



# Présentation de l'opération

**i d d i l**  
B r e t a g n e

INNOVATION & DESIGN DURABLES DANS L'INDUSTRIE ET LES LOISIRS



 L'appel à projet Innovation – Création – Design (2<sup>ème</sup> édition) du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi :

- la réalisation d'un PRODUIT COLLECTIF
- La recherche d'une TRANSVERSALITE : Industrie & Services
- Démarche de DEVELOPPEMENT DURABLE
- Encouragement de l'INNOVATION NON TECHNOLOGIQUE : management de la création, positionnement marketing des produits et approches innovantes y compris dans la commercialisation



Créativité  
et innovation  
Année européenne 2009



### Nos observations :

- Prise de **CONSCIENCE ECOLOGIQUE** du citoyen
- Souhait « d'**AUTHENTICITE** » des consommateurs et volonté du consommateur d'être « **ACTEUR** » du produit qu'il achète
- La Bretagne : réussit mieux que d'autres régions à préserver son **PATRIMOINE NATUREL & CULTUREL** et s'est forgée une **IDENTITE** « consistante »



### Nos réflexions :

- **DEBOUCHES** sous-exploités des nouvelles formes d'**HABITATS ECOLOGIQUES** dans le domaine de l'Hôtellerie et de la Restauration
- Objectif de trouver une **THEMATIQUE D'INTERET COLLECTIF** pour recueillir l'adhésion d'un maximum d'entreprises et également pour le bénéfice - en termes de communication - de l'exemplarité de l'expérience conduite auprès d'un groupe « pilote »
- Souhait de ne pas faire « un coup » ponctuel dans le domaine du design mais faire de cette action un tremplin qui permettra d'innover plus largement l'économie bretonne et renforcer ainsi sa compétitivité

= mettre en place des **OUTILS DURABLES** d'accès au **DESIGN**



### Nos convictions :

- La compétitivité des entreprises repose sur la **DIFFERENCIATION**
- La réussite des projets innovants tient fondamentalement à la qualité de l'**ECOUTE** des clients et non-clients, ainsi qu'à l'examen des solutions alternatives
- L'innovation doit porter, en priorité, sur l'**EXPERIENCE VECUE** avec le produit (plus que sur le produit lui-même)
- La « **HAUTE-TECHNOLOGIE** » n'est productive que si elle concourt à rendre l'expérience « remarquable » dans le sens où « elle nous interpelle »
- Le **MARKETING VIRAL** doit faire partie de la conception du produit
- L'innovation est avant tout une capacité d'**OUVERTURE**
- Le **DESIGN** fait partie de la chaîne de valeurs de l'innovation
- La **CREATIVITE** n'est jamais aussi performante que lorsqu'elle est soumise à des **CONTRAINTES** ou à des **REGLES**
- Les entreprises bretonnes, de par leur taille, ont tout à gagner à fédérer leurs atouts dans un esprit « **GAGNANT-GAGNANT** »

- ✚ La création, par des entreprises bretonnes, issues du monde industriel, des services et du secteur du tourisme & des loisirs
- ✚ de produits touristiques ou de loisirs innovants,
- ✚ combinant des équipements et des services,
- ✚ sur une logique affinitaire relative à la nature, le patrimoine et à l'authenticité,
- ✚ en lien avec des territoires particuliers représentatifs de la spécificité de la Bretagne :
  - *La MER et*
  - *La TERRE*
- ✚ dans le respect des principes du développement durable.

- ✿ Miser sur la création de valeur dans le domaine du tourisme, en instaurant entre les parties prenantes représentantes des différents secteurs d'activité impliqués, **des relations "gagnant-gagnant"** fondées sur **la coopération**.
- ✿ **Rapprocher** les parties prenantes, **dès la conception du produit**, autour d'un challenge collectif commun de création et mise sur le marché d'une offre touristique / de loisirs :
  - Entreprises issues des différents secteurs d'activité impliqués dans la fabrication : secteur de la construction, filière nautique, secteur des services, nouvelles technologies de l'information...
  - Entreprises ou structures en charge de la commercialisation du produit touristique
  - « Consommateurs finaux »
- ✿ Mettre au service de **l'offre touristique bretonne, les compétences et savoir-faire de secteurs activités connexes** afin de la rendre plus innovante, et donc, plus compétitive.

