

Profession

Une nouvelle expertise et son système formation : le design industriel

par Monique Vervaeke*

Afin d'imposer leur expertise, les designers ont dû investir le domaine de la formation. Ce groupe professionnel se singularise en favorisant une diversité de filières de formation plutôt qu'en privilégiant le diplôme comme filtre dans l'accès à l'emploi.

L'accroissement de la division du travail recompose les tâches de création, de conception et d'exécution (Friedmann, 1964) et favorise l'émergence de nouveaux groupes qui cherchent à faire reconnaître leur expertise. Étudier le groupe des designers industriels permet d'examiner comment il définit les savoirs, les compétences légitimes, validés par un système de formation et reconnus sur un marché du travail spécialisé.

Un groupe professionnel revendique le mandat de sélectionner, former, initier et discipliner ses propres membres et de définir la nature des services qu'il se charge d'accomplir (Hughes, 1958). Sa construction sociale implique qu'il puisse être identifié par une pratique et qu'il préserve son champ d'activité en contrôlant la transmission des connaissances requises pour exercer. Un tel contrôle suppose la mise en place d'un système d'enseignement identifiant les savoirs à transmettre. Ainsi, la création d'une filière spécifique et la reconnaissance des diplômes délivrés participent de l'affirmation des groupes professionnels émergents. Le cloisonnement des savoirs et des savoir-

faire empêche les groupes rivaux d'étendre leur champ d'intervention (Paradeise, 1987). Les enseignements spécialisés de design ont été créés à l'initiative d'acteurs publics ou privés et il n'existe pas un cursus unifié de formation aboutissant à un examen normalisé. Pour autant, l'enseignement d'arts appliqués à l'industrie, puis celui du design semblent avoir joué un rôle déterminant dans l'affirmation de la figure professionnelle de designer.

Comme d'autres groupes d'experts, celui des designers industriels agit en interaction avec divers

* Monique Vervaeke est sociologue, chargée de recherche au CNRS (LASMAS – Laboratoire d'analyse secondaire et des méthodes appliquées à la sociologie). Elle a notamment publié : Vervaeke M. (2003), *Le design et les immatérialités de l'entreprise*, Paris, l'Harmattan, 190 p. ; Vervaeke M. (2005), « La reconnaissance du design en entreprise », *Design in Europe*, Paris, Pyramid, pp. 78-86.

mondes sociaux. Sa reconnaissance professionnelle résulte d'une construction sociale. Selon G. Dorfles (1963), le designer industriel engage une recherche créative et esthétique. Ses propositions et son approche de la conception s'appliquent à des objets fabriqués en série par une production mécanisée ne nécessitant pas d'intervention manuelle. En insistant sur l'orientation industrielle de la démarche créative, une telle définition suppose que l'entreprise constitue l'un des mondes sociaux à partir duquel les réputations et les formes identitaires du modèle professionnel sont élaborées. En conséquence, les interactions sociales déterminantes pour la carrière des designers s'organisent dans des mondes sociaux très différents de ceux qui interviennent dans les professions artistiques orientées vers le marché de l'art et les institutions culturelles (Becker, 1970 ; Moulin, 1992).

En France, le design industriel s'est affirmé, à partir de 1950, comme une activité spécialisée et comme un milieu professionnel autonome dépassant les expériences pionnières de l'école de Nancy et du mouvement moderne conduites par des artistes décorateurs et des architectes (Debize, 1989 ; Le Corbusier, 1925). Dans l'espace de la formation, cette discipline naissante se constitue dans un rapport de filiation et de rupture à l'égard de la tradition française des Beaux arts, des arts appliqués et de l'enseignement des métiers d'arts. À l'ère de la reproduction industrielle, la notion de création peut-elle encore être entendue au sens restrictif qui lui est donné par la réforme des écoles d'art de 1988 ? En effet, R. Moulin (1992) considère que cette réforme réduit la création à l'originalité juridiquement définie¹.

Aussi, avant d'examiner comment le système de formation concourt à la reconnaissance de la qualification et à la socialisation professionnelle, une mise en perspective historique s'avère nécessaire. Une discipline naissante s'impose dans un champs de lutte, héritage des anciennes divisions disciplinaires (Abbott, 1988). Cependant, un groupe comme celui des designers, tout en maintenant des filières hétéro-

gènes d'enseignement et d'accès à l'emploi, aurait, selon notre hypothèse, une cohésion fondée sur des normes, des valeurs communes. Certes, les conflits institutionnels à l'origine de la diversité de l'offre de formation organisent une certaine segmentation du groupe. Mais ils tendent à être dépassés par les liens que les établissements d'enseignement entretiennent avec le milieu professionnel.

