



**HAL**  
open science

## L'activité de design définie par la représentation visuelle

Marie-Julie Catoir-Brisson, Thomas Watkin

### ► To cite this version:

Marie-Julie Catoir-Brisson, Thomas Watkin. L'activité de design définie par la représentation visuelle. *Activités*, 2024, 21-1, 10.4000/activites.9557 . hal-04557571

**HAL Id: hal-04557571**

**<https://hal.science/hal-04557571v1>**

Submitted on 22 May 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0  
International License



**Activités**

21-1 | 2024

Représenter l'activité dans la conception

---

# L'activité de design définie par la représentation visuelle

*Design activity defined through visual representation*

Marie-Julie Catoir-Brisson et Thomas Watkin

---



## Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/activites/9557>

DOI : [10.4000/activites.9557](https://doi.org/10.4000/activites.9557)

ISSN : 1765-2723

## Éditeur

ARPACT - Association Recherches et Pratiques sur les ACTIVités

Ce document vous est offert par Université de Nîmes - Bibliothèque



## Référence électronique

Marie-Julie Catoir-Brisson et Thomas Watkin, « L'activité de design définie par la représentation visuelle », *Activités* [En ligne], 21-1 | 2024, mis en ligne le 15 avril 2024, consulté le 22 mai 2024. URL : <http://journals.openedition.org/activites/9557> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/activites.9557>

---

Ce document a été généré automatiquement le 16 avril 2024.



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

---

# L'activité de design définie par la représentation visuelle

*Design activity defined through visual representation*

Marie-Julie Catoir-Brisson et Thomas Watkin

---

**Remerciements :** nous tenons à remercier tous les designers qui ont participé à cette enquête et nous ont accueillis sur leurs lieux d'activité : Rémi Bourganel, Nicolas Chauveau, Antoine Fenoglio, Bastien Kerspern, Sophie Krawczyk, Yoan Ollivier, Vincent Pujos, Yves Rinato, Benjamin Servet, Emmanuel Thouan.

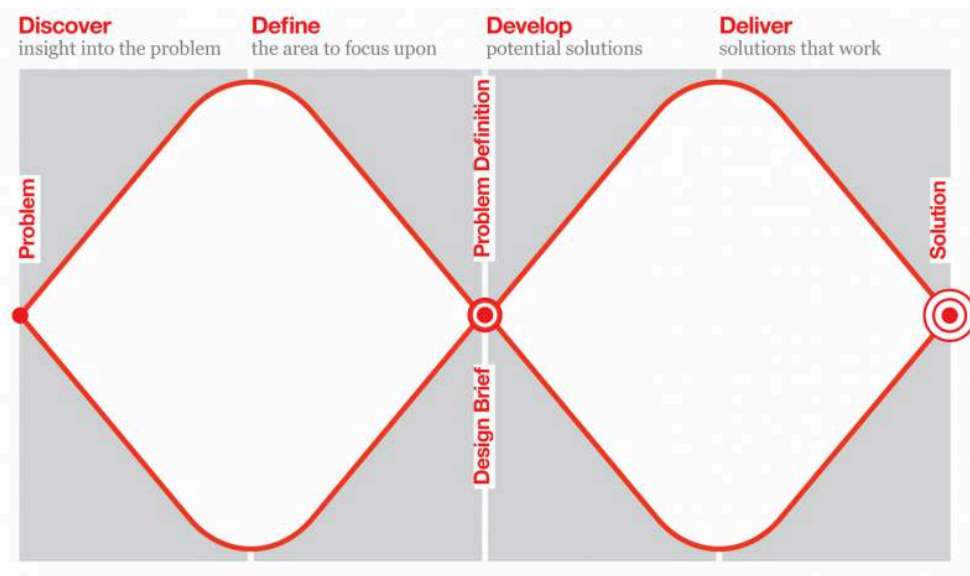
## Introduction

- 1 La culture visuelle dans les pratiques de conception constitue chez les designers autant un mode communicationnel de projet pour soi et ses clients qu'un outil pour concevoir. Cette culture particulière de la conception par la représentation<sup>2</sup> visuelle incarne une « culture du design » (Julier, 2013) malgré la multiplicité des activités des designers et du design. Elle se déploie et circule par l'adoption de normes et de codes et par l'appropriation du langage visuel.
- 2 Notre article vise à comprendre la manière dont les designers se représentent leur activité de conception, par cet « agir créatif » reconnaissable chez les concepteurs designers du design social au design fiction. Plus spécifiquement, les représentations sociales et visuelles qui émanent de l'activité des designers interrogent leur utilisation de la représentation visuelle pour faire état de leurs pratiques et de leurs activités. Le designer mobilise le visuel dans la conception comme mode de communication de projet, de pensée ou d'objet. La diversité des représentations pour représenter sa propre pratique caractérise cette identité de conception à l'instar des architectes par exemple<sup>3</sup>. L'usage du schéma dénommé « double diamant » qui a fortement circulé chez les designers depuis sa création à partir du début des années 2000 nous interroge sur leur activité en s'y référant ou se mettant à distance. La circulation de ce schéma dans le secteur professionnel a servi de point de départ à la réflexion critique sur celui-ci,

pour élargir la réflexion sur les modes de représentation de l'activité du design, par l'enquête avec des designers en activité. La lecture linéaire de gauche à droite de ce schéma composé de deux losanges invite à expliquer un processus de conception depuis l'immersion jusqu'aux livrables, alternant convergence (synthèse) et divergence (ouverture) (Figure 1). Nous interrogeons à partir de ce schéma codifié les représentations de cet agir créatif par d'autres éléments visuels pouvant mieux exprimer ou « représenter » l'activité de leur travail. Le double diamant nous a permis de questionner l'activité du design – entendue comme une pratique professionnelle basée sur une culture de conception spécifique (Vial & Watkin, 2021 ; Zacklad & Catoir-Brisson, 2021) – par d'autres modes de représentation visuelle, au-delà de celui-ci.

- 3 Nous proposons d'étudier l'activité du design telle qu'elle est définie par les designers, en considérant l'activité par le prisme des domaines d'activité dont ils se réclament eux-mêmes et qui dessinent le périmètre de leur action. Cette particularité propre à la conception du designer provient de ce rapport étroit entre une identité spécialisée de travail et la réalisation de celui-ci. S'il existe des points communs et des segments professionnels entre les designers, il ressort néanmoins une individualisation des pratiques mobilisant la créativité et la démarche de projet. Pour aborder le thème de la représentation de l'activité dans la conception, nous proposons de comprendre l'activité du design comme une culture de conception spécifique, en nous intéressant à la manière dont elle est définie par les designers eux-mêmes et par des représentations à la fois sociales et visuelles associées au design (comme des schémas, visuels et objets). Ces représentations circulent dans la pratique et la culture professionnelles du design et expliquent ces effets normatifs construits par les designers et les institutions sur les pratiques de design (Julier, 2013).
- 4 Notre problématique est la suivante : quelles sont les spécificités de l'activité de conception du designer ? Et dans quelles mesures la culture visuelle et matérielle du design joue-t-elle un rôle dans les représentations sociales, mentales et graphiques de leur propre activité ? Pour répondre à ce questionnement, la démarche méthodologique se base sur la réalisation d'entretiens semi-dirigés auprès de dix designers afin de mieux saisir la manipulation du visuel dans leur activité de conception. Les entretiens ont été réalisés en 2023 avec des designers qui développent des pratiques contemporaines de design (design de services, design d'interaction et design du *care* et des politiques publiques, design fiction). Ils nous ont permis d'expliquer l'activité par l'usage de la représentation visuelle. Nous avons ainsi confronté les designers à la représentation visuelle du double diamant comme schématisation normative de l'activité du design pour comprendre leur représentation cognitive de leur activité du fait de leur positionnement et leurs réactions. Nous nous appuyons aussi sur une revue de littérature envisagée à partir des questions suscitées par la représentation de l'activité du design en tant que culture professionnelle, pour appréhender l'ethos du designer par ces habitudes (basées sur une culture professionnelle et une culture de conception propres).

Figure 1 : Le double diamant<sup>4</sup>.  
 Figure 1: The Double Diamond



British Design Council, 2004

## 1. Le design : une activité de conception en évolution ces dernières années

### 1.1 Voir et représenter l'évolution d'une pratique de conception

- 5 Parmi les métiers de la conception, le design recouvre des pratiques professionnelles diverses du projet (architecture, urbanisme, paysagisme, etc.) et émerge par l'identité de designer de l'« esthétique industrielle » (Le Bœuf, 2006) d'une pensée des objets et de leurs fonctionnalités. Le « beau est utile » a longtemps été porté par cette identité du métier de designer alors que les pratiques dites de design ont depuis évolué. Le modèle de « l'éclipse » du projet développé par Alain Findeli et Rabah Bousbaci évoque une évolution et morphologie du design évoquant en filigrane l'être du designer (Findeli & Bousbaci, 2005). Dans le panorama actuel des pratiques de design, un effet de spécialisation des pratiques sur les identités se renforce notamment par les formations et l'institutionnalisation du domaine pluriel du design. Ce processus, que l'on pourrait nommer de professionnalisation en cours, semble trouver des causes dans l'implication progressive du design et des designers dans la sphère publique (espace public, politiques publiques, intérêt public) et investir les formes d'innovations publiques et sociales (Weller & Pallez, 2017 ; Manzini, 2007, 2015 ; Scherer & La 27<sup>e</sup> Région, 2015). D'autres formes de design voient le jour, comme des missions liées à l'environnement (transformation design, transition design). Enfin, les technologies et le design d'interface accompagnent ces tendances et cheminements empruntés par les designers. La notion de service design irrigue cette diversité à resituer le destinataire du projet dans un cadre de narration des futurs, d'économie et durabilité, d'implication et d'engagement.
- 6 Le regard porté par la recherche sur les pratiques de conception et plus spécifiquement sur celles du designer a mis en lumière cette « attitude » et culture du design