- ✿ Démontrer que **l'innovation** par le design, le marketing, l'ouverture de l'entreprise vers des partenariats ou des marchés de diversification..., **ça marche !**
- ✿ Par **l'apport de méthodes et la mise en relation**, contribuer à la mise en place **d'un « vivier organisé d'énergies créatives »** dédié à la conception de nouveaux produits touristiques économiquement viables, et respectueux de l'environnement et du patrimoine régional.
- ✿ Aider à forger **une culture du design** en Bretagne.
- ✿ Mieux connaître les besoins et appréhensions des entreprises face au design pour apporter **un éclairage sur les nécessaires ressources à mettre en œuvre de manière durable.**

## Volet 1 : ACCOMPAGNER DES PROJETS PILOTES

visant à créer des produits de loisirs « intelligents » et durables dans les domaines du NAUTISME et du PLEIN-AIR

### ● CARACTERISTIQUES DES PROJETS :

- Des modes d'hébergement ou équipements en lien avec **des moyens de déplacement de découverte des territoires par des moyens écologiques** (bateau, vélo, marche, parapente...)
- Des équipements adaptés à **tout un chacun** (famille, enfants, seniors) où le consommateur peut être **acteur** de la prestation
- Du contenu informatif sur le site géographique
- Des **medias d'informations pratiques, culturelles, touristiques, gastronomiques...** accessibles depuis l'hébergement ou l'équipement
- Un **design évocateur du lien avec la nature** : choix des matériaux, absence de superflu, radicalement orienté vers le bien-être et le plaisir du consommateur final

- Pistes de réflexion possibles :

A vous de vous exprimer sur le sujet...

- Déroulement :

- Etape 0 : phase de préparation
- Etape 1 : production d'idées par la créativité
- Etape 2 : genèse des concepts & positionnement marketing
- Etape 3 : pré-validation des concepts
- Etape 4 : définition du cahier des charges de chaque produit
- Etape 5 : sécurisation des projets
- Etape 6 : fabrication des produits
- Etape 7 : commercialisation des produits

## ● Modes d'intervention :

- **Rendez-vous** : Formation / Action destinées aux membres des groupes de travail élargis

Sur un thème précis, atelier élargi à des entreprises qui gravitent autour des groupes projet (fournisseurs, sous-traitants...) destiné à présenter des méthodes pratiques, des compétences, des éclairages particuliers qui s'inscrivent dans le "parcours" proposé aux entreprises pilotes :

- "Comment réussir à différencier son offre ? "
- "Comment dynamiser mon offre par la créativité "
- "Les matériaux de construction écologiques "
- "Les usages au centre de la conception de produits "
- "Comment sécuriser mes projets par la propriété industrielle ? " ...

