-Alpes) organisme qui deviendra très puissant, jusqu'à faire de l'ombre à l'UFDI.

Les Centres de Design Management, d'une inspiration légèrement différente, sont nés de la rencontre, d'une part, du Centre de Design Midi-Pyrénées créé en 1984, à l'image du Centre de Design de Barcelone, et, d'autre part, d'une initiative de BEYTOUT, Madame aui a voulu reproduire ce «

modèle » ailleurs et fédérer les organismes ainsi suscités autour d'une Fondation parisienne. Ainsi ont été créés à :

- Marseille : le Centre de Design Provence-Alpes-Côte d'Azur, (attention à ne pas confondre avec le CDM (Centre Design Marseille) que nous verrons dans un prochain chapitre).
- Paris : Le Centre de Design Île-de-France.

Ils sont les plus récents, et leurs premières actions datent de l'été 1988.

Parailleurs, à Pariségalement, Madame BEYTOUT a créé sa « Fondation du Design », Association Nationale pour la Promotion du Design Management, dont le titre n'est pas sans rappeler celui de l'APCI.

L'APCI (Agence Pour la Création Industrielle)

http://www.apci.asso.fr/
Fin 1983, l'APCI une agence
pour la promotion de la
création industrielle est créée

à l'initiative du Ministère de la culture. Elle veut jouer un rôle de catalyseur entre concepteurs et producteurs industriels et gérer les idées en vue d'actions concrètes.

- En région P.A.C.A

En 1991 a eu lieu la première grande exposition dans le sud de la France sur le thème de l'architecture et du design.

Après avoir célébré LE CORBUSIER en 1989, LE TROISIEME CARREFOUR REGIONAL/ARCHITECTURE & DESIGN d'Avril 1991, a souhaité être au coeur de l'actualité en traitant, en ARCHITECTURE, des Architectures publiques et en DESIGN, du design industriel.

• LES CENTRES DESIGN

- Le Centre Design Marseille P.A.C.A

« Le Magellan » 352, avenue du Prado ,13008 Marseille.

En 1988 le Ministère souhaita mettre en place, à l'instar de certains autres pays, des outils régionaux de promotion du design. Il lança pour ce faire un appel à propositions visant à créer des « Centres Régionaux du Design » (voir annexe).

Sa vocation:

Aider à la mise en place d'une stratégie cohérente pour le produit ou pour l'image au



service du développement de l'entreprise.

É v é n e m e n t Architecture & Design

Ses actions:

- Information et promotion du design industriel
- Pré-diagnostic design en entreprise
- Formation en design management.

Rentré en conflit avec les designers locaux qui ont vu dans les actions menées par cet organisme une forme de concurrence, le Centre de Design P.A.C.A ne résistera pas et mettra la clef sous la porte au bout de deux ans.

- Le CRéCI

Un Centre Régional pour la Création Industrielle pour donner aux entreprises de Provence-Alpes-Côte d'Azur le goût du design!

En mettant en place fin 1991 un Centre Régional pour la Création Industrielle, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur avec l'appui de l'État se fixait un objectif clair:

« Donner aux entreprises régionales, PME PMI pour la plupart, le goût du design!...
Leur faire découvrir ou mieux connaître les ressources d'une démarche de communication par le produit qui bâtit une identité et rend visible les valeurs de l'entreprise et, audelà de la communication, un design qui change leur regard et

leurs méthodes de production en plaçant le consommateur au cœur des préoccupations stratégiques...

Un consommateur devenu exigeant qui demande aujourd'hui des produits porteurs de sens qui affirment sa place dans la société, qui lui apportent du plaisir au-delà de la satisfaction d'usage...

Un consommateur qui ne se contente plus de discours et veut des preuves : voir, toucher, comparer, se sentir pris en compte...»

> Extrait de la lettre du CRéCl 1995.

À l'époque, les slogans étaient nombreux pour faire entrer dans la boîte à outils de la compétitivité économique une pratique longtemps cantonnée dans la culture hexagonale, comme une activité esthétisante, aux confins du rationnel, une plus-value jugée superficielle et envisageable, que si d'aventure, on a auparavant pallié tout le reste!

À cette époque aussi pour préciser l'état des lieux et disposer des prises de vue permettant d'ajuster l'angle d'attaque, la DRIRE (Direction Régionale de l'Innovation et de la Recherche) confie au Cabinet Bossard Consultants une étude sur l'utilisation du design par les entreprises de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les résultats de cette étude remis fin 1992 vont souligner les freins majeurs à la pénétration du design.

Bien plus que les disponibilités financières. une mauvaise connaissance de la démarche de ses professionnels, une difficulté à trouver entre industriels et designers les bases d'un langage commun. Les représentants industriels et lesprofessionnels de la Création industrielle qui siégeaient aux cotés des membres fondateurs l'association. avaient de opté pour une stratégie à deux volets simultanés et complémentaires:

Un volet éducation-information

pour rendre les entreprises et tout utilisateur potentiel autonomes en matière de design.

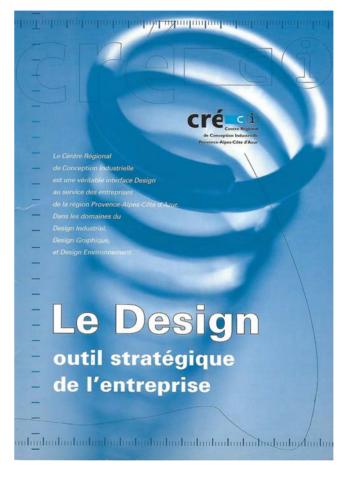
Un dispositif d'appuis proposés aux entreprises qui décidaient de passer à « l'acte design : de l'évaluation préalable du projet de l'entreprise, pré-diagnostic gratuit, à l'immersion » en entreprise pour des stages de longue durée d'étudiants en fin de formation, en passant par l'aide à la rédaction du cahier des charges et le repérage des appuis financiers susceptibles d'être utilisés.

Cette « recette » utilisée par l'ensemble des Centres Régionaux du Design, membres du réseau mis en place par le Ministère de l'Industrie, dont le Créci faisait partie, a nécessité des accommodements afin de tenir compte des spécificités du contexte de Provence-Alpes-Côte d'Azur, de ses filières d'activité, de ses bassins d'emploi et des autres outils d'aide à l'innovation

existant en région.

Le CRéCI PACA fera partie du réseau français des Centres de Design

http://www.design-france.fr/



Plaquette du Créci

Un premier bilan

Fin 1995, le bilan des contacts établis par le Créci faisait état de plus de 2000 contacts avec les entreprises régionales, d'une quinzaine de réunions séminaires d'information.

Le Créci organisa deux expositions: « Du sens dans l'utile » à Château-Gombert et « Jacob Jensen, designer danois » à l'aéroport de Marseille Provence, et un colloque « Du beau, du bon, du produit » à l'Hôtel du Département des Bouches-du-Rhône.

Concernant le chapitre appuis aux entreprises, ce sont 16 diagnostics préalables, 12 conseils « interface », 17 stages longue durée de maturation de projet.

• L'UFDI (UNION FRANÇAISE DES DESIGNERS INDUSTRIELS)

- L'UFDI P.A.C.A > 1980, un syndicat dominant l'UFDI

1980 Dans les années dans les années jusque 2000 les designers étaient principalement regroupés en région parisienne (65% des indépendants et cabinets), et secondairement, en région Rhône-Alpes (30%).syndicat représentatif à cette époque était l'UFDI (Union Française Designers des Industriels).

En dehors de l'UFDI, d'autres organismes étaient traditionnellement cités :

- Le SAD (Société des Artistes Décorateurs)
- Le SNAI (Syndicat National des Architectes d'Intérieurs)
- Le SNG (Syndicat National des Graphistes)

Ces structures aujourd'hui n'existent pratiquement plus. Devons-nous analyser leur disparition à l'aune des difficultés rencontrées pour se fédérer. N'oublions pas que le titre de designer n'est toujours pas protégé, en comparaison avec celui d'architecte ou d'ingénieur.

L'Union française des designers industriels s'est arrêtée. Son dernier président Marc Piel a transmis en 2004 la continuation de sa mission à l'Alliance Française des designers (déjàcitée), syndicat professionnel (apolitique) des designers (toutes disciplines confondues), créé en janvier 2003. Dans les années 80, l'UFDI est le syndicat dominant.

L'UFDI était une union professionnelle qui regroupait deux organismes syndicaux : la CSDI (Chambre Syndicale des Designers Industriels) et le SDI (Syndicat des Designers Industriels).

Lavocation de l'UFDI concernait la promotion de la profession, sa représentation auprès des instances officielles, des groupes d'intérêt, de la presse, du public et l'information de ses adhérents; elle se préoccupait de normaliser les pratiques professionnelles, de défendre les intérêts de ses membres et de développer la qualité de

l'enseignement. Enfin, elle se chargeait de maintenir des contacts internationaux, en particulier avec ICSID, IFI et BEDA.

Aujourd'hui à ne pas confondre avec l'UFDI (Union Francophone des Décorateurs d'Intérieur). https://www.ufdi.fr/

• I.C.S.I.D

International Council Societies of Industrial Design. Le Conseil International des Sociétés de design Industriel fondé en 1957 à Londres sur l'initiative de Jacques VIENOT, directeur de l'un des plus anciens cabinets de Design, regroupe actuellement 73 sociétés membres de 37 pays. Il organise un congrès et une assemblée générale tous les deux ans. Il soutient des séminaires inter design dans divers pays et distribue des prix.

• B.E.D.A

Bureau des Associations des Designers Européens, fondé en 1969.

Le BEDA regroupe des organisations représentatives de designers de produits, des designers graphistes, des designers d'environnement et des architectes d'intérieur.

• L'UFDI P.A.C.A

En 1989 à l'initiative de Pierre CORBU designer à la SPMP (Société Phocéenne de Matière Plastique) l'antenne régionale de l'UFDI est créée.

Trois designers prendront successivement la tête de cette structure sur une période allant de 1989 à 2002 :

- Pierre CORBU (SPMP)
- Jean Marie MONLEAU (CAT)
- Philippe VADCARD cofondateur de l'agence IDEACT (www.ideact.fr/)

En 2002, c'est Etienne Clamagirand, Architecte et designer qui reprendra les commandes de ce qui reste de l'UFDI P.A.C.A (www. recifartificiel.fr/)

• La FéDI P.A.C.A

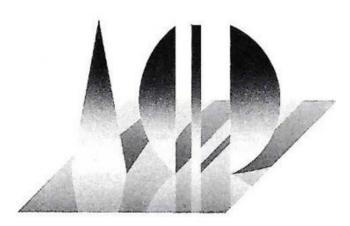
La disparition de l'UFDI nationale provoqua un rapprochement avec le CDRA (Centre Design Rhône-Alpes) en 2003.

Finalement c'est sous le label de la FéDI (Fédération des Designers) qu'une représentation syndicale existera à Marseille, toujours représentée par son président Mr CLAMAGIRAND.

• A.C.I.D

1988 sous l'impulsion Jean-Charles I FRAHAR alors docteur en sociologie et responsable de l'option design à l'École d'Architecture Marseille Luminy, est créée A.C.I.D (Association pour la Culture Industrielle et le Design). Elle regroupait des compétences qui intervenaient dans le design industriel à différents niveaux : designers professionnels, industriels. architectes. ergonomes, ingénieurs, plasticiens, gestionnaires de produits, enseignants, acteurs institutionnels.

d'A.C.I.D. membres Les avaient en commun une passion pluridisciplinaire pour une analyse en profondeur du design industriel et de son environnement : les usines, les machines, les maquettes, le dessin, les matériaux, les prototypes, les pensées opérationnelles qui les



engendrent, l'histoire de la création industrielle.

A.C.I.D. pensait que cette activité humaine n'était pas une mode, ni une quelconque technique commerciale. Le design industriel est une constellation qui dynamise tous les aspects économiques,

Logo ACID

scientifiques et techniques, de la création humaine, tous les signes de la culture ; chaque produit industriel fusionne en une solution unique les rêves et le génie technique que l'homme déploie pour créer des richesses.

À l'aide d'expositions, de séminaires et demanifestations diverses, A.C.I.D. s'était donné pour mission de faire partager sa passion.

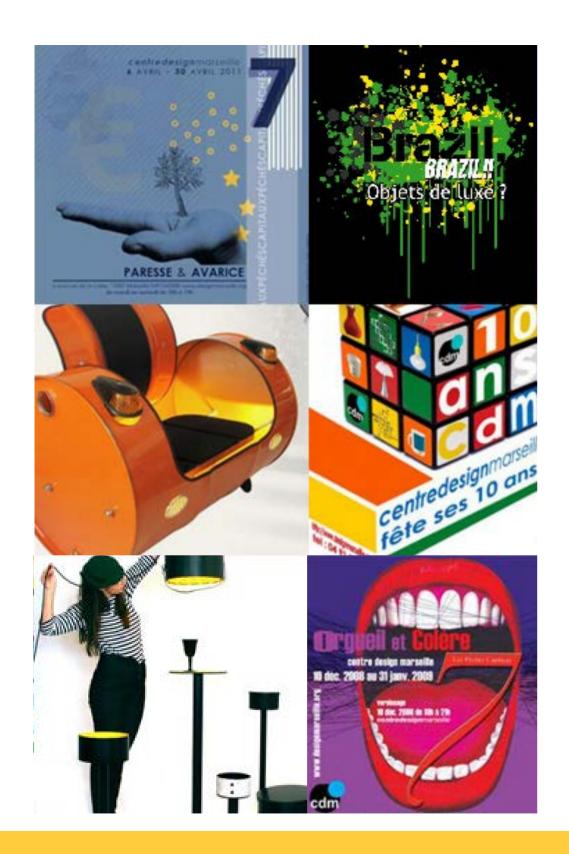
A.C.I.D. organisa sa plus importante manifestation en 1992 dans les locaux de la Maison de l'artisanat, 21 cours d'Estienne d'Orves à Marseille dans le 1^{er} arrondissement.

Le thème de cette exposition « LE DESIGN INDUSTRIEL, MYTHES ET RÉALITÉS » du 5 octobre au 7 novembre 1992. Fort pourtant de ses 25 membres, A.C.I.D. cessera toutes ses activités en 1993.

• A.C.I.D

Le Guardian – Allée des Pins Marseille 13008 Jean-Charles LEBAHAR été l'auteur d'ouvrages de références dans le domaine du design dont voici les plus célèbres:

- Éléments de design industriel, 1987 - Éditions HERMES 51, rue Rennequin, 75017 Paris.
- Le design industriel, sémiologie de la séduction et code de la matière, 1994, Éditions PARENTHÈSE, Marseille.
- L'enseignement du design industriel, 2008, Éditions LAVOISIER, Paris.



• ACTUALITÉS DU DESIGN DEPUIS L'AN 2000

Le Centre Design Marseille
 (CDM) qui deviendra ensuite le
 CDMP

Présidente : Jacqueline RÉGIS 6 avenue de la Corse 13007 Marseille

Créé par Jacqueline RÉGIS et Antoine LAZERGES en 1998 sous l'impulsion de Mr Jean MANGION alors aux Affaires culturelles de Marseille.

« Je ne connaissais pas trop le domaine mais j'avais la chance d'avoir un local de 250 mètres carrés, avenue de la Corse. Je me suis arrangée pour ouvrir une boutique de chocolat, de design et un espace de 150 mètres carrés d'exposition. De fil en aiguille, de 5 000 euros de subvention attribués au début à l'association, au bout de 3 ans « j'avais 50 000 euros d'aide de la Ville, de la Région et surtout du conseil général qui a été un partenaire important sur de

nombreuses manifestations. »
Et, d'exposition en exposition,
d'accueil et de soutien
d'artistes nationaux et
internationaux, le CDMP est
devenu incontournable dans
son domaine. »

Extrait de l'article Patricia MAILLE-CAIRE :

https://destimed.fr/Marseille-le-Centre-de-design-365
En 2011 le CDM deviendra le CDMP (Centre Design Marseille Provence).

Les missions du CDM sont :

- > Rassembler, mettre en relation les designers entre eux mais aussi avec les entreprises, accroître la représentativité du design auprès du grand public et des institutions et mettre en évidence les compétences et ressources des professionnels du design.
- > Informer, instaurer un espace d'information, de réflexion et d'échange, mais aussi un espace de documentation sur le design, l'urbanisme et l'environnement avec à terme l'ambition de mettre en place

Ci-contre: Expositions CDMP à la Galerie Montgrand, 41 rue Montgrand Marseille (6e) une matériauthèque (au moins sur Internet) à disposition du public. ateliers pédagogiques dirigés par des designers ainsi qu'un cycle de conférences.



Dernière exposition du CDMP en 2013 - Exposition Animal Design Galerie Montgrand, 41 rue Montgrand Marseille (6e)

- > Créer, encourager les initiatives, croiser les réflexions, susciter les échanges d'idées et proposer un soutien artistique à l'édition de prototypes.
- > Montrer, organiser des expositions thématiques, des workshops et résidences de designers avec le concours de l'ESBAM, participer aux missions de commande publique et mettre en place des

Après 15 années d'activité, le CDMP peine à trouver la formule susceptible de satisfaire tous ses objectifs et à représenter l'ensemble des activités, notamment industrielles de la discipline. Il clôturera ses actions en 2013.

- CONTREALLÉE

74 Traverse Sery, 13003 http://contreallee.free.fr/ public/pages/contreallee.php Contreallée est une association loi 1901 qui a été créée en février 2001. Elle est basée à Marseille. Elle a pour but la promotion de la création par le design.

Depuis 2001, Contreallée participe à faire évoluer la

L'ASSOCIATION DES HABITANTS LE CORBUSIER PRESENTE DU 29 NOVEMBRE 2007 AU 9 DÉCEMBRE EXPOSITION DESIGN L'EXPÉRIENCE DE LA MATIÈRE contrellée à LA CITÉ RADIEUSE EC LA PARTICIPATION DE LE JEUDI 29 NOVEMBRE - 280, BOULEVARD MICHELET 13008 MARSEILLE

Exposition design, Contreallée à la Cité Radieuse, Marseille 8e perception du design en Région Provence-Alpes côtes d'Azur. C'est au croisement des dimensions professionnelles et pédagogiques que le collectif Contreallée fonde sa légitimité. collectif Contreallée Le échange les avec professionnels pour établir des partenariats durables avec les collectivités territoriales (Municipalité, Département et surtout Région) et les structures existantes (Agora des sciences, Bibliothèque l'Alcazar BMVR, Friche de la Belle de Mai et la Cité Radieuse le Corbusier).

Le « mois du design »

Une manifestation récurrente a été créée par le collectif, soutenue par le Rectorat de l'Académie d'Aix-Marseille et la Région, appelée « Le Mois du Design ». L'opération consiste à exposer mais aussi à dialoguer en sollicitant les professionnels, les chercheurs, les spécialistes lors de conférences, colloques et débats.

Contreallée s'est toujours inscrit dans une activité associant recherche, expérimentation et production

tout en cultivant un regard critique sur les enjeux actuels et à venir.

• LE SHOWROOM

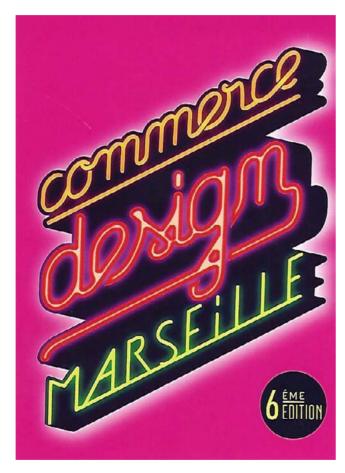
40A boulevard Voltaire, 13001 Marseille Ginie BEL, Corinne GILLE

Showroom est une 1901 loi association aui s'attache à promouvoir des Déco. créateurs Design, Accessoires Maison et (mobilier, luminaires, Mode objets déco, petits linge maison, vêtements, chaussures. chapeaux, édition, scénographie...) du Sud et d'Ailleurs, de manière permanente et régulière.

• COMMERCE DESIGN MARSEILLE

http://www.ccimp.com/ prestation/commercehotellerie-restauration/ commerce-design-marseille Un concours qui récompense le design de commerces ayant collaboré avec des professionnels de l'aménagement (architectes, designers, ...) pour la rénovation de leur point de vente.

Lancé en 2007 par la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence sur une idée



originale de la Ville de Montréal, le concours Commerce Design Marseille valorise et récompense les points de

6e édition de l'événement Commerce Design Marseille vente qui embellissent la ville. Un projet porté par Marianne CAT, membre élue de la CCI Marseille Proyence.

MED DESIGN DAYS

Les MED DESIGN DAYS rassemblent des événements sur le DESIGN appliqué à l'entreprise et au territoire dans la région méditerranéenne.

La 1ère Edition a eu lieu le 28 Novembre 2013.

DESIGN PARADE

La Villa Noailles http://www.villanoailleshyeres.com/welcome/ Montée Noailles, 83400 Hyères

La Villa Noailles à Hyères propose depuis 11 ans un festival de design avec un concours permettant à dix jeunes designers de présenter leur travail à un jury de professionnels.

Cette année, «Design Parade» s'agrandit et pousse les murs jusqu'à Toulon avec un nouveau concours, dédié cette fois à l'architecture d'intérieur. La plupart des candidats sont fraîchement diplômés. Le festival leur offre l'opportunité unique de travailler en conditions réelles, avec à la clé la promesse d'une visibilité accrue pour le lauréat du Grand Prix. Parallèlement au concours, Design Parade présente à Toulon plusieurs expositions liées aux arts décoratifs.

MARSEILLE INNOVATION ET LE DESIGN

- Designers en résidence

Cette opération issue d'un partenariat entre la Région Provence Alpes Côte d'Azur et l'ENSCI (Ecole Nationale Supérieure Création de Industrielle), cofinancée par la Région Provence Alpes Côte d'Azur et la DIRECCTE, a permis de sensibiliser au design et à la créativité 12 entreprises hébergées par 3 pépinières membres de PACA INNOVATION (TVT Innovation, CEEI Provence et Marseille Innovation).



- Exposition des DSAA « Design 4 » au pôle média

http://maadesign.canalblog. com/ Pôle Média Belle de Mai 37 Boulevard Guibal Marseille 13003

Enpartenariatavecl'Incubateur de la Belle de Mai Marseille Innovation c'est un concept inédit qui a été proposé au Pôle Média de la Belle de Mai.

Concept de l'exposition : rendre visible sur du long terme des réalisations (projets de diplômes à bac +4) tout en remplissant un objectif pédagogique de méthodologie. Montrer et expliquer la démarche de conception: un projet n'arrive pas par hasard mais est l'aboutissement d'un cheminement, d'une réflexion...

Ces 4 mentions sont à entrevoir de manière décloisonnée, elles représentent des secteurs professionnels spécifiques en termes de compétences culturelles, méthodologiques, techniques, rapprochés de plus en plus par des situations de création communes et transversales (par exemple, le design événementiel est au carrefour de ces quatre axes). Actuellement, les différentes formations DSAA dispensées à Marseille sont situées dans plusieurs lycées (Voir chapitre sur les DSAA).

Affiche du colloque MED DESIGN DAYS, 2013



• EXPOSITION HAMBOURG

En partenariat avec l'École Supérieure d'Art et de Design Marseille Méditerranée et le Pôle Supérieur Design du Lycée Jean Perrin, la Ville de Marseille présente une exposition de designers marseillais.

« Offrant toute la palette de formes que peut prendre le design, cette exposition, présentée du 26 novembre au 19 décembre 2015 et créée spécialement pour le DESIGNXPORT de Hambourg, se veut un prétexte pour débattre du design.

À l'heure où la culture joue un rôle de plus en plus important dans le développement et l'attractivité des territoires, il est important que l'action publique soutienne les créateurs et notamment les designers qui projettent l'image d'une ville dans l'avenir. à Remerciements Fabrice Pincin, designer enseignant chercheur l'ESADMM. président du Centre Design

Marseille Provence, René Ragueb, coordonnateur des départements design du lycée Jean Perrin, la Direction des Relations Internationales et européennes de la Ville de Marseille, Babette Peters, Responsable du DESIGNXPORT, au Ministère de la Culture du Sénat de Hambourg. »

Anne-Marie D'Estienne D'Orves

Adjointe au Maire de Marseille, déléguée à l'action culturelle, spectacle vivant, musées, lecture publique, enseignements artistiques
Présidente de l'École supérieure d'art et de design Marseille-Méditerranée.

(extrait de l'allocution de Madame Anne-Marie D'Estienne D'Orves lors du vernissage de l'exposition)

1- APPROCHE LOCALE EN MATIÈRE DE DESIGN

b- Éco-système marseillais: Les structures d'accompagnement et/ou de production



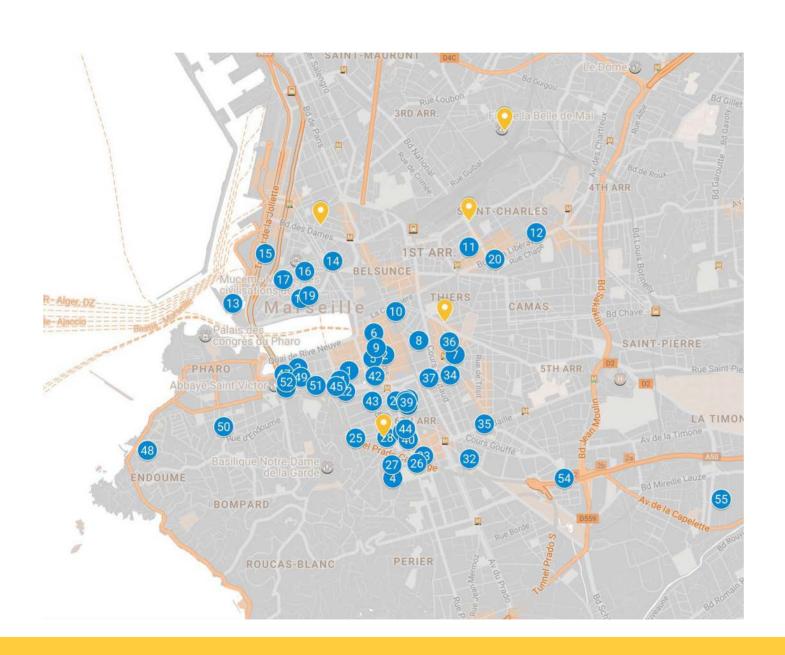
Il est très difficile d'établir une cartographie précise du design sur un périmètre donné, pour plusieurs raisons :

- Absence de répertoire ou d'annuaire professionnel
- Diversité et parfois même ambiguïté des missions attribuées au design et des secteurs qui le concernent.

De plus, l'INSEE qui catégorise les activités professionnelles via les codes NAF, n'a établi une nomenclature spécifique aux activités dites « spécialisées de design » qu'à partir de 2008, sans distinguer pour autant les différents métiers qui s'y rapportent.

Voici néanmoins un premier recensement de l'écosystème du design local.

À MARSEILLE



Inventaire des structures de l'éco-système du design de la Ville de Marseille :

- BOUTIQUES, CONCEPT STORES, FABRICANTS, INCUBATEURS
- ÉVÉNEMENTS
- ATELIERS
- COLLECTIFS

Magasins Marseille

- 1 Magasin Issima
- 2 G00D
- 3 GREG & CO
- 4 Mise en Scène Éclairage
- 5 l'Ornithorynque
- 6 MADURA
- 7 Baos concept store
- 8 Joli Rouge broc fripes café
- 9 La Maison Marseillaise
- 10 Maison Empereur
- 11 Paulet Maxime
- 12 Atelier Janvier
- 13 Le Mucem
- 14 Tulavu l'agence de com'
- 15 Wooden Gallery
- 16 11 Rue du Panier

- 17 UNDARTGROUND
- 18 Unity Conceptstore
- 19 N-Cigale
- 20 ArtchiArty
- 21 Ambiances et Matières
- 22 C2 Hôtel
- 23 Pop Corner
- 24 Jogging store
- 25 Pure Inspiration
- 26 201 Rue Paradis
- 27

Edward Mobilier Contemporain & Design • Nom: GOOD DESIGN STORE

Adresse: 19 rue Venture,

13001

Type: Showroom

Description: Muuto, Fermob,

Kettal...

Site: good-designstore.com

Nom: ISSIMA

Adresse: 88 rue Grignan,

13001

Type: Showroom

Description: Vitra, Fritz

Hansen, Eames...
Site:issima.fr

• Nom: GREG AND CO

Adresse: 88 rue Grignan,

13001

Type: Fabricant et brocante

Description : Créations et

rénovations

Site: gregandco.fr

• Nom : JOLIE ROUGE

Adresse: 72 rue d'Aubagne,

13001

Type: Concept store
Description: Brocante

Site: lesmarseillaises.fr

Nom: L'ORNITHORYNQUE

Adresse: 16 rue Lulli, 13001

Type: Concept store
Description: Showroom
Site: lornithorynque.fr

• Nom: MADURA

Adresse: 2 rue Paradis, 13001

Type: Concept store
Description: Paul&Joe,
Bellevue, Duomo...
Site: madura.fr



Nom: BAOS

Adresse: 26 rue des 3 Frères

Barthélémy, 13001

Type: Concept store

Description: Création et vente

Site:baos.fr

• Nom: LA MAISON MARSEILLAISE

Adresse: 38 Rue Francis

Davso, 13001

Type: Concept store

Description : Créateurs et

showroom

Site: lamaisonmarseillaise.

com

Nom: MAISON EMPEREUR

Adresse: 4 rue des Récolettes,

13001

Type: Quincaillerie

Description : Créateurs et

showroom

Site: empereur.fr

• Nom: AÏE DESIGN

Adresse: 40 rue du Coq,

13001

Type: Concept store

Description : Création et

showroom

Site: aïe-design.com

• Nom: ATELIER JANVIER /

TARENTE

Adresse: 14 rue d'Anvers,

13001

Type: Atelier

Description : Point de vente au

30 rue Marx Dormoy, 13004

Site: atelierjanvier.com

• Nom: MUCEM STORE

Adresse: Fort Saint Jean,

13002

Type: Concept Store

Description: FolklobyKa, Lolita

Picco, Kulte...