(Michlewski, 2015). C'est par le prisme général mais transversal de la culture que la pratique est investie, observée (Vial & Watkin, 2021). La culture de conception propre au design a, quant à elle, été analysée par d'autres prismes que celui de la sociologie des cultures professionnelles, en privilégiant une perspective épistémologique centrée sur l'élucidation de l'activité de conception du designer, principalement sur le plan cognitif et méthodologique. Fondateur du premier département de recherche en design au Royal College of Arts de Londres, Bruce Archer a étudié la spécificité de ce qu'il appelle le « *designerly way of knowing* », considérant le design comme une « troisième culture » éducative aux côtés des humanités et des sciences (Archer, 1979), tandis que Nigel Cross (2001, 2007) ou Kees Dorst (1997) ont étudié le mode de pensée propre aux designers (« *designerly way of thinking* » ou « *design thinking* »), avec un accent mis sur l'étude du processus de design (Dorst, 2008). Certaines études récentes basées sur des entretiens de concepteurs et designers abordent des enjeux d'identité professionnelle, mais ces études ne vont pas au-delà du vécu de l'activité professionnelle (Adams *et al.*, 2011 ; Björklund *et al.*, 2020). L'identité professionnelle du designer et l'activité de design ont notamment été définies et comprises par des chercheurs en design (Hatchuel & Weil, 2008), mais plus rarement par les designers eux-mêmes.

- 7 L'analyse organisationnelle articulée aux pratiques a été étudiée par Sophie Dubuisson et Henri Hennion pour évoquer cette spécialité d'envisager les usages comme un objet à interroger plus qu'un objet à observer (Dubuisson & Hennion, 1996). La perspective donnée aux sciences de gestion et à celles de l'information et de la communication a investi le design comme champ d'observation et d'analyse des pratiques. Cette multiplicité de pratiques émergentes manifeste cette adaptation du designer dans le monde dans lequel il évolue. Comme l'indique Norman Potter, « les libertés d'un designer témoigneront pour une large part des valeurs de la société dans laquelle il travaille » (Potter, 2018, p. 39). Pour se justifier autant que faire preuve de créativité, la matérialité de la représentation accompagne cette évolution de la culture du designer. Représenter stabilise autant que propulse l'action de design et les valeurs du designer, ses croyances et les missions qu'il se donne.
- 8 La question de la représentation est au cœur de la pratique du designer et s'inscrit aussi dans l'étymologie du terme « design » qui englobe à la fois le dessin (pratique de représentation) et le dessein (intentionnalité dans la représentation). Elle se retrouve dans la multiplicité des images et médias, schémas mobilisés par les designers contemporains que nous avons souhaité rencontrer, pour faire comprendre leur projet.

## 1.2 L'importance des représentations (sociales, mentales, graphiques) dans l'activité du design

- 9 Le recours à la représentation visuelle est un préalable à toute œuvre en design. L'apprentissage du dessin occupe une place centrale dans la formation du designer, depuis le Bauhaus jusqu'aux formations contemporaines en design d'interaction. Les représentations sociales sont aussi nombreuses sur le designer, attaché à la figure de l'ingénieur-artiste et trop souvent réduit à celle du créateur de beaux objets. Ces représentations sociales sont produites par d'autres acteurs que les designers, et il semble pertinent de s'intéresser davantage aux représentations mentales que les designers produisent eux-mêmes sur leur propre activité. C'est notamment ce que nous

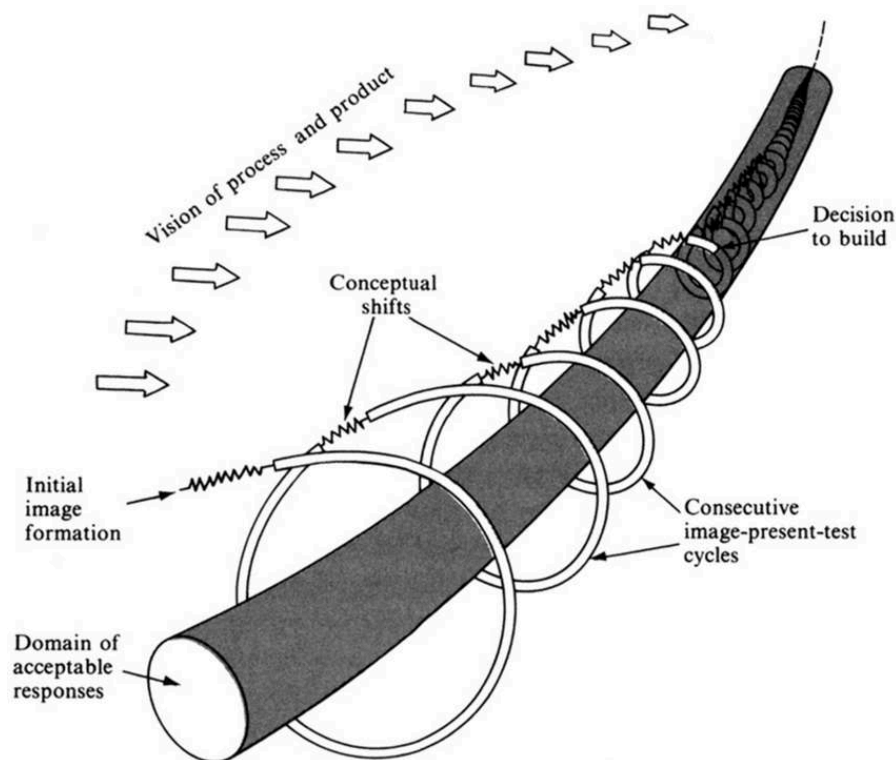
avons tenté de développer dans les entretiens pour combler un manque d'enquête sur ce sujet.

- 10 L'activité du design se caractérise par une culture visuelle et matérielle spécifique incarnée dans des objets de médiation qui façonnent les interactions sociales par le design. Dans cette culture de conception spécifique, les représentations, qu'elles soient sociales, mentales ou graphiques, jouent un rôle important, à la fois dans les interactions avec d'autres acteurs du projet : les commanditaires, clients, ou partenaires quand il s'agit de projets collaboratifs ou participatifs. D'autant qu'au processus de *design thinking* est aussi souvent associé un processus de *design doing*, qui passe par de multiples matérialités médiatiques (de la maquette papier aux wireframes) pour incarner les pistes de solutions sous la forme d'un objet, d'un service ou d'un système. Le design intervient en particulier dans des projets qui nécessitent de résoudre des problèmes de conception en lien avec l'action collective, par la mise en place de méthodes sensibles et créatives (Dorst & Cross, 2001) pour susciter le dialogue, prototyper les idées et matérialiser les pistes de solutions dans les livrables adaptés aux destinataires, au-delà de la recherche académique (citoyens, professionnels, décideurs politiques, etc.). Avec les chercheurs, les designers développent « des tactiques, un savoir-faire pour équiper la conversation, par la création de supports de médiation et de communication pour instaurer des rituels, en vue de mettre en place une coopération dialogique » (Deni & Catoir-Brisson, 2019).
- 11 Les méthodes visuelles, créatives et narratives constituent ainsi les supports privilégiés de la médiation par le design (Catoir-Brisson, 2018) : elles sont au centre de l'interaction entre les différents participants pour définir ensemble les solutions les plus adaptées et les incarner dans des situations d'usage. Dans les enquêtes qualitatives, les méthodes visuelles sont mobilisées comme support de discussion et d'élicitation des expériences vécues. Et dans le design d'interaction, elles sont utilisées pour concevoir les dispositifs de médiation permettant de faire participer les acteurs à la conception de services numériques. La particularité de l'activité de design réside ainsi dans le fait d'associer une activité de conception à une pratique expérimentale, qui passe par différentes formes et formats de création. C'est aussi cette culture visuelle qui permet de construire un dialogue avec les destinataires multiples des activités du designer à partir de supports, médias et objets tangibles, pour se projeter dans les possibles et faire des choix.
- 12 Les modes de représentation du design s'appuient sur une culture hybride, en recourant à de multiples matérialités médiatiques (y compris en réinvestissant d'autres pratiques de représentation comme le storyboard issu de la vidéo) pour soutenir le processus dynamique de la communication entre les acteurs d'un projet et accompagner la prise de décisions. Dans le design participatif, différentes méthodes visuelles, voire sensorielles sont mobilisées pour appréhender des situations complexes (comme la photographie ou la vidéo, mais aussi des dispositifs impliquant le toucher ou l'odorat). La maîtrise des méthodes et outils de représentation des idées, de même que la capacité à les matérialiser sous forme tangible, est orientée vers la recherche de solutions collectivement négociées. La manipulation de données tangibles se déploie aussi dans la co-conception pour s'appropriier les connaissances et expériences partagées, par exemple sous la forme d'expositions.
- 13 On peut enfin observer que le design est une activité de conception qui se caractérise par sa dimension réflexive et se manifeste au travers d'une culture de la graphique et

du diagramme, notamment pour représenter les processus de conception différemment des méthodes de gestion de projet traditionnelles, issues des sciences de gestion ou des sciences de l'ingénieur. Cette activité de conception se caractérise ainsi par une culture graphique de la représentation de la méthodologie de projet du design comme le montre la circulation, au-delà de la sphère professionnelle du design, du modèle du double diamant diffusé par le British Design Council (2004) ou des schémas proposés par IDEO sur le design thinking (Brown, 2009). Ces exemples paradigmatiques de la pensée design sont largement relayés dans la sphère sociale. Pourtant, il existe toute une culture plus ancienne de la représentation graphique de la méthodologie de projet impliquant une conception cognitive du projet. Par exemple, le diagramme de Zeisel (1981), représentant l'activité processuelle du design par la forme d'une spirale, ouvrait déjà la voie à des approches itératives et non linéaires de la pratique du projet (Figure 2). On peut aussi observer dans les légendes qui accompagnent cette représentation graphique, que les images mentales et la culture visuelle jouent un rôle important dans le processus de conception, qui débute par la « formation d'une image initiale » du projet.

