



Synthèse des résultats

de l'enquête sur la perception
et l'utilisation du design industriel
par les entreprises manufacturières
québécoises





Document réalisé conjointement par

Responsables:

Suzanne Abdel-Malak, conseillère
Direction du développement des industries

Louis Brassard, conseiller
Direction des biens de consommation

Avec la collaboration de:

Denis Audibert, conseiller coordonnateur
Direction des biens de consommation

Lise Grenier, conseillère coordonnatrice
Direction du développement des industries

Michèle Larivière, conseillère
Direction de la planification et de l'évaluation

Avril 2008



Table des matières

Introduction	4
Méthodologie et synthèse des résultats	5
Section 1 – Méthodologie de l’enquête	5
Section 2 – Caractéristiques de l’échantillon	6
Section 3 – Activités d’amélioration, de modification ou de développement de produits	9
Section 4 – Perception et utilisation du design industriel en entreprise	11
4.1 – Perception du design industriel	11
4.2 – Utilisation du design industriel	13
4.3 – Effets du design industriel	17
Conclusion	19
Liste des tableaux	
Tableau 1 : Répartition des répondants par industrie manufacturière	6
Tableau 2 : Répartition des répondants selon le chiffre d’affaires	7
Tableau 3 : Taille des entreprises selon les effectifs	7
Tableau 4 : Répartition des répondants selon le pourcentage du chiffre d’affaires à l’exportation	8
Tableau 5 : Raisons pour lesquelles les entreprises ont choisi d’améliorer, de modifier ou de développer un ou plusieurs produits	9
Tableau 6 : Perception de l’apport du design industriel selon que l’entreprise a eu recours ou non au design industriel	12
Tableau 7 : Raisons pour lesquelles les entreprises ont travaillé avec un designer industriel	13
Tableau 8 : Principaux critères pour le choix d’un designer industriel	14
Tableau 9 : Répartition des utilisateurs du design industriel selon le budget de dépenses pour l’année 2006	15
Tableau 10 : Utilisation des disciplines apparentées au design industriel	16
Tableau 11 : Pourcentage d’utilisation des types de propriété intellectuelle	16
Tableau 12 : Effets attribués à l’utilisation du design industriel	17
Liste des graphiques	
Graphique 1 : Valeur des dépenses en design au cours des trois dernières années	15
Graphique 2 : Estimation des dépenses en design au cours des trois prochaines années	15
Annexe – Chiffres clés par industrie manufacturière	21



Introduction

L'Exposition universelle de 1967 a marqué, au Québec, le début d'une ère d'évolution du design industriel qui s'est traduit, notamment, par l'enseignement de celui-ci à l'université.

Pour le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE), le design industriel constitue une composante très importante du processus d'innovation et un instrument essentiel de développement économique. Depuis 1984, le MDEIE a appuyé le design industriel par l'intermédiaire de divers outils comme Accès-Design, Amitech-design, Innovation-PME design et, plus récemment, par la mesure Design-Innovation. De plus, depuis 1994, on peut obtenir un crédit d'impôt pour la réalisation d'activités de design industriel au Québec. Pour toutes ces raisons, le MDEIE s'intéresse au recours au design industriel dans les entreprises, de même qu'à l'impact perçu de son usage dans l'industrie manufacturière. C'est pourquoi l'enquête dont les résultats apparaissent dans ce rapport a été effectuée.

En raison de l'intérêt soulevé par divers acteurs, notamment les entreprises manufacturières et les designers industriels, le Ministère juge important de diffuser les résultats de cette première enquête québécoise sur la perception et l'utilisation du design industriel.



Méthodologie et synthèse des résultats

Section I – Méthodologie de l'enquête

Cette enquête a été réalisée par la firme Infrass international inc., dûment mandatée par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation et sélectionnée à la suite d'un appel d'offres, conformément à la procédure administrative gouvernementale en vigueur. L'enquête a été administrée par voie téléphonique, du 16 mars au 19 avril 2007.

La sélection des entreprises s'est faite parmi une population totale de 5 254 entreprises manufacturières de plus de cinq employés, présentes dans des industries davantage interpellées par le design industriel. Les noms des entreprises ont tous été extraits de la banque de données du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ). Un choix aléatoire a porté sur 2 000 entreprises, et, parmi celles-ci, 1 002 ont répondu au questionnaire.

Dans le cadre du sondage, le design industriel et le praticien du design, soit le designer industriel, ont été définis de la façon suivante :

Design industriel : discipline combinant des éléments artistiques, scientifiques, technologiques, de marketing et de gestion. Le design industriel vise à développer un produit innovateur que l'on veut fabriquer industriellement.