Site: mucem.org

• Nom: TULAVU

Adresse: 5 rue Félix Eboué,

13002

Type: Concept Store

Description: Création, vente,

agence de communication,

coworking.

Site: tulavu-artyshop.com

Nom: WOODEN GALLERY

Adresse: Quai de la Tourette,

13002

Type: Concept Store

Description: Gras, Jieldé, Tom

Dixon

Site: woodengallery-concept.

com

• Nom: PASCAL CUELLO

Adresse: 11 rue du Panier,

13002

Type: Showroom et atelier

Description: Création et vente

Vue intérieure

store Baos

concept

Site: celinecuello.wixsite.com

• Nom: UNDARTGROUND

Adresse: 21 rue des Repenties, 13002

Type: Concept Store
Description: Gallerie et

showroom

Site: undartground.com

Nom: UNITY

Adresse: 14 Rue Caisserie,

13002

Type: Concept Store

Description: Créateurs et

showroom

• Nom: N-CIGALE

Adresse: 5 rue de la Prison,

13002

Type: Concept Store

Description: Création et

showroom

Site: n-cigale.com

Nom : ARTCHIARTY

Adresse: 62 boulevard de la

Libération, 13004

Type: Showroom et atelier

Description: Création et vente

Site: artchiarty.com

Nom: AMBIANCES ET MATIÈRES

Adresse: 3 Boulevard Notre-

Dame, 13006

Type: Showroom

Description: Fatboy, Kare,

Monochromic...

Site: ambiancesetmatieres.eu

Nom : C2 HÔTEL

Adresse: 48 rue Roux de

Brignoles, 13006

Type: Concept Store

Description: Showroom

Site: c2-hotel.com

Nom: POPCORNER

Adresse: 30 rue du Docteur

Fiolle, 13006

Type: Concept store

Description: Showroom et

création

Site: pop-corner.fr

Nom: JOGGING

Adresse: 103 rue

Paradis, 13006

Type: Showroom et création

Description: Jacquemus,

Xavier Féal, Lemaire...

Site: joggingjogging.com

• Nom: PURE INSPIRATION

Adresse: 79 Bd Notre-

Dame, 13006

Type: Showroom

Description: Baccarat, Tal,

Ares...

Site: pureinspiration.fr

• Nom: PARADIS DE FEMMES

Adresse: 201, rue Paradis,

13006

Type: Showroom

Description: Brocante



Vue intérieure du showroom Pop Corner

• Nom: MISE EN SCÈNE

Adresse: 162 rue Breteuil,

13006

Type : Création et vente

Description: Marset, Metalarte, Prolicht... Site: luminaires-design-

marseille.fr

• Nom: EDWARD MOBILIER

Adresse: 148 rue Breteuil,

13006

Type: Showroom

Description: Arper, Manutti,

Emu...

Site: edwardmobilier.com

• Nom: ATELIER 159

Adresse: 135 rue Breteuil,

13006

Type: Showroom

Description: Herman Miller,

Koska, Lampari...

Site: atelier159.com

Nom: VOLTEX

Adresse: 167 rue Paradis,

13006

Type: Showroom

Description: Alessi, Flos,

Moooi...

Site: voltex.fr

• Nom: SINIBALDI

Adresse: 146 rue Paradis,

13006

Type: Showroom

Description: Tribu, Belux,

Porro...

Site: sinibaldi-design.com

• Nom: BLACK BUTTER

Adresse: 16 rue Edmond

Rostand, 13006

Type: Concept store

Description: April 77, Cheapo,

Poler...

Site: blackbutter.fr

• Nom: DESIGN & NOUVELLES TECHNOLOGIES

Adresse: 37 avenue Jules

Cantini, 13006

Type: Showroom

Description: Almilmo,

Gaggenau, Cosentino

Site: detnt.fr

• Nom: STUDIO 19

Adresse: 3 rue Edmond

Rostand, 13006

Type: Showroom

Description: ZERO & Blond,

Rubn & Kera, Belid & Tom

Rossau

Site: Studio 19.fr

Nom : LAMPARI

Adresse: 18 rue des Bergers,

13006

Type: Showroom et atelier

Description: Création et vente

Site: lampari.com

Nom: BULTHAUP

Adresse: 59 boulevard Baille,

13006

Type: Showroom

Description: Création et vente

Site: bulthaup.fr

• Nom: L'ENTREPOT

Adresse: 13 rue Pastoret,

13006

Type: Concept store

Description: Showroom

Site: boutiquelentrepot.com

Nom: INCANDESCENCE

Adresse: 20 boulevard Louis

Salvator, 13006

Type: Showroom

Description: Tobias Grau, Erco,

B-Lux...

Site: incandescences.fr

• Nom: LIGNE 12

Adresse: 12 rue Edmond

Rostand, 13006

Type: Showroom

Description: Original BTC,

Petite Friture...

Site: lesmarseillaises.fr



Vue intérieure du showroom Ligne 12

• Nom : AD INTERIOR

Adresse: 14 rue Edmond

Rostand, 13006

Type: Showroom

Description: Branca,

Handvark, Mater...

Site: galerieadinterior.com

• Nom : DANAND

Adresse: 171-173 rue

Paradis/

5 rue Sainte Victoire, 13006

Type: Showroom

Description: Knoll, Cappellini,

Driade...

Site: danand.com

• Nom: LABO

Adresse: 5 place de la

Corderie, 13006

Type: Concept store

Description : Créateurs et

brocante

Site: lesmarseillaises.fr

Nom: LE JARDIN MONTGRAND

Adresse: 35 Rue Montgrand,

13006

Type: Concept store

Description: Créateurs et

showroom

Site: jardin-montgrand.com

• Nom : L'ÂNE BLEU

Adresse: 46 Rue Breteuil,

13006

Type: Concept store

Description: Créateurs et

showroom

Site: anebleu.com

Nom : MOBILE DE CURIOSITÉS

Adresse: 159 Rue Paradis,

13006

Type: Concept store

Description: Showroom

Site: mobiledecuriosites.com

Nom : ET MOI ET MOI

Adresse: 8 Boulevard Notre-

Dame, 13006

Type: Concept Store
Description: Showroom

Site: etmoietmoi-marseille.fr

Nom: MAISON CÉLESTE

Adresse: 120 boulevard de la

Corderie, 13007

Type: Concept store
Description: Showroom
Site: lesmarseillaises.fr

Nom: BALEINE ROUGE

Adresse: 53 rue Neuve Sainte

Catherine, 13007

Type: Showroom et atelier
Description: Création et vente

Site: baleinerouge.com

• Nom: LE POIS CHIC

 $Adresse: 125B\,rue\,du\,Vallon$

des Auffes, 13007

Type: Showroom et atelier Description: Création et vente

Site: lepoischic.fr

• Nom: HONORÉ DECO

Adresse: 121 rue Sainte,

13007

Type: Showroom

Description: Création et vente

Site: honoredeco.com

Nom: URBANOID

Adresse: 66 rue Sauveur

Tobelem 13007

Type: Agence et showroom

Description: Création et vente

Site: urbanoid.fr

• Nom: WATT

Adresse: 27 boulevard de la

Corderie, 13007

Type: Showroom et atelier Description: Création et vente

Site: wattgalerie.com



• Nom : JÉROME DUMETZ

Adresse: 25 rue de Beyrouth,

13009

Type: Atelier et showroom

Description: Création et vente

Vue intérieure de l'atelier et s h o w r o o m de Jérôme Dumetz Site: jeromedumetz.com

Nom: KOSKA

Adresse: 151 rue Sainte,

13007

Type: Showroom et atelier

Description : Création et vente

Site: mickaelkoska.com

• Nom: J.E MEUBLES

Adresse: 53 boulevard Gilly,

13010

Type: Showroom et atelier

Description: Création et vente

Site: jemeubles.com

• Nom: LES MEUBLES DE

MÉTIERS

Adresse: 58 Boulevard Fifi

Turin, 13010 Type: Créateur

Description : Atelier et

showroom

Site: lesmeublesdemetiers.

com

• Nom: FER À CHEVAL

Adresse: 66 chemin de la Sainte Marthe, 13014

Type: Showroom et atelier

Description: création et vente

Site: savon-de-marseille-

boutique.com

Nom: CHEZ MANU

Adresse: 130 chemin de la

Madrague-Ville, 13015

Type: Brocante

Description: Marché

Site: lesmarseillaises.fr

Nom: FEUKA

Adresse: 156 Boulevard des

Plombières, 13014

Type: Showroom luminaires

Description: Artemide, Flos,

Kartell

Site: feuka.fr

• Nom: LE SERAIL

Adresse: 50 boulevard

Anatole de la Forge, 13014

Type: Showroom et atelier

Description: Création et vente

Site: savon-leserail.com

• Nom: IGOR ET ABI

Adresse: 130 chemin de la

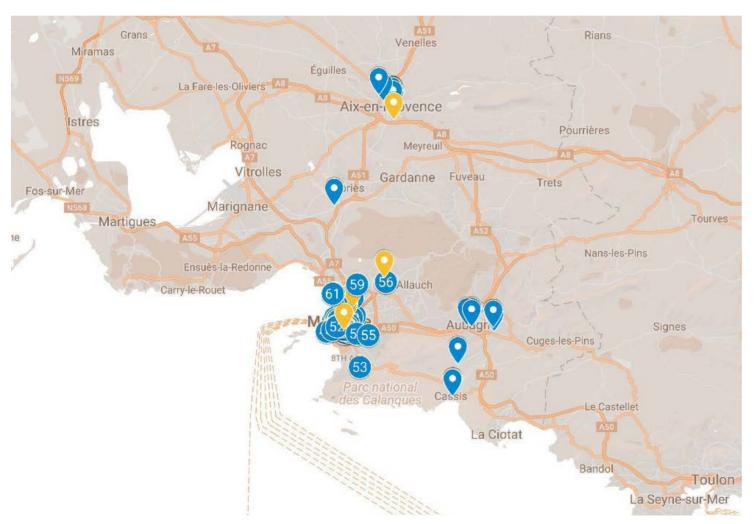
Madrague-Ville, 13015

Type: Brocante

Description: Marché

Site: lesmarseillaises.fr

AUX ALENTOURS DANS LA MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE



Inventaire des structures type concept stores, showrooms et ateliers de design dans la Métropole Aix-Marseille

- ↓ 14 Rue d'Italie
 ↓ L'Atelier du décorateur
 ❖ maison28
 ❖ Contraste
 ❖
 Ateliers Poivre D'Ane La
 Cuisine Française Distributeur "Lacanche Novy Siemens Smeg"
 ❖
 Meubles Martelloto Et
 Compagnie
- Magasins Métropole

 Chemin de la Grande
 Campagne

 L'art du temps

 L'eau de Cassis

 Avenue Augustin Fresnel
- Ateliers

 Atelier Ni

 C.I.R.V.A Centre International du Verre et Arts Plastiques

 La Fabulerie

 LFO fablab

 Make it Marseille

 38 Rue Frédéric Joliot Curie

 413 Avenue Gaston Berger

AUX ALENTOURS

À AUBAGNE...

Nom: FRANCK DESIGN

Adresse: 48 rue de la République, Aubagne

Type: Showroom

Description: Tapissier et

décorateur

Site: good-designstore.com

Nom: PLUM GARDEN

Adresse: Aubagne

Type: Concept store

Description: Création et vente

Site: plumgarden.fr

Nom: POTERIE RAVEL

Adresse: 8 avenue des Goums.

Aubagne

Type: Atelier et showroom

Description: Création et vente

Site: poterie-ravel.com

Nom : INSENSÉ

Adresse: 19 avenue des

Paluds, Aubagne

Type: Showroom

Description: Casanova, Casa

Ditre, Midj...

Site: insensemobilier.fr

 Nom: SANTONS MARYSE DI **LANDRO**

Adresse: 582 avenue des

Paluds, Aubagne

Type: Création et vente

Description: Showroom,

atelier et musée

Site: santons-dilandro.fr

Nom: SANTONS ESCOFFIER

Adresse: 144 rue du Vallat,

Aubagne

Type: Atelier

Description: Création et vente

Site: escoffier.fr

• Nom: LES DEUX PROVENÇALES

Adresse: 2 boulevard Emile

Combes, Aubagne

Type: Création et vente

Description: Showroom et

atelier

Site: lesdeuxprovençales.com

À AIX-EN-PROVENCE...

Nom: MELVILLE

Adresse: 19 rue Paul Bert, Aix-

en-Provence

Type: Concept store

Description: Best, Jacobsen,

Wegner...

Site: melville-design.com



Vue intérieure poteries **RAVEL** Aubagne

Nom: AU FIL DES MATIÈRES

Adresse: 27 rue Mignet, Aix-

en-Provence

Type: Atelier et showroom Description: Création et vente

Site: aufildesmatieres.fr

Nom: IV HOME

Adresse: 19 rue Paul Bert, Aix-

en-Provence

Type: Showroom

Description: Caravane, Astier

de Villatte... Site: ivhome.fr

Nom: HB DESIGN

Adresse: 1 rue Manuel, Aix-en-

Provence

Type: Showroom

Description: Capo d'Opera, Bontempicasa, Jesse Spa... Site: atelierhbdesign.com

Nom: DESIGNERS STUDIO

Adresse: 21 rue Boulegon,

Aix-en-Provence

Type: Création et vente Description: Showroom et

agence

Site: designers-studio.com

• Nom: SALT & PEPPER

Adresse: 3 rue Matheron, Aix-

en-Provence

Type: Concept store Description: Showroom

Nom: VUE SUR COUR

Adresse: 14 rue d'Italie, Aix-

en-Provence

Type: Concept store Description: Showroom

Nom: L'ATELIER DU DÉCORATEUR

Adresse: 39 rue Granet, Aix-

en-Provence

Type: Showroom et atelier Description: Création et vente Site: atelierdudecorateur.com

• Nom: VINGHUITJANVIER

Adresse: 20 rue Paul Bert, Aix-

en-Provence

Type: Concept store Description: Showroom

Nom: CONTRASTE

Adresse: 55 cours Mirabeau. Passage Agard, Aix-en-

Provence

Type: Concept store Description: Showroom Site: contraste-aix.com

• Nom: ATELIERS POIVRE D'ANE

Adresse: 50 avenue Maréchal.

Aix-en-Provence

Type: Atelier et showroom

Description: Création et vente

Site: atelierspoivredane.com

• Nom: MEUBLES MARTEL-

LOTTO

Adresse: 34 rue Victor Leydet, Aix-en-Provence Type: Atelier et showroom Description: Création et vente Site: meublesmartellotto.fr

ET AILLEURS...

Nom: MILANO

Adresse: rue Honoré Martin

Plan de Campagne Type: Concept store Description: Showroom



• Nom: L'ART DU TEMPS

Adresse: 10 rue Pierre Eydin

Cassis

Type: Concept store

Description: Showroom et

galerie

Site: art-du-temps.com

ÉVÉNEMENTS

• Nom: L'EAU DE CASSIS

Adresse: 2 place Baragnon,

Cassis

Type: Showroom et musée Description: Création et vente

Site: leaudecassis.com

Nom: ON NE SAIT JAMAIS...

Adresse: avenue Augustin

Fresnel, Carnoux

Côté

Sud à Aix-en-

Provence

Type: Concept store

Description: Showroom

Nom: MAISON MONTGRAND

Adresse: 35 rue Montgrand,

13006 Marseille

Type: Hôtel, concept store et

évènement

Description: Exposition de designers marseillais

régulièrement

Site: jardins-montgrand.com

Nom : VIVRE CÔTÉ SUD

Adresse: Parc Jourdan avenue Anatole France, 13100 Aix-

en-Provence

Type: Salon

Description: designers, artisans... de la région

Site: vivrecotesud.fr

• Nom : CRÉA AIX, L'ART DE L'OBJET UNIQUE

Adresse: Rotonde place

François Villon, 13100 Aix-en-

Provence

Type: Salon

Description: Savoir faire de la

région



Vue intérieure

store l'Art du

Temps à Cassis

concept

ATELIERS

Nom: ATELIER NI

Adresse: 34 boulevard Nation,

13001 Marseille

Type: Atelier de production et

showroom

Description: Accès au matériel

et exposition

Site: atelierni.com

Nom: CIRVA

Adresse: 62 rue de la Joliette,

13002 Marseille

Type: Atelier et de recherches

et de création

Description: Centre

International du Verre et des

Arts plastiques
Site: cirva.fr

Nom: LA FABULERIE

Adresse: 10 boulevard Garibaldi, 13001 Marseille

Type: Fablab et coworking

Description : Atelier de fabricationet association

artistique

Site: lafabulerie.com

• Nom: FABLAB LFO

Adresse: 41 rue Jobin, 13003

Marseille

Type: Fablab et association

d'artistes

Description: Fablab et

coworking

Site: Ifofablab.org

Nom: MAKE IT MARSEILLE

Adresse: 108 rue Breteuil,

13006 Marseille

Type: Atelier

Description: Coworking et

Fablab

Site: makeitmarseille.fr

Vue intérieure de l'espace de coworking et Fablab Make It Marseille : atelier



• Nom : MARSEILLE CREATIVITY CENTER

Adresse: 38 rue Frédéric

Joliot-Curie, 13013 Marseille

Type: Espace créatif
Description: Fablab,
Showroom, auditorium...

Site: centrale-marseille.fr

• Nom: EPRINT 3D

Adresse: 4 rue Mario Pavrone,

13014 Marseille

Type: Fablab

Description: Impression de

céramique

Site: facebook.com/eprint3d

Nom : REPAIR CAFÉ

Adresse: 28 rue Saint-

Savournin, 13001 Marseille

Type: Fablab

Description: Bureux et atelier

Site: repaircafemarseille.fr

• Nom: ZINC

Adresse: 41 rue Jobin, 13003

Marseille

Type: Atelier numérique

Description : Coworking et

Fablab

Site: zincdelafriche.org

• Nom : LE LOFT

Adresse: 95 traverse de la

Montre, 13011 Marseille

Type: Bureaux

Description: Coworking

Site: leloft.co

• Nom: LA BOATE

Adresse: 35 rue de la Paix Marcel Paul, 13001 Marseille

Type: Bureaux

Description: Coworking

Site: laboate.com

• Nom: LE BUREAU

Adresse: 73 rue Sylvabelle,

13006 Marseille

Type: Bureaux

Description: Coworking

Site: lebureau-coworking.com

Nom: WTCMP

Adresse: 2 rue Henri Barbusse,

13001 Marseille Type: Bureaux

Description: Collectif et

coworking

Site: wtcmp.com

• Nom : COSENS

Adresse: 2 A rue de Rome,

13001 Marseille

Type: Bureaux

Description : Agence et

coworking

Site: cosens.fr

• Nom: THE CARROSSERIE

Adresse: 7 cours Gouffé,

13006 Marseille

Type: Bureaux

Description: Agence et

coworking

Site: thecarrosserie.com

• Nom: GROUPUNION

Adresse: 55 rue Paradis,

13006 Marseille Type: Bureaux

Description: Agence et

coworking

Site: groupunion.

fr

• Nom : SMACK

Adresse: 13 rue du Docteur

Combalat, 13006

Marseille

Type: Bureaux

Description:

Coworking
Site: smack-

coworking.com

• Nom : LA CHARBONNERIE

Adresse: 38 rue de l'Évêché,

13002 Marseille

Type: Bureaux

Description: atelier et

coworking

Site: lacharbonnerie.com

Vue intérieure de l'agence et l'espace de coworking The Carrosserie à Marseille



COLLECTIFS

• Nom: LE BISON BLEU

Adresse: 124 rue de Lodi,

13006 Marseille

Type: Collectif de graphistes

Description: Agence et

coworking

Site: bison-bleu.com

Nom: WATT

Adresse: 27 boulevard de la Corderie, 13007 Marseille

Type: Collectif de designers,

artistes...

Description:

Ateliers et

showroom

Site: wattgalerie.

com

• Nom : VILLA

ALLIV

Adresse: 21 boulevard de Tunis, 13008

Marseille

Type: Collectif

Description: Espace

exposition artistes locaux et

d'ailleurs, évènements divers

Site: alliv.fr

• Nom : COLLECTIF ETC

Adresse: 3 rue Raymondino,

13003 Marseille

Type: Collectif

Description : Espace exposition

artistes locaux et d'ailleurs, évènements divers

Site: collectifetc.com



Collectif ETC

CONCLUSION

Le statut de Capitale européenne de la culture en 2013 et la création de la métropole Aix-Marseille (92 communes) a permis à la ville de Marseille de se développer considérablement dans plusieurs domaines. Concernant le design, il est presque inexistant. En effet, très peu de structures le repésentent dans la métropole. Pourtant, Marseille est une place stratégique pour développer des relations euro-méditerranéennes essentielles à un réequilibrage Nord-Sud.

La réalisation de cet inventaire nous montre l'absence de communication du design local alors que la métropole a un fort potentiel grâce à sa position et à son identité. Ce manque de communication pousse les étudiants et les professionnels à quitter la région pour travailler.

La ville de Marseille regroupe environ 60 différentes structures porteuses de design:

- concept stores,
- showrooms,
- -brocantes,
- ateliers
- -etc...

Certaines d'entre elles participent à la production et à la communication du design local par l'intermédiaire de showroom/concept store, puis il y a aussi quelques designers qui intègrent leur atelier dans leur boutique.

La majorité de ces structures vendent surtout des objets de designers connus et non locaux pour avoir une activité rentable.

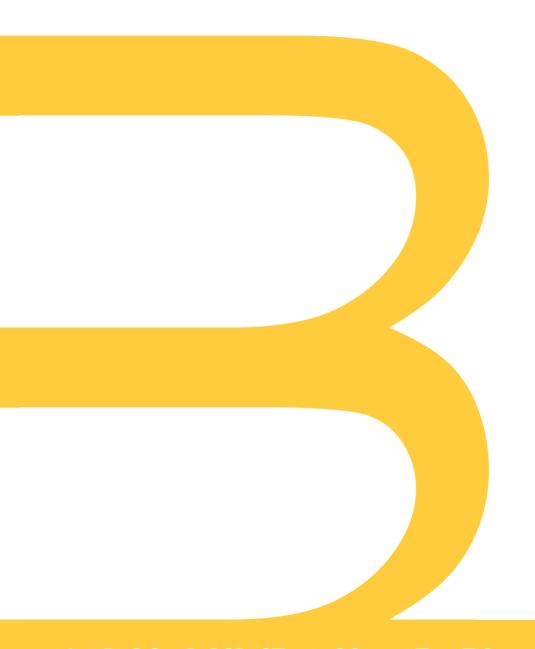
Dans les autres communes, les structures sont très peu nombreuses et dispersées. Il s'agit seulement de concept stores tendances s'inspirant du style scandinave (*Melville* à Aix en Provence), de grandes enseignes ou bien encore d'ateliers devenus des entreprises familiales de longue date (comme les santons à Aubagne).

C'est donc difficile de définir et de retrouver le design local en se promenant dans les rues des différentes communes de la métropole. Le point positif est que ces différentes structures sont dans des quartiers émergeants de la ville et reflètent l'esprit du quartier où elles se situent en valorisant leurs points forts pour le tourisme (*Le pois chic* au Vallon des Auffes).

Marseille a participé à des simplement ouverts par des évènements nationaux comme designers locaux et proposent aux gens exterieurs de venir depuis, seuls la mode et l'art contemporain semblent aptes à générer des événements importants dans la métropole

(*Open my Med*). Aujourd'hui, le salon *Vivre Coté Sud* à Aixen-Provence promeut le design local.

On commence à voir quelques ateliers qui apparaissent en ville et qui regroupent plusieurs services comme le coworking, le fablab... Ce sont des structures qui sont réellement importantes dans la communicationfuturedudesign à Marseille car les étudiants, les jeunes travailleurs et les professionnels se rencontrent dans ces lieux. Parmi ces ateliers il y a quelques collectifs et showrooms qui se créent et représentent un design local. D'autres ateliers sont tout simplement ouverts par des designers locaux et proposent aux gens exterieurs de venir Marseille).



2- APPROCHE NATIONALE EN MATIÈRE DE DESIGN

- MISSION CADIX
 LIEUX DU DESIGN, VIA, AFD, La FéDI...
 - La Cité du DesignLes CENTRES DE DESIGN

Le design a connu en France des fortunes diverses. L'histoire florissante de l'esthétique industrielle durant les 30 glorieuses, suivie par l'avènement d'un design plus consumériste, parfois excessif et principalement orienté création au cours des années 80, n'apas vraiment su établir pour la suite, un rapport de confiance et de collaboration solide, entre la profession et l'industrie. En effet, la crise économique, la montée du chômage et la remise en question des modes de consommation ainsi que la défiance des citoyens vis-à-vis d'une production industrielle déraisonnable, a rejailli négativement sur le design, inévitablement associé au processus marchand.

Le design, à l'image quelque peu brouillée (multitude de champs d'application, approche oscillant entre art, ingénierie et management...), ne dispose donc pas d'un positionnement clairement établi auprès des entreprises et du grand public, et si une perception devait principalement se dégager, ce serait plutôt celle d'une pratique superficielle et principalement orientée esthétique.

Depuis les années 50, de nombreuses structures françaises et

internationales, associations, institutions se sont succédées et se succèdent encore, pour tenter de circonscrire la définition de cette pratique et ses missions.

On peut citer ici pour la France:

• Le réseau Designfr@nce qui regroupe les structures régionales de promotion du design et qui s'efforce d'animer la filière au niveau national.

http://www.design-france.fr/

- Lille Design https://www.lille-design.com/ fr/
- ADI Nouvelle Aquitaine (Bordeaux)

http://www.adi-na.fr/

• FDNA (Bordeaux)

http://www.designfdna.org/

 Design'In (Pays de la Loire)
 http://www.designpaysdelaloire.fr/ • Le lieu du design (île de France)

https://www.lelieududesign.com/

• La cité du design (St Etienne)

http://www.citedudesign.com/fr/home/



ADITEC (Pas de Calais),
 orienté innovation
 http://www.aditec.org/

Vue aérienne de la Cité du Design, Saint Étienne

APCI (Paris)

http://www.apci.asso.fr/

• IFD

https://www. institutfrancaisdudesign.fr/

• Le VIA

http://www.via.fr/

La FéDI

http://federation-du-design.com/

• l'AFD

http://www.alliancefrancaise-des-designers.org/

- Designer + http://www.designersplus.fr/
- Marseille Design
 Méditerranée
 http://marseilledesignmed.
 com/

En 2013, le Mémoire « Pour une politique nationale de design » remis au Ministre du Redressement productif et à la Ministre de la Culture et de la Communication, rédigé sous la direction d'Alain Cadix. a été un marqueur fort pour le design. En effet, en dressant un bilan de situation et en proposant toute une série d'actions concrètes, ce travail a représenté un élan positif et encourageant, allant dans le sens d'une reconnaissance du design en tant que levier de

développement économique et vecteur d'innovation.

Malheureusement, cette mission design s'est interrompue assez brusquement avec le départ du gouvernement de son commanditaire principal, le ministre Arnaud Montebourg. Une déception supplémentaire pour les designers, et le sentiment de devoir à nouveau tout reconstruire.

Néanmoins, la diffusion de ce mémoire et les 3 rencontres organisées en marge de cette étude (les « rendez-vous du design »), ont malgré tout ravivé des énergies et des initiatives au cœur des régions. C'est cette dynamique qu'il est important de ne pas affaiblir et de faire croître au travers d'actions concertées et complémentaires.

http://www. culturecommunication.gouv. fr/Documentation/Rapports/ Memoire-Pour-une-politiquenationale-de-design-d-Alain-Cadix

IV/ LE DESIGN EN PACA

1- ANALYSE THÉMATIQUE, LE POINT DE VUE DES « TÊTES DE RÉSEAUX »

a-Industrie

b-Formation

c - Recherche

d-Culture

e-Économie

2-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION

a- STRENGTHS / FORCES

b- WEAKNESSES / FAIBLESSES

c- OPPORTUNITIES / OPPORTUNITÉS

d- THREATS / MENACES

e-Constats et pistes de préconisation



1- ANALYSE THÉMATIQUE, LE POINT DE VUE DES « TÊTES DE RÉSEAUX »

a-Industrie

DESIGN ET INDUSTRIE

On dit « c'est design » mais le design n'est pas un style qui évoquerait une tendance contemporaine, un univers de formes originales ou excentriques... Le design est un métier, une activité qui est née avec l'industrie et évolue en même temps qu'elle.