Figure 2 : La spirale de développement du design par Zeisel (1981).

Figure 2 : Zeisel's development spiral (1981)



- 14 Après avoir précisé la manière dont nous définissons l'activité du design, ainsi que l'importance des représentations sociales, mentales et graphiques dans cette culture de conception, nous explicitons les conditions méthodologiques de notre enquête.



## 2. Enquêter sur le design auprès de designers par le prisme des représentations

### 2.1 Enquêter par la sociologie des pratiques et les méthodes visuelles

- 15 Le terrain d'étude du design et de professionnels œuvrant dans des entreprises dont les modes d'organisation sont à l'image de leur travail : l'expérimentation créative, la matérialisation. Pour cette raison, nous n'avons pas fait le choix d'une distinction entre travail prescrit et travail réel : nous avons préféré circonscrire des modes de faire et des logiques d'action de l'activité de design dans une perspective sociologique, rarement mobilisée pour étudier le design. C'est aussi la manière dont nous définissons l'activité, comme un récit cognitif des actions et des représentations mentales d'images opératives, schémas, gestes, décisions, sémantique et langage. Cet ensemble incarne, par ce « couplage structurel » du designer, sa propre activité d'une situation qu'il se crée et d'un cadre qui le contraint. Le système général du travail du designer embrasse donc un milieu dans lequel il évolue, se pose et manie des outils de représentation, utilise l'espace pour représenter et communiquer, interagit et dialogue et où son lieu d'activité s'ancre, s'installe et se déplace. Le traitement issu de notre enquête cherche à identifier une « culture professionnelle » (Vial & Watkin, 2021) des designers par le prisme des représentations. Cette démarche sociologique s'appuie sur la comparaison de données et l'analogie, ainsi que la construction narrative des hypothèses dans une perspective constructiviste (Berger & Luckmann, 1966). Néanmoins, elle ne prétend pas penser les liens féconds dans la démarche des designers ou faire intervenir des données diverses ou à d'autres niveaux (Watkin, 2022).
- 16 Nous avons choisi d'enrichir notre enquête, au-delà des productions verbales, par la mobilisation de méthodes visuelles (Banks, 2001 ; Mannay, 2015). Quand les entretiens se déroulaient au sein des agences et studios des designers, la discussion était souvent stimulée par des supports visuels affichés sur les murs de leurs locaux, ou directement sur leurs ordinateurs, issus de diaporamas pour leurs commanditaires, de livres ou de leurs sites web. Nous nous sommes appuyés sur un diagramme particulier pendant les entretiens, pour faire réagir les designers sur cette représentation visuelle de l'activité du design comme méthode de gestion de projet au travers du modèle du double diamant.
- 17 Nous avons d'ailleurs noté que pour certains designers, la représentation graphique est un mode d'action du designer en situation de projet comme en situation d'entretien. Aussi, la parole en entretien était accompagnée par la présentation ou le commentaire de visuels produits dans le cadre de projets spécifiques, difficilement accessibles après les entretiens.
- 18 Cette limite à l'enquête visuelle met aussi en relief une spécificité de l'activité du design, qui vise à la création et à la diffusion de ces supports visuels propres à chaque projet.
- 19 Ainsi, nous avons mobilisé les méthodes visuelles dans l'entretien parce qu'elles « offrent la possibilité aux participants de s'exprimer à partir de plusieurs matériaux qu'ils peuvent mobiliser de manière libre » (Catoir-Brisson & Jankeviciute, 2014). Et

nous avons mené des analyses complémentaires post-entretiens sur certains visuels mentionnés par les designers pendant les entretiens.

## 2.2 Du récit d'une enquête à la collecte des données

- 20 Plusieurs expériences nous ont menés à collecter des données et à nous engager sur un terrain d'enquête. Notre interrogation sur les modes de représentations prend naissance lors d'un atelier collaboratif<sup>5</sup> durant un colloque international de design (European Academy of Design n° 13, Dundee) en 2019 (Catoir-Brisson & Watkins, 2019). Il était proposé à des participants à cet atelier de questionner leurs pratiques de design au vu de l'utilisation du « double diamant », initialement conçu par le Design Council pour la communauté professionnelle des designers. Cette représentation visait à donner une ligne de conduite par une démarche schématisée. Dans une dynamique collaborative, cet atelier a permis la délibération nécessaire des designers pour se positionner face au schéma du double diamant. La douzaine de participants ont pu exposer oralement leur interprétation du schéma et la manière dont celui-ci correspond ou non au projet de design. Il en résultait des contradictions dont nous avons souhaité approfondir le sens dans cette contribution : d'une part que la représentation visuelle constituait un appui utilisé pour penser et concevoir le projet, et d'autre part qu'il était limitatif et décontextualisé. Ces résultats ont fait germer des hypothèses sur le croisement de l'énonciation de l'activité et des représentations visuelles et formelles pour mieux saisir cette contradiction. Nous avons ainsi eu envie de prolonger nos réflexions en enquêtant auprès des designers eux-mêmes.
- 21 Nous avons mené des entretiens semi-directifs avec dix designers dans trois bassins métropolitains en France (Paris, Nantes et Montpellier) entre l'automne 2022 et l'hiver 2023, sur la manière dont ils se représentent leurs pratiques et la spécificité de l'activité de conception du design. Le contexte spécifique de cette création de l'activité, du design et des designers rencontrés constitue pour notre enquête le périmètre méthodologique par lequel la représentation émerge par la verbalisation et l'énonciation réflexive et rétrospective de leur activité de travail. Nous avons choisi de mener des entretiens avec des designers s'inscrivant dans des pratiques contemporaines du design comme le design de services, le design social, ou encore le design fiction. Ces pratiques peuvent se décliner sous diverses formes et employer des approches différentes dans ces domaines d'activités de travail : plus stratégique ou plus collaborative. Notre sélection a donc pris le parti de ces pratiques émergentes et peu représentatives des domaines d'activités du design (à l'instar du design produit ou du design graphique) qui offrent des interrogations renouvelées sur les modalités de représentations graphiques, de modélisations, d'interactions et de communication par le design. Aussi, nous avons orienté notre choix sur des designers qui portent un intérêt pour des formes de solidarités sociales et environnementales.
- 22 Nous avons d'abord établi les premiers contacts avec certains designers à l'occasion d'un événement national en septembre 2022 : la France Design Week, dans les trois zones urbaines de notre enquête en France. Nous avons mené ces entretiens sur le lieu d'activité des designers, qu'il s'agisse d'une agence, d'un studio ou dans un espace de co-working pour l'un d'entre eux, en free-lance au moment de l'entretien.
- 23 L'entretien était construit progressivement en trois parties (Tableau 2) qui nous ont servi de base de comparaison pour l'analyse thématique des représentations de

l'activité du design par les designers. La première partie de l'entretien portait sur la définition de l'activité de design propre à chacun, selon son parcours et son positionnement actuel au sein de son agence ou studio. Les domaines d'activités, outils et méthodes de travail ont ainsi été abordés pour comprendre leurs représentations sociales et professionnelles sur leur activité. La deuxième partie visait à les amener à préciser la représentation de leur activité en interne au sein de leur équipe, et en externe avec les partenaires, clients ou commanditaires. Il s'agissait à la fois de représentations mentales et visuelles quand elles concernaient des formes de communication visuelle mobilisées en situation de projet. La troisième partie portait en particulier sur les représentations graphiques de leur activité en situation de projet, comme en dehors du projet, par exemple sur les supports de communication. C'est à ce moment que nous avons choisi de mobiliser le diagramme du double diamant, pour saisir le lien entre ce visuel et ce qu'il disait sur leur propre activité de conception. Nous avons utilisé les techniques classiques de relance (Blanchet & Gotman, 2010, pp. 83-88) pour amener les participants à analyser les visuels mobilisés durant l'entretien, qu'il s'agisse du schéma du double diamant que nous leur proposons ou des visuels qu'ils présentaient ou produisaient pendant l'entretien (photos, dessins, schémas) pour accompagner leur discours. « Ces visuels auto-crésés (*self-representation*) » (Catoir-Brisson & Jankeviciute, 2014) ont permis aux participants de s'exprimer plus facilement sur leurs pratiques.

### 3. Résultats de l'enquête : des représentations diversifiées mais convergentes sur l'activité du design

- 24 Cette démarche d'enquête prenant appui sur la réalisation d'entretiens nous amène ici à faire état de la manière dont la représentation façonne l'activité du design : d'un point de vue narratif et d'un point de vue visuel et matériel. Nous proposons in fine une synthèse de cette posture des designers engageant ces représentations dans leurs activités.