Designer industriel : personne qui réalise des activités de design industriel et qui est titulaire d'un diplôme en design industriel ou d'une reconnaissance professionnelle. Le designer industriel analyse les produits concurrents et identifie les besoins du marché, les tendances et les normes, détermine le cahier des charges, exécute les dessins, réalise les maquettes et les prototypes. Il contribue à développer un produit innovateur dans sa fonction, dans son esthétique et dans sa réponse aux besoins de l'utilisateur. Il tient compte des procédés de fabrication et des matériaux.



Section 2 – Caractéristiques de l'échantillon

Parmi les 1 002¹ entreprises manufacturières qui ont répondu à l'enquête :

- 634² entreprises ont modifié, amélioré ou développé un ou plusieurs produits au cours des trois dernières années ;
- 131³ entreprises ont travaillé avec un designer industriel au cours des trois dernières années ;
- 75 entreprises, soit 7 % d'entre elles, sont une filiale d'une multinationale ;
- 661 fabricants, soit 66 % de ces entreprises, utilisent la vente directe comme principal mode de distribution.

Les tableaux 1 à 4 présentent les caractéristiques de l'échantillon relatives à la répartition des répondants par industrie manufacturière et selon le chiffre d'affaires, à la taille des entreprises selon les effectifs et au pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation.

Tableau 1 – Répartition des répondants par industrie manufacturière

Industrie manufacturière	Répartition des répondants		Répartition de la population totale	
	n	%	N	%
Produits en bois	31	3	157	3
Plastique et caoutchouc	80	8	536	10
Produits minéraux non métalliques	53	5	282	5
Fabrication de produits métalliques	264	26	1 282	24
Fabrication de machines	162	16	787	15
Produits électroniques	53	5	237	5
Matériel et composants électriques	38	4	180	3
Matériel de transport	56	6	325	6
Fabrication de meubles et de produits connexes	152	15	830	16
Activités diverses de fabrication	107	11	577	11
Autres industries	6	0,6	61	1
Total	1 002	100	5 254	100

¹ La marge d'erreur pour les réponses aux questions posées aux 1 002 entreprises faisant partie de l'échantillon est de + ou - 2,8 %, 19 fois sur 20.

² La marge d'erreur pour les réponses aux questions posées aux 634 entreprises qui ont soit modifié, amélioré ou développé un produit est de + ou - 3,5 %, 19 fois sur 20.

³ La marge d'erreur pour les réponses aux questions posées aux 131 entreprises qui ont travaillé avec un designer industriel est de + ou - 5,6 %, 19 fois sur 20.



Plus de 55 % des répondants sont spécialisés dans la fabrication de produits métalliques (26 %), la fabrication de machines (16 %) et la fabrication de meubles et de produits connexes (15 %).

Mentionnons qu'aucune directive n'a été donnée à la firme de sondage quant à une représentativité obligatoire de l'échantillon sur le plan de la structure industrielle. Or, la répartition en pourcentage des répondants par industrie manufacturière (1 002) se rapproche de cette même répartition calculée à partir de la population totale (5 254), renforçant ainsi la fiabilité des résultats.

Tableau 2 – Répartition des répondants selon le chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires	Pourcentage de répondants
Moins de 500 000 \$	11 %
500 k \$ à 999 999 \$	17 %
1 M \$ à 2 999 999 \$	26 %
3 M \$ à 9 999 999 \$	17 %
10 M \$ à 49 999 999 \$	8 %
50 M \$ à 1 G \$ et plus	3 %
Refus - NSP/NRP	18 %
Total	100 %

Un peu plus de la moitié des entreprises répondantes ont un chiffre d'affaires inférieur à 3 M \$.

Cette question s'adresse à 1 002 entreprises.

Tableau 3 – Taille des entreprises selon les effectifs

Nombre d'employés	Pourcentage de répondants
Moins de 10	33 %
10 – 24	31 %
25 – 39	12 %
40 – 99	12 %
100 – 999	9 %
1 000 – 7 000	1 %
Refus - NSP/NRP	2 %
Total 1 002	100 %

Près des deux tiers des entreprises répondantes ont moins de 25 employés.

Cette question s'adresse à 1 002 entreprises.

Les données des tableaux 2 et 3 montrent que l'échantillon est composé en majorité de PME.



Tableau 4 – Répartition des répondants selon le pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation

Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	Pourcentage de répondants
0 %	49 %
1 – 9 %	10 %
10 – 24 %	11 %
25 – 49 %	8 %
50 – 74 %	7 %
75 – 100 %	9 %
Refus - NSP/NRP	7 %
Total 1 002	100 %

Cette question s'adresse à 1 002 entreprises.