Elsa Francès - directrice générale cité du design - Saint-Étienne (2005-2015).

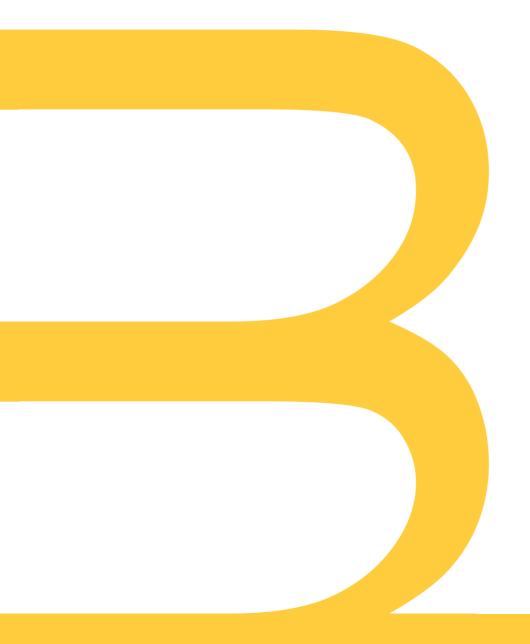
• Les entreprises industrielles et le design

Le design est une démarche d'observation, de recherche, d'analyse et de création.

Il tient compte de toutes les données contextuelles de l'entreprise (techniques, commerciales, culturelles, sociales et environnementales) pour concevoir la meilleure réponse à ses objectifs, à ses moyens et à sa stratégie.

• Pourquoi faire appel au design?

Le design permet de concevoir des produits, des services, des concepts, des lieux, répondant précisément aux attentes des consommateurs et de l'utilisateur. En exhortant l'entreprise à se questionnerconstammentsurlapertinence de son positionnement par rapport à la concurrence, aux attentes du marché, aux évolutions sociétales, le design constitue un puissant moteur



d'innovation, d'optimisation et de développement des entreprises.

Ce travail de remise en cause qu'encourage le design au sein de l'entreprise, se traduit sur le plan compétitif, par un ensemble de questions portant sur la capacité à se différencier de la concurrence:

- en quoi mon offre est-elle différente de celle de mes concurrents?
- en quoi est-elle pertinente?
- quelles actions concrètes ont été conduites récemment pour améliorer la cohérence de mon offre et valoriser sa capacité de différenciation?
- comment cette différence s'exprime-t-elle?
- quelles méthodes de développement de produits nouveaux sont mises en place dans l'entreprise?
- quelles valeurs et quels engagements sont revendiqués et défendus par mon entreprise ?

Cela a déjà été souligné, au plan national, la région ProvenceAlpes-Côte d'Azur se situe loin derrière l'Île-de-France et la région Rhône-Alpes Auvergne en termes d'activité design.

Pour compléter ce constat, on peut également relever quelques marqueurs de l'activité industrielle sur le territoire d'Aix Marseille Métropole:

- L'histoire industrielle du

huileries et autres fonderies qui ont joué un rôle clé dans l'essor économique du territoire, mais elles sont aujourd'hui et pour la plupart, en friche. - De belles mais discrètes

territoire, est certes marquée

par les usines de métallurgie, les

- De belles mais discrètes pépites, comme la pétrochimie de l'étang de Berre, les fleurons Airbus Helicopter et Iter, le technopôle de l'Arbois ou bien encore les filières d'énergie renouvelable – s'inscrivent quant à elles, dans une démarche d'innovation permanente.

-Le territoire dispose d'un tissu économique qui se compose en grande majorité de TPE, dont beaucoup travaillent sur le secteur technologique et numérique. À ce titre, la dynamique engagée par la AMFT (Aix Marseille French Tech) dégage de nombreux atouts de portée internationale.

https://amft.io.

L'activité design directement liée à l'industrie est donc en grande partie circonscrite à quelques grandes entreprises, ou plus particulièrement associée au secteur numérique lorsqu'elle se situe à l'échelle de la TPE.

Démontrer que le design est un outil clé pour le développement des acteurs économiques et industriels, passe en grande partie par une véritable action

Ci-dessous: Hélicopter de défense, modèle Tigre, Eurocopter



87

pédagogique auprès des dirigeants d'entreprises et leurs équipes.

Les études conduites d'autres territoires dans Rhône-(par exemple en Alpes Auvergne ou dans la métropole Nantaise) auprès industriels dégagent quelques thèmes clés, repris cidessous:

Ce que les industriels attendent du design :

- une amélioration de la fonctionnalité des produits ;
- une diminution des coûts de fabrication;
- une facilité de montage, usage et maintenance ;
- une mise en conformité avec les nouvelles normes :
- un gain de parts de marché;
- un développement à l'export ;
- une valorisation de la démarche de marque :
- un positionnement face à la concurrence, diversification etc.

Pour répondre à ces attentes,

il faut rappeler que le design apporte de la valeur ajoutée sur de nombreux points :

- amélioration de la notoriété de la marque ;
- augmentation des marges et du chiffre d'affaires ;
- émulation des équipes en interne;
- développement du portefeuille clients
- référencement dans de nouveaux circuits de distribution ;
- dépôts de brevets;
- pérennité de l'entreprise par un développement de nouvelles activités, de nouveaux marchés, de nouvelles technologies;
- élargissement de la gamme de produits, etc.

Développer l'activité de design industriel, c'est avant tout démontrer cette valeur ajoutée. En terme de méthodologie, il faut s'appuyer sur les structures existantes (CCIMP, UPE 13, Agence Régionale de l'Innovation et de l'Internationalisation, pôles

de compétitivités, PRIDES, pôle économique et/ou attractivité des collectivités territoriales) pour réunir les acteurs économiques, les décideurs et faire émerger les démarches significatives afin de les valoriser sur des supports dédiés (sites internet notamment).

Le design reste souvent perçu comme une simple intervention cosmétique par les entrepreneurs qui misent sur l'ingénierie et le marketing. Expliquer que le design est précisément à l'intersection de ces deux domaines (et de bien d'autres), où il apporte son savoir faire complémentaire, centré sur les usages, ne peut que favoriser la création de solutions plus adaptées et durables.

Promouvoir et développer l'activité des designers auprès des industriels, doit être accompagné et encadré par de bonnes pratiques.

sur investissement du design. représente par exemple, un des principaux freins à son usage. Les apports diffus de l'intégration de cette démarche dans le processus de conception (gain qualitatif sur les produits mais aussi les services qui les accompagnent, optimisation des coûts et parfois des temps production, valorisation perception client, renforcement de l'image de firme, accession à de nouveaux marchés...) sont pour certains, très délicats à évaluer. Audelà de la progression du chiffre d'affaire, c'est plus une estimation qu'une véritable évaluation qui est généralement faite, celle-ci se faisant surtout de manière intuitive.

La difficulté à évaluer le retour

Cependant, on peut lire dans le rapport d'étude « Favoriser l'innovation des entreprises par le design // Plan Régional 2017-2021 » sorti en décembre 2016 et produit par Prospective Design,

89

l'agence de Développement et d'Innovation Nouvelle Aquitaine, que « les dernières études sur l'apport du design montrent que les entreprises ayant recours au design ont vu leur chiffre d'affaires progresser et 1 euro investi en design rapporte 2,25 euros en chiffre d'affaires ».

Au vu de la frilosité de la plupart des entreprises à faire appel à un designer, on peut supposer que cette démonstration de rentabilité leur est inconnue, ou passe pour être trop sujette à caution.

Quoiqu'il en soit, selon la nature de ses attentes, sa taille, son budget, l'entreprise peut faire appel à un designer indépendant, à une agence de design ou créer son propre service de design intégré.

Designer indépendant

Son statut lui confère souplesse et réactivité. Il est le plus souvent spécialisé dans un domaine d'intervention : design produit, design graphique, design packaging, design d'espace, etc.

Pour répondre à la diversité de leurs interventions, les designers indépendants s'associent fréquemment autour d'un projet en alliant leurs expertises. Ils s'associent aussi avec des métiers connexes (architecture, paysagisme) pour répondre à de grands projets.

Agence de design ou studio

L'entreprise qui recherche un partenariat avec une organisation disposant de moyens plus importants et parfois d'un rayonnement international, pourra faire appel à une agence de design.

région la PACA, Dans ces structures sont peu nombreuses-etprincipalement tournées vers le graphisme et le web design (conception de sites. applications smartphone). On relève cependant quelques agences de design industriel, dont Ideact à Aubagne http://www. ideact.fr qui est par exemple centrée sur l'innovation au service des PME-PMI.

Designer intégré

À partir d'un certain volume d'activité et dans un souci de cohérence vis-à-vis de la marque, l'entreprise peut avoir intérêt à créer son propre service de design et pour cela recruter des professionnels du secteur.

Cette fonction étant stratégique, elle est en principe directement rattachée à la direction générale.

En France, les bureaux de design intégrés sont surtout présents dans les domaines de l'automobile, du sport, du transport, de l'électronique, de l'énergie etc. Dans les petites ou moyennes entreprises, un designer ou une micro équipe peuvent être intégrés : ils rejoignent le plus souvent, la Recherche et Développement ou le marketing.

Parmi les points à surveiller dans la relation design/industrie :

• Le contrat avec le designer

S'ils veulent travailler efficacement ensemble, designers et prescripteurs doivent, dès le début de leur coopération, signer un contrat qui définit clairement les droits et obligations de chacun.

Entre un conseil et une prise en charge complète d'un produit, de sa conception à sa commercialisation, l'écart est important. Le contrat doit faire apparaître clairement les diverses étapes du projet et les différents niveaux de services de l'intervention du designer.

• Le droit et la déontologie

Lorsque le designer industriel conçoit pour une entreprise, il est amené à céder ou concéder les droits d'utilisation de sa création. Soulignons que le designer est le premier intéressé à ce que la cession des droits se fasse dans les meilleures conditions. Il doit être vigilant sur ce point. Dans

certains secteurs, les pratiques peuvent-être différentes (séries limitées, produit signé); l'essentiel étant que le designer précise sa volonté en matière de rémunération des droits.

La rémunération

Du fait des caractéristiques matérielles et immatérielles de la prestation design et des différents types de partenariat possibles, quatre types de rémunérations sont généralement pratiqués:

- les honoraires : les deux parties s'entendent sur la rémunération d'un temps passé (et ses moyens de contrôle) pour le résultat à obtenir dans un délai défini :
- les forfaits d'honoraires : le designer s'engage à fournir dans un délai défini, un résultat pour une somme convenue ;
- la rémunération à l'heure ou à la journée : pour certains travaux précis;
- les prix correspondant à l'exploitation des droits de propriété intellectuelle.

Ces différents types de rémunération doivent être utilisés pour favoriser la souplesse d'organisation, et la qualité de prestation, au plus juste prix.

L'entreprise doit donc connaître et comprendre précisément ce qui est inclus dans le mode de rémunération proposé (et son prix). C'est le niveau des compétences mises en œuvre par le professionnel sur un temps donné qui détermine la valeur de la rémunération, mais aussi un style et/ou une notoriété donnés, ainsi que l'ampleur et l'enjeu des exploitations prévues. En effet, dans un prix de journée, chaque agence peut y inclure des éléments différents et proposer selon les phases, des modalités spécifiques.

Point de vue d'un professionnel: Le design industriel en région PACA.

• L'industrie en région PACA

Le tissu industriel en région PACA s'appuie sur plus de 000 entreprises qui 120 génèrent un PIB (Produit Intérieur Brut) de 150 Milliard d'Euros et 2 millions d'emplois. Ce tissu industriel caractérise par un nombre élevé de grandes entreprises et de TPE (Très Petite principalement Entreprise). de service, ainsi qu'un faible nombre d'ETI (Entreprises de tailles Intermédiaires) (1.2 pour 1000 entreprises) par rapport à la moyenne nationale (2,8 pour 1000 entreprises) 57 % des PME de la région emploient moins de 50 salariés contre 47 % au niveau national sachant que le tissu des PME (Petite et Moyenne Entreprise) Françaises se caractérise par un trop faible nombre d'employés par rapport à nos partenaires européens. À cette taille trop

faible de nos PME régionales, s'ajoute le fait, que très peu d'entre elles exercent une activité manufacturière.

• Le design industriel

Le design est une activité professionnelle au large spectre de compétences, cette étude ne porte que sur l'activité de design en lien avec les entreprises industrielles manufacturières dont l'activité se caractérise par la conception et la fabrication, même partielle, de produits. Idéalement, l'action du designer industriel se porte, dans une première phase, sur le

design prospectif en lien avec le service marketing et dont les résultats vont orienter le travail de R&D

(Recherche et Développement) de l'entreprise.

Cette première phase doit être suivie d'une phase de propositions d'usages et produits ou services correspondant à ces usages. La troisième phase ou phase

d'étude et de développement

consiste à un étroit travail de collaboration avec le Bureau d'Étude de l'entreprise pour développer le nouveau produit. Enfin le designer doit être en charge de l'évolution du produit en suivant de près sa commercialisation et les retours clients dans un but d'évolution et de préparation des produits futurs.

Ce mode de management de projet qui place l'usager au centre des préoccupations de l'entreprise n'est que trop rarement appliqué en France. C'est l'une des causes du manque de compétitivité des entreprises Françaises.

• Les grands groupes régionaux et le design

2 exemples caractéristiques:

division La hélicoptères d'Airbus est le premier employeur manufacturier de la région avec plus de 9000 personnes qui travaillent sur le site de Marignane, mais le domaine aéronautique fait peu

de place au design, le nombre

de designer étant très faible dans l'entreprise (2 ou 3 personnes seulement).

La société PELLENC. l'une des rares ETI de la région, leader mondial du secteur du matériel agricole pour l'arboriculture et la viticulture, ne fait que rarement appel à des designers externes et ne leur laisse qu'une capacité d'action très limitée.

• Les PME et TPE régionales et le design industriel

Les quelques PME et TPE manufacturières de la région qui ont des besoins en design industriel utilisent soit les services de designers intégrés, soit les services de designers externes.

La société BEUCHAT, fabricant matériel de plongée sousmarine fait partie des très rares entreprises de la région qui possède une équipe de designers en interne et cela depuis plus de trente ans.

La société SHARK qui elle fabrique des casques de motos a également opté très tôt pour ce type d'organisation.

Les autres PME du secteur manufacturier ont des besoins plus épisodiques en design et font plutôt appel à des designers externes. Elles se caractérisent toutes par mauvaise exploitation une des capacités créatrices du designer en bridant son travail par des cahiers des charges et des exigences d'ingénieries souvent inappropriées ainsi au'une intervention dυ designer positionnée bien trop tardivement dans le processus de création.

L'activité de design dans la région PACA

La division hélicoptères d'Airbus à fait appel à Peugeot Design Lab pour travailler sur son futur hélicoptère moyen le H160 qui est un concentré de nouvelles technologies et de style mais qui n'apportent pas

de véritable révolution d'usage par rapport aux hélicoptères génération nouvelle des concurrents déjà en place sur un middle-market qu'ils ont quasiment verrouillé.

Les TPE ont quant à elles des besoins très divers.

Les dirigeants de TPE attendent du designer qu'il soit capable de manager le projet en s'appuyant sur la maitrise technologique de l'entreprise. La responsabilité du designer lorsqu'il travaille pour une TPE est immense car l'avenir même expertise.

Il doit être en capacité de marché comprendre le l'entreprise et de l'accompagner dans son positionnement marketing.

Il doit être une force de propositiond'usagesnovateurs et pertinents qui s'appuient sur des technologies nouvelles mais maitrisées.

Il doit posséder une expertise technique et technologique qui le place en véritable architecte industriel.

Il doit comprendre les enjeux stratégiques de l'entreprise, l'accompagner dans sa communication clients et institutionnels.

Et surtout c'est sa maitrise du processus de conception qui sera l'un des principaux garants du succès de l'aventure projet. C'est dans ce genre de collaborations que le designer pourra donner la pleine mesure de l'efficacité de son champ d'expertises et de son savoirfaire.

La collaboration avec une PME de l'entreprise repose sur son / PMI est très différente car l'entreprise est structurée et possède en interne des domaines d'expertise, designer devra alors être en capacité de s'intégrer dans cette structure et d'être crédible face aux différents responsables experts qui tous ont des attentes et besoins différents et un «territoire» à défendre. Ses capacités d'écoute, de dialogue et sa pertinence créatrice devront s'imposer à tous.

champ d'action Le designer, dans ce genre de collaborations, se limite à être une force de propositions qui devra déclencher des réactions contre-propositions sein de l'entreprise cliente. L'objectif étant que responsables prennent le goût du risque et acceptent de se mettre en danger pour le bien du projet et de l'entreprise.

Malheureusement, cela se limite systématiquement au périmètre de la réunion et ne passe jamais au stade de la mise en œuvre.

Pour les PME et ETI, le design est une expertise stratégique de la plus haute importance ce qui les contraint, soit à confier cette tâche à de grosses agences structurées, soit à intégrer des designers dans leurs bureaux d'études à l'exemple des entreprises qui fabriquent des équipements sportifs ou de l'électroménager.

Ces PME représentent un vivier d'emplois pour les designers à la condition que ces derniers

démontrent une expertise dans certains domaines au service du design, dans le management de projet, dans la CAO mécanique et dans la fabrication des prototypes et leur évaluation.

L'avenir régional du design industriel

Celan'échappe plus à personne, le monde de l'industrie est en pleine mutation technologique et organisationnelle et ce changement, que les plus avertis comparent volontiers à une révolution, est une chance inouïe pour le design industriel régional.

La prime conséquence de cette révolution est les produits de demain ne naissent plus principalement dans les laboratoires bureaux d'études des PME, ETI et grandes entreprises industrielles mais également au sein de microstructures dont certaines deviendront peut être demain des PME, d'autres des Start-Up et d'autres encore, mais alors très exceptionnellement, des licornes (jeunes entreprises, promises à un brillant avenir, mais non encore rentables et dont la capitalisation boursière dépasse le milliard de dollars). La France ambitionne de devenir le pays d'accueil pour les start-up de la planète avec par exemple la récente inauguration à Paris de la station F (https://stationf.co/fr/), le plus grand campus de start-up au monde.

nouvelles entreprises besoin de designers dynamiques. rompus aux nouvelles technologies et nouveaux modes de management de projets propres aux start-up.

La naissance d'une start-up est basée sur l'identification d'un besoin ou d'un nouveau mode d'usage et la création d'une solution appropriée en ne se préoccupant absolument pas des codes et habitudes en vigueur. Le seul, et l'unique moteur créatif de ces entreprises est le service à apporter aux clients futurs

en exploitant tous les moyens possibles et notamment les nouvelles technologies.

Cette focalisation sur le service à rendre au client et en parfaite adéquation avec notre démarche de designer et notre expertise dans la conduite de projet, peut se révéler capitale pour assurer l'émergence de ces jeunes entreprises.

L'offre de design industriel en région PACA.

Quelques exemples:

- SOLID représenté par Marine MORIN
- MICELI DESIGN représentée par Olivier MICELI
- IDEACT représenté pa Philippe VADCARD
- PROFIL/BAGHERA représentés par Philippe FRASCA
- AXE représenté par Christian
 MOURRA
- APINGO représenté par Julien GUYOT
- ACTIV'CONCEPT représenté par Alain PEDORI
- ARCHITEUTIS représenté par Etienne CLAMAGIRAND

- ARTEFACT représenté par Hervé BERTARIONE
- TRIPLE représenté par Jean Paul DELAMBRE

Conclusion

L'avenir du design industriel passe par une meilleure adéquation des savoir-faire du designer avec les besoins des entreprises industrielles et des nouvelles entreprises en émergences.

Les nouvelles technologies, les nouveaux matériaux, le management de projets industriels entre autres, doivent venir s'ajouter aux domaines d'expertise du designer pour lui permettre d'accomplir pleinement son activité professionnelle.

Le designer expérimenté doit devenir un spécialiste incontestable du management de projet industriel à la place de l'ingénieur et ainsi véritablement placer le client au centre des préoccupations de l'entreprise.

Alain Pedori Gérant de l'atelier de design Activ Concept. Enseignant en design de produits.

SOMMAIRE DE L'ANALYSE THÉMATIQUE DANS LA PARTIE « FORMATION »

- LES STRUCTURES DE FORMATION
- EN RÉGION P.A.C.A:
 - MARSEILLE
 - AIX-EN-PROVENCE
 - AVIGNON
 - NICE
 - MONACO
- MARSEILLE ET LES ÉTABLISSEMENTS PUBLICS :
 - ESADMM (École Supérieure d'Art et Design Marseille Méditerranée)
 - ESIM (École Supérieure d'Ingénieurs de Marseille)
 - ÉCOLE CENTRALE
 - LES SECTIONS ARTS APPLIQUES DE L'ÉDUCATION NATIONALE
 - D.S.A.A (DIPLÔME SUPÉRIEUR D'ARTS APPLIQUES) SPÉCIALITÉ DESIGN
- MARSEILLE ET LES ÉTABLISSEMENTS PRIVÉS :
 - ESDAC MARSEILLE
 - AXE SUD
 - SAINT JOSEPH LES MARISTES
- AIX-EN-PROVENCE ET LES ÉTABLISSEMENTS PRIVÉS
- ESDAC AIX-EN-PROVENCE
- LIM'ART
- INTUIT LAB
- TOULON ET LES ÉTABLISSEMENTS PRIVÉS
- LYCÉE LA GRANDE TOURRACHE (sous contrat avec l'éducation nationale)
 - KEDGE DESIGN SCHOOL
- NICE ÉTABLISSEMENT PRIVÉ
 - SUSTAINABLE DESIGN SCHOOL

1- ANALYSE THÉMATIQUE, LE POINT DE VUE DES « TÊTES DE RÉSEAUX »

b-Formation

• LES STRUCTURES DE FORMATION

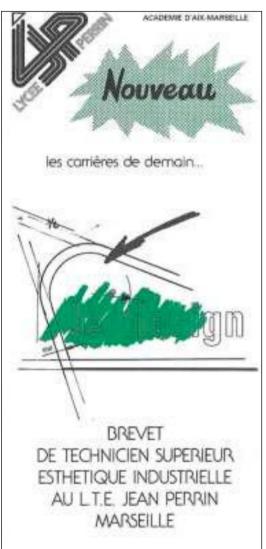
Dans son édition de 1981, l'UFDI (Union Française des Designers Industriels) faisait un tableau des enseignements de Design en France: il en ressortait que seules deux écoles, l'ENSAAMA (Ecole Nationale Supérieure des Arts Appliqués et des Métiers d'Arts) et l'ENSAD (Ecole Nationale des Arts Décoratifs), avaient à l'époque des formations en design industriel de produits bien structurées, de même que l'Université Technologique de Compiègne dans une perspective différente (spécialisation d'ingénieurs) et une école privée nouvelle, l'ESDI (Ecole Supérieure de Design Industriel) qui deviendra Creapole en 1989.

Les autres étaient plutôt orientées vers les métiers d'art ou d'artisanat, et vers l'architecture intérieure, leur formation technologique étant souvent faible.

L'édition du « Guide des Enseignements du Design en France » en 1988, établie par le CCI (Centre Georges Pompidou) montre une nette amélioration.

Une école spécifiquement consacrée au Design Industriel est née, l'Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle (ENSCI), « les Ateliers », déjà citée, des enseignements de sensibilisation se développent dans les écoles d'ingénieurs. Des « filières design » se greffent dans les cursus de formation des Architectes DPLG, comme par exemple à Marseille et Grenoble.

Enfin une autre évolution est l'émergence d'un enseignement du Design de niveau Bac+2 en dehors de la métropole, c'est le cas précisément du premier BTS d'Esthétique industrielle décentralisé créé à Marseille au Lycée Jean Perrin en 1987.



• FN RÉGION P.A.C.A

- MARSEILLE
- AIX EN PROVENCE
- AVIGNON
- NICE
- MONACO

• MARSEILLE ET LES ÉTABLISSEMENTS —— PUBLICS

> - ESADMM (Ecole Supérieure d'Art et Design Marseille Méditerranée)

http://esadmm.fr/

L'École académique de dessin de Marseille a été fondée en 1752 l'impulsion sous d'artistes de la région et du gouverneur de Provence. Le 1er janvier 2012 elle deviendra l'école supérieure d'art & de design Marseille-Méditerranée et un établissement public (EPCC), relevant du ministère de la Culture et de la Communication. Elle est soutenue par la

Plaquette informative du lycée Jean Perrin, 13 010 Marseille Ville de Marseille, et désignée site pilote pour l'accueil des étudiants sourds et malentendants depuis 2005.

En 1998, initiée par la délégation aux arts plastiques, une exposition coordonnée par l'École des Beaux-Arts s'est tenue aux Docks de la Joliette à Marseille. Cette manifestation « Design 10 ans » était née de la double volonté de provoquer une dynamique de fond et de promouvoir l'enseignement du design dispensé dans les écoles d'art en région.

Concept de l'exposition

« Design 10 ans » ce sont 28 écoles d'art en région donnant à voir pendant cinq semaines, aux Docks de la Joliette, à Marseille, plus de 300 projets originaux d'étudiants et de jeunes professionnels.

« Design 10 ans » ce sont des designers de renommée nationale ou internationale (Pierre CHARPIN, Bik et Book, Marc AUREL, Christophe PILLET) qui, en apparaissant

comme « tête de gondole » d'un grand « Bazar » de la création, montrent au public quel peut-être l'aboutissement économique ou industriel d'un univers de formes et d'idées. Après consultation auprès des écoles d'art, la scénographie de l'exposition a été confiée a un groupe de trois étudiants (Josef CRISANTO, Marine

- ESIM (Ecole Supérieure d'Ingénieurs de Marseille) ECOLE CENTRALE

PEYRE, Frédéric TERRY) issus de

l'École Supérieure des Beaux-

Arts de Marseille réunis sous le

nom de COOKED IN MARSEILLE.

Fondée en 1972, l'École d'ingénieurs supérieure Marseille, de principale du composante groupe ESIM fut un établissement d'enseignement supérieur, de recherche et de services technologiques aux entreprises de la Chambre de commerce et d'industrie Marseille-Provence (CCIMP) sous tutelle du ministère de l'Industrie. L'ESIM était issue de la fusion de l'École

d'ingénieurs de Marseille, de l'École d'électricité industrielle deMarseilleet del'École de radio électricité et d'électronique de la chambre de commerce et d'industrie de Marseille, trois écoles consulaires. L'ESIM axait son programme pédagogique une solide formation scientifique de base, sur une formation très importante aux méthodes de l'ingénierie et du management et sur le développement personnel de ses élèves notamment au niveau culture d'entreprise au niveau ouverture internationale.

Dès 1974, et sous l'impulsion de Jean LAPORTA, directeur Al des études passionné de pédagogie innovante et fervent défenseur de méthodologies de conception interdisciplinaires, fruitécole dispense des cours de l'école dispense de conception que méthodologie de conception que le le l'école dispense des cours de le l'école dispense des cours de le l'école dispense de l'éc

L'École supérieure d'ingénieurs de Marseille a été intégrée par décret officiel à l'École Centrale de Marseille, membre du Groupe Centrale.

Les prémisses d'un Centre Régional de Création Industrielle

L'idée de créer un Centre Régional de Création Industrielle a été proposée par l'ESIM en 1983, dans un contexte où la France mettait en place les instruments d'une politique visant à encourager la création industrielle.

Ce projet ne verra finalement pas le jour malgré le travail déployé par son directeur des études de l'époque Jean LAPORTA.

- LES SECTIONS ARTS APPLIQUÉS DE L'ÉDUCATION NATIONALE

Design et Arts Appliqués http://designetartsappliques. fr/

Il est bon de préciser le lien qui unit les arts appliqués et le design avant toute chose. Aujourd'hui le design est un objet d'étude, l'exercice est rendu complexe par la diversité des activités concernées. Aucun secteur n'échappe à

il est reconnu comme une pratique inaliénable de la culture matérielle (réelle ou virtuelle). Cette globalisation du problème élargit bien évidemment le débat autour de cette activité qui a longtemps souffert et souffre encore d'une perception péjorative, synonyme de mode, de luxe, voire d'inutilité. L'histoire de l'art a largement contribué à cette lecture péjorative en faisant prévaloir la nature profonde du design au travers du seul statut de l'artiste ou bien du contexte artistique du moment. À l'opposé du point de vue de l'ingénieur, l'idée de la qualité d'un objet industriel se satisfait de sa seule technicité, de la seule qualité de sa conception et de sa fabrication.

cette émergence du design,

C'est certainement pour cela que les arts appliqués dans leur singularité d'associer culture artistique technologique et scientifique, peuvent revendiquer une filiation avec le design industriel.

Le terme « design » a fait son entrée dans les formations Arts Appliqués en 1996 avec la création des options en classe de seconde de détermination : « Culture design » et « Création design » (arrêté du 2 octobre 1996 et publié au BO n°39 du 31 octobre).