- **Accompagnement des groupes pilotes**

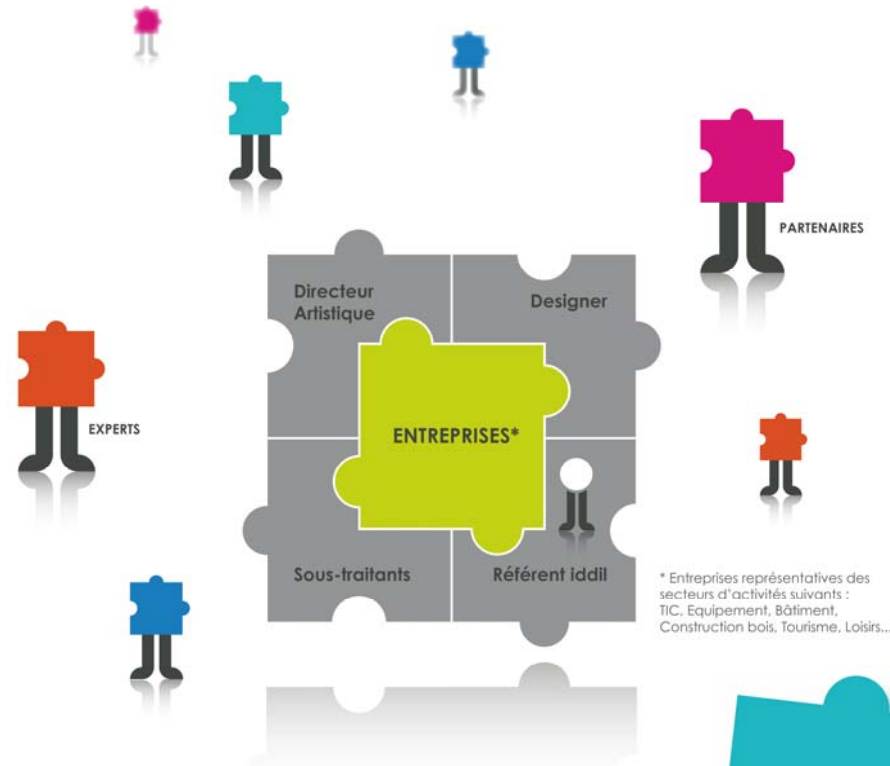
Accompagnement méthodologique des 4 sous-groupes par les Designers et autres experts (marketing, éco-conception, création...) et animation des groupes de travail :

- Réunions de travail dans les entreprises
- Réunions de l'ensemble des partenaires de chaque projet

- **Apports d'information** ciblés sur les 4 projets :

Veille sur les nouveaux produits, les matériaux, les tendances de marché et de consommation, études documentaires, tests consommateurs...

# Organisation des groupes de travail autour de 4 projets



\* Entreprises représentatives des secteurs d'activités suivants : TIC, Equipment, Bâtiment, Construction bois, Tourisme, Loisirs...

Organisation type d'un groupe-projet



## Volet 2 : LE PROGRAMME DE SENSIBILISATION

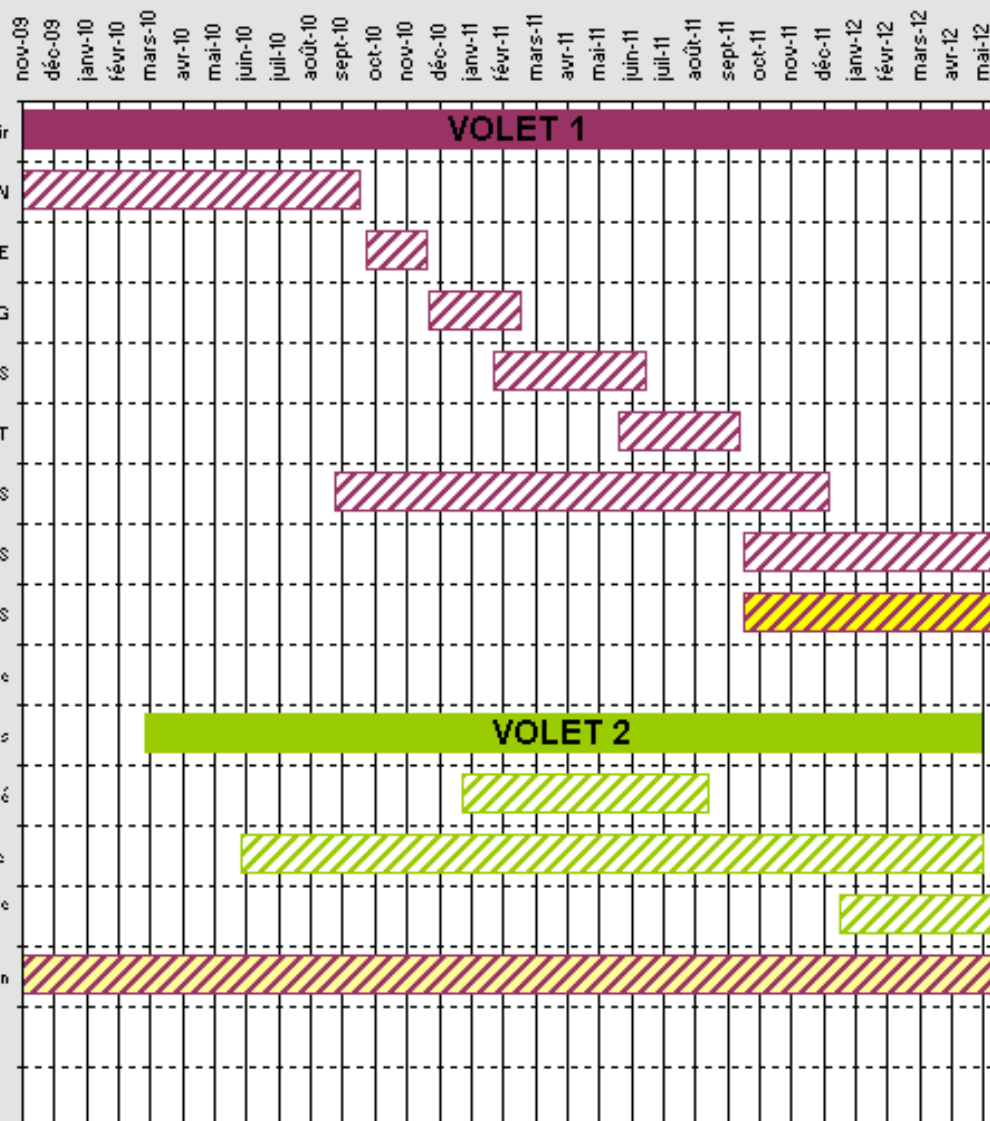
### ● Objectifs :