**Près de la moitié
des entreprises
répondantes
vendent
uniquement
au Québec.**



Section 3 – Activités d’amélioration, de modification ou de développement de produits

La capacité concurrentielle des entreprises manufacturières québécoises est constamment menacée par la présence accrue des pays à faibles coûts de production. Plus récemment, l’appréciation rapide et continue du dollar canadien a exacerbé les difficultés des exportateurs. Ainsi, pour vendre leurs produits et augmenter leur compétitivité, 634 entreprises, soit 63 % de l’échantillon, ont réalisé au cours des trois dernières années des activités d’amélioration, de modification ou de développement de produits. De ce nombre :

- 85 %, soit 540 entreprises, ont modifié ou amélioré un ou plusieurs produits ;
- 79 %, soit 501 entreprises, ont développé un ou plusieurs produits.

De plus, parmi ces 634 entreprises :

- 98 % des répondants misent surtout sur la qualité des produits ;
- 94 % sur la qualité du service client ;
- 88 % sur l’innovation contenue dans les produits⁴ ;
- 81 % sur la différenciation de leurs produits⁵ ; et
- 74 % sur le prix des produits.

Le tableau 5 présente les raisons pour lesquelles les entreprises ont choisi d’améliorer, de modifier ou de développer un ou plusieurs produits.

Tableau 5 – Raisons pour lesquelles les entreprises ont choisi d’améliorer, de modifier ou de développer un ou plusieurs produits

Principales raisons évoquées	Pourcentage de répondants
Répondre à la demande des distributeurs, des ventes, du marketing ou des consommateurs	34 %
Élargir la gamme de produits	16 %
Intégrer une nouvelle technologie	14 %
Améliorer la marge bénéficiaire	10 %
Diversifier la clientèle	10 %

Cette question s’adresse à 634 entreprises.

L’analyse de ce tableau révèle que plusieurs entreprises réagissent aux demandes des distributeurs et des consommateurs. Or, une utilisation stratégique du design industriel les placerait en amont de la demande de leurs clients. En effet, en anticipant l’émergence de nouvelles tendances par l’observation et l’analyse des usages, des styles de vie, de la démographie, etc., les entreprises parviendraient davantage à dégager des axes de progrès et d’innovation correspondant aux besoins actuels et latents des consommateurs.

⁴ De façon générale, l’innovation et la différenciation sont les facteurs visés par une démarche de design industriel.

⁵ De façon générale, l’innovation et la différenciation sont les facteurs visés par une démarche de design industriel.



Parmi les 634 entreprises pratiquant des activités de modification, d'amélioration ou de développement de produits, les départements les plus souvent impliqués dans ces activités sont, par ordre d'importance :

- la direction : 25 % ;
- la production : 24 % ;
- la R-D : 17 % ;
- l'ingénierie : 16 % ;
- les ventes et (ou) le marketing : 10 %.

Enfin, le prototypage rapide permet, entre autres choses, d'accélérer le processus de développement de produits. Il est utilisé par 407 entreprises, soit 41 % de l'échantillon. Parmi ces entreprises, plus des trois quarts effectuent leur prototypage au Québec. Par ailleurs, l'enquête ne révèle pas de différence notable dans les dépenses en prototypage rapide, et ce, que les entreprises aient eu recours ou non à un designer industriel au cours des trois dernières années.



Section 4 – Perception et utilisation du design industriel en entreprise

Parmi les 634 entreprises qui ont modifié, amélioré ou développé un ou plusieurs produits, 131 d'entre elles, soit 21 %, ont travaillé depuis 2003 avec un designer industriel. Ces 131 entreprises recourent au design de façon occasionnelle (56 %) ou systématique (40 %). Seulement 2 % de ces entreprises ont abandonné le design industriel, et ce, pour des raisons qui ne mettent pas en cause la valeur de celui-ci.

4.1 – Perception du design industriel

Comment les fabricants québécois perçoivent-ils l'apport du design industriel ? Selon eux, quelle est son utilité ou sa valeur perçue ?

Plus des deux tiers des 1 002 entreprises ont répondu sans équivoque que le design industriel sert à :

- améliorer l'image du produit ;
- permettre l'innovation ;
- augmenter les chances de succès d'un produit ;
- maintenir leur avance sur la compétition ;
- améliorer la forme, l'apparence visuelle.