Histoire des arts appliqués

L'histoire des arts appliqués à Marseille trouve son origine dans les premières sections appliqués du Lycée arts Marie Curie puis ensuite au lvcée Denis Diderot avec la du création baccalauréat F12, un des plus récents des bacs technologiques depuis 1968, date de leur création, qui répond théoriquement aux exigences doubles du marché de l'emploi, bien que l'insertion professionnelle se réalise rarement à l'issu de son obtention. En réalité, la brève histoire du Bac F12, aujourd'hui STI arts appliqués, Bac montre que la poursuite d' études se fait logiquement en vue d'obtenir un brevet de technicien supérieur (BTS) qui assure des formations qui correspondent avisées à un climat technologique plus en plus sophistiqué exigeant, dénotant un esprit de conceptualisation technique et méthodologique qui allie l'abstrait et le concret. Cette mouvance du marché de l'emploi explique en partie la réponse de plus en plus spécifique de l'éducation nationalequi, encréant les DSAA aux spécialités pointues (tel le DSAA Créateur-Concepteur qui forme des professionnels de haute compétence, dans secteurs des produits usuels et industriels, du cadre et environnement, de communication visuelle), permet aux étudiants, futurs responsables de projets, de s'insérer sur le marché du travail, avec les meilleures qualifications possibles, en France ou à l'étranger.

- D.S.A.A (DIPLÔME SUPÉRIEUR D'ARTS APPLIQUÉS) SPÉCIALITÉ DESIGN SITUATION GÉNÉRALE

Quatre sections post-BTS à

Marseille.

Le DSAA spécialité Design a ouvertà Marseille en septembre 2006 (convention signée entre les académies d'Aix-Marseille et de Paris, les quatre lycées de Marseille et l'école nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'art (ENSAAMA)). Le DSAA Design est inscrit au niveau I dans la nomenclature interministérielle des niveaux de formation.

Il peut être préparé:

- par la voie scolaire dans un cycle d'étude de deux années;
- par la voie de l'apprentissage;
- par la voie de la formation professionnelle continue;
- au titre de la validation des acquis de l'expérience.

La formation préparant au DSAA s'inscrit dans le cadre de l'architectutre européenne des études.

- LYCÉE DENIS DIDEROT :

Mention architecture intérieure et environnement, dominante cadre bâti.

Affiche de l'exposition des DSAA au Pôle Média, 2013



- LYCÉE MARIE CURIE : Mention architecture intérieure et environnement, dominante événementiel.
- LYCÉE JEAN PERRIN : Mention Produit.
- LYCÉE ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY : Mention communication visuelle.

Lesétablissementsonttravaillé à l'élaboration ensemble d'une « convention fonctionnement » sous l'égide du secrétariat général de l'académie (2010-2011),avec l'ESPE (École Supérieure Professorat et de l'Enseignement). Cette charte maintenant aboutie, permet de coordonner toutes les actions liées au DSAA: répartition des charges, frais de déplacement, frais pédagogiques, voyages sorties et communes, hébergement des étudiants, contrôle des présences, emplois du temps, organisation coordination. pédagogique, recrutement,

promotion, ouverture internationale et stages en entreprise. Conformément au décret 2011-995 du 23 août 2011 publié au Journal Officiel, une convention a été signée entre les quatre établissements et Aix-Marseille Université afin de garantir une équivalence M1 aux étudiants titulaires du diplôme (Bac+4).

Vers une entité regroupant les quatre sections :

Ιa dimension de communication a été prise en charge par les enseignants qui ont créé une entité du DSAA marseillais (avec un logotype associé) : le MAAD (Marseille Arts Appliqués & Design) qui leur permet de communiquer avec des partenaires extérieurs de façon à être repérés comme appartenant à un ensemble (par exemple : exposition des diplômes des étudiants au sein de Marseille Innovation).

• MARSEILLE ET LES ÉTABLISSEMENTS PRIVÉS

- ESDAC MARSEILLE

3, Place Félix Baret 13294
MARSEILLE CEDEX 06
www.ecole-esdac.com
Établissement d'enseignement
supérieur privé spécialisé en
Design, Arts Appliqués et
Communication.

- AXE SUD

9 rue Fauchier 13002 Marseille http://www.axesud.fr/ 1989 Créée en par deux spécialistes de la communication visuelle. l'école privée Axe Sud forme sur quatre années aux métiers des arts graphiques et de la communication visuelle.

- SAINT JOSEPH LES MARISTES

Lycée Saint-Joseph les
Maristes
22 Rue Sainte-Victoire
13006 Marseille
http://www.arts-appliqués.
com/
Établissement d'enseignement
privé, délivrant une MANAA
(Mise à Niveau Arts Appliqués)
et un BTS design graphique.

AIX-EN-PROVENCE ET LES ÉTABLISSEMENTS PRIVÉS

- ECV (École de Communication Visuelle)

580, avenue Mozart
13100 Aix-en-Provence
https://www.ecv.fr/campus/aix-en-provence
Ouverte en 1998,

Ouverte en 1998, établissement d'enseignement supérieur privé, l'ECV Aixen-Provence propose à ses étudiants une formation Design dédiée au graphisme et à la publicité avec un titre certifié par l'État de Niveau 1 (Bac+5) accessible après une première année consacrée à l'acquisition des techniques artistiques.

- ESDAC AIX-EN-PROVENCE

5, boulevard de la République 13100 Aix-en-Provence www.ecole-esdac.com Établissement d'enseignement supérieur privé spécialisé en Design, Arts Appliqués et Communication.

-LIM'ART

2 Rue le Corbusier, 13090 Aixen-Provence www.limart.fr/Aix-en-Provence

- INTUIT LAB

17, rue Lieutaud, 13100 Aixen-Provence
http://ecole-intuit-lab.com/
École d'enseignement supérieur privée.

Fondée en 2001 par académiciens des et professionnels des univers de la création, du design et de la communication, l'école Intuit est un établissement Lab dédié principalement à ces métiers et très engagé vers l'international. Sa vocation est de former des professionnels de haut niveau répondant aux besoins spécifiques des métiers du design graphique et de la communication visuelle, en intégrant les enjeux du digital. Grâce à ses trois campus (Paris, Aix-en-Provence et Bombay) et à son réseau de 23 universités partenaires en Amérique du Nord, Amérique Latine, Europe et Asie, l'école Intuit Lab est une école qui bénéficie d'une forte dimension internationale.

• TOULON ET LES ÉTABLISSEMENTS PRIVÉS

- LYCÉE LA GRANDE

TOURRACHE (sous contrat avec l'éducation nationale) http://www.lyceetourrache.com/

- KEDGE DESIGN SCHOOL https://design.kedge.edu/lecole/le-campus/campustoulon

Kedge Business School et Kedge Design School se situent sur le campus de La Grande Tourrache.

NICE ÉTABLISSEMENT PRIVÉ

- SUSTAINABLE DESIGN SCHOOL

http://www.the-sds.com/ 21 Avenue Simone Veil, 06200 Nice

The Sustainable Design School, est l'école supérieure internationale du design et de l'innovation durable au service de l'Homme.

Située au coeur de l'Éco-Vallée à Nice, the SDS développe une pédagogie de l'innovation durable « par le faire » avec les méthodes du dessin, du design thinking et de l'éco-design.

Elle est accompagnée par de grandes entreprises partenaires qui proposent des projets et des stages aux étudiants : Hermès, l'IDDRI, Renault, Schneider Electric, Toyota...

CONCLUSIONS

La région on le voit, est plutôt bien dotée en formations de design. Aucun établissement bien sûr ne rivalise en notoriété avec les grandes écoles parisiennes, toutefois, chaque établissement aborde à sa mesure, la pratique du design avec ses spécificités et ses valeurs, le tout composant final au une mosaïque d'enseignements et donc, une offre de parcours, assez diversifiée.

Certaines formations sont plus centrées sur une approche professionnalisante, quand d'autres privilégient une ouverture sur la création plus ouverte et décontextualisée.

Mais la force de notre territoire réside également dans l'importance des parcours d'enseignement supérieurs, avec son impressionnant paysage universitaire, et la présence de grandes écoles (ingénierie et architecture). Par ailleurs, le projet d'université Régionale des métiers prévu pour 2019, est un atout supplémentaire pour la formation professionnelle.

Il reste maintenant à mettre en synergie la plupart de ces formations pour exploiter au mieux l'incroyable d'enseignement potentiel et de recherche qu'elles représentent. Or, le design de part son approche transversale, peut jouer ce rôle de médiateur et réunir de nombreuses disciplines autour de projets communs.

Ces croisements interdisciplinaires et complémentaires, peuvent alors, avantageusement alimenter les entreprises locales et être ainsi à l'origine d'innovations.

1- ANALYSE THÉMATIQUE, LE POINT DE VUE DES « TÊTES DE RÉSEAUX »

c-Recherche

Au risque d'être trop caricatural et réducteur...

Sans revenir sur l'histoire du design, sur son émergence et sur la particularité des formations de designers en France, il est utile pour mieux saisir la situation actuelle de la recherche de rappeler quelques orientations/tendances présentes dans le paysage du design ainsi que quelques compétences du designer.

• REPÈRES/TENDANCES

Dans le paysage du design on repère un certain nombre de tendances qui, si elles se situent à notre avis à la périphérie du design n'en restent pas moins très présentes.



- Design et art - artiste

Des « productions » qui s'ancrent résolument dans la posture artistique et où prime l'expression personnelle de son auteur. Ce type de « production » se retrouve bien souvent en galerie.

IV/LE DESIGNEN PACA 113 IV/LE DESIGNEN PACA

-Design et ingénierie - ingénieur

Des « productions » issues du monde des ingénieurs dans lesquels la prouesse technologique prime délaissant souvent l'usager et la mise en forme qui est pourtant porteuse de sens.

Design et sciences humaines sociologue, philosophe, anthropologue, etc.

Des « productions » plus récentes, liées à au recentrage sur l'usager et à l'intérêt pour le service qui s'appuient sur des méthodes issues des sciences humaines et se traduisent par des propositions conceptuelles souvent intéressantes mais qui trop souvent là aussi délaissent la forme.





Ces trois axes qui font appel à des champs présents dans le travail de conception ne peuventcependantfaireoublier des compétences au'une majeures du designer, c'est sa capacité à mettre en forme, au sens large, qui englobe bien sûr la dimension esthétique mais tout autant les dimensions techniques, ergonomiques, économiques, etc. pour parvenir à des propositions concrètes, optimisées.

Art, ingénierie et sciences humaines qui sont chacun des « partenaires » naturels du design, sont intégrés dans le processus de conception mais ne sauraient en aucun cas être le cœur design.

• COMPÉTENCES/FAIRE

Rappelons quelques compétences majeures du designer:

Capacité à relier permanence approche analytique et approche sensible, maîtrise de la forme (au sens large - plasticité/ esthétique - ergonomique, technique. économique, etc...), capacité à diverger (penser différemment, relier différemment, ...), capacité à travailler dans la complexité et l'incertitude (c'est la méthode qui permet d'aboutir à une proposition qui n'est pas connue au départ).

Le designer ancre son travail dans la pratique, nourrie de savoirs et de savoir-faire.

• RECHERCHE

Dans le domaine de la recherche, force est de constater la présence forte des deux tendances, « art » et « sciences humaines » qui privilégient le plus souvent le discours sur la pratique.

Dans le milieu universitaire qui se veut le lieu privilégié de la recherche, on assiste actuellement dans les filières de formation françaises en design à une prise de pouvoir du discours (en particulier celui des sciences humaines) sur les pratiques, révélatrice d'un rapport inégalitaire interrogeant sur ce constitue les fondements de la discipline.

Cet abus de pouvoir de la langue sur la pratique, négligeant bien souvent que faire c'est penser (Richard Sennett) ne menacet-il pas l'identité même du design, pour ce qui fait une grande part de sa spécificité à savoir la connaissance « de et par la forme » (la plasticité pour comprendre, interroger et agir - processus de transformation actif dans lequel les événements se co-signifient mutuellement et sont autant structurés que structurants)? Ce trouble, ce malaise, sont sans doute dus d'une part à l'image que donnent les pratiques plastiques dans leur version expressive personnelle et tous azimuts d'un sentiment d'intériorité, d'expression psychologisante de la forme et d'autre part au regard trop « extérieur » des spécialistes des sciences et des sciences humaines.

Cela met en évidence bien souvent une méconnaissance de ce qui constitue le cœur de compétence du designer.

La recherche en design passe nécessairement par le développement d'un lien étroit entre pratique (projet et concrétisation) et théorie (conceptualisation permettant de dégager des processus, des universaux transposables). C'est ce que revendique, du moins théoriquement, Alain Findeli en parlant de rechercheprojet et de recherche-action.

MARSEILLE/ENVIRONNEMENT

- Marseille est dotée de nombreuses formations en design, principalement d'un côté, bac, BTS et DSAA et de l'autre, l'option design de

l'ESADMM. Les premières, ont comme grand avantage d'être ancrées dans la pratique sensible et concrète, mais la conceptualisation et l'analyse n'y est pas toujours suffisante. La deuxième est quant à elle très encline à une démarche exploratoire, beaucoup plus libre et ouverte, mais aussi moins en prise avec le réel et ses contraintes. Le mixte des deux est nécessaire pour amplifier les compétences du designer. Il faut mettre en synergie les différentes formations existantes créer des échanges avec les disciplines partenaires l'université (ex. : sciences humaines, technologiques, de gestion, etc.)

- Marseille est une métropole cosmopolite du bassin méditerranéen et peut à ce titre devenir leader d'un développement ancré dans des spécificités liées à sa situation géographique et à la culture méditerranéenne.

- Marseille est à proximité de Nîmes où vient d'être créée à l'université la première équipe (d'accueil) de recherche exclusivement centrée sur le design. Des partenariats et synergies sont à développer.
- Pour fédérer une véritable dynamique autour du design, il est indispensable de relier au travers d'un projet et d'un lieu tant la formation que la recherche et le milieu professionnel, culturel économique. Nous proposons pour ce faire dans le document joint quelques éléments de préfiguration de ce que pourrait être ce lieu qui nécessite l'implication des différents acteurs comme l'engagement de la Municipalité.

Développer le design à Marseille

et dans le bassin méditerranéen

En liant recherche, formation et milieu professionnel culturel et économique

Éléments de préfiguration de

projet:

CONTEXTE

Il s'agit de s'orienter vers de nouveaux enjeux.

C'estunedémarchestratégique pour se positionner et affiner la place de la création et du design au cœur d'un patrimoine (naturel et culturel).

La pensée fertile résulte d'une bonne fréquence d'alternance entre le rationnel et le créatif.

A.Kaufmann

OBJECTIFS

- Créer une structure qui dispose d'intelligences et de moyens artistiques, technologiques et scientifiques (para-académique, elle aura pour partenaires l'université, les institutions et les entreprises).
- Animer un lieu de créations, de connaissances et de transferts, un lieu original de recherches & créations par le Design.

Marmite créatrice ...

développant des concepts innovants... dans des

intervalles prospectifs... pour les projeter dans un réel économique et sociétal.

L a b o r a t o i r e d'expérimentations créatrices pour s'avancer sur les nouvelles pistes d'un monde qui doit s'inventer.

Lieu de recherches & développement, espace de connaissance et de transmission.

CONCEPT

Un ensemble original et attractif comprenant :

- un centre de recherche & de création
- une association à caractère culturel et événementiel
 Un Tout, lieu référent, centré sur l'espace méditerranéen.

Un Institut Avancé pour la Formation, la Création et la Recherche par le design pour une approche dynamique du « patrimoine »

Un engagement local pour une compétitivité globale (cf: think

global, acte local)

La situation et les conditions de vie présentes et futures ne permettent plus d'envisager la production et la consommation de produits industriels comme seules réponses à nos besoins et aspirations, les problématiques car liées aux transformations dégradations et aux l'habitabilité individuelle et de notre monde collective considérablement sont et complexifiées ; elles exigent de remettre au centre des préoccupations du design l'expérience de l'usager et la recherche de modes de vie plus durables. Dans une telle perspective, l'usager passif peut se réapproprier son projet devieetdevenirpartieprenante projet de conception, durabilité (écologique, économique, culturelle. sociale) constituant l'une des conditions primordiales de sa faisabilité.

3 AXES D'ACTION

- le développement durable

- l'Intergénérationnel
- le lien Europe/Méditerranée

MATRICE CONCEPTUELLE

Dans le maillage de la création, l'actualité professionnelle demande autant d'acteurs connexes (ingénierie, marketing, gestion) que de concepteurs créatifs.

ENVIRONNANTS DU PROJET

- Un centre de recherche & création qui travaille sur des concepts innovants et prospectifs pour les projeter dans un réel économique et sociétal.

Il comprendra:

- Des ateliers (non prestataires) menant des projets originaux en partenariat avec les entreprises et/ou les institutions.
- Un labo de
 « Recherches Action »
 pouvant s'adosser à des labos universitaires et s'associer, en partenaire, à des Unités Mixtes de Recherche.
- Un incubateur pour les « jeunes entrepreneurs » ?

Cet ensemble est structurellement un terrain expérimental envisageable pour des étudiants en formation.

- Une association

- Pour la promotion, auprès des forces économiques, de l'innovation.
- Pour le développement de la rencontre entre culture méditerranéenne et création.
- Pour un rayonnement à l'international : production d'expositions, événements numériques, manifestations culturelles, etc...

Cette association fait vivre un lieu référent, confluent régional et international qui attire par son originalité et ses productions:

- Théâtre d'activités permanentes.
- Espace d'échanges, d'information et de formation.
- Logistique d'outils et d'équipements.

IV/LE DESIGN EN PACA I 118 119 IV/LE DESIGN EN PACA

1- ANALYSE THÉMATIQUE, LE POINT DE VUE DES « TÊTES DE RÉSEAUX »

d-Culture

1/ DESIGN ET ÉVÉNEMENTS CULTURELS: ÉTAT/CONSTAT

Sur le modèle de l'art contemporain ou encore de l'architecture, le design est accessible, visible aux yeux du public au travers d'expositions:

- le plus souvent accueillies au sein de musées des arts décoratifs (Paris, Bordeaux avec *Oh couleurs !*, en 2017, ou *Houselife*, en 2016) entre autres ;
- parfois au sein de FRAC (Bretagne avec la série d'expositions consacrée à Ronan & Erwan Bouroullec en 2016);
- plus rarement au sein d'établissements d'envergure internationale (Ron Arad au Centre Pompidou Paris).

Par ailleurs, certains centres d'art se sont construits, depuis des années, en défendant un axe de recherche ou d'accompagnement de la jeune création. C'est le cas avec :

- la Villa Noailles, à Hyères, désormais Centre d'art d'intérêt national, consacré à la mode, la photo, le design et l'architecture d'intérieur;
- le Signe à Chaumont consacré au design graphique ;
- le Domaine de Boisbuchet, à Lessac, travaillant les axes design/architecture/nature;
- ou encore du Centre d'art de Nègrepelisse, La cuisine.

Ces centres d'art doivent leur naissance et croissance non pas à



l'initiative politique mais à une vraie reconnaissance du travail effectué, au long cours, par des acteurs de terrain qui sont aujourd'hui assez largement soutenus par les partenaires publics et reconnus comme des références à leur endroit.

L'une des particularités de ces lieux réside, toutefois, dans le fait qu'ils traitent généralement plusieurs disciplines et non pas uniquement le design.

En dehors de ces espaces monstration plus de quelques autres, force est de constater que les espaces de représentation du design principalement reste biennales/triennales (avec en tête de pont Saint-Etienne en France ou Milan, Miami, Bâle à l'étranger) et foires ou salons construits sur un modèle proche de ce que l'on connaît en art contemporain mais de manière bien plus large.

2/ **PERSPECTIVES** FT **ÉVOLUTIONS PERCEPTIBLES**

Ces dernières années ont vu éclore une réflexion assez

généralisée portant sur la ville de demain et les usages qui en seront faits, et ce dans un contexte de concurrence entre les grandes métropoles françaises et européennes.

En effet, l'attractivité des territoires devient essentielle et elle passe nécessairement par la construction d'une offre culturelle solide, de

qualité et accessible au plus grand nombre, mais aussi par un aménagement urbain intelligent, en adéquation avec les usages d'aujourd'hui qu'ils soient numérique, favorisant l'écomobilité ou des espaces de détente, les balades.

Au travers ces réflexions, le design semble pouvoir trouver sa place à l'instar de l'art contemporain qui connaît une mutation depuis une quinzaine d'années en s'étant ouvert largement à l'espace public au travers des projets tel que Estuaire, le Voyage à Nantes, Lille 3000, ou actuellement Un été au Havre, Paysages 2017 à Bordeaux.

La FIAC ayant également depuis quelques entrepris, années, de présenter des œuvres en espace public.

Si la présentation d'œuvres d'art en espace public ou dans des sites patrimoniaux n'est pas nouveau en soi, la manière d'intégrer l'art contemporain des manifestations dans atypiques, décalées quelque chose de nouveau qui a permis de décloisonner, pour partie, ces artistes en les rendant plus accessibles aux yeux du grand public.

Il semble que le design, même s'il s'appuie sur un réseau et un tissumoinsfortementconstitué et soutenu publiquement, puisse s'emparer pleinement de l'espace public par



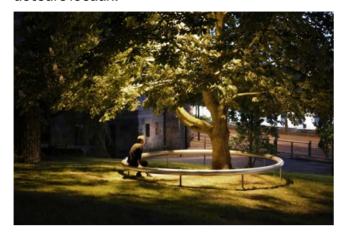
l'intermédiaire de projets culturels innovants.

En effet, force est de constater la faible réflexion globale autour du mobilier urbain qui reste assez largement dépourvue de créativité même si ici ou là des réflexions solides commencent à apparaître comme avec le programme Osmose de la RATP ou actuellement les projets de Ronan & Erwan Bouroullec dédiés au domaine public à Aarhus (Capitale européenne de la culture), ou les futures fontaines des Champs Elysées à Paris, ou encore des projets à Rennes, Miami, ...

L'Eurométropole lilloise est en concurrence avec Sydney pour être désignée Capitale mondiale du design en 2020.

3/ PRÉCONISATIONS : VILLE DE MARSEILLE

Le design a été absent de la programmation de Marseille-Provence 2013, non pas qu'il n'y ait pas eu de réflexion sur cet axe de programmation, mais par faute d'avoir pu construire un programme culturel s'appuyant sur des acteurs locaux.



Cependant les capitales européennes de la culture commencent réellement à s'emparer du design et à l'intégrer dans leur programmation propre. C'est le cas sur Aarhus 2017 et cela sera aussi le cas sur Matera 2019 avec la Design Open School.

A l'endroit de notre territoire commun, la réflexion doit porter, à terme, non pas seulement sur la Ville de Marseille mais bien à l'échelle de la métropole Aix-Marseille. Laboratoire afin de penser la ville de demain :

- Colloque
- D'Days
- Lyon City demain
- -Foire du design méditerranéen
- Spécificité marseillaise à trouver (espace public)

4/CONCLUSION

À l'endroit de notre territoire commun, la réflexion doit porter, à terme, non pas seulement sur la Ville de Marseille mais bien à l'échelle de la métropole Aix-Marseille. En définitive, nous disposons d'un très grand nombre d'opportunités de développement et de dynamisation de la création marseillaise :

- les chantiers de réhabilitation du centre ville,
- le projet SMARTSEILLE qui souhaite imaginer la ville méditerranéenne du futur en prenant Marseille pour territoire d'expérimentation et de recherche,
- l'artisanat et les métiers

- d'art, toujours plus proches du design et de l'innovation, avec des expériences comme celle exemplaire du CIRVA,
- la mutualisation de moyens de production à destination de tous les créateurs, artistes et designers pouvant constituer un terrain d'échange, de collaboration, de fertilisation croisée,
- mais aussi les actions menées par la Chambre des métiers d'art et de l'artisanat pour sensibiliser les TPE et les artisans à la question du design et aux nouvelles formes de fabrication numériques (type Fablab)

Le potentiel est en fait énorme ! Ce sont maintenant les connexions et donc les bons projets avec les bonnes personnes qu'il convient d'identifier, pour capitaliser enfin toute cette énergie et cette créativité qui ne demande réellement qu'à s'exprimer.

1- ANALYSE THÉMATIQUE, LE POINT DE VUE DES « TÊTES DE RÉSEAUX »

e-Économie

Theodor Adorno (1903 -1969) et Max Horkheimer (1895-1973),philosophes allemands, fondateurs de l'école de

Rapport l'éconocréative. 2008 — Le défi d'évaluer l'économie créative: vers une politique éclairée » http://unctad. org/fr/docs/ ditc20082ceroverview_ fr.pdf

Faisant suite au concept d'industrie culturelle de l'après guerre¹, les industries créatives qui voient le jour dans les années 90 font le lien entre économie et culture, en favorisant l'émergence d'un secteur culturel compétitif, créateur de revenus et d'emplois. Ce secteur tout en assurant un développement économique durable, présente aussi l'avantage de participer à l'accroissement de la cohésion sociale. Le Rapport sur l'économie créative² (édition 2008 et 2010) produit sous l'égide de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), a d'ailleurs démontré que cette économie est l'un des secteurs de l'économie mondiale qui se développe le plus rapidement, et aussi l'un des plus efficaces en termes de création d'emplois, de recettes d'exportation, tout en étant un fort contributeur au bien être global des populations.

Le design au même titre que la mode ou l'architecture, fait pleinement partie de cette économie créative. L'engouement croissant des consommateurs pour la valeur symbolique, émotionnelle et narrative des objets et des espaces, est l'expression croissante d'une forme d'affirmation culturelle dont les territoires aujourd'hui se saisissent, pour augmenter leur attractivité et se développer.

L'exemple de Marseille-Provence 2013 - Capitale européenne de la culture est significatif de l'effet énergisant que peut avoir



la culture sur une région. En attirant près de 10 millions de

touristes, cet événement a contribué en effet à conférer une notoriété internationale à la ville de Marseille, tout en lui permettant de se doter d'outils culturels remarquables, sources de nouvelles retombées économiques.

Mais au-delà de cet impact purement économique et du bénéfice en termes d'image positive dont a pu bénéficier la ville, c'est aussi et surtout la capacité fédératrice de cette action culturelle qui a prévalu, et permis à l'ensemble des concitoyens marseillais de se rassembler autour de projets communs.

Car Marseille regorge indéniablement de créateurs

et de dynamisme, mais peine néanmoins à s'affirmer en tant que métropole créative. Elle dispose pourtant d'une scène musicaleetartistiqueaussiriche que diversifiée, d'une filière mode très active, reconnue et respectée, d'une création numérique intense, ainsi que d'importantes infrastructure dédiées à la production cinématographique. L'artisanat et les métiers d'art constituent également d'emploi bassin importante richesse une créative. patrimoniale et Le travail du verre, de la céramique, de la pierre, du savon, du textile, ainsi que les arts graphiques sont quelques



uns des savoir-faire très bien représentés dans notre région, et qui, par le biais d'actions conduites par la Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat, s'ouvrent déjà, peu à peu, au design.

L'innovation n'est pas non plus en reste avec plusieurs secteurs bien représentés, grâce notamment, à 3 des 10 pôles de compétitivité labellisés que l'on trouve en PACA:

- Eurobiomed (autour des questions de la santé),
- SAFE (management des risques, des nouveaux usages Aérospatiaux et technologies de Défense),
- Optitec (photonique et imagerie).

Le projet Henri Fabre (du nom de l'aviateur marseillais qui a inventé l'hydravion) est également un bel exemple de mise en réseau et d'innovation ouverte. Ce pôle mécanique, matériaux et procédés du futur mutualise et met en synergie les moyens, les connaissances et

les ressources des entreprises du secteur, avec les acteurs de l'innovation et de la recherche.

Toute cette richesse reste malheureusement encore trop méconnue, notamment des marseillais, et trop peu valorisée.

Il en va de même pour le design, qui bien qu'implanté depuis longtemps dans cette ville (cf. histoire du design à Marseille), reste étrangement discret et ne parvient pas à se structurer, malgré les multiples tentatives de regroupement faites par les principales organisations professionnelles (UFDI, AFD...), ou les actions ponctuelles de coordination orchestrées par plusieurs institutions locales (CCIMP, Région...).

C'est un fait, Marseille dispose d'atouts indéniables dans le secteur créatif, qu'il convient maintenant de révéler, et de mieux articuler pour plus d'efficacité. L'histoire de la mode à Marseille est une belle illustration de la capacité d'une filière professionnelle créative, à se structurer.

La Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM) est ainsi devenue l'emblème de ce secteur d'activité à Marseille. À la fois incubateur, centre de formation, révélateur de talents, lieu d'exposition, de d'animation rayonnement, et trait d'union avec les créateurs de la méditerranée. elle est l'élément dynamisant, fédérateur et le repère incontournable du domaine.

Dans la mesure où le design méthodologie est une transversale, qui s'applique donc à de nombreux champs d'application (produit, graphisme, service...), il est évidemment plus compliqué de réunir et de coordonner l'ensemble des acteurs de cette discipline.

Cependant, Didier Parakian, adjoint au maire de Marseille, délégué à l'Économie, aux Relations avec le monde de l'entreprise et à la Prospective, est pour sa part convaincu que nous sommes actuellement dans une période favorable développement au activités créatives, et qu'il est important de bénéficier de cet exceptionnel « alignement des planètes » (notamment politique), pour mutualiser les moyens et les efforts de

Tour CMA-CGM

construite par

l'architecte

Zaha Hadid

l'ensemble des instances. qu'elles soient de gouvernance, économiques, pédagogiques ou professionnelles.

Une offre conjointe, mettant en synergie ces différents acteurs, doit émerger et s'inscrire dans les projets de redynamisation du centre ville.