#### 3.1 Des domaines d'activités à la narration de l'activité propre au design par les designers

- 25 Nos entretiens ont personnifié des agences de design et des organisations, dont nos interlocuteurs, principalement leur représentant, fondateur, sociétaire, deviennent les porte-voix. Pour cela, la mise en récit de l'activité employée par les designers passe autant par un récit rétrospectif que par une volonté affichée de se ranger dans une catégorie. L'utilisation du « nous » pour traiter de son activité indique cette confusion et ce sentiment d'appartenance à mettre sa propre pratique au second plan et favoriser cette présentation de « soi » comme un collectif. C'est souvent cet entrelacs narratif du parcours biographique du designer mêlé à celui d'une agence avec la présentation de soi qui évoque ce portrait général de « ce que je fais » et de « de ce que nous sommes ».
- 26 Les domaines d'activités cités sont attachés aux « métiers » (2)<sup>6</sup> de l'agence ou à des « pôles » (6) correspondant à des catégories reconnues du design que nous avons recherchées dans notre enquête (design de service, design des politiques publiques, design produit, design d'interaction UX et UI, design fiction). Mais ce qui relève plus précisément du domaine tient à l'utilité selon eux de ces pratiques (« métiers » ou

« pôles »). Ces apports s'expriment comme un « positionnement stratégique » (6), « un développement » (8) ou encore « des disciplines » (1). Ces domaines sont pour eux des savoirs spécialisés qui répondent à des secteurs d'activités (leurs clients). Cette autonomie et personnalisation à nommer ces domaines en fonction de ce que l'on fait et ce que l'on souhaite que son action soit (son utilité) indique ce besoin d'indépendance à toute prescription dans le travail. Le langage utilisé peut ainsi présenter un affichage en listant l'ensemble des domaines que recouvre l'agence, mais peut aussi au contraire rendre compte de domaines plus « flous », pour mettre en avant « cette logique de passage » (2) d'une pratique à une autre. Cette évolution de l'activité racontée semble déterminer le récit de ces domaines, entendus dès lors comme des « compétences », voire des « outils » et des « méthodes ».

- 27 La méthode est mise en avant comme une maîtrise et un acquis d'expérience s'appuyant sur des savoirs techniques et des outils. Les étapes de travail par lesquelles les designers que nous avons rencontrés mettent en place un projet, pensent et agissent mentionnent « l'observation » comme une étape clé d'amorce et de point de départ. En « intervenant en amont sur un cahier des charges par l'idée comme un leitmotiv » (6), en « se donnant les moyens de redéfinir la commande » (3) l'observation devient une étape essentielle. Les étapes suivantes faisant méthode pour les designers correspondent à un processus classique menant un projet : la co-conception, le prototypage, le test. Cet accent donné à la co-conception tient en partie aux pratiques des designers mettant en avant une approche dite « centrée usager » où la notion de service irrigue l'ensemble des domaines. La présentation que font nos enquêtés de cette « méthode » d'une activité de travail se confond aux « outils », terme souvent utilisé par le designer pour expliquer autant le moyen comme la fin de son activité. Comme le souligne un designer de service, l'outil sert à « canaliser le processus créatif en fonction du public » (6). L'activité se représente dans leur langage par cette « boîte à outils » comme artefact technique et d'ingénierie créative.
- 28 La structuration des agences (petites et moyennes entreprises, de statuts divers : EURL, SARL, SA) façonne leur organisation, ainsi que la distribution des tâches. Il n'y a pas de gestion RH par exemple qui fixe au préalable les tâches et fiches d'emploi et à partir desquelles nous aurions pu confronter le travail réel. L'activité de travail est ainsi représentée par le prisme de l'organisation dont ils font écho : des structures aux organisations « horizontales » (6) à des modes d'organisation plus novateurs suivant une sorte d'éthique démocratique comme l'« holocratie » (2). Ce contexte organisationnel oriente leurs propos et met en évidence des « tâches » plus précises. Ce besoin de gestion interne demande pour de nombreux designers de faire appel à des connaissances complémentaires qu'ils n'ont pas pu acquérir dans leurs formations, et ainsi développer au mieux « le design de leur organisation ».
- 29 Certains designers évoquent leur « goût » (8) de « défricher de nouveaux terrains » (10) ou encore d'une « occasion de créer des dialogues différents » (1) comme autant de raisons les menant vers leur activité. Ces propos suggèrent le choix personnel du designer et de se définir par une activité qui vient à soi et sans contraintes. Cette tendance langagière à personnaliser l'histoire de leur entreprise, employeur, laisse penser que se cachent des décisions et des doutes, ainsi que des causes déterminant leur arrivée ou cet aboutissement (capital social et culturel). Les designers dotés de capital peuvent ainsi s'abstraire d'une condition de travail contrainte (comme les artistes) et ainsi lisser leur activité par une représentation commune. L'innovation et la

créativité se joignent ici pour pousser ses limites à exprimer ce désir de « faire du design ».

- 30 L'ambiguïté du « positionnement » dans la parole pour traiter de son domaine d'activité balance entre un positionnement de marché (stratégique) (6) et un positionnement en tant que « posture » vis-à-vis du rôle du designer (7). Nos entretiens révèlent que beaucoup de designers souhaitent dépasser la notion de produit par un accompagnement du processus de décision. Ce point de convergence s'illustre par l'hybridation des méthodes de design avec d'autres pratiques disciplinaires de conception ou de recherche (issues du management, de l'économie, des politiques publiques, ou encore de l'anthropologie) selon leurs besoins en regard des champs d'intervention dont ils sont experts. Il est possible de comprendre dans leurs propos cette hybridation nécessaire par les balises qui ponctuent leurs trajectoires professionnelles. Souvent limités à s'investir dans « des phases amont » et ne pouvant pas par exemple trouver les ressources à la décision face à un client public ou encore à contrer les limites d'un mode d'organisation de l'activité en équipe, les designers ont su se doter de nouvelles compétences. In fine, ce besoin les a aidés à créer des perméabilités nécessaires dans leurs équipes et au fil d'un projet en faisant de l'activité de design une alliance interdisciplinaire par le mariage de plusieurs compétences. D'ailleurs nos entretiens ont montré que de nombreuses pratiques sont réinvesties par le design, par cet import de pratiques, faisant de leur posture un assemblage hybride de savoirs, qui par conséquent s'affirme et s'énonce à dessiner à grands traits un horizon vers lequel naviguer.
- 31 L'imbrication du designer à son organisation, la fusion entre travail prescrit et travail réel font que nous avons noté un positionnement énonciatif ambivalent des designers quand ils parlent de leurs représentations de l'activité du design : ils établissent un fort attachement à des valeurs constitutives de la structure qu'ils portent ou de la figure professionnelle qu'ils incarnent avec le design. Cette énonciation issue de ces entrelacs entre leur trajectoire et leur rôle de représentant d'organisation est d'autant plus forte que leur collectif de travail est petit et identifié par des activités expertes.

### **3.2 De l'importance des représentations graphiques dans l'activité du design**

- 32 L'importance des représentations graphiques et de la culture visuelle dans l'activité du design est apparue à plusieurs moments dans les entretiens.
- 33 Tout d'abord, à plusieurs reprises, les designers soulignent l'importance de la main pour incarner le travail de conception en cours à partir d'esquisses, d'ébauches qui jalonnent le projet et circulent entre les acteurs pour favoriser la prise de décision. Pour deux d'entre eux, l'activité de design se caractérise en particulier par la pratique de l'esquisse (4) et du maquettage (2). En ce sens, on retrouve dans les entretiens cette force du dessin pour exprimer un dessein et faire comprendre un projet.

#### **Des médias multiples pour des destinataires différents**

- 34 Nous pouvons aussi analyser la multiplicité des médias dont se saisissent les designers pour verbaliser et représenter leur activité. Nous incluons dans cette analyse les supports mobilisés pendant les entretiens, et ceux que nous avons analysés post-

entretiens parce que les participants les ont mentionnés ou partagés après les entretiens. Tous les participants ont souligné l'importance de la pratique du dessin pour esquisser des idées dans la pratique du design, notamment par l'activité de schématisation. De l'immersion sur le terrain jusqu'à la production et la diffusion des livrables, le langage visuel est important dans la relation avec les clients/commanditaires. Les designers mobilisent différentes formes de représentations visuelles selon les destinataires et les finalités de leur activité (informer, faire participer, restituer des expériences, incarner des situations ou des scénarios d'usages, etc.).

- 35 Dans les entretiens, ils évoquent deux destinataires différents, selon s'ils s'adressent à leurs commanditaires, clients ou partenaires, pour faire comprendre leur démarche (6, 7, 8) ou à d'autres designers dans une optique de partage, dans des réseaux professionnels comme l'APCI par exemple, où l'objectif est davantage de se représenter son activité pour améliorer sa pratique (9). Les designers s'accordent aussi sur le fait qu'ils s'appuient sur plusieurs matériaux pour représenter leur activité, que cela passe par l'écrit, l'oral, le dessin. Certains ont parfois des pratiques de design graphique (dessin, sketches) hybridées avec celles du design d'interaction (images de synthèse, 3D) ou de maquettage low-tech (maquette papier). Ces différentes formes d'expérimentations sur la visualisation contribuent aussi à simuler leur activité pour l'améliorer et la stabiliser (Van Belleghem, 2018). L'un d'entre eux souligne cependant que la représentation de l'activité du design est plutôt destinée au client « parce qu'en interne, la créativité c'est le bordel » (7). Cette dimension chaotique du processus de créativité est aussi soulignée par un autre designer qui déclare que la méthode et les outils sont là « pour canaliser le processus créatif en fonction du public » (6).