Une majorité d'entreprises ont reconnu d'autres utilités au design industriel. En effet, selon celles-ci, le design industriel permet :

- d'améliorer l'ergonomie, l'adaptation à l'usage ;
- d'influer sur l'image de marque de l'entreprise ;
- d'augmenter la valeur du produit ;
- d'apporter des solutions techniques ;
- de gagner du temps lors de la conception ;
- d'améliorer les méthodes de conception ;
- d'améliorer l'efficacité de la production ou de l'usage des matériaux.

Le tableau qui suit présente la perception des entreprises sur l'utilité du design industriel selon qu'elles ont déjà eu recours ou non à cette discipline.



Tableau 6 – Perception de l'apport du design industriel selon que l'entreprise a eu recours ou non au design industriel

	A	B	C	
Utilité perçue	Recours ¹	Non-recours ²	N'améliore ni ne développe ³	Écart entre les colonnes A et B
Améliorer l'image du produit	92 %	69 %	42 %	23 %
Permettre l'innovation	92 %	71 %	44 %	21 %
Augmenter la chance de succès d'un produit	91 %	71 %	44 %	20 %
Maintenir son avance sur la compétition	89 %	70 %	45 %	19 %
Améliorer la forme, l'apparence visuelle	89 %	68 %	40 %	21 %
Améliorer l'ergonomie, l'adaptation à l'usage	87 %	62 %	37 %	25 %
Influer sur l'image de marque de l'entreprise	80 %	60 %	42 %	20 %
Augmenter la valeur du produit	80 %	66 %	39 %	14 %
Apporter des solutions techniques	79 %	65 %	38 %	14 %
Faire gagner du temps de conception	77 %	57 %	34 %	20 %
Améliorer les méthodes de conception	75 %	64 %	37 %	11 %
Améliorer l'efficacité de la production ou de l'usage des matériaux	73 %	61 %	39 %	12 %
Améliorer la sécurité d'utilisation du produit	73 %	55 %	35 %	18 %
Apporter des solutions pour les consommateurs ou les distributeurs	70 %	56 %	33 %	14 %
Améliorer la fidélité des consommateurs	68 %	59 %	34 %	9 %
Améliorer la durabilité et la durée de vie du produit	67 %	54 %	31 %	13 %
Être utile à la mode et à la coordination de la gamme	66 %	51 %	32 %	11 %

Cette question s'adresse à 1 002 entreprises.

¹ Calculé sur la base des 131 entreprises ayant eu recours à un designer industriel.

² Calculé sur la base des 503 entreprises ayant amélioré, modifié ou développé un ou plusieurs produits sans recourir à un designer industriel.

³ Calculé sur la base des 368 entreprises n'ayant ni amélioré, ni modifié, ni développé un ou plusieurs produits.



Les utilisateurs du design industriel perçoivent, de façon plus marquée, la valeur du design industriel que les non-utilisateurs de cette discipline. En effet, les écarts observés relativement à l'utilité perçue varient entre 11 % et 25 % en faveur du design industriel. Plus spécifiquement, des écarts variant entre 21 et 25 % caractérisent les volets suivants :

- Améliorer l'ergonomie, l'adaptation à l'usage ;
- Améliorer l'image du produit ;
- Permettre l'innovation et améliorer la forme, l'apparence visuelle ;
- Augmenter la chance de succès d'un produit et faire gagner du temps de conception.

Ces écarts confirment une perception accrue de la valeur du design industriel par ses utilisateurs. Quant aux entreprises n'ayant ni modifié ni développé de produits, elles perçoivent encore moins les bénéfices qu'elles peuvent tirer du design industriel et ce, dans des proportions environ deux fois moindres que les entreprises qui ont eu recours au design.

4.2 – Utilisation du design industriel

Le tableau suivant présente les principales raisons évoquées par les entreprises pour recourir aux services d'un designer industriel.

Tableau 7 – Raisons pour lesquelles les entreprises ont travaillé avec un designer industriel

Principales raisons évoquées	Pourcentage des utilisateurs du design industriel
Augmenter le caractère distinctif des produits	21 %
Être plus créatif dans les méthodes de conception	16 %
Intégrer une innovation technique ou technologique	14 %
Répondre aux exigences du marché	13 %
Développer l'image de marque de l'entreprise	9 %

Cette question s'adresse à 131 entreprises.

Du point de vue de l'intégration du design industriel dans les entreprises, l'enquête révèle que parmi les 131 entreprises :

- 61 % concentrent le design industriel sur le produit seulement ;
- 31 % s'en servent au-delà du développement de produits (gestion des produits, image de marque, aménagement des lieux de travail, communications internes dans l'entreprise) ;
- 5 % l'utilisent comme source d'innovation (tous les éléments précédents ainsi que des interventions au niveau stratégique de l'entreprise).