- Ce volet du projet s'appuie sur le VOLET 1 pour disséminer une culture du design sur la base des résultats obtenus par les groupes pilotes et sensibiliser ainsi au design un public plus large d'entreprises : quel intérêt économique ? quelles modalités d'approche ? quels sont les acteurs concernés ? quelles sont les bonnes pratiques ?
- Il a aussi pour objectif de créer les conditions favorables d'incitation et de réalisation des 1ères expériences auprès d'entreprises peu rôdées au design.

### ● Modes d'intervention :

- des informations pratiques sur le design et la création
- un site "ressources" sur le design, assorti d'une veille, d'une newsletter et d'une vitrine de bonnes pratiques
- des réunions de sensibilisation à l'apport du design pour les entreprises, s'appuyant sur le témoignage de binômes "entreprise-designer"
- des expositions, la participation à des salons et d'un événement de clôture autour des réalisations collectives menées dans le cadre d' iddil

Accompagnement de 4 projets sur les 2 thématiques de loisirs : Nautisme & Plein-air



Phase de COMMERCIALISATION DES PRODUITS (hors AAP ICD)

## Les prochaines étapes

**Mai 2010**

Réunion de  
Lancement

Déclarations  
d'intention  
des  
participants

Echanges /  
Visites pour  
affiner  
l'intérêt des  
participants

**Juin 2010**

1<sup>er</sup> rdv  
thématique :

Observation  
des usages  
des clients

1ers jalons  
de Propriété  
intellectuelle

Préfiguration  
4 groupes  
projet

Brief Etude  
sur les usages

Observation des usages dans le Nautisme et  
les Campings

**Juillet 2010**

**Août 2010**

**Sept. 2010**

2<sup>ème</sup> rdv  
thématique :

La propriété  
intellectuelle  
au sein des  
4 groupes

Consolidation  
4 groupes

Restitution  
Etude sur les  
usages

Engagement  
définitif des  
participants

Appels  
d'offre  
4 Designers

**Oct. 2010**

Démarrage  
des  
4 Groupes  
Projets =

3<sup>ème</sup> rdv  
thématique :

Techniques  
de créativité

Suivi de  
chaque  
groupe par :

- Référent iddil
- Designer
- Directeur Artistique