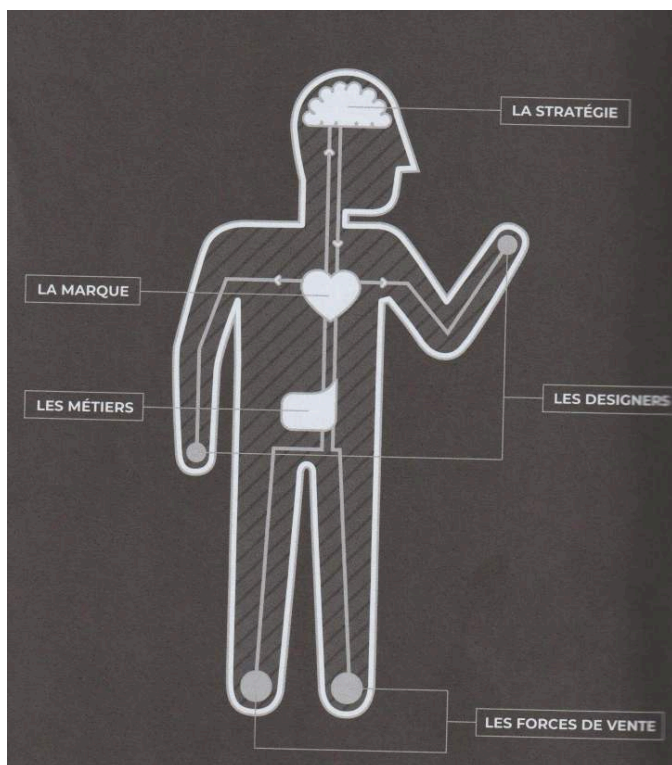
### Représenter graphiquement l'activité de conception : retour sur le double diamant

- 36 Nous pouvons synthétiser les retours recueillis auprès des participants sur le modèle du double diamant pour visualiser la méthodologie de projet en design. Certains designers précisent qu'ils utilisent rarement ce schéma mais le trouvent utile même s'ils ont un rapport distancié à cette forme de représentation de leur activité (3). D'autres le considèrent dans leur pratique « sans que cela soit une référence » (4). Un designer souligne au contraire le fait qu'il s'agit d'un « schéma de référence » (4) d'une forte utilité parce qu'il permet une diffusion du design et de la spécificité de son activité de conception.
- 37 Deux designers proposent aussi dans l'entretien un modèle retravaillé par leur agence, proche du double diamant, mais doté d'une forme propre et d'autres termes pour qualifier les différentes étapes de l'activité. L'un d'entre eux précise que « la divergence dans le modèle du double diamant fait peur aux entreprises » (9). Il ajoute que c'est la raison pour laquelle il a choisi de « linéariser le schéma » pour faire comprendre aux entreprises « qu'un designer va faire un diagnostic de la situation et sortir des recos et leviers d'action améliorant l'organisation par le design » (9). Ce modèle linéaire proposé se compose en 4 étapes : immersion, créativité, conception, concrétisation. Il a notamment été diffusé dans un ouvrage coécrit par le designer et édité par Design Fax, réseau d'information professionnel. Il est accompagné d'une représentation visuelle à forme humaine (Figure 3) dont les différents organes constituent les garanties de l'implication des parties prenantes. Cette vision organique du processus d'accompagnement à la conception place le design (les bras, les mains) au cœur des



équipes de concrétisation, en dialogue transdisciplinaire et interprofessionnel avec d'autres parties prenantes comme la stratégie (la tête), la marque (le cœur) et les forces de ventes (les jambes/pieds).

Figure 3 : Le modèle organique du processus de conception par le design.  
Figure 3: The organic model of the process of conception through design

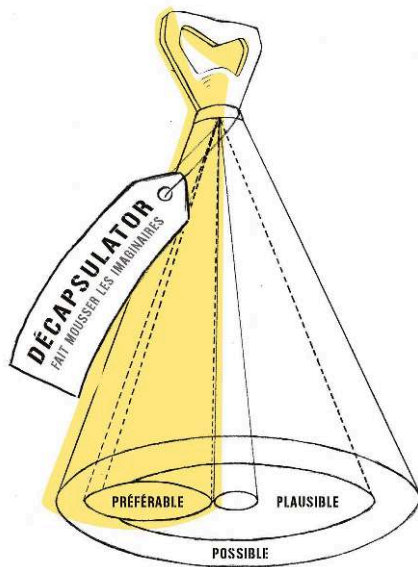


Igigabel & Thouan, 2018

- 38 L'autre modèle personnalisé évoqué en entretien par un autre designer est un « modèle retravaillé du double diamant » (6) qui se présente comme une représentation simplifiée en trois étapes comprenant : analyse, intervention, évaluation. Visuellement, cette représentation graphique évoque aussi d'autres références au design comme le diagramme de Venn ou encore le human-centered design<sup>7</sup>.
- 39 Enfin, trois designers ont formulé une critique nourrie de ce modèle de représentation hégémonique de leur activité, considéré comme « trop linéaire » et incapable de représenter le processus d'émergence des idées, qui déborde largement du cadre de la représentation de ce schéma (7). L'un d'entre eux évoque la « fascination des designers pour ce schéma comme une forme figée » alors que selon lui, « un système complexe ne se modélise pas » et qu'il s'agit plutôt de « *dancing with the system* ». (10) Il met aussi en lumière un aspect problématique intéressant dans ce schéma : le design intervient surtout selon lui dans le deuxième losange (*create*) et beaucoup moins dans le premier (*explore*). Il identifie un problème d'interculturalité dans l'utilisation de ce schéma, ancré selon lui dans la culture européenne.
- 40 Selon un autre designer, le double diamant simplifie le processus et constitue pour lui « un emprisonnement » (8) parce qu'il n'y a pas de systématisation des outils de représentation, mais plutôt une galaxie d'outils avec des normes pour créer une charte graphique commune (8, 6). Un designer a même proposé une parodie du double

diamant dans une finalité anti-design thinking, avec humour. Sa pratique étant ancrée dans le design fiction, il précise : « le cône des futurs, c'est notre double diamant à nous... ça nous permet d'expliquer ce qu'on fait. » (7) Il explique ensuite qu'il préfère une autre métaphore qui définit leur approche des imaginaires dans le design fiction : « le Décapsulator ou l'ouvre-imaginaire, notre cône des futurs avec une éthique réflexive » (7) qui construit sa posture réflexive par le design fiction (Figure 4).

Figure 4 : Decapsulator, l'ouvre-imaginaire.  
Figure 4: Decapsulator, the imagination-opener



Kerspern, 2018

- 41 Certains designers ont proposé d'autres représentations de l'activité du design, en particulier de leur méthodologie de projet, comme une alternative à la représentation largement diffusée du double diamant, qui peut poser des problèmes de réception. Mais parfois, ces représentations se limitaient à de rapides esquisses inachevées accompagnant la parole des participants, sans que cela puisse constituer au-delà des entretiens un schéma clairement défini pour notre corpus. Ce détail met aussi en relief l'importance de la culture visuelle dans l'expression des designers, au-delà du verbal, en situation d'entretien.

#### Au-delà de la méthodologie, représenter pour mettre en récit le projet de conception

- 42 Les médias mobilisés par les designers pour représenter leur activité sont un support d'appui à la narration sur l'activité de design. Ces représentations sont mobilisées et diffusées comme des objets de communication et d'explicitation de la pratique des designers. L'un d'entre eux insiste sur l'importance de la souplesse et de l'agilité dans la représentation de l'activité de design, pratique spécifique qu'il qualifie de « graphique



analytique » en évoquant un travail mené à partir de cartes de formats géants, un autre sur des graphes basés sur des courbes, de même qu'un format plus original qu'il qualifie de « totem cylindrique » (1). Au-delà des esquisses et maquettes, deux designers ont mis en valeur d'autres pratiques contemporaines de représentations visuelles liées à la photo et la vidéo (6) ou encore à la narration de l'activité de design par un dispositif de transmédiation (Zacklad & Catoir-Brisson, 2021) visant à documenter la recherche ou le projet en train de se faire (8). L'un d'entre eux souligne aussi qu'aujourd'hui, les designers ont moins besoin d'expliquer leur méthodologie mais qu'ils s'appuient sur des représentations plus dynamiques du projet en action<sup>8</sup>. Le dernier exemple met en scène différents médias (photos, textes et vidéos en ligne, mais aussi des supports imprimés comme des autocollants) réunis autour de thématiques qui constituent des « fronts », définis comme des zones de controverse autant que des horizons de réflexion-action (8) portant sur des thématiques comme l'action publique, les régies et fournitures publiques mais aussi les imaginaires publics désirables<sup>9</sup>.

- 43 Cette diversité des pratiques de représentation de l'activité du design et leur évolution dans le temps souligne aussi les compétences des designers à s'inscrire dans l'esprit du temps de l'époque, au sens de Morin (1962) en matière de culture visuelle, avec les codes et références propres à cette époque. Du schéma à la vidéo, le designer s'inspire de manière tactique de la culture visuelle contemporaine à son activité pour s'en détacher aussi parfois. Il développe des alternatives à la communication de projet classique avec des formats et des stratégies de diffusion originales (dans des espaces de communication allant des réseaux socio-numériques à la diffusion d'autocollants dans l'espace public par exemple). Ces pratiques médiatiques diversifiées et la multiplicité des matériaux et objets intermédiaires (Vinck, 2009 ; Bassereau *et al.*, 2015) à partir desquelles se dessine et s'incarne l'activité du design en constituent aussi la spécificité.