Cette dernière portion d'entreprise est comparable à ce qu'on observe chez les leaders mondiaux en matière d'utilisation stratégique du design industriel⁶.

En revanche, les deux tiers des entreprises qui n'ont pas travaillé avec un designer industriel depuis 2003 justifient ce choix par le fait que les produits sont développés à l'interne. Ce constat peut indiquer qu'il existe une perception voulant qu'un designer industriel exerce sa profession uniquement à titre de consultant.

Par ailleurs, les entreprises recrutent un designer industriel, en premier lieu, par des contacts professionnels ou en s'informant notamment par l'Internet, dans la presse professionnelle, dans les foires et les salons, de même que par la publicité. De plus, la sélection d'un designer industriel est influencée également par sa créativité, son portfolio et ses références, comme le montre le tableau 8. La plupart des designers industriels sont recrutés au Québec.

Tableau 8 – Principaux critères pour le choix d'un designer industriel

Principaux critères	Pourcentage des utilisateurs du design industriel
Créativité	17 %
Portfolio	17 %
Références	16 %
Notoriété	11 %
Connaissances techniques	9 %
Prix	8 %
Années d'expérience	7 %
Méthodes	6 %

Cette question s'adresse à 131 entreprises.

⁶ Des études européennes ont souligné qu'une faible portion des entreprises qui ont recours au design industriel l'utilisent comme « initiateur de l'innovation » ou « chargé de l'innovation », contribuant ainsi à la stratégie future de l'entreprise. De plus, les Finlandais ont constaté que le design industriel prend généralement dix ans avant d'atteindre un niveau stratégique dans l'entreprise.

Source : Industry, Competitiveness and Design. The historical development of Finnish in-house design functions. Anna Valtonen, University of Art and Design Helsinki, School of Design, Finland, p. 5.



Le tableau 9 présente les dépenses en design industriel par entreprise en 2006 et montre qu'il est possible de recourir à un designer industriel tout en respectant le budget propre à une PME. En effet, en 2006, les dépenses en design industriel se répartissent ainsi :

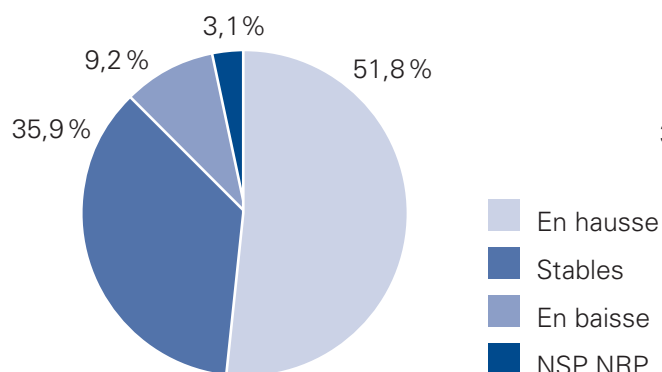
Tableau 9 – Répartition des utilisateurs du design industriel selon le budget de dépenses pour l'année 2006

Budget de dépenses en design	Pourcentage de répondants
Moins de 5 k \$	18 %
Entre 5 k \$ et 14 999 \$	13 %
Entre 15 k \$ et 24 999 \$	15 %
Entre 25 k \$ et 49 999 \$	18 %
Entre 50 k \$ et 74 999 \$	13 %
75 k \$ et plus	16 %

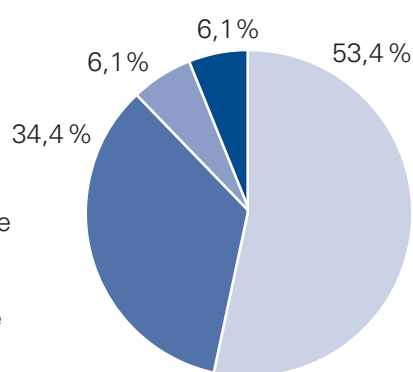
Cette question s'adresse à 131 entreprises.

Au cours des trois dernières années, les dépenses en design industriel ont augmenté pour 52 % des entreprises (graphique 1). Pour les trois prochaines années, 53 % des entreprises prévoient une augmentation de leurs dépenses en design industriel (graphique 2).

Graphique 1
Valeur des dépenses en design au cours des trois dernières années



Graphique 2
Estimation des dépenses en design au cours des trois prochaines années





Afin d'augmenter leur compétitivité, les 1 002 entreprises sondées ont indiqué leur recours à des disciplines apparentées au design industriel. À cet effet, le tableau 10 révèle que ce sont respectivement le design graphique (26 %) et l'architecture (18 %) qui se démarquent des autres disciplines.