2-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION

a- STRENGTHS / FORCES b- WEAKNESSES / FAIBLESSES c- OPPORTUNITIES / OPPORTUNITES d- THREATS / MENACES e- Constats et pistes de préconisation

Afin de déterminer les axes de développement stratégiques pour renforcer la position du design dans notre région, nous nous sommes appuyés sur une analyse SWOT (Strenghs / Forces, Weaknesses / Faiblesses, Opportunities / Opportunités, Threats / Menaces) alimentée par les résultats d'une enquête que nous avons réalisée auprès d'un panel de designers locaux.

Première constatation, il est très difficile de recenser les designers installés dans la métropole d'Aix-Marseille. Le fait que le terme design soit galvaudé et employé dans le cadre d'activités professionnelles n'ayant rien à voir avec la discipline elle-même, ou alors de manière très périphérique, ne facilite évidemment pas les choses.

Nous avons donc procédé à partir de notre réseau, et complété celui-ci d'une recherche par code NAF, ainsi que par une autre investigation via les pages jaunes. Nous avons au final retenu et contacté 132 designers. Sur ces 132 designers, nous avons obtenu (quelques fois après moultes relances) 63 réponses.

Ce qui nous amène à une deuxième constatation, bien que très en

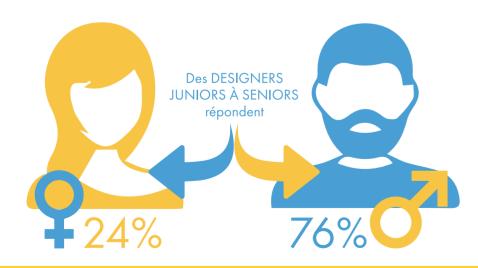
de leur activité, les designers marseillais ont parfois un peu de mal à se mobiliser lorsqu'ils sont sollicités. Cela peut différentes s'expliquer de manières:

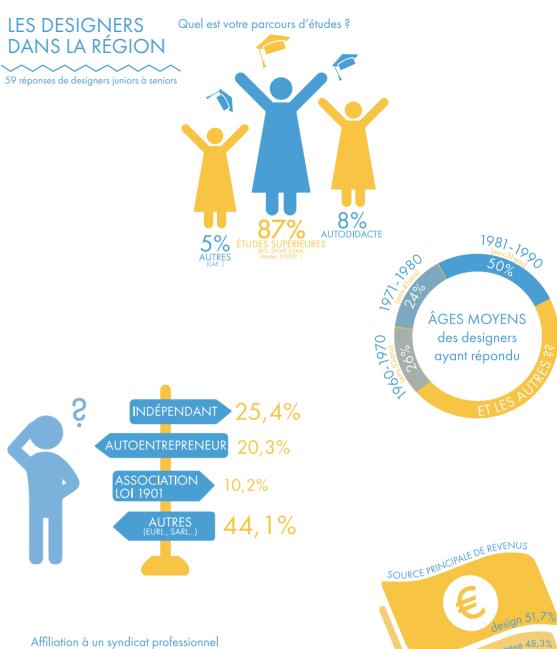
• un mauvais ciblage des personnes dû aux raisons évoquées ci-dessus et qui ne seraient en définitive, pas suffisamment concernées par le design et donc par cette étude.

- attente d'initiatives en faveur des difficultés ou des réticences à répondre à certaines questions.
 - un effet de lassitude et désengagement, donc un conséquence de précédentes sollicitations n'ayant pas donné lieu à un suivi, ou abouti à des résultats probants.
 - un effet direct de la procrastination.

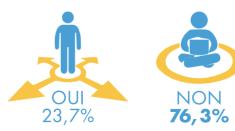
Le panel est toutefois assez large et diversifié pour rester pertinent.





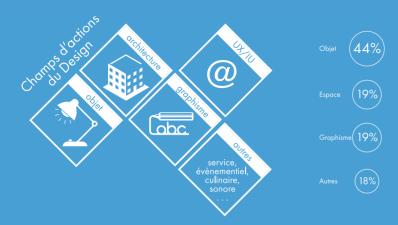


ou à une organisation professionnelle?

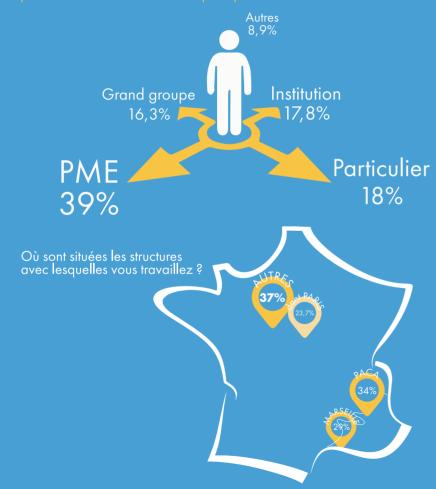




LE DESIGN ET VOUS



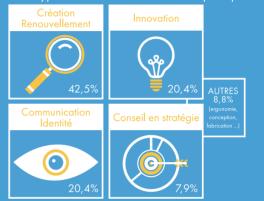
Avec quelles structures travaillez-vous principalement?

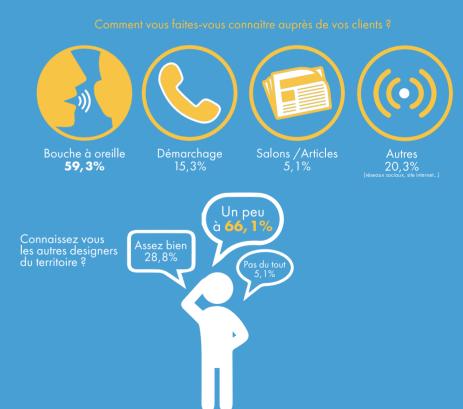


Vos interlocuteurs privilégiés au sein de ces structures sont généralement:



Quel type de mission vous confie-t-on principalement?









Que manque-t-il au design pour se développer sur Marseille?





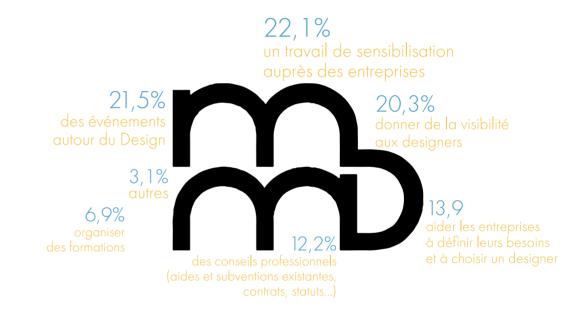




Autres 12,6%

(de l'argent, une prise de conscience des acteurs politiques, de l'engagement...)

Qu'attendriez-vous d'une association comme Marseille Design Méditerranée qui souhaite promouvoir le design à Marseille et au delà ?



2-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION



Positif

(pour atteindre l'objectif)

Négatif

(pour atteindre l'objectif)

Origine interne (organisationnelle)

Une identité territoriale forte

Un design vernaculaire & contemporain

Dynamique de requalification urbaine

Ancrage industriel en région PACA

Une forte vie associative

Effets post MP2013 Capitale européenne du sport 2017 MP2018

Dynamique universitaire

Design méconnu

Réseau design non structuré

Difficile de repérer et de choisir un designer

Absence de lieu dédié au design

Accompagnement du Design trop ponctuel

Peu d'événements autour du design

Soutiens économiques

Sentiment d'isolement

Recherche en design naissante

Origine externe (origine: environnement)

Entre mer & campagne
Interface Euro-méditerranéenne
Marseille ville de destination
Méditerranée: maillage de compétences
Réseau national du design
ouvert à des collaborations

Contrats donnés à la capitale
Implantation difficile des nouveaux talents

2-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION

a- STRENGTHS / FORCES

D'un point de vu géographique, Marseille a une place privilégiée qui lui permet de dialoguer avec les pays du bassin méditerranéen en même temps qu'avec ceux de l'Europe. L'identité de sa région, la Provence, ne ressemble à aucune autre sur le territoire national, et c'est bien cette particularité qui fait sa force.

• La Provence, une identité territoriale forte, pour un design vernaculaire ?

Une des forces de Marseille et de sa région réside dans son identité territoriale. De part sa situation privilégiée au sein du bassin méditerranéen et sa très longue histoire d'échanges culturels, commerciaux... la Provence s'est au fil de son histoire, composé une identité méridionale estimée et vigoureuse (gastronomie, art de vivre, artisanat). Cette identité locale associée aux spécificités marseillaises peut influer le mode de conception des créations marseillaises. Les caractéristiques de l'espace public et la manière de le pratiquer peuvent par exemple se retrouver dans certains aménagements et mobiliers urbains.



Mais un design contemporain

Tout en revendiguant plus ou moins une identité locale. créateurs marseillais restent dans la plus pure tradition cosmopolite de la ville, largement à l'écoute et en prise directe avec toutes les tendances actuelles. Cela fréquemment produit une forte, métissée. création associant modernité tradition.

Marseille, une requalification urbaine

Après la période du toutvoiture des années 70 et les méfaits de cette politique sur la composition urbaine, la ville s'efforce depuis les années 1990 de rendre l'espace urbain aux piétons et de développer un réseau de mobilités douces (piétonnisation du centre ville, création de pistes cyclables) et alternatives (tramway). Ce réaménagement de l'espace public suit une tendance actuelle qui redonne toute sa place aux citadins et favorise le vivre ensemble notamment par un travail de design urbain complémentaire au travail d'urbanisme et d'architecture.

L'industrie depuis les années 70 en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Alors que la délocalisation commence industrielle France à partir des années 70, un certain nombre d'industries du territoire, ont tout de même fait le choix de rester implantées à Marseille. Ces entreprises qui se battent pour défendre leur savoirfaire (les tuileries Monier, les poteries Ravel, les savonneries de Marseille, Haribo, Pebeo...), mériteraient aujourd'hui d'être davantage mises en valeur. Cela permettrait par la même occasion de promouvoir leur production, aussi bien localement, qu'à l'export.

• Une forte vie associative

Avec près de 110.000 associations (46.000 dans les Bouches-du-Rhône), la

région PACA fait montre d'un impressionnant dynamisme et d'un remarquable engagement citoyen sur le plan social. Ce réseau de bonnes volontés qui touche tous les domaines et en prioritéle secteur culturel (29% des structures référencées), constitue une richesse et une ressource incroyable sur laquelle s'appuyer pour développer des actions.



Panorama de Marseille : vue du MuCem et de la cathédrale de la Major principalement

• Effets post MP2013, capitale européenne de la culture

L'incroyable synergie qui a pu voir le jour à l'occasion de l'événement MP2013 Capitale européenne de la culture, et qui a rassemblé énormément d'acteurs locaux par delà les différences de point de vue et les clivages politiques, ne s'est heureusement pas totalement dissipée. Les structures et les volontés encore bien présentes sont toujours mobilisables et représententune incontestable force d'action.

Marseille Provence, capitale européenne du sport en 2017

Dans la mesure où l'industrie du sport est un secteur très consommateur de design, voilà typiquement le genre d'événement auquel cette problématique peut tout naturellement s'associer.

• S'insérer dans des événements culturels en 2018

Le design se situe à la jonction entre création et conception, art et technique, et a donc toute légitimité pour contribuer aux événements culturels qui vont émailler l'année 2018 et au delà.

2-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION

b- WEAKNESSES / FAIBLESSES

Le design reste encore trop peu connu et employé par les entreprises. De plus, aucun organisme n'a à ce jour vraiment réussi à structurer dans la durée la filière, ni même proposé des actions récurrentes pouvant ouvrir cette pratique au plus grand nombre. Concernant les professionnels de la région, les retombées économiques sont relativement faibles, et la majorité des contrats se traitent donc hors région.

• Le design, une discipline méconnue

Si tout le monde connaît le terme de design et l'emploi même assez régulièrement, c'est hélas très souvent, à mauvais escient. Perçu comme un traitement cosmétique et superficiel des objets ou des espaces, cette discipline peine en effet à gommer dans l'esprit du grand public et des entrepreneurs cette vision réductrice de ses compétences.

• Il est très difficile de repérer et de choisir un designer

La profession n'étant pas structurée au niveau local, aucun outil ne recense clairement à ce jour les professionnels et les compétences en design présentes sur le territoire. Les entreprises qui souhaitent



engager une démarche design sont donc démunies lorsqu'elle souhaitent lancer une consultation. Leur méconnaissance de la profession et donc de ce que peut leur apporter le design rend également très compliqué le choix du prestataire.

Absence d'un lieu dédié au design

Aucune galerie ou espace consacré au design ne permet à ce jour de découvrir cette discipline, pas plus d'ailleurs que le travail des designers locaux.

Ainsi, au delà des événements temporaires (expositions, conférences ou colloques), la matérialité c'est des productions ainsi que le réalisme des rencontres et des échanges entre individus (créateurs, entrepreneurs, designers, étudiants, grand public...), qui ne sont pas favorisés par la présence d'un lieu fédérateur et totémique.

• Un accompagnement du design trop ponctuel

Plusieurs opérations en faveur du design ont ponctuellement été menées au cours de ces 30 dernières années. Ces actions mises en place à l'initiative de la région, du conseil départemental, de la ville, de la CCI, de la DRIRE... ont pris plusieurs formes : colloques, résidences, bourses, programme de sensibilisation... En n'étant pas relayées ou pérennisées, ces démarches n'ont pas pu jouer pleinement leur rôle de sensibilisation, ni être à l'origine d'une connaissance suffisante du design, pour créer un terrain durablement favorable à son essor.

• Événements autour du design quasi inexistants

Marseille, capitale européenne de la culture en 2013 a véritablement revitalisé durant une année, la vie culturelle régionale et marseillaise. Cependant le design n'a occupé qu'une toute petite place du programme pour tant ambitieux de cette manifestation. Il est vrai que les événements traitant du design à Marseille n'ont toujours été que très sporadiques, et généralement le fruit d'initiatives isolées et non concertées.

2-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION

c- OPPORTUNITIES / OPPORTUNITÉS

La ville de Marseille organise ou accueille régulièrement des manifestations auxquelles il serait aisé et pertinent de s'associer en les abordant via le prisme du design. Ce serait là une bonne occasion de démontrer à quel point celui-ci est déjà omniprésent dans notre environnement quotidien, et par là-même d'en faire la promotion.

• Marseille à la jonction du bassin méditerranéen et de l'Europe

De par sa géographie, Marseille et sa région représentent un territoire qui se démarque des autres villes françaises puisqu'elle établit un lien entre le pourtour méditerranéen et le nord de l'Europe. Dans un certain nombre de secteurs et d'activités comme ceux de l'économie, de l'industrie ou de la culture, cette position d'interface, créée il y a plusieurs décennies, est aujourd'hui encore entretenue et donne toujours lieu à de nouveaux partenariats.

• Marseille entre mer et campagne

Marseille, plus grande ville de France en superficie et deuxième métropole en termes de population dispose d'un cadre naturel exceptionnel.

Avec le parc national des calanques créé en 2012, un fort taux d'ensoleillement et le plus grand bassin de baignade français composé de 21 plages et de 40 sites de baignades, Marseille offre

un cadre de vie très enviable.

La méditerranée, un maillage de compétences

La proximité culturelle et géographique entre les pays méditerranéens, facilite certains échanges et peut accroître la faisabilité des projets internationaux.

De plus, la méditerranée offre une mosaïque de compétences riche et variée avec un fort niveau de compétitivité. Ce maillage de compétences est un atout qui peut évidemment jouer en faveur de collaborations autour du design.

• Les Fablabs

mouvement maker Le certains qualifient que nouvelle révolution de industrielle, est significatif d'un bouleversement de la chaîne de production, et d'une réappropriation de la capacité de fabrication par l'usager. En réconciliant le savoir et le faire, la pensée et la main, les consommateurs s'immiscent dans le processus créatif qui

leur avait été depuis longtemps confisqué par les détenteurs de l'outil de production.

Ce retour en grâce du rapport à la matière et à l'élan créatif, est une indéniable opportunité de sensibilisation des personnes au processus de conception et au design.

Des lieux marseillais emblématiques ou en devenir à soutenir ou à investir

Marseille dispose d'un riche patrimoine architectural, qui en plus de démontrer l'efficacité du beau lorsqu'il est bien pensé, peut accueillir des projets innovants et emblématiques de l'esprit de création (MAMO, J1, bâtiments du centre ville...).

• Le réseau du design national prêt à nous accueillir

La recomposition des régions de France a quelque peu redistribuéleszones d'influence de certains territoires. Ce nouveau découpage a été pour eux l'occasion de réaffirmer la nécessité de maîtriser leur image mais aussi leurs actions

en termes de développement économique et d'attractivité. Le design est pour ce faire, un outil stratégique précieux, qui a d'ailleurs conduit les régions Nouvelle Aguitaine, Pays de La Loire, Hauts De France et Auvergne Rhônes-Alpes à renforcer la position et l'influence de leur centre de design respectif. Ces structures, engagées dans une dynamique d'épanouissement de leur région de rattachement. souhaitent toutes collaborer entre elles et avec nous, afin de réanimer le réseau national des centres de design et pouvoir ainsi faire passer et comprendre plus efficacement le message du design.

• Un réaménagement du centre ville

De nombreux projets visant à mettre en valeur l'architecture et le patrimoine du centre ville, mais aussi à repenser Marseille comme ville méditerranéenne du futur (Smartseille), sont en cours de développement. Ces projets sont une occasion parfaite pour la mise en œuvre d'une pensée design

au cœur de la démarche d'aménagement urbain, et pour remettre l'usager, en l'occurrence le citadin, au cœur du processus de conception de l'espace public.

Un solide réseau d'artisans et donc de multiples savoir-faire à valoriser et développer

L'artisanat qui représente 33% du tissu économique marchand de la région s'ouvre aux nouvelles technologies et à la méthodologie du design. Celle-ci en revisitant les savoirfaire traditionnels, permet de défricher de nouvelles développement, voies de innovantes et fructueuses. La Chambre des métiers et de l'artisanat organise d'ailleurs depuis 2015, des ateliers de sensibilisation au design.

Le rapprochement qui se fait actuellement entre métiers d'art et arts appliqués au niveau académique, semble inviter à un retour vers la notion d'arts impliqués émise par Jacques Viénot dans sa charte de l'esthétique industrielle de 1952.

2-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION

d- THREATS / MENACES

Pour se développer, le design doit bénéficier d'un environnement propice, de soutien et d'encouragements. Hélas, Marseille n'est pas encore le terreau le plus favorable pour démarrer une activité innovante. Il est également nécessaire d'être suivi et si possible aidé financièrement. Cependant, si Marseille dispose d'un pouvoir d'attraction non négligeable, la ville souffre encore d'une mauvaise réputation. Marseille doit redorer son blason, le design et le MDM peuvent y contribuer.

• Image de Marseille au niveau national et européen

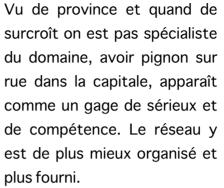
Malgré toutes les qualités que l'on peut attribuer à Marseille et sa région, une partie des médias nationaux et européens véhiculent régulièrement encore, une image de ville négligée et violente. Cette mauvaise réputation prive Marseille d'un nombre non négligeable de touristes, mais aussi de personnes souhaitant véritablement s'établir et développer une activité professionnelle dans la métropole d'Aix-Marseille.

• Des contrats donnés à la capitale

Les structures qui souhaitent ponctuellement travailler avec des designers contactent souvent des agences basées à Paris.



surcroît on est pas spécialiste du domaine, avoir pignon sur de compétence. Le réseau y plus fourni.



Soutiens moraux

Entreprendre de développer le design suivant toutes les pistes énoncées, nécessite de bâtir un projet d'une telle ampleur, qu'il faut pour cela obtenir le soutien de toutes entités. notamment (Ville administratives Marseille, département, région, métropole).

Le MDM a toute capacité à jouer ce rôle de médiateur et à mobiliser l'ensemble des acteurs convaincus de l'intérêt du design, pour le développement du territoire et de ses potentialités.

Soutiens économiques

Le développement et la promotion du design passe aussi par un appui financier, capable d'insuffler un premier élan aux actions prioritaires à mettre en place. Ce financement qui peut associer fonds privés et publics, doit pouvoir être dégressif et se voir éventuellement compensé par de l'autofinancement.

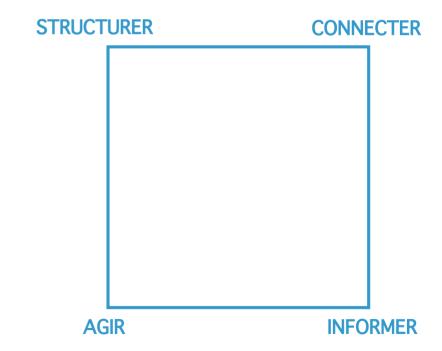


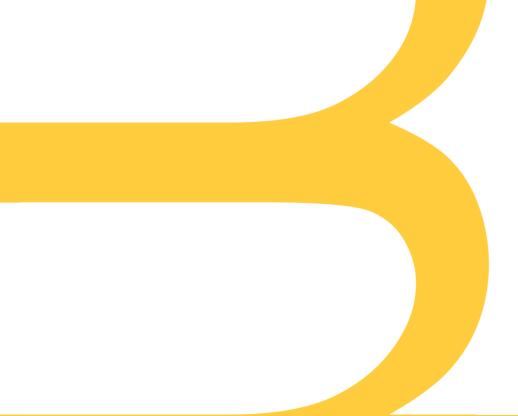
2- RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DESIGNERS / ANALYSE SWOT DE LA SITUATION

e- Constats et pistes de préconisation

Partant de l'analyse SWOT, il nous appartient maintenant d'analyser les résultats recueillis dans le cadre de cette étude, et d'en tirer certains axes de développement et d'action.

Une démarche architecturée: Le carré fertile





De manière synthétique et sur la base des faiblesses identifiées, des forces à valoriser, des opportunités à saisir et des menaces à minimiser, voici en 4 points un schéma d'action:

• STRUCTURER

Il est évident lorsque l'on observe la situation actuelle du design (et pas seulement Marseille), que cette discipline souffre d'un manque structuration. C'est évidemment dû en partie à son image parcellisée du fait de ses multiples champs d'application, et des différentes approches méthodologiques rencontrées. Cependant. un travail de clarification du message doit obligatoirement s'accompagner d'une rationalisation organisationnelle. Où trouve t-on les professionnels du design? Comment choisi t-on un prestataire? Pour quelles missions?

Il est primordial d'organiser la visibilité de la profession et les relations qu'elle entretien avec l'ensemble des acteurs

territoire (formation. recherche, culture, économie, industrie et artisanat). Cela peut passer par exemple par une charte de fonctionnement mais aussi par un lieu qui ancre dans le réel, les échanges et le positionnement de la profession. C'est cette architecture conceptuelle et matérielle qui tout en définissant un cadre, rendra possible l'installation et la reconnaissance à long terme du design.

CONNECTER

Pasdedesignnimêmed'innovation ambitieuse sans collaborations multidisciplinaires. Il est donc crucial d'identifier tous les partenaires potentiels du territoire qui pourront d'une part se voir associés à des collaborations ponctuelles ou régulières, mais aussi se faire le relais de la pensée design. En créant ainsi des synergies entre tous les représentants de la chaîne de conception et de production (ingénieurs, représentants des sciences

humaines, des sciences de gestion et d'économie, créateurs de tous horizons, porteurs d'initiatives, entrepreneurs, prestataires, structures d'accueil, etc...), le design contribuera à dynamiser le territoire, tant sur le plan économique, culturel, que social.

•

Afin de faire évoluer la vision caricaturale généralement associée au design, il est de former essentiel d'informer sur cette discipline, et ce, à tous les niveaux de perception: du grand public, aux institutions, en passant par tous les acteurs du monde économique et culturel. L'idée est avant tout de partager une vision à peu près commune, afin de mieux se comprendre et être ainsi capables de collaborer avec pertinence. C'est aussi un travail de communication permanent sur les apports du design qu'il est important de mener auprès de tous. Un travail d'acculturation

visant à permettre à tous les innovateurs et porteurs de projet de pouvoir intégrer les atouts du design au cœur de leurs démarches.

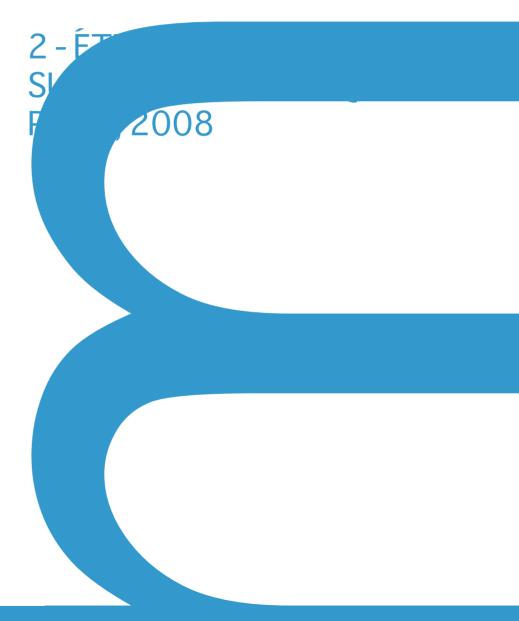
AGIR

À partir du moment où la profession est à peu près structurée, que représentants ses sont parfaitement intégrés territoire d'accueil, qu'ils sont connectésàtouslespartenaires potentiels, incorporés au tissu local et parties prenantes leur écosystème, une fois également que le travail communication et de circulation d'informations est engagé, il devient alors possible d'agir avec justesse et à propos. Cela peut consister à animer le réseau par des actions ponctuelles et incitatives, créer des événements fédérateurs, mais aussi mettre en place des projets de longue haleine, pour continuer à faire évoluer les pratiques et enrichir les collaborations.

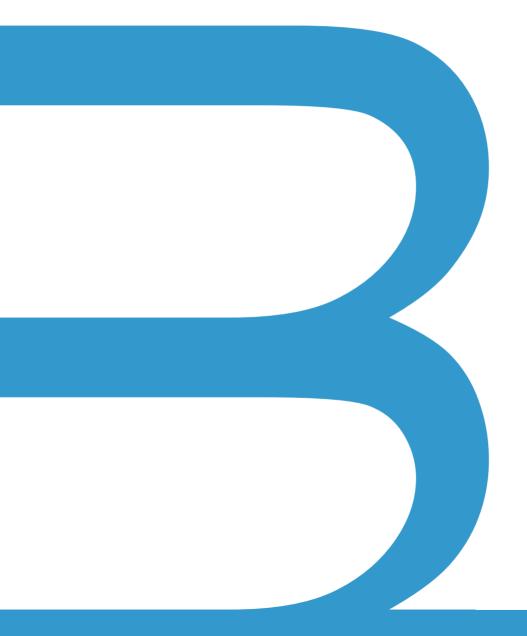


1-QUESTIONNAIRE ENVOYÉ AUX DESIGNERS





1- QUESTIONNAIRE ENVOYÉ AUX DESIGNERS



ENQUÊTE EN VUE D'ETABLIR UN ETAT DES LIEUX DU DESIGN SUR NOTRE TERRITOIRE

Par MARSEILLE DESIGN MEDITERRANEE

- Adresse e-mail*:
- Nom:
- Prénom :
- Année de naissance :

2000 > 1937

- Collectif ou agence s'il y en a un(e):
- Site web:
- Adresse:
- Tél:

• E-mail :
• Structure juridique : .Profession libérale .Indépendant .Autoentrepreneur .Portage salarial .Association loi 1901 .SCOP .SA .SARL .EURL .Autre
• Code NAF/APE (4chiffres, 1 lettre):
• Effectif global, compétences et statuts :
• Année de création de l'activité :
• Dernier chiffre d'affaire :
 Votre activité en design est-elle votre principale source de revenus? Oui Non
Précisez:
• Présentation succincte de votre activité de designer :
• Etes-vous affilié à un syndicat profession ne lou à une organisation

professionnelle?

.Oui

.Non

Si oui le/laquel(le):

LE DESIGN ET VOUS

- 2/ Pour vous, qu'est-ce que le design, à quoi sert-il ? Donner une définition brève.
- 3/Combien de champs d'action différents percevez-vous dans le domaine du design ?
- .de produits
- .d'espace
- .web
- .graphique
- .culinaire
- .sonore
- .critique
- .d'auteur
- .autre....
- 4/ Dans lequel vous situez-vous principalement?
- 5/Quel est votre parcours de formation ? Autodidacts, études supérieures, BAC pro, etc... ? Précisez
- 6/ Selon vous, une bonne formation en design doit.....
- 7/ Qu'est-ce qui vous a conduit à travailler dans ce domaine d'activité et qu'est-ce qui vous motive à poursuivre ? (Passion,

• 8/ Avec quelles structures travaillez principalement ? (deux choix maximum) .PME .Particulier .Grands groupes .Institutions .Autre
Pourquoi?
Où sont-elles situées. (deux choix maximum) .Marseille .PACA .Autres régions
Précisez:
Vos interlocuteurs privilégiés au sein de ces structures sont généralement*: (deux choix maximum) .DG .Directeur R&D .Directeur marketing .Responsable du BE .Autre
Quel type de mission vous confie-t-on principalement ? (deux choix maximum) .Innovation .Conseil en stratégie .Création/Renouvellement

débouchés, challenges?)