## 4. Discussion : réinvestissement et positionnement de l'activité de design

- 44 Après avoir présenté les principaux résultats de notre enquête, nous pouvons dire que les représentations sociales et mentales des designers sur leur activité de conception sont étroitement articulées à des représentations graphiques qui s'inscrivent dans la culture visuelle et matérielle propre au design. La diversité des formes de narration de l'activité de design, que ce soit au niveau de leurs domaines d'activités, de leurs méthodologies ou de leurs postures, ainsi que des formes médiatiques qu'ils mobilisent pour documenter et raconter leur activité à de multiples destinataires, atteste de la multiplicité des représentations sur une activité en permanente reconfiguration selon les besoins identifiés par les designers. Ces représentations sont autant intimement liées à leurs propres trajectoires individuelles qu'elles sont articulées à celles de leurs organisations et structures coopératives portant souvent des valeurs auxquelles ils sont attachés (Potter, 2018), pour accompagner la réflexion sur des controverses et les problématiques liées au changement (social, environnemental, politique).
- 45 Dans la démarche exploratoire qui est la nôtre, deux thématiques sont apparues en mettant en perspective les résultats de l'analyse des entretiens, à partir des représentations sociales communes des designers sur leur propre activité. La première concerne le réinvestissement par les designers d'autres activités que le design et la

seconde relève un paradoxe dans le positionnement des designers, notamment pour se positionner par rapport à d'autres professionnels de la conception.

#### 4.1 Réinvestissement d'autres activités par le design au-delà de l'exercice narratif des entretiens

- 46 C'est précisément parce que les designers trouvent des carences de compétences dans les territoires professionnels qu'ils exploitent et qu'ils vont découvrir au fil de leurs commandes qu'ils organisent des collaborations et s'essaient à d'autres savoirs. Cette ouverture continue et accélérée dans les pratiques de design s'accompagne d'usages et d'imports de connaissances, de méthodes, de savoirs autres venus d'autres disciplines et mondes professionnels. Le design de service, dont l'innovation technologique a été un vecteur de ce besoin de concevoir et créer différemment la notion de service même au plus proche du « bénéficiaire », illustre ce foisonnement d'« influences », d'« inspirations » changeant les approches, les outils et le langage même de l'activité de design.
- 47 Cette représentation de soi, en tant que designer, se nourrit d'un champ lexical éclectique à l'image de ces multiples domaines vers lesquels le designer est venu chercher une ressource utile en la tordant quelquefois vers lui et où se jouent des glissements sémantiques et des appropriations. On distingue tout d'abord un fort emprunt aux sciences humaines et sociales, principalement à l'anthropologie (et dans une moindre mesure l'ethnographie et la sociologie) pour revisiter ces domaines d'activités innovants pour ces agences. Par exemple, la différence de posture par rapport aux chercheurs en sociologie ou anthropologie réside dans la mise en pratique de l'enquête et de l'observation considérée davantage comme une immersion qu'une observation, pour souligner l'implication émotionnelle des designers sur le terrain, et leur sensibilité à la prise en compte de récit vécu (9). Pour un designer attaché aux méthodologies qualitatives issues de la sociologie et de l'anthropologie, la spécificité du design réside dans l'analyse des datas plus que dans la collecte, avec la volonté du designer de « chercher les signaux faibles, de faire des choix, et de prioriser les solutions en identifiant des points d'amélioration » (6).
- 48 Ces domaines devenus comme des références peuvent tout autant se définir par des activités d'« innovation sociale par le design », de « design d'intérêt général », du « design fiction ou spéculatif » ou encore de l'« accompagnement à la conception et la concrétisation d'innovations ». Ces champs d'activités experts et émergents se déclinent au sein de pratiques déjà reconnues (design de service, design produit, design de communication, design d'interaction), mais cherchent malgré tout une différence par le particularisme et la nouveauté en puisant dans des pratiques de la conception et de la gestion (sciences de l'ingénieur, sciences de gestion et management, et sciences humaines et sociales). Cette recherche d'une identité du design représentant constamment sa pratique en prise avec l'innovation stimule ce désir de l'« être designer » en perpétuel renouvellement (Adams *et al.*, 2011). Les identités professionnelles (Sainsaulieu, 1977) du designer, loin d'être circonscrites à une profession mais plus à des métiers, se trouvent façonnées par leur rapport aux autres professions et plus particulièrement aux métiers de consultance, d'expertise et de conseil. Enfin, on peut noter une distinction certaine dans la culture de conception du designer à voir dans l'autre une complémentarité afin de renforcer un domaine dont il

n'a pas encore l'expertise ou bien de se placer au centre comme médiateur d'équipe de travail. Cette activité en tandem affecte les représentations des designers qui, évoluant selon leurs clients, nécessitent de justifier leur utilité en endossant une pratique gestionnaire. Une pratique en soi courante dans des activités de conseil et de management par des collaborations contractualisées et des partenariats.

## 4.2 Un positionnement parfois paradoxal

- 49 Le foisonnement des compétences nécessaires à mettre en œuvre des activités du design s'efface derrière l'usage du terme de « créativité ». Cette instrumentalisation devient un levier efficace pour faire valoir leur identité et « créer sa posture ». Parfois même, les termes mobilisés par les designers au cours de notre enquête créent des amalgames sémantiques, par l'usage de mots pour d'autres. Les *design skills* (compétences des designers), elles-mêmes employées dans des activités diverses, peuvent devenir paradoxales vis-à-vis de leurs postures. Ces représentations qu'ils ont d'eux-mêmes pour se construire comme figure professionnelle et s'appuyer également sur un référent identitaire s'alimentent par des contradictions involontaires mais perceptibles dans leurs paroles. On pourrait se demander si cette tendance à assumer, voire à valoriser ses propres paradoxes n'est pas consciemment maîtrisée et appropriée pour jouer avec les « *wicked problems* » (Buchanan, 1992) ou problèmes pernicious, en contextes d'incertitudes.
- 50 Alors que les designers mettent en avant des mises en situation du processus créatif et du projet (avec le client ou avec l'utilisateur, notamment pour des tests ou des communications présentations), l'activité de designer est de plus en plus amenée à utiliser des interfaces numériques et des écrans qui au contraire minimisent et réduisent cette tangibilité recherchée de la situation de projet et contraignent la communication. Par ailleurs, il s'ensuit du fait de la démarche itérative du designer et ces essais et explorations à voir dans les outils de représentations des points de tensions, qui s'illustrent par des usages interchangeables de maquettage, de la simulation ou encore de la visualisation. Situation déjà repérée dans le processus total de l'activité de conception de manière générale (Vinck, 1999), mais qui dans le design se complexifie par l'énonciation des domaines, des champs d'activités touchés, et donc des métiers du design.
- 51 Ni experts ni généralistes, les designers souhaitent ne pas être enfermés dans un domaine d'activité ou une méthodologie prête à utiliser, et c'est aussi ce qui caractérise leur positionnement quand ils cherchent à se distinguer des autres activités de conception. Les paradoxes de l'activité de design apparaissent aussi dans les entretiens dans le fait d'être et ne pas être dans des formes d'organisation figée, et dans la difficulté à définir ce qu'il est autrement qu'en précisant ce qu'il n'est pas ou ce qu'il ne veut pas être au regard des autres pratiques professionnelles. Cela souligne la sensibilité des designers à l'analyse réflexive, par la volonté continue de s'identifier en se questionnant.
- 52 Finalement, derrière l'hégémonie du double diamant, point de départ de notre recherche, se dévoile une multiplicité de représentations qui participent à la construction des identités des pratiques du design. La compréhension de ce schéma circulant a ainsi conduit à valoriser cette diversité, qui participe aussi au renouvellement des approches de l'activité de conception en design. Toutefois, nous

avons mis en exergue les points communs identifiés en termes de réinvestissement de positionnement. Ces hypothèses gagneraient à être prolongées par une observation de l'activité des designers en situation, qui peut constituer une perspective de la recherche.