Tableau 10 – Utilisation des disciplines apparentées au design industriel

Discipline	Groupe A	Groupe B	Groupe C	Groupe D
Design graphique	26 %	50 %	26 %	6 %
Architecture	18 %	21 %	17 %	19 %
Design d'intérieur	15 %	22 %	13 %	16 %
Conception d'expositions	9 %	16 %	11 %	4 %
Architecture de paysage	5 %	10 %	5 %	4 %

Cette question s'adresse à 1 002 entreprises.

Groupe A: Total de l'échantillon, soit 1 002 entreprises.

Groupe B: Entreprises ayant eu recours à un designer industriel (131 entreprises).

Groupe C: Entreprises ayant amélioré, modifié ou développé un ou plusieurs produits sans recourir à un designer industriel (503 entreprises).

Groupe D: Entreprises n'ayant ni amélioré, modifié ou développé de produits (368 entreprises).

De plus, l'enquête révèle que les entreprises qui recourent au design industriel (groupe B) utilisent davantage d'autres disciplines qui y sont apparentées que ne le font les entreprises des groupes C et D.

La protection de la propriété intellectuelle peut s'avérer efficace pour préserver le caractère innovateur d'un produit. Au tableau 11, l'utilisation de différents types de propriété intellectuelle a été comparée en tenant compte du nombre de propriétés par entreprise et du fait qu'elles améliorent, modifient ou développent un produit avec ou sans designer industriel.

Tableau 11 – Pourcentage d'utilisation des types de propriété intellectuelle

Nombre de propriétés intellectuelles par entreprise	1-6				7-29				30 et plus			
	A (%)	B (%)	C (%)	D (%)	A (%)	B (%)	C (%)	D (%)	A (%)	B (%)	C (%)	D (%)
Brevets	12	22	15	5	2	4	1	0,2	–	–	–	–
Dessins industriels	5	11	4	3	1	3	1	0,5	1	4	2	0,3
Marques de commerce	11	21	2	4	0,3	2	0,3	–	0,09	–	–	0,3

Cette question s'adresse à 1 002 entreprises.

–: nul

A: Total des 1 002 entreprises.

B: Entreprises ayant eu recours à un designer industriel (131 entreprises).

C: Entreprises ayant amélioré, modifié ou développé un ou plusieurs produits sans recourir à un designer industriel (503 entreprises).

D: Entreprises n'ayant ni amélioré, ni modifié, ni développé de produits (368 entreprises).



De façon générale, les entreprises qui recourent au design industriel (groupe B) utilisent plus fréquemment les différents types de propriété intellectuelle. Plus spécifiquement, les entreprises de ce groupe qui utilisent entre un et six propriétés intellectuelles utilisent davantage les brevets et les marques de commerce que les dessins industriels et ce, dans des proportions allant du simple au double. D'ailleurs, ces proportions sont deux fois plus élevées que celles observées pour l'ensemble de l'échantillon (groupe A). Enfin, dans tous les groupes, les entreprises détenant plus de six propriétés intellectuelles d'un type donné sont rares.

4.3 – Effets du design industriel

Dans le cadre de l'enquête, les 131 entreprises qui ont eu recours au design industriel depuis 2003 ont attribué dix effets de cette discipline sur leur entreprise. Le tableau 9 présente les résultats selon l'importance accordée par les entreprises à chaque effet évalué.

Tableau 12 – Effets attribués à l'utilisation du design industriel

Principaux effets évoqués ⁷	Pourcentage de répondants
Augmentation de la créativité	72 %
Diversification de la gamme de produits	61 %
Augmentation du chiffre d'affaires	57 %
Développement d'une culture de la qualité	57 %
Pratique de la veille technologique et concurrentielle	47 %
Mise en place de nouvelles méthodes de travail	44 %
Augmentation des exportations	42 %
Mobilisation des équipes internes	38 %
Décloisonnement des services	33 %
Augmentation du nombre d'emplois	33 %

Cette question s'adresse à 131 entreprises.

Ainsi, 72 % des entreprises qui ont eu recours au design industriel lui attribuent un effet positif notable du point de vue de la créativité en entreprise. D'autres effets positifs comme la diversification de la gamme de produits (61 %), une augmentation du chiffre d'affaires (57 %) et le développement d'une culture de la qualité (57 %) ont été attribués par une majorité d'entreprises.

⁷ Peuvent avoir été mentionnés plus d'une fois.



Parmi les 131 entreprises ayant eu recours au design industriel, le retour sur l'investissement est anticipé de la façon suivante :

- dans moins d'un an pour 29 % des entreprises ;
- entre un et trois ans pour 37 % des entreprises ; et
- entre trois et cinq ans pour 20 % des entreprises.