.Communication/Identité .Autres..... Développez: • 9/Comment vous faites-vous connaître auprès de vos clients? .Publicité .Démarchage .Bouche à oreille .Salons .Articles .Autre.... Précisez: Connaissez-vous les autres designers du territoire? .Pas du tous .Un peu .Assez bien .Très bien LE DESIGN & MARSEILLE • 10/ Mettez-vous votre énergie ou votre pratique du design au service de... .La communauté design .La ville .La région Si oui, comment? Si non, pourquoi?

• 11/ Que pensez-vous du design à Marseille, deuxième ville de France, notamment par rapport à d'autres ville de France, d'Europe, du bassin méditerranéen?

Quels seraient les atouts de notre ville à développer et les points faibles à corriger?

- 12/ A Marseille, le design commence à gagner timidement du terrain mais il est encore trop méconnu et les designers trop rarement sollicités. Que manque-t-il au design pour se développer sur Marseille ? (deux choix maximum)
- .Des contrats
- .Des infrastructures d'accueil pour les designers
- .Des sous-traitants
- .Des événement
- .Autre.....

Développez:

- 13/Quelles conditions et compétences pensez-vous pouvoir apporter en tant que professionnel, à l'essor du design sur notre territoire ?
- 14/ Qu'attendriez-vous d'un association comme Marseille Design Méditerranée qui souhaite promouvoir le design à Marseille et au delà ? (deux chois maximum)
- .Des conseils professionnels (aides et subventions existantes, propriété intellectuelle, contrats, statuts...)
- .Donner de la visibilité aux designers
- .Organiser des formations
- .Des évènements autour du design

- .Un travail de sensibilisation auprès des entreprises
- . Aider les entreprises à définit leurs besoins et à choisir un designer . Autre....

Précisez:

• 15/ Autres notes et observations :

Vous avez des remarques à faire, un sentiment à exprimer, un conseil ou une idée pouvant favoriser le développement du design local, exprimez-vous!

L'association Marseille Design Méditerranée vous remercie pour le temps consacré à cette enquête. Les informations fournies restent strictement confidentielles.

Vos réponses sont essentielles pour nous permettre d'œuvrer avec pertinence, à la promotion du Design local.

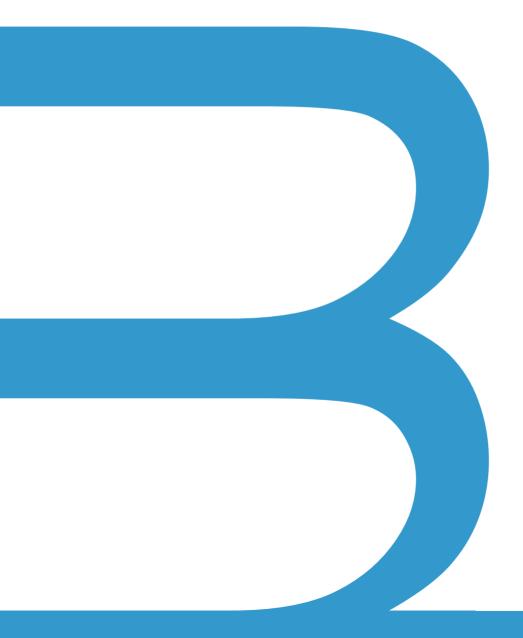
Nous vous tiendrons bien sûr informé des résultats de cette étude. Encore merci.

Construire un projet commun. Partager notre réflexion en mouvement

http://marseilledesignmed.com/

VI/ANNEXE 170 171 VI/ANNEXE

2 - ÉTUDE DE BRUNO FRINZI SUR LES ARTS APPLIQUÉS EN PACA, 2008



• Histoire des Arts Appliquée en PACA

SOMMAIRE

- -INTRODUCTION
- -LE TERRITOIRE GÉOGRAPHIQUE DE L'ACADÉMIE D'AIX-MARSEILLE
- -LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET PÉDAGOGIQUE
- du XIXème au XXème
- 1-vue d'ensemble
- 2-le problème de la langue
- -LES FORMATIONS:
- 1-Métiers d'art. Particularismes locaux
- 2-Situation nationale actuelle et sur le territoire académique 3-Parcours des formations aux métiers d'art
- 4-Lieux de formation dans l'académie
- 5-L'histoire d'un établissement type
- -LA SPÉCIFICITÉ ARTS APPLIQUÉS. LE DESIGN, ENJEU RÉCENT 1-Lieux de formation actuels dans l'académie
- -ÉVOLUTION DES MÉTIERS D'ART & DE L'ART APPLIQUÉ
- 1-situation de l'art appliqué dans la région PACA/ le DSAA 2-naissance d'un partenariat possible métiers d'art/design

-CONCLUSION

-BIBLIOGRAPHIE

INTRODUCTION

Écrire une histoire des formations en arts appliqués & métiers d'art, fût-elle brève, suppose au préalable une bonne connaissance de

l'espace géographique, économique, social et pédagogique qui les a vues naître. Étroitement liées aux métiers artisanaux, puis à une activité industrielle croissante qui a vu l'éclosion de nouveaux métiers techniques et d'encadrement, elle ontévolué d'une volonté marquée d'alphabétisation, de sociabilisation et d'intégration des couches de population les plus démunies et de celles issues des vagues d'immigration,

vers des spécificités de plus en plus techniques et pointues.

À l'heure actuelle, le développement du partenariat école-entreprise, les stages et les formations en alternance, la volonté affichée du ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche et du ministère des PME, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales d'aboutir à la restructuration des diplômes, à différents niveaux, pour les rendre lisibles et valides à l'échelle de l'Europe, notamment pour ce qui concerne les métiers d'art, sont des priorités qui font de ces formations des lieux ouverts sur le monde contemporain et qui laissent espérer l'émergence de nombreux emplois futurs.

Les conditions particulièrement fluctuantes de l'industrie régionale, le rôle des pouvoirs publics, celui de la chambre de commerce, du rectorat, des patrons d'entreprises, ont été prédominants dans l'histoire du développement, de l'extension, de la reconnaissance des formations techniques et professionnelles, et ceci de façon générale.

L'action du privé, animée par des personnalités locales d'envergure, n'est pas à oublier. Au-delà de la démarche de certains patrons en faveur du développement de l'action de formation, de nombreuses institutions et écoles diverses ont vu le jour, notamment à Marseille, au cours du XIXème siècle.

Leurs préoccupations rejoignaient en partie celles de l'enseignement public en ce qui concerne la bonne connaissance de la langue française, gage d'homogénéité confessionnelle pour les écoles privées et de morale républicaine pour l'enseignement public. L'apprentissage, la formation à un métier étaient, si l'on peut dire, complémentaires.

Depuis le début du XXème siècle, cet enseignement technique et professionnel a beaucoup changé. La nécessité pour les professionnels, artisans ou industriels de recruter du personnel de plus en plus spécialisé et formé aux nouvelles techniques et technologies, a conduit les responsables politiques à réformer ces secteurs dans tous les domaines, dont celui des métiers d'art et des arts appliqués.

Aujourd'hui ces formations tendent de plus en plus vers une symbiose avec le monde culturel contemporain et avec les besoins techniques du monde du travail.

Les élèves et étudiants issus de ces filières doivent être rapidement opérationnels sur des postes qui requièrent une connaissance solide des nouvelles technologies, ainsi que des notions de gestion et une maîtrise de l'expression écrite et orale du français et de l'anglais.

Nous sommes désormais loin des débuts de la mise en place parfois laborieuse de formations de ce type : de nouveaux enjeux se profilent, pour ce qui est de l'extension des marchés, d'abord et qui se concrétise avec le label « created in France », pour proposer les produits français dans le monde (c.f.* Interior LIFE STYLE-Tokyo- Juin 2007), mais aussi avec la nécessité de travailler autrement, transversalement, pourrait-on dire, en alliant les compétences des maîtres d'art et des designers, les savoir-faire patrimoniaux des premiers mêlés aux capacités de toujours anticiper et créer le futur des seconds.

* Interior Life Style est le plus grand salon japonais pour la décoration, le cadeau, l'art de la table, le design et le textile. Manifestation annuelle, ce salon permet aux artisans et designers français qui le souhaitent, de proposer leurs produits au marché japonais. Les Ateliers d'Art de France et le label Created in France soutiennent et participent à l'organisation de cette rencontre.

cf: createdinfrance.com ateliersdarts.com

LE TERRITOIRE GÉOGRAPHIQUE DE L'ACADEMIE D'AIX-MARSEILLE

En 1808, Napoléon 1 er crée les académies sur le territoire français en divisant l'université impériale. Leur nombre est fixé à vingt en 1848. L'académie d'Aix inclut les Bouches du Rhône, la Corse, les Basses-Alpes, le Vaucluse et le Var. La loi Falloux de 1850, restreint les académies aux départements : l'académie d'Aix est donc réduite aux Bouches du Rhône. En 1854, un décret rétablit le territoire des académies aux cinq départements de 1848. Il faut attendre 1947 pour que La Réunion soit rattachée à l'académie d'Aix.

En 1961, l'académie s'agrandit : les Hautes Alpes rejoignent les six autres départements. Le découpage est en fait calqué sur les limites territoriales des circonscriptions d'action régionale.

En 1965, l'académie de Nice est créée, trois départements sont concernés: les Alpes maritimes, le Var et la Corse.

L'académie d'Aix trouve ses limites métropolitaines actuelles : Alpes de Haute Provence, Hautes Alpes, Bouches du Rhône, Vaucluse.

C'est en 1972 qu' elle prend la dénomination d'académie d'Aix- Marseille. Son territoire devient celui que nous connaissons aujourd'hui avec en 1984, la création de l'académie de La Réunion.

Il peut donc sembler difficile de rédiger une histoire des formations

en arts appliqués et métiers d'art dans un espace géographique en constante mutation: il sera tenu compte essentiellement des lieux à très forte concentration de population (Marseille concentre la

somme de la population des Alpes de Haute Provence, des Hautes Alpes et du Vaucluse et les Bouches du Rhône, 70,4% de la population de l'académie (source: académie d'Aix-Marseille), dans

lesquels se situent aussi les lieux de scolarisation, de formation et de travail.

Les sites moins peuplés, où un artisanat traditionnel s'est maintenu, seront évoqués dans la mesure où leur présence a pu engendrer des formations d'apprentis pour perpétuer des savoir-faire locaux.

Les pôles urbains de l'académie d'Aix-Marseille se concentrent autour de quatre villes: Aix, Arles, Avignon, Marseille, avec quelques communes limitrophes aux départements des Bouches du Rhône et du Vaucluse: Apt, Carpentras, Cavaillon, Orange. Les deux autres départements de l'académie (Alpes de Haute Provence et Hautes Alpes) sont essentiellement à dominante rurale, hormis les villes et périphéries de Briançon, de Digne-les-Bains et de Gap.

En outre, dans les quatre départements de l'académie, la population des moins de vingt ans est en assez forte progression : 4,3% d'augmentation depuis 1995 (France et Dom: 0,7%).

La densité des jeunes de deux à seize ans est très forte dans les Bouches du Rhône: (68,3 par km2), moins importante dans le Vaucluse: (28,4 p.km2), beaucoup plus faible dans les Hautes

Alpes: (4,2 p.km2) et seulement 3,8 p.km2 dans les Alpes de Haute Provence. La moyenne nationale de cette densité étant de 20,7 p.km2.

La disparité est donc grande et l'on constate la même disparité (inversée) pour ce qui est de la population rurale qui se chiffre à 59 habitants par km2 dans les Alpes de Haute Provence, 49 dans les Hautes Alpes, 15,6, dans

le Vaucluse et 1,9 dans les Bouches du Rhône. La moyenne nationale se situant à 18 habitants par km2.

Pour en finir avec ce rapide constat, il faut ajouter un taux de chômage d'environ 3,5 points au dessus de la moyenne nationale et un pour centage de 63 pour mille de « Rmistes », à peu près le double du pour centage national.

LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET PÉDAGOGIQUE DU XIXeme. SON ÉVOLUTION AU XXeme.

1) Vue d'ensemble:

Nous commencerons ce propos au milieu du XIXeme siècle, qui semble faire date pour plusieurs raisons : modification de l'urbanisme, des moyens de transport, du territoire académique, du besoin de formation professionnelle dans sa globalité et plus particulièrement dans le domaine des métiers d'art et des arts appliqués.

La situation de Marseille et de sa région change radicalement autour de 1860. Arrivée du train Paris-Lyon, électrification qui se généralise, grands travaux d'urbanisme, arrivée des vagues d'immigration italienne, sont autant de points forts dans un climat industriel, somme toute assez favorable : à court et à moyen terme, les perspectives sont bonnes. Le port de Marseille affiche une activité remarquable, c'est un lieu de transit et de commerce qui s'impose, mondialement connu : « le port de Marseille est le rendez-vous du monde entier, pas deux personnes sont vêtues de la même manière, pas deux hommes parlent la même langue » Alexandre Dumas, 1842.

ment connu : « le port de Marseille est le rendez-vous du monde entier, pas deux personnes sont vêtues de la même manière, pas deux hommes parlent la même langue » Alexandre Dumas, 1842.

Mais l'industrie marseillaise, aussi florissante soit-elle, en apparence, est ankylosée par des méthodes de travail anciennes. Fermée sur ellemême, essentiellement familiale, individualiste, elle amorce mal le virage du siècle qui s'annonce.

Le port, quant à lui, est tributaire des colonies françaises, son activité

et ses installations n'évoluent pas suffisamment pour concurrencer, au début du XXeme siècle, l'émergence du port de Barcelone et l'importance croissante de Gênes.

Les industries du premier âge industriel (cordonneries, tuileries, huileries, forges), emploient des enfants pour bénéficier d'une main d'œuvre facile et peu chère, sans aucun souci d'apprentissage, plaçant Marseille, de ce point de vue, très en retard sur d'autres villes d'Europe.

D'autre part, la déscolarisation est importante.15% des enfants manquent régulièrement l'école: « dans certains quartiers ils sont désœuvrés, exposés à tous les dangers, prêts au mal, graines de nervis si l'on n'y prend garde » (Inspection académique des Bouches du Rhône, 1894). Les travaux agricoles familiaux, moissons, olivades, vendanges, participent à cet absentéisme.

De nombreux adultes sont illettrés.

Dès le début du XIXeme, des initiatives publiques et privées, les loges maçonniques, tentent de mettre en place des cours de mise à niveau en français, puis d'insérer les enfants de 12 à 15 ans, ainsi que des adultes ouvriers de 20 à 35 ans dans des formations professionnelles : cordonnerie, peinture, serrurerie, couture.

Au XIXeme siècle, la région que le territoire académique recouvre aujourd'hui est marquée par l'importance que prend l'industrie textile. À la fin du siècle, à Marseille, 18300 personnes travaillent dans le secteur des étoffes, du vêtement et dans le cuir (Marseille rivalise avec Romans : 750 cordonneries ont pignon sur rue).

Si la mode marseillaise perd un peu de sa typicité, ceci étant dû aux échanges de plus en plus nombreux avec la capitale et l'introduction de mœurs bourgeoises calquées sur la mode de Paris, le goût pour la couleur se maintient en perpétuant la passion pour les «indiennes»*, étoffes venues d'Asie au XVIIeme siècle, peintes au calame* ou au moule de bois* dont Marseille fût le premier port importateur, puis producteur* grâce au savoir faire des artisans Arméniens qui maîtrisent couleur et morçandage*.

*L'histoire de l'impression textile commence en Inde. Ce sont les

Portugais qui rapportent ces cotonnades peintes en Europe, au cours du XVIIeme siècle (le coton, à cette époque s'impose peu à peu à l'Occident qui durant des siècles est vêtu de soie, de lin et de laine). cf Erik Orsenna: « Voyage au pays du coton», Fayard, 2006

*Calame: pièce de bois (roseau, bambou), taillé en pointe et en biseau. Utilisé dès les premières manifestations de l'écriture (Chine, Inde, Mésopotamie, Egypte Ancienne, environ 3000 ans avant notre ère). En Inde, le Kalamkari est un art pictural traditionnel qui consiste à peindre à la main sur une toile de coton écru.

les premières manifestations de l'écriture (Chine, Inde, Mésopotamie, Egypte Ancienne, environ 3000 ans avant notre ère).

En Inde, le Kalamkari est un art pictural traditionnel qui consiste à peindre à la main sur une toile de coton écru.

*Moule de bois: planche pour imprimer un motif réservé en relief, puis encré et appliqué sur une toile de coton. Ce procédé permet de multiples variations (multiplication, surimpression, mélange de couleurs transparentes, etc.) dans un but ornemental. Les manufactures de toiles peintes utilisent ce procédé dès le XVIIeme siècle. cf. Le Musée de l'Impression des Étoffes, Mulhouse/ www. musee-impression.com

*En 1686, Louvois, surintendant des Manufactures, avait interdit la production de ces étoffes à Marseille pour ne pas concurrencer les autres manufactures du Royaume.

*Morçandage: procédé qui consiste à placer une pièce de textile dans un bain de produits (cendre, alun, sels metalliques, rouille...) avant, pendant ou après sa teinture de façon à fixer le colorant.

L'importance de la région dans le domaine du textile, de ses dérivés et du vêtement n'est donc ni un goût, ni une éclosion récente mais le fruit d'une tradition ancestrale, si l'on y ajoute en plus la présence de magnaneries*, situées, il est vrai, en limite d'académie**, tradition qui fera l'objet de formations diverses, qui seront évoquées plus

La fin du siècle se caractérise par un changement du mode de distribution. À l'instar de Paris, de nombreux magasins, lieux de commerce mais aussi vitrines de la mode et des tendances de l'époque, ouvrent à Marseille : «Le Chien Fidèle», rue de Rome,

«La Belle Jardinière», rue St Ferréol, «Les Nouvelles Galeries» , rue de Noailles. Le métier de «couturière en chambre» se développe en se spécialisant dans l'imitation des vêtements portés par les riches Parisiens, dont la bourgeoisie

loin.

locale est friande. Cette situation concourt à créer une demande, donc des métiers et des formations dans ce domaine.

Durant ce demi-siècle, Marseille peut être considérée comme une ville plutôt active sur le plan industriel et artisanal, mais la vision à court terme des patrons, évoquée plus haut, ne les conduit pas à placer la formation d'apprentis, tous secteurs confondus, dans leurs priorités. L'apprenti est, la plupart du temps, traité avec mépris.

Cependant, dès 1863, le Ministère de l'agriculture, du Commerce et des Travaux publics, rend un rapport à Napoléon III lui faisant part

de l'inquiétude suscitée par l'inadaptation de la formation professionnelle qui ne répond plus aux besoins nouveaux de l'industrie.

*Magnanerie : ou magnanière, lieu où l'on procède à l'élevage du ver à soie (sériciculture).

**Autour d'Anduze et Nîmes et plus au nord, en Drôme Provençale.

**Autour d'Anduze et Nîmes et plus au nord, en Drôme Provençale.

À cette époque, l'ouverture du canal de Suez, entraîne avec elle, autant d'espoirs que de craintes: les espoirs sont légitimes, le port de Marseille est logiquement son prolongement, mais malheureusement sans ouverture vers le nord, le canal Rhin-Rhône n'étant pas réalisé. Les craintes, par contre, de voir les produits étrangers venir concurrencer les produits français sont elles bien réelles.

Si la région « bénéficie » de l'apport d'une main d'œuvre étrangère souvent mal payée, mais habile et volontaire, le retard pris dans la formation à des métiers plus spécialisés, dans tous les domaines doit être comblé.

Malgré le point de vue extrêmement négatif d'Adolphe Thiers sur les écoles professionnelles, exprimé durant la préparation de la loi Falloux(1850): « je combats les écoles professionnelles, genre d'établissement que je déteste et méprise le plus au monde(..)écoles polytechniques au petit prix, elles en auront tous les défauts en les exagérant sans les compenser par aucun avantage » et malgré l'inquiétude de l'inspection générale laquelle dès 1840, dénonce des formations socialement « risquées »: « là sont pèle-mêle des nègres, des créoles, des espagnols, des juifs d'Afrique, des italiens, des corses, des grecs », ce qui incite le conseil académique en 1843, à créer des alcôves séparées dans les dortoirs pour éviter les échanges avec « des gens si peu sûrs de mœurs », les écoles professionnelles commencent à voir le jour.

La Chambre de commerce sera à l'initiative de la création, au niveau supérieur, de l'École Supérieure de Commerce, en 1872, de l'École d'Ingénieurs de Marseille, en 1891, et au niveau moyen, de l'École Pratique et d'Industrie pour les garçons et de l'École Pratique de Commerce et d'Industrie, pour les filles.

L'inquiétude que le rapport du Ministère de l'Agriculture, du Commerce et de l'Industrie a provoqué dès 1863 au sujet de la qualité compétitive des produits français est confirmée par l'exposition universelle de 1889: il devient urgent de former des ouvriers instruits et qualifiés.

Localement, certains industriels comme Henri-Marius Maurel s'en préoccupent activement, à la fin du siècle en tissant des liens étroits avec le monde enseignant, Marius Maurel deviendra d'ailleurs inspecteur départemental après la seconde guerre mondiale.

Outre quelques créations d'E.P.S. (Écoles Primaires Supérieures), entre 1880 et 1916, grâce à la réaction des pouvoirs publics et de la ligue de l'enseignement, de la création de l'École Pratique d'Industrie (E.P.I.) et de l'École Pratique d'Industrie et de Commerce, scolarisant à elles deux 700 élèves, les chefs d'entreprises restent peu sensibles à la formation professionnelle, surtout à celle prise sur le temps de travail qu'ils considèrent comme une perte de profit. Cependant, la loi Astier de 1919, rend les cours professionnels obligatoires durant le temps de travail.

En 1920, le conseil municipal de Marseille insiste sur l'imbrication entre la nécessaire transformation de l'industrie et une formation complète et adéquate.

Mais ces formations sont regroupées au centre ville ce qui ne favorise pas leur fréquentation et la crise économique naissante entraîne une faible mobilisation des entreprises pour la taxe d'apprentissage. De plus, les jeunes immigrés Arméniens, Italiens, Espagnols, n'ont guère tendance à les fréquenter.

En 1938, on constate que seulement 50% des inscrits dans ces cours reçoivent leur certificat d'aptitude professionnelle.

L'enseignement privé créé lui aussi des écoles des métiers: École Libre des métiers de Monseigneur Dubourg, évêque de Marseille, et de L'Abbé Roux, section fer et bois, en 1933. Jeanne Perrimond fonde un foyer Boulevard Salvator, en 1938 (aujourd'hui, lycée technique Jeanne Perrimond) pour les étudiantes des facultés désireuses d'une formation technique et pratique. Dans les années 1930, également, Charlotte Grawitz cré le centre provençal d'enseignement familial et ménager, bd Blancarde, qui prépare à la vie de famille ouvrières et employées (sessions d'enseignement ménager), à l'origine de Provence Formation, qui gère actuellement 8 lycées professionnels, dont quatre à Marseille: Marie Gasquet, Edmond Rostand, Les Abeilles (Charlotte Grawitz), La Vigie.

Si les patrons restent toujours réticents et restreignent leur participation, la Chambre de Commerce et d'Industrie, cré

l'École Pratique de Commerce et d'Industrie (ancienne École Libre de Commerce et d'Industrie du XIXeme siècle) et qui, aujourd'hui, après plusieurs décennies d'existence, offre des formations diplômantes de Bac à Bac+3.

En 1939, la main d'œuvre qualifiée fait toujours défaut en France et dans la région.

Le gouvernement de l'époque cré les Centres de Formation Accélérée, confiés à l'Éducation Nationale, remplacés un an plus tard par les Centres d'Apprentissage. Ils occupent des friches industrielles, des locaux inoccupés, parfois des lieux vacants dans les entreprises actives. Des liens étroits s'établissent entre eux et

le monde du travail.

Mais si leur liberté d'action est grande et leur ouverture à de nouveaux métiers, effective (entre autres: menuiserie, bijouterie, couture), les moyens en matière d'œuvre et en outillage ne sont pas suffisants. Ils n'en gardent pas moins un esprit volontaire et conquérant même lorsque le manque de considération qu'ils recueillent les obligent à quitter précipitamment les lieux qu'ils occupent par décision de justice.

Après la seconde guerre mondiale, autour de 1950, 63 sections de garçons, 44 de filles, pour environ 2000 élèves sont dénombrées, elles s'étendent géographiquement vers les quartiers nord de Marseille (René Caillé, Floride), et vers le sud (St Anne, Montredon).

Les années 60 connaissent un ralentissement de la reprise économique d'après guerre, 50% des jeunes qualifiés restent au moins six mois sans emploi. Les employeurs leur reprochent de

n'avoir pas assez de pratique et « d'avoir acquis des connaissances inutiles ». Le marché de l'emploi se cantonne à la recherche d'ouvriers peu qualifiés et bon marché que la vague d'immigration venue d'Afrique du nord comble.

Cependant, l'ouverture du marché commun, les nouvelles hiérarchies du travail (techniciens, agents de maîtrise, cadres moyens), stimulent les formations techniques. La création des CFA, en 1971 (Centres de Formation d'Apprentis), donne la priorité de la formation pratique niveau V, aux PME et à

l'artisanat; aujourd'hui, une vingtaine sont dénombrés à Marseille pour environ 7000 apprentis.

Les lycées professionnels, anciens Centres d'Apprentissage, puis Collèges d'Enseignement Technique et LEP, sont issus de la réforme Haby, Ministre de L'Éducation Nationale de 1974 à 1978. Les anciennes Écoles Pratiques de Commerce et d'Industrie (EPCI) et les Collèges Techniques deviennent les actuels Lycées Techniques.

On compte aujourd'hui à Marseille 15 Lycées Professionnels et 4 Lycées Techniques qui reçoivent quelques 22000 lycéens, parmi lesquels figurent les élèves scolarisés en STI- arts appliqués.

Durant les années 1970-1980, les Lycées à vocation professionnelle et les CFA se développent, maisaussi les sections post -Bac (STS) de techniciens supérieurs avec une formation en alternance pour les Lycées professionnels et des stages pour les étudiants de STS. Les Bacs Professionnels sont créés quelques années plus tard et le partenariat École-Entreprise s'accentue.

Pour finir avec cette première approche globale, les années 1980-2000, apportent un changement d'image des formations techniques et professionnelles, les locaux scolaires deviennent plus performants dans l'ensemble, après rénovation des lycées, que l'État avait un peu oubliée, en attente d'une décentralisation plus nette et la prise en charge de celle-ci par les Régions: les ateliers, laboratoires font l'objet d'un souci d'amélioration constant.

2)Le problème de la langue.

Autour de 1860, le « signal » est mis en place dans les Écoles primaires; ll s'agit d'une boule de bois que l'instituteur remet à l'élève surpris à parler dans son patois natal. La boule passe de main en main jusqu' à la fin du cours. Le dernier élève l'ayant en main, est puni.

Cette anecdote issue de l'ouvrage d'Alessi dell'Umbria: « Histoire Universelle de Marseille », Agone, 2006, prouve combien est grande la difficulté de l'État pour « transformer » les Provençaux en Français.

La proclamation de l'école gratuite et obligatoire par Jules Ferry, contient en filigrane, cette profonde volonté « d'apprendre à être français », condition sine qua non d'un État Républicain homogène. Le Ministre de l'Instruction Publique, Victor Duruy, fait réaliser une enquête en 1864, qui révèle qu' en Provence, 50% de la population ne parle pas français (90% dans le Var).

Longtemps les us et coutumes, dont font partie l'artisanat, art de la vie quotidienne, sont le ciment de la vie provençale et la transmission de cet héritage est assuré par des échanges qui se manifestent essentiellement par l'oralité.

La volonté d'unifier la France en luttant contre les langues locales fait disparaître peu à peu l'identité de la région. La disparition du provençal, entraîne une raréfaction de la culture artisanale, accentuée par le remplacement des produits locaux par des produits industriels standardisés.

Pour en revenir à l'éducation, la Provence et plus particulièrement Marseille, sont considérés comme : « un véritable chaos où se trouvent des provençaux parlant patois, des espagnols, des anglais,c'est la tour de Babel », rapporte l'inspection académique en 1840.

Même si les enfants issus de la bourgeoisie sont largement majoritaires dans l'enseignement secondaire, l'inspection académique, constate, de façon

négative en 1870: « C'est un composé bizarre d'élèves de tout âge et de tout pays dont il est impossible de tirer rien de bon(...) les familles de Marseille, enrichies par le commerce et l'industrie, donnent à leurs enfants les connaissances strictement indispensables, qu'ils sachent lire, écrire, compter surtout, dessiner, c'est ce qu'ils demandent avec un peu d'histoire et de géographie. L'instruction littéraire est un luxe à Marseille. »

Les enseignants eux-mêmes pensent en provençal et traduisent mentalement en français lorsqu'ils s'expriment. Le français, à la fin du XIXeme siècle n'est encore qu'une langue imposée qui ne traduit pas l'imagination commune.

La bourgeoisie provençale, francisée pourtant, est méprisée par la capitale. Marseille n'est pas considérée comme un lieu de culture mais de commerce et d'argent: « c'est une ville de marchands et d'épiciers », dit George Sand, ou, ironise Stendhal: « l'action la plus ridicule aux yeux d'un marseillais riche est celle d'ouvrir un livre. »

Autour de 1927, le français parlé par les provençaux, n'est pas le français officiel. Il reste incompréhensible pour les natifs d'autres régions de France et les vagues d'immigration successives rendent l'unité linguistique et la scolarisation délicates dans toute la Provence.