## Conclusion

- 53 La contribution de l'article est double et réside dans le fait de comprendre comment les designers se représentent l'activité et « l'agir créatif » des concepteurs, et d'analyser les représentations sociales et visuelles de l'activité par les designers pour les comparer à des représentations de l'activité dans les théories de la conception (comme le modèle du double diamant) et des représentations de leurs pratiques (actions, gestes, habitudes, méthodologie ou posture). Nous avons ainsi mis en perspective une analyse des représentations par les praticiens eux-mêmes avec une analyse rétrospective de la culture de conception du design en nous basant sur le recueil de la parole des designers. L'article démontre que le design développe une approche par le faire créatif qui soutient l'agir collectif, en s'appuyant sur la représentation visuelle, dans sa culture de conception. Sur le plan de la méthodologie, la complémentarité de nos appartenances disciplinaires en communication et en sociologie nous a permis d'élargir la notion de « représentation » qui forge la légitimité professionnelle des designers et de construire des connaissances communes. L'activité du design est ainsi une culture professionnelle de la conception qui se caractérise par une culture visuelle et matérielle spécifique incarnée dans des objets de médiation qui façonnent les interactions sociales par le design.
- 54 Finalement, la diversité des représentations sociales, mentales et visuelles des designers sur leur activité de conception souligne le fait que l'ethos du designer se construit aussi à partir de la « maison des habitudes » (Bousbaci, 2020) forgée par les routines qui se transforment en dispositions dans la pratique des designers pour représenter l'activité de conception. Cette habileté spécifique fait aussi écho à l'une des cinq caractéristiques proposées par Kamil Michlewski pour qualifier la particularité de l'attitude du designer, en s'intéressant aux attitudes et valeurs qui s'expriment dans leur travail créatif. Les trois premières mettent l'accent sur la capacité du designer à appréhender l'incertitude et l'ambiguïté, avoir de l'empathie, créer de nouvelles significations à partir de problématiques complexes, mais les deux dernières soulignent l'importance de faire appel au pouvoir des cinq sens et à donner vie aux choses de manière ludique (Michlewski, 2015). Cette complexité des compétences nécessaires au designer confirme l'imbrication entre les représentations sociales, mentales et graphiques de sa propre activité, et fait écho au positionnement parfois paradoxal que nous avons relevé dans nos entretiens.
- 55 Notre enquête a montré que les représentations visuelles des designers sur leur activité forgent leur légitimité, construisent des connaissances communes à leur communauté professionnelle, et participent à l'évolution de leur culture de conception (Bonnet, 2021).
- 56 Cette mobilisation de la représentation visuelle souligne aussi une appartenance à une identité professionnelle dans laquelle le dessin et la manipulation d'artefacts constituent autant une pratique opérationnelle que stratégique, pour créer un langage, une culture et un récit communs. Au-delà du schéma du double diamant, chaque

designer ou collectif de designers produit ses propres représentations graphiques pour expliquer et documenter sa démarche auprès des clients ou commanditaires, mais aussi auprès des participants dans les projets de design participatif. Qu'il y ait un comportement de rejet immédiat ou bien une désacralisation du schéma du double diamant, d'autres visuels sont aussi produits pour raconter le projet avec différents médias (photos, vidéos, BD, livrets blancs, etc.) selon les destinataires auxquels ils s'adressent. La diversité de la matérialité médiatique de la communication visuelle du design fait partie de la spécificité de la culture visuelle et matérielle du design, incarnée dans des objets et artefacts qui façonnent les interactions sociales entre les parties prenantes (Deni & Catoir-Brisson, 2019) pour fabriquer ensemble. Ces tactiques participent aussi de l'ethos du designer qui vise à se différencier des autres pratiques professionnelles de conception et d'accompagnement au changement. Elles enrichissent le design en permettant à chaque designer, à partir de sa propre trajectoire professionnelle, de développer des formes d'activité plurielles et ouvertes. Les limites de l'étude de l'activité de design basée sur des entretiens invitent le regard du chercheur et du designer à s'emparer de cet objet, à partir d'autres approches d'enquête et d'observation en situation, afin de compléter l'analyse des caractéristiques des identités professionnelles en mutation du design.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Adams, R. S., Daly, S. R., Mann, L. M., & Dall'Alba, G. (2011). Being a professional: Three lenses into design thinking, acting, and being. *Design Studies*, 32(6), 588-607. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.07.004>
- Archer, B. (1979). Whatever became of Design Methodology?. *Design Studies*, 1(1), 17-18.
- Banks, M. (2001). *Visual Methods in Social Research*. Londres : Sage.
- Bassereau, J., Charvet Pello, R., Faucheu, J., & Delafosse, D. (2015). Les objets intermédiaires de conception/design, instruments d'une recherche par le design. *Sciences du design*, 2(2), 48-63. <https://doi.org/10.3917/sdd.002.0048>
- Berger, P., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality. A treatise in the sociology of knowledge*. New York : Irvington Publishers.
- Björklund, T., Keipi, T., & Maula, H. (2020). Crafters, explorers, innovators and co-creators : narratives in designers' identity work. *Design Studies*, 68, 82-112. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2020.02.003>
- Blanchet, A., & Gotman, A. (2010). *L'entretien. L'enquête et ses méthodes*, 2<sup>e</sup> édition. Paris : Armand Colin.
- Bonnet, F. (2021). Introduction. Culture's de conception. Entre « progrès », « innovation » et « stratégie », quels signes, quels dispositifs et quels modèles d'organisation pour se projeter aujourd'hui ? *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 23. <https://doi.org/10.4000/rfsic.11830>
-

- Bousbaci, R. (2020). *L'homme comme un « être d'habitude »*. Essai d'anthropologie et d'épistémologie pour les Sciences du design. Presses de l'université Laval.
- British Design Council (2004). *Double Diamond – a clear, comprehensive and visual description of the design process*. British Design Council.
- Brown, T. (2009). *Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York : HarperCollins Publishers.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design issues*, 8(2), 5-21.
- Catoir-Brisson, M.-J. (2018). L'innovation en santé : apports et limites des méthodes créatives dans une recherche-projet sur le sommeil. In *Création, créativité, médiations, Pré-Actes du XXI<sup>e</sup> Congrès de la SFSIC*, 2, 316-329.
- Catoir-Brisson, M.-J., & Jankeviciute, L. (2014). Entretien et méthodes visuelles : une démarche de recherche créative en SIC, *Sciences de la société*, 92, 111-127. <https://doi.org/10.4000/sds.1130>
- Catoir Brisson, M.-J., & Watkin, T. (2019). Experimenting productive disagreement between research and project in design. A basemap for action. *The Design Journal*, 22(1), 2221-2223.
- Cross, N. (2001). Designerly ways of knowing: design discipline versus design science. *Design Issues*, 17(3), 49-55. <https://doi.org/10.1162/074793601750357196>
- Cross, N. (2007). *Designerly Ways of Knowing*. Bâle, Boston, Berlin : Birkhäuser. [https://doi.org/10.1016/0142-694X\(82\)90040-0](https://doi.org/10.1016/0142-694X(82)90040-0)
- Deni, M., & Catoir-Brisson, M.-J. (2019). La place de l'utilisateur en design : introduction. *Ocula*, 20.
- Dorst, K. (1997). *Describing Design: a comparison of paradigms* [Thèse de doctorat]. Université de Technologie de Delft (Pays-Bas).
- Dorst, K. (2008). Design research: a revolution-waiting-to-happen. *Design studies*, 29(1), 4-11. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2007.12.001>
- Dorst, K., & Cross, N. (2001). Creativity in the design process: co-evolution of the problem solutions. *Design studies*, 22(5), 425-437.
- Dubuisson-Quellier, S., & Hennion, A. (1996). *Le design : l'objet dans l'usage : la relation objet-usage-usager dans le travail de trois agences*. Paris : Presse des Mines.
- Findeli, A. & Bousbaci, R. (2005) The Eclipse of the Object in Design Project Theories, *The Design Journal*, 8(3), 35-49. <https://doi.org/10.2752/146069205789331574>
- Hatchuel, A., & Weil, B. (Dir.). (2008). *Les nouveaux régimes de la conception. Langages, théories, métiers*. Cerisy : Vuibert.
- Igigabel, T. Thouan, E. (2018). *Concevoir et produire une innovation*. Design Fax.
- Julier, G. (2013). *The culture of design*. Londres : Sage.
- Kerspern, B. (2018). « Decapsulator, l'ouvre-imaginaire ». Documents internes. Studio Design Friction.
- Le Bœuf, J. (2006). Jacques Viénot and the “Esthétique Industrielle” in France (1920–1960). *Design Issues*, 22(1), 46-63.
- Mannay, D. (2015) *Visual, narrative and creative research methods. Application, reflection and ethics*. New York : Routledge.
- Manzini, E. (2007). Design research for sustainable social innovation. In *Design Research Now*, pp. 233-245. Boston : Birkhäuser.

- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge : MIT Press.
- Michlewski, K. (2015). *Design attitude*. Londres : Routledge.
- Morin, E. (1962). *L'esprit du temps*. Paris, Grasset.
- Newman, D. (2016). *The design squiggle-central*. The Design Squiggle-Central.
- Potter, N. (2018). *Qu'est-ce qu'un designer : objets, lieux, messages (1969)*. Éditions B42.
- Sainsaulieu, R. (1977). *L'identité au travail. Les effets culturels de l'organisation*. Paris : Les Presses de Sciences Po.
- Scharmer, C. O. (2007). *Theory U: leading from the emerging future as it emerges. The social technology of presencing*. Cambridge : SoL Press.
- Scherer, P. & La 27<sup>e</sup> Région (2015). *Chantiers ouverts au public - design des politiques publiques*. La Documentation française.
- Van Belleghem, L. (2018). La simulation de l'activité en conception ergonomique : acquis et perspectives. *Activités*, 15(1).
- Vial, S., & Watkin, T. (2021). Designers et ergonomes à l'épreuve de la reconnaissance professionnelle : un essai de comparaison entre deux cultures de la conception dans l'industrie française des télécommunications. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 23.
- Vinck, D. (1999). Ethnographie des activités de conception et d'innovation : le cas du maquettage numérique. In *Management technologique. Impact de la technologie sur la gestion des personnes* (CD-ROM).
- Vinck, D. (2009). De l'objet intermédiaire à l'objet-frontière : vers la prise en compte du travail d'équipement. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 3(1).
- Watkin, T (2022). Design et sociologie à la rencontre de la cohabitation intergénérationnelle : proposition d'une itération dynamique entre projet et recherche. *Management des technologies organisationnelles*, 14, 55-66.
- Weller, J., & Pallez, F. (2017). Les formes d'innovation publique par le design : un essai de cartographie. *Sciences du design*, 5(1), 32-51. <https://doi.org/10.3917/sdd.005.0032>
- Zacklad, M., & Catoir-Brisson, M.-J. (2021) Culture de la conception et du design dans la recherche-intervention en SHS. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 23. <https://doi.org/10.4000/rfsic.11860>
- Zeisel, J. (1981). *Inquiry by design: tools for environment-behavior research*. Belmont : Wadsworth.