Ainsi, deux entreprises sur trois croient qu'investir en design industriel peut être rentable en moins de trois ans. Toutefois, le sondage ne révèle pas de différence significative, quant aux effets sur le chiffre d'affaires et sur le nombre d'emplois, entre les entreprises utilisatrices et les non utilisatrices du design industriel. Ce résultat tend à démontrer que d'autres facteurs, comme la fluctuation du taux de change et la concurrence des pays à bas coûts de production, affectent aussi la performance des entreprises en matière de croissance du chiffre d'affaires et de l'emploi.

Bien que l'utilisation du design industriel ne soit pas très répandue au Québec, plusieurs répondants, parmi les 1 002 entreprises, se montrent intéressés par des activités visant à mieux connaître le design industriel, à utiliser les services de designers ou à promouvoir le design québécois.

- | | |
|---|------|
| • Participer à une formation sur le design industriel destinée aux dirigeants d'entreprises | 33 % |
| • Collaborer avec des étudiants pour leurs projets de fin d'études | 32 % |
| • Visiter les expositions des finissants en design industriel (universités et cégeps) | 30 % |



Conclusion

Qu'il soit utilisé ou non, le design industriel est reconnu par une majorité de dirigeants comme un atout additionnel pour une entreprise. D'une part, selon les 131 dirigeants d'entreprises qui y ont eu recours, son utilisation permettrait de percevoir les effets suivants sur leur entreprise : augmentation de la créativité, diversification de la gamme de produits, augmentation du chiffre d'affaires et développement d'une culture de la qualité. Selon eux, ces effets auraient des incidences sur le succès de leur entreprise. Dans cet esprit, l'enquête révèle que très peu d'entreprises abandonnent le recours au design industriel. D'autre part, parmi les 1 002 entreprises utilisatrices et non utilisatrices, une majorité de dirigeants estiment que le design industriel peut favoriser l'augmentation de la valeur du produit, l'amélioration de l'ergonomie, l'adaptation à l'usage et l'influence sur l'image de marque de l'entreprise, confirmant ainsi la valeur du design industriel.

L'une des hypothèses que le sondage voulait vérifier portait sur l'impact positif du design industriel sur la progression du chiffre d'affaires et des emplois des entreprises. Les résultats du sondage ne permettent pas de démontrer, sur le plan statistique, de corrélation entre l'utilisation du design industriel et l'augmentation du chiffre d'affaires, de même qu'entre l'utilisation du design industriel et la croissance des emplois. Ce fait peut s'expliquer par l'influence d'autres variables que le design industriel, comme le taux de change, la présence de concurrents, l'adoption de meilleures pratiques d'affaires par les entreprises ainsi que leur performance dans d'autres fonctions. Toutefois, soulignons que 57 % des entreprises qui ont recours au design industriel lui attribuent un effet positif quant à l'augmentation de leur chiffre d'affaires. Ce résultat démontre donc de façon qualitative la perception positive de l'effet du design industriel sur les résultats de ces entreprises.

Les occasions d'accroître l'intégration du design industriel existent dans les entreprises québécoises, car ce sont les besoins du marché qui, dans la moitié des cas, ont justifié son recours. De plus, près des deux tiers de l'ensemble des entreprises sondées ont amélioré ou développé un ou plusieurs produits sur un horizon de trois ans. Cela montre un certain intérêt pour un bon nombre d'entreprises à l'égard d'une démarche d'innovation. À cet effet, le design industriel peut les aider à innover en les faisant se positionner davantage en amont des tendances.



Le design industriel, lorsqu'il est effectué à l'interne, relève souvent des fonctions de la R-D, de l'ingénierie ou directement de la direction générale de l'entreprise. Le président-directeur général de l'entreprise est très souvent engagé dans les activités d'amélioration ou de développement de nouveaux produits. Cette dernière caractéristique est observée chez les PME et laisse supposer que ces activités revêtent un caractère stratégique au sein des entreprises.

Deux industriels sur trois escomptent un retour sur l'investissement des dépenses en design industriel dans un horizon de trois ans, et dans moins d'un an pour près du tiers des industriels. Cela signifie que plusieurs entreprises estiment que l'investissement en design industriel peut être rentable à court terme.

En matière de propriété intellectuelle, les entreprises qui recourent au design industriel et qui utilisent entre un et six types de propriété intellectuelle, utilisent davantage les brevets et les marques de commerce que les dessins industriels et ce, dans des proportions allant du simple au double. D'ailleurs, ces proportions sont deux fois plus élevées que celles observées pour l'ensemble de l'échantillon. En outre, elles y recourent plus souvent que les entreprises qui ne traitent pas avec un designer industriel.