Aujourd'hui encore, il reste l'accent, superficiellement médiatisé, synonyme d'indolence folklorique qui prête facilement à des sourires convenus.

LES FORMATIONS

1) Métiers d'art. Particularismes locaux

La cohérence des limites géographiques de la région et de l'académie avec le développement du tourisme ont permis de retrouver des traditions artisanales et la typicité de certains métiers d'art en Provence. Les enjeux commerciaux sont certes différents mais le nombre important de quelques formations particulières, prouve que l'histoire a marqué le présent de son empreinte.

Un arrêté du 12 décembre 2003* fixe une liste de 217 métiers d'art,* répartis sur 19 domaines d'activité sur le plan national. Il est évidemment impossible de tous les citer d'autant plus que tous ne font pas l'objet de formations dans l'académie d'Aix-Marseille.

Nous pouvons remarquer que les métiers de la mode, du textile, de la joaillerie sont largement représentés dans l'académie, tous niveaux confondus, viennent ensuite les métiers du bois et de la terre, pris au sens large, avec leurs activités connexes. Sans oublier les autres métiers d'art, nous ferons donc le choix de tenter d'expliquer les logiques historiques de la présence de ces spécialités plus développées que les autres en mettant l'accent sur les savoir faire locaux qui les ont naturellement générées.

Les étoffes, les vêtements, leur conception et distribution, sont un héritage culturel et commercial remarquable en Provence, comme nous le soulignions dans les pages précédentes. La situation privilégiée du port de Marseille a permis très tôt la venue d'étoffes orientales fascinantes et attrayantes. Les petites industries familiales des siècles passés ont su s'adapter, grâce à l'apport de savoir faire venus d'horizons divers: Liban, Espagne, Arménie, Italie...., en créant une spécificité de couleurs, de formes qui sont divulguées par l'académie de peinture de Marseille.

*JORF n°299 du 27/12/2003 page 22260, texte n°34: arrêté du 12/12/2003 fixant la liste des métiers de l'artisanat d'art. NOR: ECOA0320025A

*Liste en annexe, consultable dans le JO n° 299 du 27/21/2003 page 22260 à 22262

La conception même du vêtement traditionnel est renouvelée et Marseille devient le lieu prépondérant de production, de commercialisation et d'exportation de textiles de natures diverses (coton, chanvre, laine, soie) et de vêtements ou pièces de lingerie vers de nombreux pays.

D'autres lieux sont à noter sur le territoire de l'académie dans ce secteur d'activité: Avignon, par exemple, connaît un développement considérable des industries de la soie au XIXeme siècle, qui est en fait un renouveau après les difficultés dues à l'épidémie de peste de 1720.

En 1810, autour d'Avignon, on compte plus de 3000 métiers qui gravitent autour de la soie.

Le compagnonnage est important à Marseille, notamment pour ce qui concerne les métiers du bois, durant le XVIII eme siècle (le bois de noyer, principale matière première des artisans, est véhiculé par voie maritime). On trouve des corporations, ou jurandes, d'ébénistes, mais aussi de serruriers, ferronniers à Aix-en-Provence, Arles, Grasse, pour les plus connues, à la même époque.

Le métier est transmis par le maître aux compagnons et apprentis et un caractère stylistique particulier se développe dans chaque entreprise. Une certaine uniformité de la production, assortie d'une qualité moindre, apparaît lorsque la production prend une dimension sérielle que l'industrie issue d'investissements de capitaux implique, (principalement à Marseille au XIXeme siècle).

VI/ANNEXE I184 185I VI/ANNEXE

La ferronnerie est également très vivace au XVIIIeme siècle: l'abondance des impostes et surtout des balcons, rampes et grilles que l'on peut voir aujourd'hui encore à Marseille, Aix, La Ciotat, Draguignan, en sont le témoignage.

Technique emblématique de la région, les métiers de la terre et du feu représentent un génie artisanal et industriel majeur: 150 tuileries dans le Var en 1856, terre cuite et carreaux de Salernes, production d'ustensiles culinaires pour la conservation de l'eau, de l'huile, des grains et pour la cuisson: tian, toupin, pignato, produis à Vallauris entre autres lieux. Les tuileries, dont l'implantation est importante, sont, au XIX ème siècle, parfois itinérantes, parfois saisonnières

(tuiliers paysans qui ne travaillent l'argile qu'une partie de l'année, chômant les mois d'hiver et travaillant pendant l'été pour fabriquer tuiles et briques artisanales). L'industrialisation de la production intervient au XIXème siècle avec l'apparition des tuiles mécaniques à emboîtement. Celles-ci représentent au début du XXème siècle, 200.000 tonnes de fret par an et la production est exportée vers les cinq continents; elle sera remplacée après la seconde guerre mondiale par la production de tuiles romanes, plus proches de l'aspect des tuiles anciennes.

Au XVII ème siècle, se développe à Moustiers, puis à St Jean du Désert, près de Marseille, une fabrication de faïences artisanales fortement marquée par la tradition italienne. On compte à Moustiers, à la fin du XVIIIème siècle, une dizaine d'ateliers. L'industrialisation de la production de faïence et de porcelaine les fait peu à peu disparaître.

Les santons, représentation idéalisée de la société provençale, complètent le panorama de cet artisanat de terre cuite.

Entre les deux guerres mondiales, un renouveau régionaliste et le développement du tourisme permet à Moustiers de reprendre l'activité qui est celle que l'on connaît aujourd'hui (bien que même Moustiers perde aujourd'hui de nombeux artsans, modialisation aidant,). Moustiers expote 80% de sa production, mais « l'exportation doit pas être un fantasme, avant de s'embarquer dans l'exportation, il faut d'abord disposer de solides bases, les pieds bien ancrés dans la réalité locale », pécise F. Garnier, délégué régional, délégué régional du Commerce et de l'Artisanat.

Ce qui est vrai pour Moustiers ne l'est pas pour Marseille; les faïenceries anciennes, réputées de St Jean du Désert, qui produisaient au XVIIIème siècle des Fauchier à grand feu et des Veuves Perrin à petit feu, disparaissent complètement.

Avec l'orfèvrerie, les manufactures de corail, beaucoup de métiers d'art régionaux subissent le contrecoup de la révolution de 1789: après cette date, le commerce est ralenti, les académies et les écoles d'art sont désorganisées, le déclin des métiers d'art artisanaux est évident. L'industrialisation gagne du terrain et si l'on assiste aujourd'hui à une revalorisation de ceux-ci, la qualité des réalisations n'est plus à la hauteur des productions artisanales d'antan.

2) Situation nationale actuelle et sur le territoire académique

Chargée de cette histoire, qu' en est-il aujourd'hui de la situation des métiers d'art, de façon générale et plus spécifiquement locale?

Les métiers d'art en France représentent 3,5 milliards de chiffre d'affaire annuel. D 'une façon générale, la formation à ce type d'activité se fait en alternance, à très forte majorité, en apprentissage assuré par des maîtres artisans dont le statut est clairement défini.

L'éducation nationale de son côté, préserve des formations qui offrent des débouchés professionnels dans le domaine de la conservation du patrimoine et des savoir faire qui sont partie prenante de notre culture.

Malgré tous ces efforts, sur 217 métiers d'art recensés, 53 ne connaissent plus d'action de formation.

L'observatoire des métiers d'art, en accord avec le ministère de la Culture et de la communication, tente aujourd'hui de maintenir un maximum de ces métiers traditionnels sur le territoire national.

En région PACA sur le territoire académique, les métiers de la Mode se démarquent en faisant preuve d'une vitalité évidente et d'une réelle volonté d'actualisation des acquis du passé, sans les renier, en proposant des créations qui profitent des techniques et des matériaux actuels.

La présence du Musée de la Mode à Marseille y est pour beaucoup, le bel exemple de Christian Lacroix aussi (probablement un des exemples tous domaines confondus, le plus évident de ce que design et artisanat peuvent produire de plus prestigieux), mais c'est surtout l'action du Pôle National Mode qui réalise un travail de sensibilisation, d'information, de formation très important qui permet de drainer des intentions, de leur permettre une meilleure lisibilité et un épanouissement par leur concrétisation, à tous les niveaux du parcours scolaire.

Sur l'ensemble du territoire national, la situation économique des métiers d'art se maintient grâce au tourisme et à l'exportation, grâce aussi à une volonté affichée de mieux communiquer pour mieux se faire connaître: les Journées des Métiers d'Art en 2008 vont s'étendre à l'Italie, la Grande Bretagne; le Salon « Mind and Matter » qui se déroule en octobre 2007 à Luxembourg, Capitale européenne de la Culture, offre des opportunités de connaissance et reconnaissance qui permet aux artisans d'art français de trouver de nouveaux marchés et une nouvelle raison de perdurer.

A ces événements, nous pouvons ajouter une forte volonté de développer l'artisanat d'art en incitant tous les secteurs du tourisme à s'associer à la découverte du patrimoine vivant en ouvrant les ateliers au public et en multipliant les expositions.

Dans la région, l'expérience de Philippe Beltrando, potier à Aubagne est signifi cative: Argilla *est créée en 1991, année de la première Bien-nale, dont l'objectif est de faire connaître l'importance de la filière argile laquelle compte en 2002 125 entreprises de métiers d'art dans les Bouches du Rhône et réalise 70% de son chiffre d'affaire dans le pays d'Aubagne. Le projet Argilla est assez représentatif du besoin de lisibilité nouvelle des métiers d'art qui établissent des passerelles vers la création contemporaine tout en conservant le savoir faire du passé. Plusieurs artistes reconnus ont réalisé des œuvres dans ce contexte prouvant qu'il est possible de correspondre aux besoins et aux goûts du public actuel en lui proposant des objets réalisés avec une tech--nique et un matériau connus, revisités, pour les arracher à un folklore désuet, vidé de sens, auquel ils semblaient condamnés.

- *Argilla repose sur trois volets:
- 1) archéologique, avec le Laboratoire d'Archéologie Médiévale et le CNRS en proposant des expositions didactiques qui font revivre le passé culturel et artisanal local.
- 2) économique, avec un marché potier constitué de quelques 100 potiers qui exposent dans les rues.
- 3) artistique et innovant, avec des propositions de travaux d'artistes et d'artisans qui s'insèrent dans le présent et offrent des pistes de possibles pour le futur.

A l'extérieur de l'académie, dans une région limitrophe, Vallauris se caractérise par la même volonté, concrétisée par une Biennale, qui, elle date de 1966.

La XX eme Biennale Internationale de Céramique Contemporaine de Vallauris se tiendra de Juillet à Novembre 2008, elle sera articulée autour de deux événements: une invitation pour la Suisse, pays invité d'honneur et un concours réservé aux céramistes de l'Union Européenne: les trois « sections » du concours vont dans le sens d'une valorisation sémantique du travail artisanal en l'associant au design, à l'architecture, à l'expression artistique. Cette valorisation du sens tend à prendre en compte les techniques, les innovations technologiques des matériaux et de leur mise en œuvre, pour offrir de nouvelles voies de création, tant sur le plan des formes des objets produits que de leur pertinence. Sans renier la tradition, ce type de manifestation actualise le geste artisanal, pour le mettre à bonne distance de l'aspect folklorique, désuet, et, il faut bien le dire, limité à la copie plus ou moins heureuse d'ustensiles du passé, pour le tirer vers un vrai savoir faire présent, de grande qualité et producteur de gammes de produits, en séries limitées, qui s'adaptent au quotidien en offrant, malgré l'universalisation des modes de vie, une réponse spécifique, locale, utile, aux besoins invariants des individus, tels que, entre autres, ranger, contenir, cuire, conserver, etc.. Ce qui n'est, en fait que la poursuite d'un savoir faire ancestral et la source du véritable artisanat.

Les exemples des travaux de Pierre Charpin, Martin Szekely, Olivier Gagnère, dans le cadre de « Deux Designers à Vallauris », invités par la

Drac-PACA, est symptomatique du virage amorcé par les artisans locaux depuis quelques années.

Dans la région Paca, six pôles Métiers d'art sont en place: à Biot, Saillans, Ollioules, Gréoux les Bains, Volonne, Pernes les Fontaines:

La ville de Biot est titulaire du label « Ville et Métiers d'art »* depuis 1997, essentillement en reconnaissance de son savoir faire et sa tradition du verre.

La MAMAB (Maison de l'Artisanat et des Métiers d'Art Biotois), assure, depuis cette date, la promotion et le développement des Métiers d'Art en informant par des expositions locales, nationales, internationales, et en formant et orientant par son rôle auprès des écoles. Biot travaille en partenariat avec Le Cannet, Vallauris et Cagnes-sur-mer, en constituant une amicale du réseau SEMA.

Le pôle Métiers d'Art de Saillans, s'inscrit dans un projet global de développement économique qui répond à un besoin d'implantation d'entreprises, de créations d'activités, d'emplois avec la volonté d'accroître la vitalité de la commune. Il se concrétise par une zone intercommunale d'activités située au sud-est de Saillans.

Le pôle Métiers d'Art, pour sa part est attaché à un projet de réhabilitation de l'ancien Temple, projet dont la visée est la promotion de l'artisanat par la création d ateliers et d'un parcours découverte « savoir faire et artisanat d'art » . Saillans est certes, en dehors de l'académie, mais se situe nénmoins dans l'espace provençal.

Ollioules, depuis 15 ans, grâce à l'action de la municipalité, voit s'implanter sur le territoire de la commune, des Ateliers d'Art ouverts au public interessé par les savoir faire locaux. Ils sont aujourd'hui environ une trentaine. L'association « Échos d'Art » est un lieu de promotion des artisans d'art qui permet l'organisation annuelle d'expositions. Ollioules est labéllisée « Ville et Métiers d'Art ».

Outre le label « Pôle d'excellence Rurale », officialisé par Mme la Préfète le 23 janvier 2008, Gréoux-les-bains possède également le label « Ville et Métiers d'Art ». La ville regroupe des artisans qui œuvrent dans les domaines du verre et de la terre. Une Foire aux Santons a lieu, chaque année, en octobre.

La commune de Volonne est en situation d'obtenir le label « Ville et Métiers d'Art ». La relance d'une reconnaissance de la part de la SEMA est en cours.

Au pied du Mont Ventoux, Pernes les Fontaines est héritière d'une longue tradition d'artisanat d'art. Une vingtaine d'artisans y travaillent dans les domaines de l'ébénisterie, de la tapisserie, de la reliure, de la bijouterie, du costume, de la pierre, de la ferronnerie. En 1999, à l'initiative d'un groupe d'artisans, naîssait l'association « Artisans et Métiers d'Art ». La même année, la ville reçoit le label « Ville et Métiers d'Art ». L'activité la plus médiatisée, issue de ces deux réalités est l'organisation, chaque année en novembre d'un « Salon des Métiers d'Art » qui offre la possibilité à une quarantaine d'artisans d'exposer leur production et montrer leur savoir faire. Il assure ainsi une information sur les techniques, les formations possibles et crée un espace de rencontre et d'échange entre les exposants.

• Le label « Ville et Métiers d'Art » est attribué par la SEMA, depuis 1993. C'est une association qui rassemble aujourd'hui 63 villes et villages, soucieux de promouvoir leur patrimoine artisanal, culturel et économique.

Ces villes ou villages, dont la municipalité prend conscience du fait que, si l'artisanat d'art a une logique d'atelier ancestrale, il souffre, par contre, du manque de visibilité attractive et de pratique de communication. Le risque, à terme, est d'assister à la disparition lente de tout un secteur d'activités. Les artisans d'art ont un savoir faire rare et spécifique, mais si rien n'est fait en aval de l'atelier pour entrer dans un circuit de commercialisation, d'information et de formation, on ne retiendra d'eux que l'expression d'un folklore désuet qui ne sera plus partie prenante de la vie active, sociale, économique, de ces communes.

C'est sur ce point qu' intervienent des volontés diverses: celle des artisans, lesquels se regroupent pour créer des associations, celle des élus locaux, qui sollicitent des aides régionales, des aides de l'état, mais également, le soutien de la SEMA et des chambres des métiers et des initiatives d'envergure européenne.

VI/ANNEXE 190 191 VI/ANNEXE

Parmi les objectifs du projet EQUAL*, l'artisanat figure en bonne place. Il s'agit de réinsérerer les métiers du patrimoine vivant dans un développement à l'échelle européenne, pour créer de nouvelles perspectives à ces secteurs d'activités, pour les revitaliser en créant des lieux de visibilité des savoir faire, des lieux de formation et de maintien des métiers en sensibilisant les jeunes, mais aussi les oubliés de tous âges, sexe, appartenance ethnique à ce renouveau artisanal qui peut être créateur d'emplois.

C'est le cas, par exemple, des projets equal à Pernes les fontaines, à Aubagne,

et à Biot.

Pour citer l'exemple de Biot, un projet de ce type, a pour but de promouvoir l'artisanat d'art, d'organiser des visites d'ateliers, de créer trois musées et un écomusée.

*Le projet EQUAL est un disositif européen financé par le FSE (fonds social européen). Laboratoire d'idées, sa mission est la promotion de la vie professionnelle, en luttant contre

les discriminations de tous ordres (âge, sexe, origine, religion), pour favoriser l'inclusion sociale. En ce qui concerne les métiers d'art, l'initiative SEMAville, en lien étroit avec EQUAL, sur ce point, propose des formations et des cours destinés aux demandeurs d'emploi, qui débouchent sur des mises en pratique locales et des créations de projets artisanaux et artistiques.

3) Parcours des formations aux Métiers d'Art:

Ils sont multiples:

- -Certificats d'Aptitude Professionnelle (CAP) Métiers d'Art, niveau 5
- -Brevets de Techniciens (BT), niveau 4
- -Brevet des Métiers d'Art (BMA) et Baccalauréats Professionnels
- -Brevet des Métiers d'Art (BMA) et Baccalauréats Professionnels
- -Brevet des Métiers d'Art (BMA) et Baccalauréats Professionnels
- -Artisanat et Métiers d'Art, niveau 4
- -Diplômes des Métiers d'Art (DMA), niveau 3
- -Diplômes supérieurs d'Arts Appliqués (DSAA), niveau 1 et 2

Le Certificat d'Aptitude Professionnelle est accessible après la Troisième: c'est la formation de base d'un ouvrier qualifié. Il allie enseignement général, technique et professionnel à des périodes de stage en entreprise. Le CAP donne la possibilité de poursuivre des études avec le Brevet des Métiers d'Art ou un Baccalauréat professionnel artisanat et métiers d'art.

Le Brevet de Technicien (BT) ,accessible après la troisième se fait en trois ans et permet de poursuivre des études, pour les meilleurs élèves avec les Diplômes des Métiers d'Art.

Le Brevet des Métiers d'Art (BMA) et le Baccalauréat Professionnel Artisanat et Métiers d'Art permettent aux titulaires d'un CAP de poursuivre leurs études. Le BMA prépare à des métiers très précis qui demandent l'acquisition d'une technique spécifique et une démarche artistique particulièrement inscrite dans le cadre d'un métier.

Le Baccalauréat Professionnel artisanat et métiers d'art a une vocation plus généraliste.

Ces deux derniers diplômes permettent l'exercice de métiers plus qualifiés.

La poursuite d'étude peut se faire, pour les meilleurs élèves avec un Diplôme des Métiers d'Art (DMA).

Le DMA, Diplôme des Métiers d'Art, est ouvert aux élèves titulaires de tout diplôme de niveau IV, d'un BMA, ou d'un Baccalauréat Professionnelartisanat et métiers d'art.

Le DMA se prépare en deux ans, il estégalement possible d'y accéder après une classe de Mise à Niveauen Arts Appliqués.

L'accès au DMA est selectif (dossier et éventuellement entretien). Le DMA touche de nombreux métiers, il débouche sur le monde du travail, en priorité, tant l'insertion professionnelle est importante durant les deux années d'études. Cependant, certains élèves peuvent poursuivre vers un Diplôme Supérieur D'Art Appliqué (DSAA).

Le DSAA, niveau 1 et 2, se prépare en deux ans après un BTS, (brevet de technicien supérieur) ou plus rarement après un DMA. Le DSAA est l'étape qui permet de qualifier la démarche créative, conceptrice, des futurs chefs de projets aux compétences multiples.

4) Lieux de formation dans l'académie:

Localement, la comparaison entre la nature des entreprises artisanales actives et le contenu des formations présentes, indique une concordance

assez nette entre formation et métier. Si l'on considère que la filière argile est plus prise en considération dans l'académie de Nice et que les métiers de la pierre sont un peu plus traditionnellement le fait du compagnonnage (avec une exception: le Lycée Les Alpilles à Miramas).

Il ressort de cette comparaison que les possibilités de formation locales, dans les domaines du bois, du textile et du graphisme (jusqu'au niveau IV), en rapport aux implantations d'ateliers d'art dans la région académique, assurent une relative rareté des diplômes qui permet de conserver la valeur marchande de ces formations.

Pour la filière bois, on recense une trentaine d'ateliers d'art dans la région , deux lieux de formation existent, à Marseille (lycée Professionnel Germaine Poinso-Chapuis) et Embrun (lycee Professionnel de la Durance).

Pour la filière mode, sept lieux de formation publics et un privé sous contrat existent (jusqu'au niveau IV). Le nombre d'ateliers d'art s'élève à vingt cinq.

Trois lieux pour le graphisme/ communication et dix neuf ateliers artisanaux.

Hormis la filière terre qui affiche quarante et un ateliers sur le territoire académique et aucun centre de formation, les trois activités majoritaires en nombre d'ateliers artisanaux trouvent un écho sur le plan de la formation au sein de l'éducation nationale.

Il est à constater que aucune formation, dans aucun domaine ne dépasse le niveau IV.

Si l'on considère que toute démarche pédagogique entraîne une hiérarchisation sociale et professionnelle, au regard du constat que l'on peut faire en ce qui concerne les Métiers d'Art, il apparaît impossible d'espérer l'émergence d'artisans très qualifiés au niveau local, sans passer par une formation complémentaire dans les grandes écoles parisiennes, avec ce que ceci peut entraîner en tant que difficultés d'ordre divers pour les étudiants concernés. Cet état de fait malheureux est, comme nous le verrons plus loin, sensiblement corrigé aujourd'hui par l'ouverture du DSAA à Marseille. Mais cette ouverture ne concerne pas directement les filières « Métiers d'Art ».

Des études plus poussées, dans l'académie, restent possibles en intégrant l'école des Beaux-Arts de Marseille ou la filière Arts Appliqués, mais ce choix implique une rupture avec une spécialisation ciblée sur un métier et donc l'acceptation de retrouver des filières plus généralistes.

5)L'histoire d'un établissement type:

Il est évidemment impossible, ou du moins inutile de retracer l'histoire de chaque établissement de l'académie qui offre une formation aux métiers d'art.

Pour illustrer les parcours historiques de tous ces établissements nous avons choisi de relater l'histoire de l'un d'entre euxqui fera office de schéma historique-type: le Lycée Professionnel Les Alpilles à Miramas, qui forme au C.A.P. de tailleur de pierre marbrier dubâtiment et de la décoration, a la particularité d'être très fidèle à l'évolution des formations professionnelles initiales:

En 1940, le régime de Vichy se trouve confronté au problème du chômage: celui des adultes, suite à la fermeture des industries et des usines d'armement, celui des jeunes qui ne trouvent pas de travail puisque leur formation a été axée sur des emplois dans des entreprises relevant de la défense nationale ayant cessé leur activité. D'autre part, après l'exode, les jeunes français sont souvent dispersés sur le territoire, dans l'impossibilité de reprendre leurs études et fragilisés par la défaite de la France.

Le pouvoir en place veut reprendre en main cette jeunesse en lui inculquant les valeurs morales, intellectuelles de la « Révolution nationale ». Le gouvernement du Maréchal Pétain instaure les « Chantiers de jeunesse » qui offrent aux jeunes une formation « polyvalente »: physique (travail de la terre, défrichage, etc...) ainsi que morale et civique (essentiellement disciplinaire). Il ne s'agit pas de donner une vraie formation professionnelle mais plutôt d'inculquer les fondements idéologiques de la Révolution nationale.

A Miramas, à partir de ce type de chantier, naît, comme ailleurs en France autour de 1942 un Centre d'Apprentissage dirigé ici par un abbé nommé Choquet. Le but de ce centre, comme celui de tous les autres est de donner une réelle formation, cette fois-ci, aux jeunes chômeurs ou inactifs Dans le cas de Miramas, un système de formation antérieur à la guerre existait, il s'agissait d'une extension de la poudrerie de St Chamas qui répondait à ses besoins de main d'œuvre.

Le centre d'apprentissage fonctionnera jusqu'à la fin de la guerre, sous la dénomination « Le Bon Ouvrier », toujours dirigé par l'abbé Choquet.

À la libération, le gouvernement provisoire hérite des centres d'apprentissage et des collèges techniques, qui seront utiles à la reconstruction du pays. Les centres d'apprentissages sont placés sous la tutelle de l'enseignement technique et reçoivent un statut officiel en 1949. À Miramas, le centre d'apprentissage est

remis par le Service des Poudres à la Direction de l'Enseignement Technique en 1954, par P.V. en date du 17 janvier.

Les sections ouvertes sont: la menuiserie, la maçonnerie et l'ajustage pour un effectif de 85 élève En 1959, J. Berthoin met fin à l'autonomie de l'enseignement technique lequel est intégré au cursus de l'enseignement général, en créant les C.F.T.

Cette réforme, voulant accroître les effectifs de futurs techniciens que réclame l'essor économique du pays, scolarise à l'excès les formations professionnelles qui perdent le contact avec les réalités de la profession, tout en devenant des « sections de décantation » pour les élèves qui rencontrent des difficultés scolaires dans l'enseignement général (ce qui

induira la théorie psycho-pédagogique adaptée à la population spécifique des « concrets* »).

* La volonté de répondre par un enseignement adapté à tous, conduit, dès les années 60, un certain nombre de pédagogues et de psychopédagogues, à définir un profil d'élève qualifié de « concret ». Élèves en rupture avec des savoirs magistraux, enseignés parfois de façon narcissique par les professeur. Une réflexion s'amorce alors sur la qualité et la forme des méthodes pédagogiques à mettre en œuvre pour sortir ces élèves de l'échec.

Une série de nouvelles voies d'accès à un savoir dont le fond est plus en adéquation avec ce public moins « scolaire » se concrétise par l'apparition de nouveaux diplômes et de nouvelles approches pédagogiques le questionnement qui porte sur la forme que doit prendre la transmission d'un savoir revisité, en fonction des nouvelles orientations proposées à ces élèves, plus en phase avec leurs capacités d'appropriation, donne lieu à un réel investissement des enseignants dans le quotidien, pris au sens large: ouverture sur le vécu, sur le monde du travail, sur l'application du savoir transmis. Il s'agit, en fait, de prendre en compte la résistance qu' opposent ces élèves à l'enseignement traditionnel, pour ne pas les exclure du cursus scolaire.

Les méthodes priment alors sur les savoirs, le socio-culturel, sur la culture, et la parcellisation que connaît celle-ci, va tendre de plus en plus à l'individualiser en l'adaptant à chaque cas rencontré.

Le risque est évidemment de détruire le ciment réunificateur qui permet

d'intégrer des savoirs multiples, lequel est le fondement inévitable de la culture, sans parler des coupes franches opérées dans l'univers culturel, sur le plan des contenus des programmes, coupes dues à une spécialisation précoce.

Nous ne somes pas très éloignés de la dichotomie qu' affiche Joël de Rosnay à propos des savoirs et de leur enseignement: « la culture des cultivés est celle des personnes qui savent des petits riens sur tout. La culture de spécialistes est l'apanage de ceux qui savent tout sur des petits riens »/Joël de Rosnay, enseigner aujourd'hui, conférence dans le cadre de l'ANAE (Association Nationale des Acteurs de l'École), Hourtin, 25 Août 2003.

À Miramas, le constat est fait dans ce sens: avant 1959, des élèves sont refusés parce qu'ils n'ont pas obtenus les notes nécessaires à l'examen d'admission. Après cette date des difficultés de recrutement et de comportement d'élèves apparaîssent. Les sections sont de plus en plus constituées par des jeunes en « échec scolaire » par rapport à l'enseignement général.

À Miramas, le constat est fait dans ce sens: avant 1959, des élèves sont refusés parce qu'ils n'ont pas obtenus les notes nécessaires à l'examen d'admission. Après cette date des difficultés de recrutement et de comportement d'élèves apparaîssent. Les sections sont de plus en plus constituées par des jeunes en « échec scolaire » par rapport à l'enseignement général.

À la fin des années 50, les fomations s'enrichissent de la chaudronnerie et comptent environ 300 élèves. Autour de 1968, 251 élèves préparent des C.A.P. de menuiserie, maçonnerie, béton armé, peinture, plomberie sanitaire et taille de pierre.

En 1971, un compte rendu du Conseil d'Administration révèle que les parents d'élèves déplorent que les élèves de CET ne puissent pas poursuivre leurs études au delà du C.A.P. Le Directeur reconnaît que le passage en seconde technique est difficile.