## ANNEXES

**Tableau 1 : Listes des entretiens menés**  
**Table 1: Lists of the interviews conducted**

N°	Date	Ville	Lieu de l'entretien	Nombre de personnes en activité	Activité de design principal
----	------	-------	---------------------	---------------------------------	------------------------------

1	27/09/22	Paris	Bureaux de l'agence	20	Design de service, Design social, Design et santé
2	13/01//23	Montpellier	Bureaux de l'agence	5	Design d'interface, Design de service, Design produit
3	19/11/23	Montpellier	Bureaux de l'agence dans un tiers-lieu	15	Design d'interaction
4	20/11/23	Nîmes	Lieu public	10	Design de service, Design thinking
5	27/01/23	Nîmes	Bureaux de l'agence	2 (et 8 avec réseau étendu)	Design social, Design de service, Design de politiques publiques
6	05/01/23	Nantes	Bureaux de l'agence	15	Design de services, Design produit, Design d'interaction
7	09/11/22	Nantes	Local du studio en coopérative	5	Design fiction, Design des politiques publiques
8	30/09/22	Paris	Bureaux de l'agence dans un tiers-lieu	30	Design d'intérêt général
9	19/01/23	Nantes	Bureaux de l'agence	15	Design de services, Design de territoires
10	29/09/22	Paris	Espace de co-working	Confidentiel	Design de produit, Design d'interaction, UX UI Design système

Tableau 2 : Grille d'entretien

Table 2: Interview grid

Les pratiques de travail :	— Qui êtes-vous ? Que faites-vous ?
Le début de l'entretien cherche à identifier la culture de conception, le milieu de travail	— Quels sont vos domaines d'activités ? Comment définissez-vous l'activité de design ?



accueillant les activités propres de design, les méthodes et processus propres aux approches de design.	<p>– Comment choisissez-vous vos méthodes de travail ?  <i>Quels sont les processus de travail de votre activité ?  Comment définissez-vous les étapes de travail de votre activité ? Comment vous répartissez-vous et organisez-vous votre travail (équipe) ?</i></p>
<p>Se représenter mentalement et subjectivement l'activité :</p> <p>Il s'agit de savoir et comprendre comment le designer se représente mentalement et subjectivement son activité. D'identifier les représentations sur leur propre expertise de design, leurs pratiques (<i>selon vous, selon toi</i>).</p>	<p>– <i>Qu'est-ce qu'une activité propre au design selon toi (pourquoi ? comment) ?</i></p> <p>– <i>Quels sont les mots les plus représentatifs de l'activité du design (pourquoi) ?</i></p> <p>– <i>Avez-vous un exemple d'activité réinvestie par le design avec une autre approche (disciplinaire ou professionnelle)/un autre langage ?</i></p>
<p>Les représentations et le double diamant :</p> <p>L'entretien mène progressivement vers les représentations visuelles et diverses du designer et l'usage du double diamant plus spécifiquement dans l'activité de design.</p>	<p>– <i>Comment représentez-vous votre activité (visuellement, graphiquement) ? Pour vous-même, en interne à l'équipe projet ?</i></p> <p>– <i>Comment représentez-vous votre activité et la manière dont vous entreprenez les choses à l'extérieur (y compris avec vos clients) ?</i></p> <p>– <i>Comment communiquez-vous sur votre activité ? (Parcourir avec eux des supports de communication physiques ou en ligne, qu'ils commentent)</i></p> <p>– <i>Quelles sont les représentations d'activités qui vous semblent utiles pour votre travail ?</i></p> <p>– <i>Que pensez-vous de ce schéma si connu du double diamant pour modéliser l'activité/l'intervention du design ? Et de la représentation simplifiée de l'ingénierie sociale et du projet ?</i></p> <p>– <i>Avez-vous un autre schéma à proposer ?</i></p>

## NOTES

1. Par le terme de designer, nous entendons les individus utilisant le design pour nommer le cœur de leur identité professionnelle et dont leurs pratiques sont également identifiables dans l'ensemble des pratiques et métiers du design.

2. Dans cet article, nous proposons une définition élargie de la notion de représentation, déclinée en représentations sociales, mentales et graphiques dans notre analyse de l'activité du design. Les représentations peuvent ainsi couvrir les activités de matérialisation et incarnation des idées, des méthodologies de projet, mais aussi une pratique de la pensée par la schématisation, et des valeurs et croyances associées à la culture visuelle et matérielle de l'activité de conception en design.

3. Plusieurs représentations visuelles emblématiques peuvent être indiquées : le schéma de IDEO (publié en 2009 par Tim Brown dans son ouvrage *Change by Design*) (empathie, définition, idée, prototypage, test), le Squiggle (Newman, 2016), le schéma dit de la Théorie U développée par Otto Scharmer (2007).

4. Initialement conçu et diffusé par le Design Council, dès 2004 et actualisé en 2019, ce schéma vise notamment à souligner la méthodologie de projet en design de manière itérative, à partir d'une articulation entre des phases d'ouverture (*discover, develop*) et de fermeture (*define, deliver*) qui nourrissent la dynamique de conception avec des parties prenantes. Ces quatre phases (les 4 D) composent ainsi la logique particulière de cette modélisation de l'activité du design, de l'enquête sur les besoins à l'implémentation des solutions. Voir notamment : <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/>
  5. Voir Catoir-Brisson et Watkins (2019).
  6. Les chiffres mentionnés pour chaque verbatim correspondent aux personnes interviewées, présentées dans le tableau en annexe.
  7. Voir par exemple ce diagramme de Venn, proche de la représentation proposée par Sensipode et repris dans le human-centered Design : <https://www.ideo.com/blogs/inspiration/what-is-design-thinking>
  8. Voir par exemple la diversité des types de représentations des projets sur le site web de l'agence d'innovation par le design Sensipode à Nantes : <https://www.sensipode.com/projets.php>
  9. L'agence de design d'intérêt général Vraiment Vraiment à Paris est organisée autour de huit fronts présentés sur leur site web : <https://vraimentvraiment.com/fronts>
- 

## RÉSUMÉS

La culture visuelle dans les pratiques de conception constitue chez les designers autant un mode communicationnel de projet pour soi et ses clients qu'un outil pour concevoir. Cette culture particulière de la conception par la représentation visuelle incarne une culture propre au design malgré la multiplicité des activités des designers et du design. Elle se déploie et circule par l'adoption de normes et de codes et par l'appropriation du langage visuel. Notre article vise à comprendre la manière dont les designers se représentent leur activité de travail, par cet « agir créatif » reconnaissable chez les concepteurs designers du design social ou du design participatif. Plus spécifiquement, nous souhaitons analyser les représentations sociales, mentales et visuelles qui émanent de l'activité des designers en interrogeant leur utilisation de la représentation visuelle pour faire état de leurs pratiques et de leurs activités. Notre méthodologie se base sur la réalisation d'entretiens semi-dirigés auprès de dix designers<sup>1</sup> français, qui développent des pratiques contemporaines (design de service, design d'interaction, design des politiques publiques, design fiction) en considérant la manipulation de visuels dans l'activité de conception des designers. Au cours de ces entretiens, le double diamant nous a servi de point de départ pour interroger plus largement les représentations sur leur propre activité, ainsi que l'usage de la représentation visuelle dans leur pratique professionnelle. La contribution de l'article réside dans le fait de mettre en perspective une analyse des représentations sociales et visuelles de l'activité de design par les praticiens eux-mêmes avec une analyse rétrospective de la culture de conception du design. Ainsi, nous valorisons la manière spécifique dont l'activité de design mobilise la représentation visuelle, comme forme d'expression et de légitimation professionnelle de sa culture de conception.

For designers, visual culture in design practices is as much a communicational mode of project for themselves and their clients as a tool for designing. This particular culture of design through

visual representation embodies a culture specific to design despite the multiplicity of designer and design activities. It unfolds and circulates through the adoption of standards and codes and the appropriation of visual language. Through this “creative action” recognizable among designers of social design or participatory design, our article aims to understand the way in which designers represent their work activity. More specifically, we wish to analyze the social, mental and visual representations that emanate from the activity of designers by questioning their use of visual representation to report on their practices and activities. Our methodology is based on the analysis of the manipulation of visuals in the design activity through semi-directed interviews with ten French designers who develop contemporary practices (service design, design of interaction, public policy design, design fiction). During these interviews, the double diamond served as a starting point allowing us to more broadly question the representations of their activity, as well as the use of visual representation in their professional practice. The contribution of the article lies in the fact of putting into perspective an analysis of the social and visual representations of design activity by the practitioners themselves with a retrospective analysis of the design culture of design. We therefore valorize the specific way in which the design activity mobilizes visual representation, as a form of expression and professional legitimization of its design culture.

## INDEX

**Keywords** : designer, visual representations, design culture, visualization, creative activity

**Mots-clés** : designer, représentations visuelles, culture de conception, schématisation, activité créative

## AUTEURS

### MARIE-JULIE CATOIR-BRISSON

Professeure associée au département Communication, Culture et Langues, Audencia Nantes.

### THOMAS WATKIN

Maître de conférences en design et sociologie, Laboratoire Projekt (UPR 7447), Université de Nîmes.