Depuis plus de vingt ans, le gouvernement du Québec soutient les entreprises qui utilisent le design industriel pour se démarquer. Le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE) poursuit ses efforts en appuyant l'intégration et l'utilisation du design industriel par le crédit *d'impôt au design industriel*, de même que par la nouvelle mesure *Design-Innovation*, laquelle soutient la valorisation et la promotion internationale du design québécois. Le MDEIE entend accentuer son appui en offrant, à compter du printemps 2008, une formation intitulée *Meilleures pratiques d'affaires* sur le design industriel. Ainsi, en encourageant le recours au design industriel, notamment par une plus grande accessibilité et par la diffusion de ses avantages auprès des entreprises manufacturières, le MDEIE favorise la compétitivité des entreprises et, du coup, le développement économique du Québec.



Annexe

Chiffres clés par industrie manufacturière

Note: Ces données statistiques sont mentionnées à titre indicatif seulement. En effet, l'échantillon de l'enquête n'a pas été stratifié pour obtenir un niveau de fiabilité qui permet la diffusion des données par industrie manufacturière.



Produits en bois

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	31	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	7,6 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	42 %	37 %
Effectif moyen	42	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	55 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	58 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	16 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	6 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	10 %	7 %
Ont abandonné le design	0 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	13 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	3 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	40 %	40 %	20 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Plastique et caoutchouc

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	80	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	12,5 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	36 %	37 %
Effectif moyen	49	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	59 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	53 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	19 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	9 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	10 %	7 %
Ont abandonné le design	0 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	13 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	6 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	53 %	40 %	6 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Produits minéraux non métalliques

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	53	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	4,8 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	30 %	37 %
Effectif moyen	26	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	47 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	45 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	9 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	2 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	8 %	7 %
Ont abandonné le design	0 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	8 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	6 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	60 %	40 %	0 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Fabrication de produits métalliques

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	264	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	9,4 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	35 %	37 %
Effectif moyen	33	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	51 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	44 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	10 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	3 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	7 %	7 %
Ont abandonné le design	0,4 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	8 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	3 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	59 %	33 %	3 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Fabrication de machines

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	162	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	17,6 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	35 %	37 %
Effectif moyen	51	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	61 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	53 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	15 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	7 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	7 %	7 %
Ont abandonné le design	0 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	9 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	7 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	37 %	37 %	12 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Produits électroniques

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	53	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	27,3 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	53 %	37 %
Effectif moyen	31	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	57 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	55 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	21 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	4 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	17 %	7 %
Ont abandonné le design	0 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	19 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	2 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	54 %	18 %	9 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Matériel et composants électriques

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	38	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	42 M \$	14, 5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	38 %	37 %
Effectif moyen	78	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	62 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	61 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	16 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	8 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	8 %	7 %
Ont abandonné le design	0 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	5 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	11 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	66 %	33 %	0 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Matériel de transport

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	56	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	16,9 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	35 %	37 %
Effectif moyen	22	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	61 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	66 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	18 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	7 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	9 %	7 %
Ont abandonné le design	0 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	9 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	14 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	50 %	40 %	10 %
Total des entreprises ayant eu recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Fabrication de meubles et de produits connexes

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	152	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	10,6 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	34 %	37 %
Effectif moyen	38	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	46 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	47 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	9 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	5 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	3 %	7 %
Ont abandonné le design	0,6 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	6 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	4 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	79 %	7 %	0 %
Total des entreprises ayant recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



Activités diverses de fabrication

	Répondants de l'industrie manufacturière	Échantillon total
Nombre d'entreprises	107	1 002
Chiffre d'affaires moyen de la dernière année financière	13,8 M \$	14,5 M \$
Pourcentage du chiffre d'affaires à l'exportation	42 %	37 %
Effectif moyen	109	47

Ont amélioré/modifié des produits existants	59 %	54 %
Ont développé de nouveaux produits	52 %	50 %
Ont fait appel à un designer industriel	11 %	13 %
Ont recours systématiquement au design	6 %	5 %
Ont recours occasionnellement au design	5 %	7 %
Ont abandonné le design	0,9 %	0,3 %
Ont fait appel à un designer externe	9 %	9 %
Emploient au moins un designer à temps plein	4 %	5 %

Évolution des dépenses en design au cours des trois prochaines années	En hausse	Stable	En baisse
Répondants de l'industrie	50 %	50 %	0 %
Total des entreprises ayant recours au design industriel	52 %	36 %	9 %



*Développement
économique, Innovation
et Exportation*

Québec 