En 1975, le collège se transforme en Lycee d'enseignement professionnel, après la réforme Haby et déménage dans les locaux neufs

des Alpilles. D' autres sections ouvrent: les C.A.P. laissent place aux B.E.P., aux métiers du bâtiment s'ajoutent les métiers de la mécanique auto le transport et enfin la vente.

Les baccalauréats professionnels sont créés en 1987: l'ancien centre d'apprentissage est devenu un lycée à part entière.

La formation professionnelle initiale et l'apprentissage sont toujours négociés entre le patronat et l'éducation nationale. Ce sont, dans le fond, les deux partenaires essentiels, plus précisément: patronat et syndicats de l'éducation nationale.

Le patronat essaye de s'assurer la main d'œuvre dont il a besoin, souvent au détriment de savoirs jugés trop encyclopédiques et théoriques, les syndicats tentent de maintenir pour l'élève, dans le meilleur des cas, un niveau culturel satisfaisant dans toutes les formations.

Ainsi naissent des compromis. On peut penser que la création du label « lycée des métiers » fait partie de ceux ci:

Les lycées des métiers offrent une palette étendue de formations et de services en partenariat avec le secteur économique et la région. Il en découle une cohérence de l'offre et de la formation, qui satisfait élèves et employeurs: c'est une démarche de qualité, un indicateur d'excellence pour les voies technologiques et professionnelles.

L'ouverture européenne, le suivi des élèves diplômés, la mise en place d'actions concernant l'orientation, le partenariat avec les collectivités et les milieux professionnels sont, entre autres, des critères de performances dont tient compte le recteur pour délivrer le label « lycée des métiers .

On remarque que dans l'académie, pour ce qui concerne les métiers d'art, trois lycées sont labellisés: le lycée professionnel Alpes et Durance d'Embrun (métiers du bois), le lycée professionnel de la Calade à Marseille (métiers de la mode), le lycée professionnel et technologique privé Don Bosco à Marseille (arts et industries graphiques).

En quelques pages, voilà un constat non exhaustif sur la situation de la formation aux métiers d'art dans l'académie d'Aix-Marseille. Nous verrons plus loin que des perpectives nouvelles semblent s'annoncer pour ces formations

pour peu qu'elles ne se sclérosent ni sur le plan technique, ni sur le plan créatif: c'est à ce sujet que une collaboration avec les démarches « design », abordées dans le chapitre suivant, peut être bénéfique aux deux partenaires.

Le rayonnement de ces formations tend à dépasser le cadre régional pour investir l'Europe par le moyen de manifestations diverses: (biennale de Vallauris, Argillaà Aubagne par ex.) et s'étendre à l'international.

LA SPÉCIFICITÉ ARTS APPLIQUÉS. LE DESIGN, ENJEU RÉCENT:

Autour des années « 70 », le patronat s'enferre dans une vision malthusianniste de l'enseignement technique et pousse l'éducation nationale à favoriser les formations rentables immédiatement, les cycles d'études courts qui offrent une main d'œuvre rapidement disponible, sans se soucier d'anticiper le futur. De plus, sous prétexte de favoriser la démocratisation d'une école ouverte à tous et le droit à l'éducation, les poursuites d'études longues ne sont pas encouragées.

Parallèlement, durant la décennie « 60-70 », le design prend « du sens »: cantonné jusque là à l'esthétique industrielle, dans son acception la plus fonctionnelle qui soit, il n'a pas une place significative dans l'éducation nationale. Cependant, dans le sillon des sociologues tels que Jean Baudrillard, Gilbert Simondon, Edgard Morin et bien d'autres, le Design dévoile son rôle symbolique, social tout en affirmant une réflexion technologique innovante.

Il faudra attendre le début des années « 80 » pour que le patronat reconnaisse le manque de techniciens qualifiés dans tous les domaines y compris celui de la création industrielle: «...il ne faut pas craindre d'avoir, dans la compétition économique, trop d'hommes possédant de hautes qualifications », assemblée générale du CNPF, conférence de presse du 20 janvier 1981, Liaisons Sociales, n°8/81 du 23 janvier 1981.

Le premier ministre Raymond Barre, lui -même, dans sa présentation des options du VIIIeme plan, le 11 mai 1979, insiste sur le fait de: « privilégier la formation professionnelle de la main d'œuvre, plutôt que chercher à tirer partie des travailleurs manuels mal rémunérés et voués à des tâches répétitives et pénibles ».

Il s'agit donc d'élever le niveau de qualification et de formation: cette politique opère un retournement de situation par rapport à celle des années « 70 »: l'EMT perd son aspect d'apprentissage gestuel, pour s'orienter vers l'acquisition d'une culture de la pensée technique et de la réflexion technologique.

La circulaire du B.O. n°80-250 (17/06/1980), définit les choix adoptés pour l'Éducation Manuelle et Technique et pour les options technologiques: « cet enseignement doit, en définitive, continuer à développer l'habileté manuelle, l'acquisition de connaissances techniques et scientifiques, la prise de conscience des necéssaires démarches: concret-abstrait-concret.

L'aptitude à préciser des objectifs et à organiser les phases successives de travail permettant de les atteindre ».

En 1982, Mr Louis Legrand remet un rapport au Ministre Alain Savary, dans le cadre d'une mission portant sur la rénovation des collèges: une phrase tirée de ce texte, résume clairement les choix d'enseignement futur du fait technique: « L'étude du fait technique est valable pour tous et ne saurait être considéré comme réservé à ceux qui sont inaptes à l'enseignement intellectuel traditionnel ».

À la suite de cette mission, en 1983, Mr Germinard, Inspecteur Général, Président de la Commission Permanente de l'Enseignement Technique, pose les bases sur lesquelles seront bâtis les nouveaux programmes de l'enseignement technologique, qui se substitue à celui de l'EMT, dès 1984: « Il s'agit de mettre en place un enseignement qui permette l'acquisition d'une démarche habituant l'élève à un va et vient constant entre théorie et pratique, entre pensée

et action ».

Pour en revenir succintement sur les couples « théorie et pratique » et « pensée et action », au cœur des notions philosophiques depuis des siècles, nous pouvons tenter une explication, non exhaustive, illustrée de trois extraits textes reconnus, sur le rôle de la théorie, de la science et de la technologie. Sur le plan de la reflexion sur la science, l'apparition d'un discours épistémologique, prend une valeur d'indice de l'impact des technologies sur la pensée, sur les activités humaines en général, et bien évidemment sur les sciences de l'éducation, en particulier.

Dans « Critique de la raison pure », analytique des pricipes. Introduction, Kant, en 1781-1787, pose le problème:

« La stupidité de certains théoriciens très savants ne doit pas disqualifier la théorie. Il ne suffit pas, en effet, pour être médecin, c'est à dire praticien (soigner les malades), d'avoir fait des études médicales, de posséder des sciences; il faut être capable de rapporter les exemples, ou les cas qu' on rencontre, aux connaissances qu' on a apprises: diagnostiquer, c'est juger, ranger le particulier sous le général, le cas sous la règle, l'exemple sous le concept le jugement peut s'exercer mais non s'acquérir.».

Le sociologue Arnold Gehen, issu de la première École de Francfort, affirme que « les appareils de la technologie font maintenant partie de l'organisme humain, au même titre que la coquille des mollusques ».

La circulaire du B.O. n°80-250 (17/06/1980), définit les choix adoptés pour l'Éducation Manuelle et Technique et pour les options technologiques: « cet enseignement doit, en définitive, continuer à développer l'habileté manuelle, l'acquisition de connaissances techniques et scientifiques, la prise de conscience des necéssaires démarches: concret-abstrait-concret.

L'aptitude à préciser des objectifs et à organiser les phases successives de travail permettant de les atteindre ».

En 1982, Mr Louis Legrand remet un rapport au Ministre Alain Savary, dans le cadre d'une mission portant sur la rénovation des collèges: une phrase tirée de ce texte, résume clairement les choix d'enseignement futur du fait technique: « L'étude du fait technique est valable pour tous et ne saurait être considéré comme réservé à ceux qui sont inaptes à l'enseignement intellectuel traditionnel ».

À la suite de cette mission, en 1983, Mr Germinard, Inspecteur Général, Président de la Commission Permanente de l'Enseignement Technique, pose les bases sur lesquelles seront bâtis les nouveaux programmes de l'enseignement technologique, qui se substitue à celui de l'EMT, dès 1984: « Il s'agit de mettre en place un enseignement qui permette l'acquisition d'une démarche habituant

l'élève à un va et vient constant entre théorie et pratique, entre pensée et action ».

Pour en revenir succintement sur les couples « théorie et pratique » et « pensée et action », au cœur des notions philosophiques depuis des siècles, nous pouvons tenter une explication, non exhaustive, illustrée de trois extraits textes reconnus, sur le rôle de la théorie, de la science et de la technologie. Sur le plan de la reflexion sur la science, l'apparition d'un discours épistémologique, prend une valeur d'indice de l'impact des technologies sur la pensée, sur les activités humaines en général, et bien évidemment sur les sciences de l'éducation, en particulier.

VI/ANNEXE 200 201 VI/ANNEXE

Dans « Critique de la raison pure », analytique des pricipes. Introduction, Kant, en 1781-1787, pose le problème:

« La stupidité de certains théoriciens très savants ne doit pas disqualifier la théorie. Il ne suffit pas, en effet, pour être médecin, c'est à dire praticien (soigner les malades), d'avoir fait des études médicales, de posséder des sciences; il faut être capable de rapporter les exemples, ou les cas qu' on rencontre, aux connaissances qu' on a apprises: diagnostiquer, c'est juger, ranger le particulier sous le général, le cas sous la règle, l'exemple sous le concept le jugement peut s'exercer mais non s'acquérir.».

Le sociologue Arnold Gehen, issu de la première École de Francfort, affirme que « les appareils de la technologie font maintenant partie de l'organisme humain, au même titre que la coquille des mollusques ». le contenu »-Yvon Chotardassemblée annuelle du CNPF-20 janvier 1981.

Le baccalalaureat F12, un des plus récents des bacs technologiques depuis 1968, date de leur création, répond théoriquement aux exigences doubles du marché de l'emploi, bien que l'insertion professionnelle se realise rarement à l'issu de son obtention. En réalité, la brève histoire du Btn F12, aujourd'hui Bac STI arts appliqués, montre que la poursuite d'études se fait logiquement en vue d'obtenir un brevet de technicien supérieur (BTS) qui assure des formations avisées qui correspondent à un climat technologique de plus en plus sophistiqué et exigeant, dénotant un esprit de conceptualisation technique et méthodologique qui allie l'abstrait et le concret.

Cette mouvance du marché de l'emploi explique en partie la réponse de plus en plus spécifique de l'éducation nationale qui, en créant les DSAA aux spécialités pointues (tel le DSAA Créateur-Concepteur qui forme des professionnels de haute compétence, dans les secteurs des produits usuels et industriels, du cadre bâti et environnement, de la communication visuelle), permet aux étudiants, futurs responsables de projets, de s'insérer sur le marché du travail, avec les meilleures qualifications possibles, en France ou à l'étranger.

Le bac technologique connaît une évolution qui tend à le modeler sur le bac général: la moyenne à l'examen est calculée, dès 1984 en contrebalançant les résultats d'ordre professionnel et d'ordre général. Puis, en 1990, on assiste à une réduction du nombre d'épreuves des deux groupes et à un recrutement plus souple.

Les nouveaux bacheliers, à 80%, poursuivent des études dans l'enseignement technologique. La création des baccalauréats professionnels en 1985, va dans le même sens même si la finalité de ces derniers est l'insertion professionnelle rapide.

D'autre part, on constate depuis quelques années une augmentation assez nette des candidats bacheliers des séries techniques et professionnelles, au détriment des séries générales surtout de la série littéraire. (source: repères et références statistiques, 2006).

La région académique d'Aix-Marseille n'échappe pas à cette évolution: les adolescents privilégient les diplômes qui offrent une meilleure lisibilité et qui les rassurent sur la probabilité de l'accession à un métier pré-défini, rempart symbolique face aux difficultés qu'ils rencontrent pour s'insérer dans la vie active.

Mais, comme nous le disions précédemment, il ne s'agit pas de penser au premier degré, que ces formations techniques sont moins nobles et qu'elles ne proposent pas la qualité de reflexion qu'offrent les séries générales qui alimentent les universités.

Cette vision des formations technologiques est simpliste et caduque: le rôle social, communicationnel qu' impliquent ces cycles d'études exige une volonté d'acquisition d'un savoir qui ne se limite pas au savoir faire, aussi respectable soit-il, mais qui fait appel à une vraie intelligence créative qui

agit dans un contexte concret constitué des outils humains, techniques, économiques, sociaux qui caractérisent le monde contemporain, de leur analyse, leur histoire et de la démarche critique nécessaire pour comprendre et répondre avec le maximum d'ergonomie possible aux besoins, aux désirs, voire aux phantasmes des individus.

L'ouverture d'un DSAA dans l'académie, correspond à cette logique de qualité qui consiste à former à un haut niveau de possibilité créatrice des étudiants engagés dans un processus d'implication dans le monde actuel. Cette vision des formations technologiques est simpliste et caduque: le rôle social, communicationnel qu' impliquent ces cycles d'études exige une volonté d'acquisition d'un savoir qui ne se limite pas au savoir faire, aussi respectable soit-il, mais qui fait appel à une vraie intelligence créative qui agit dans un contexte concret constitué des outils humains, techniques, économiques, sociaux qui caractérisent le monde contemporain, de leur analyse, leur histoire et de la démarche critique nécessaire pour comprendre et répondre avec le maximum d'ergonomie possible aux besoins, aux désirs, voire aux phantasmes des individus.

L'ouverture d'un DSAA dans l'académie, correspond à cette logique de qualité qui consiste à former à un haut niveau de possibilité créatrice des étudiants engagés dans un processus d'implication dans le monde actuel.

1) Lieux de formation actuels dans l'académie:

Durant la deuxième moitié des années 80 s'ouvre à Marseille une section Btn F12. Le lycée Diderot l'héberge. À la suite de cette création viendront s'ajouter, dans l'idée d'un prolongement évident d'études, des sections BTS. Le même lycée Diderot installe deux sections: architecture d'intérieur et Plasticien de l'environnement architectural.

Ces deux sections de BTS sont alimentées essentiellement par les nouveaux bacheliers F12, puis par les étudiants issus de la classe de mise à niveau.

Les classes de mise à niveau arts appliqués (MANAA), « s'adressent aux bacheliers non titulaires du bac STI spécialité arts appliqués (ou d'un BMA, ou d'un BT du domaine), qui souhaitent essentiellement se diriger vers un BTS arts appliqués ou un Diplôme des métiers d'art (DMA) » -source: ONISEP.

La selection se fait sur dossier scolaire, dossier de travaux personnel et lettre de motivation. Les candidats retenus ont le statut d'étudiant.

La formation, sur une année scolaire à pour but, comme son intitulé le signifie, de mettre les connaissances des étudiants concernés au niveau necessaire à la poursuite d'études en BTS arts appliqués, soit:

- 1-Communication visuelle
- 2-Design de produits

- 3-Design d'espace
- 4-Expression visuelle
- 5-Design de mode, textile et environnement
- 6-Art céramique

Si le référentiel du bac STI arts appliqués est la base sur laquelle se construit l'année de formation, il est cependant évident que, la maturité, le parcours d étude de chaque étudiant, leur autonomie, sont pris en compte, et créent une synergie au sein des classes de MANAA, qui permet de dynamiser l'esprit de transversalité, d interdisciplinarité, inhérent à toute formation dans ce domaine.

Le bilan de cette formation est, dans l'ensemble, extrêmement positif. synergie au sein des classes de MANAA, qui permet de dynamiser l'esprit de transversalité, d interdisciplinarité, inhérent à toute formation dans ce domaine.

Le bilan de cette formation est, dans l'ensemble, extrêmement positif.

À Marseille, d'autres BTS voient le jour d'années en années: BTS communication visuelle, option graphisme, édition, publicité au lycée Saint Exupéry, BTS Design de produit au lycée Jean Perrin, BTS espace de communication au lycée Marie Curie* et plus recemment, BTS Design de mode, textile et environnement au lycée La Calade, toujours à Marseille.

Hors Marseille, notons la présence d'une section Art Appliqué en Avignon au lycée Frédéric Mistral, et, pour ce qui concerne l'enseignement privé sous contrat, les formations Arts Appliqués du lycée Celony à Aix en Provence, celles du lycée St Joseph les Maristes, à Marseille et de St Joseph, à Avignon.

*À noter, pour la rentrée 2008, la fermeture progressive des BT, remplacés par une Mise à niveau AA et un DMA Cinéma d'animation

Le pôle le plus important se situe donc dans la ville de Marseille. À la suite de plusieurs années de mises au point et de travail, la volonté commune de différentes hiérarchies de l'Éducation Nationale et des enseignants de ces disciplines abouti à la création d'un Diplôme Supérieur d'Art Appliqué qui, dès la rentrée 2006, ouvre de nouvelles perspectives aux étudiants.

Il regroupe naturellement les quatre établissements d'art appliqué de la ville sous l'intitulé Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués créateur-concepteur.

EVOLUTION DES MÉTIERS D'ART ET DE L'ART APPLIQUÉ:

Situation de l'art appliqué dans la région Paca/le DSAA:

Le DSAA est, à Marseille, issu d'une maturation lente et productive des faits sociaux, culturels, économiques qu' a connu la région et de leur relation à la

VI/ANNEXE 204 205 VI/ANNEXE

présence d'un enseignement en art appliqués volontaire et actif.

Le DSAA est arrivé à point nommé pour concrétiser un véritable besoin d'échanges humains et de compétences entre les établissements de la ville de Marseille en affirmant un niveau de formation élevé dans un cadre relationnel entre enseignants et enseignés favorable aux projets les plus ambitieux des étudiants concernés.

Pour anecdote, le blog internet (en construction) de cette section donne le ton « pionnier » qui réunit professeurs et étudiants autour de projets communs.

Ainsi, outre l'apport factuel que cette section concrétise en ce qui concerne le rôle d'un enseignement d'art appliqués/design à l'éclosion de créateurs locaux de haut niveau de compétence, capables de s'insérer dans une mouvance nationale, européenne avec une spécificité méditerranéenne, elle redonne un souffle neuf à un cycle d'études qui risquait, à la longue, de connaître un sort incertain. nale, européenne avec une spécificité méditerranéenne, elle redonne un souffle neuf à un cycle d'études qui risquait, à la longue, de connaître un sort incertain.

2) Naissance d'un possible partenariat métiers d'art/design:

Depuis quelques années, les frontières tracées entre design et métiers d'art sont de plus en plus perméables. Dans un contexte global où un certain flou grandit entre les manifestations de l'expression artistique et celles des designers, le métissage entre des activités « cousines », semble ineluctable. Des situations ambigües dont il faudra tirer parti se mettent en place: des musées qui exposent, à la manière d'œuvres d'art les objets quotidiens du passé ou du présent, en modifiant leur statut dans l'esprit du public-consommateur lequel n'hésite plus désormais à faire trôner dans son salon un presse-agrume ou autres objets sous forme d'affiche, qui n'ont d'autre fonction que d'être là. Une démarche qui prend la forme d'une attitude « à la Warhol », sans en avoir le fond, change l'espace conjoncturel des artefacts issus du design et d'une certaine production industrielle.

D'autre part, les métiers d'art, comme nous le disions au début de cette courte histoire, si l'on exclut les restaurateurs du patrimoine, ont peu à peu perdu une part de la noblesse du geste pour laisser place à des créations pseudo artisanales qui n'ont pour but que le commerce du tourisme.

Il reste certes quelques créations de luxe, notamment dans le

domaine de la mode sous forme d'accessoires ou de bijoux, mais qui somme toute, restent relativement discrètes et de toute façon hors de portée du grand public.

Dans une société où l'on commence à remettre en question, à juste titre, l'objet de grande consommation jetable, un goût partagé naît entre créateurs, designers et consommateurs pour un objet personnalisé, chargé d'affect, d'histoire, en bref, de vécu, capable de soutenir une réparation et d'être transmis sous une forme ou une autre aux générations futures.

Tous ces symptômes sont peut-être le prélude d'une autre manière d'envisager création-production-consommation-usage des objets du quotidien, en tout cas, une trace humaine, avec tout ce qu'elle induit en terme de qualité, d'aspect symbolique maîtrisé et de prise en compte du rôle de la présence d'un objet dans un univers familial donné et in extenso dans une société donnée, apparaît être une véritable demande exprimée par la foule des consommateurs. Certains designers s'attachent à y trouver une réponse depuis quelques années.

Dans la région Paca, des collaborations entre maîtres d'art, designers et artistes ont donné lieu à la créations d'œuvres inédites, à michemin entre le savoir faire des artisans et les capacités d'anticipation, de démarche de projet et d'innovation des artistes et des créateurs en art appliqué. C'est le cas du travail de la terre à Vallauris, ce fut le cas du partenariatentre artistes et verriers, avec le CIRVA. L'exemple de Villedieules Poêles hors académie, en Basse Normandie, pour ce qui concerne le travail du métal est, pour l'instant le plus convaicant et performant puisque cette collaboration à su redonner vie à une tradition patrimoniale du travail du métal en lui confiant des projets actualisés qui obtiennent un écho favorable auprès du public.

moniale du travail du métal en lui confiant des projets actualisés qui obtiennent un écho favorable auprès du public.

Lors des dernières rencontres nationales des métiers d'art à Paris, en décembre 2006, Mme Françoise Cœur, Inspecteur général des Arts Appliqués, a proposé: « une reflexion inter-ministérielle sur la formation dans les métiers d'art », Mr Nicolas Prioux, directeur de l'association Design et Métiers d'Art a présenté, sous le thème: « Le

rapprochement designers et artisans d'art: quels apports? », différents projets allant dans ce sens, enfin, Mme Anne-Marie Boutin, Présidente de l'Agence pour la Promotion de la Création Idustrielle (APCI), a développé le thème suivant: « le design comme outil de valorisation des savoirs faire traditionnels ».

Il est donc probable qu' à terme les limites entre métiers d'art et design vont s'affiner pour entrer en résonance avec les besoins exprimés par tous: grand public, acteurs économiques, concepteurs-créateurs, détenteurs de savoir-faire spécifiques et traditionnels et bien sûr, formateurs et professeurs.

CONCLUSION:

Rien n'apparaît au hasard: ce sont des volontés communes, qui, depuis plus d'un siècle, ont façonné en phase avec l'évolution sociale, politique, technique de la société, des enseignements qui sont passés peu à peu de l'alphabétisation des couches les plus démunies de la population à un enseignement technique actuel diversifié, pointu, exigeant, apte à former dans le domaine du design, avec la création du DSAA, les créateursconcepteurs du futur d'un haut degrè de technicité, de pensée technique, de culture technologique aiguisée et de culture humaniste solide.

Véritable atout pour la région PACA et réussite incontestable de tous les acteurs de l'Éducation Nationale: professeurs, administratifs, inspecteurs mais désormais aussi des étudiants lesquels ont bien compris l'enjeu et les défis à relever qui font vivre de jour en jour des sections d'Art Appliqué ouvertes, disponibles, sans cesse actualisées avec la volonté de communiquer à tout public par l'investissement dans différentes démarches de projet exposées régulièrement, un optimisme éclairé face au futur qui nous attend.

BIBLIOGRAPHIE:

- -26 siècles d'éducation à Marseille: une chronique du temps passé, Paul Rollin, éditions européennes de Marseille-Provence, 1999
- -Histoire universelle de Marseille, Alessi Dell'Umbria, éditions Agone, 2006
- -Les arts appliqués en Provence, Jean Perrin, Arnaud d'Agniel, éditions Robert Laffond, Marseille, 1994
- -Marseille, éditions Autrement, 1999
- -Ca s'est passé à Marseille, chroniques publiées dans le Provençal, Jean Contrucci, éditions Autre Temps, 1996
- -Histoire du commerce et de l'industrie de Marseille, Paul Bois, Chambre de Commerce et d'Industrie de Marseille, 1996
- -Métiers de Provence, Gilles Lansard, Bruno Auboiron, collection « Le geste en héritage », éditions Edisud, 1997
- -Les arts décoratifs en Provence, du XVII ème au XIX èmes siècles, M.J. Bauelle, P. Jacquenoud, G. et V. Guerre, A. Paire, éditionsEdisud, 1997
- -Les Belles de Mai, deux siècles de mode à Marseille, collections textiles du Musée du Vieux Marseille, 2002
- -Histoire de la formation des ouvriers, 1789-1984, B. Charlot, M. Figeat, éditions Minerve, Paris, 1995
- -Le design industriel, sémiologie de la séduction et code de la matière, Jean-Charles Lebahar, éditions parenthèses, Marseille, 1994
- -La fabrique des meilleurs, Patrick Fauconnier, éditions du Seuil, 2005
- -La critique en design, contribution à une anthologie, textes rassemblés et préfacés par Françoise Jollant-Kneebone, éditions Jacqueline

VI/ANNEXE 208 209 VI/ANNEXE

Chambon, Nîmes, 2003

- -Les arts à l'école, Pascale Lisemonde, SCEREN-CNDP et éditions Gallimard, 2002
- -Biennale internationale design 2006, le livre, éditions Cité du design, St Etienne, 2006
- -Le design, essai sur des théories et des pratiques, éditions de l'Institut français de la mode, 2006
- -Objectif méditerranée, n°88, octobre 2007, article de Marc Rambuzet: « La tradition est-elle soluble dans la modernitée »
- -Vers une France sans artisans, les impasses de l'apprentissage, Bernard Glatigny, éditions Albin Michel, 2007
- -Bulletin Officiel de l'éducation nationale -Sites internet divers
- -Objectif méditerranée, n°88, octobre 2007, article de Marc Rambuzet: « La tradition est-elle soluble dans la modernitée »
- -Vers une France sans artisans, les impasses de l'apprentissage, Bernard Glatigny, éditions Albin Michel, 2007
- -Bulletin Officiel de l'éducation nationale -Sites internet divers



REMERCIEMENTS

Pour réaliser cette étude et dresser un état des lieux le plus complet possible, nous avons interrogé de nombreuses personnes impliquées de diverses manières dans le secteur du design. Nous tenions ici à les remercier pour le temps qu'elles ont bien voulu nous accorder. Précisons également qu'entre le moment de ces échanges et la diffusion de ce rapport, le paysage du design a bien sûr continué d'évoluer. Certains changements, loin d'être réjouissants, comme par exemple la disparition du Lieu du design à Paris, peuvent légitimement constituer une source d'inquiétudes. Cependant, d'autres signes (bien que faibles) laissent entrevoir d'autres perspectives plus prometteuses. La dynamique régionale que nous avons ainsi pu déceler au cours des entretiens et la synergie nationale que beaucoup appellent de leurs vœux, en font très clairement partie.

Les résultats de cette étude ont précisément pour objectif de contribuer humblement à cet essor du design, tant en région qu'au plan national, voire même au delà.

Nous sommes en effet convaincus de l'importance de cette discipline dans l'émergence d'un nouveau paradigme social plus soutenable, et bien déterminés à contribuer à ce jaillissement.

Je ne saurais conclure ce document sans évoquer l'irremplaçable Anne-Marie Boutin avec laquelle je me suis entretenu pour ce dossier, quelques mois avant sa disparition. Bien que très malade, elle a porté sans relâche et jusqu'au bout les couleurs du design. Nous tenions donc à lui rendre hommage et à lui dédier cette étude à laquelle elle a gentiment contribué.

Direction de l'action culturelle : Sébastien Cavalier directeur et Jacqueline Nardini conseillère arts visuels

Région Sud PACA, Anaïs Triolaire, designer de service public et Brice Lacomette responsable de l'unité smart factory.

Agence Régionale pour l'Innovation et l'internationalisation des Entreprises -

PACA, Rodolphe Uhlmann Program Manager Innovation and SME Growth et Nicolas Chehanne European Project Manager

CG13, Véronique Traquandi Chargée de mission arts visuels

Maison Mode Méditerranée : Pascale Akiki General Manager

Didier Parakian adjoint au maire entrepreneur chez Ville de Marseille

Agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise : Frédéric ROUSTAN Chargé de Mission Culture Urbaine

Make It Marseille: Vincent Roy cofondateur

KEDGE Design Toulon: Aymeric Alandry directeur du programme design

Marianne Cat (créatrice et ancienne déléguée au design de la CCIMP)

Thierry Huck Directeur commerce et tourisme de la CCIMP

La DIRRECTE : Matthieu Berille chef du service des entreprises, Françoise Barle chargée de mission, Francis Garnier responsable du département Economie et proximité

Stéphane Simon directeur du lieu du design

Jean-Paul Bath directeur général du VIA

Anne-Marie Boutin présidente de l'APCI

Maude Blondel, Responsable de design'in Pays de la Loire

Isabelle Leblan Responsable Réseau Prospective Design au sein de l'Agence de Développement et de l'Innovation Nouvelle-Aquitaine

Lille Design : Caroline Naphegyi Directrice, Thomas Chuzeville Chargé de projets design & innovation,

François Caspar, président cofondateur de l'Alliance française des designers

Chambre des métiers et de l'artisanat région PACA, Axel Karakachian, coordinateur régional de l'innovation

212 2131



Retrouver toute notre actualité via notre site internet www.marseilledesignmed.com Et nos événements et actions sur notre page Facebook de Marseille Design Méditerranée