FILIATION ET RUPTURE À L'ÉGARD DES ARTS APPLIQUÉS

Comme discipline, le design est lié à la civilisation industrielle et à la mécanisation qui ont conduit à la production de masse. Dès les débuts de l'industrialisation, la question des rapports entre art et technique se pose (Francastel, 1956). Après avoir visité l'exposition universelle de 1851, le comte L. de Laborde, dans un rapport publié en 1856, esquisse un plan de réformes pour développer l'enseignement des arts appliqués à l'industrie. Ce rapport annonce les clivages sociaux et institutionnels qui, cent ans plus tard, ont façonné les enseignements différenciés à partir desquels cette spécialisation naissante s'est constituée. Il contient à la fois des références nostalgiques à l'artisanat de la période monarchique et des orientations plus novatrices, telles que l'accès des femmes à l'enseignement d'arts ainsi que la création d'une manufacture-modèle. L. de Laborde proposait l'ouverture d'écoles ateliers plus liées au monde industriel que la manufacture des Gobelins qui perpétuait une tradition royale. Cet établissement fabriquait des pièces rares, de luxe, sous le contrôle de l'Académie des Beaux-Arts. Selon lui, la menace de la concurrence étrangère rendait inévitable l'union de l'art et de l'industrie. Parmi les réformes qu'il préconisait, une place importante était accordée à l'enseignement. Les ouvriers suivraient des cours de dessin, les dessinateurs ornementalistes des cours artistiques apportant les connaissances nécessaires à l'exécution et à la conception du décor des objets, et seuls les artistes de l'École des Beaux-Arts concevraient des modèles. Il proposait donc un système de formation très hiérarchisé (Laurent, 1999).

À L. de Laborde, haut fonctionnaire, partisan de l'union des arts industriels et des Beaux-Arts, s'opposèrent des personnalités de l'élite culturelle, A. Hermant, architecte, J. Fromental-Halevy, compositeur, ou C. Lenormant, célèbre numismate. Ils voulaient

¹ R. Moulin fait référence au décret n°88-1033 du 10 novembre 1988 : « L'enseignement des arts plastiques dispensé dans les écoles nationales, régionales et municipales est axé, dans chacune des branches où il est assuré, sur la création d'œuvres originales. » Une telle définition spécifique que les arts plastiques sont orientés vers la création d'œuvres en exemplaires limités. En revanche, la démarche créative du designer s'applique aux objets produits en série.

préservé et renforcé le pouvoir de l'Académie sur l'ordre artistique. Ce courant freina la mise en place d'une formation indépendante des artistes industriels de haut niveau et défendit la prééminence des Beaux-Arts sur les arts appliqués. Cet antagonisme recouvrait des enjeux institutionnels et des clivages sociaux. Les artistes industriels avaient une revendication statutaire. Ils escomptaient profiter du mouvement d'industrialisation qui prenait son essor en France. Ils aspiraient à une amélioration de leur condition sociale et désiraient que leur travail fasse l'objet d'une reconnaissance comparable à celle des artistes des Beaux-Arts. De plus, au conflit entre les partisans des arts industriels et les tenants de l'académisme, amorcé dès le milieu du XIX^e siècle, s'ajoutèrent les conflits d'orientation et de pouvoir entre la Direction des Beaux-Arts et celle de l'Enseignement technique, ces deux administrations se répartissant la tutelle d'établissements d'arts appliqués (Laurent, 1999 ; Pelpel, Troger, 2001).

Les designers industriels affirmèrent l'autonomie de leur discipline en rejetant l'approche ornamentaliste qui plaquait un décor inspiré de la tradition classique sur la production industrielle. Dans son livre, *La laideur se vend mal*, R. Loewy (1963) critiqua les artistes bien intentionnés. Ils cherchaient à remédier au manque d'harmonie des objets industriels en appliquant l'Art à la machine. R. Loewy qualifia ces artistes d'adeptes de la décalcomanie : « nous eûmes ainsi des locomotives festonnées de guirlandes printanières, des rouleaux compresseurs ornés d'anges joufflus et des fourneaux à charbon parsemés d'hirondelles, de papillon et de myosotis. » Pour sa part, P. Francastel évoqua la période du conflit entre le décor et la structure (Francastel, 1956).

En France, la première forme institutionnelle prise par le groupe professionnel des designers industriels date de 1951, année de création de l'Institut français d'esthétique industrielle (Quarante, 1984). Cet organisme deviendra l'Institut français de design industriel en 1984. Progressivement, en imposant l'appellation de *design industriel*, ce milieu professionnel a cherché à affirmer la dimension de conception industrielle de cette activité. Il s'est démarqué ainsi d'une certaine tradition académique et administrative qui pensait la relation de l'art à l'industrie à partir du modèle du travail artisanal, et s'est inscrit dans un mouvement international en s'associant à l'*International council of societies of industrial design* (Icsid) en 1957, dès la création de cette association.

Les conflits institutionnels qui ont accompagné l'histoire de l'enseignement d'arts appliqués en France ont favorisé les métiers d'art, au détriment de l'approche qu'on appelle aujourd'hui de *design industriel*. L'enclavement du système de formation contribuera à conforter les intérêts de l'artisanat face à l'industrie, du travail manuel face à la machine, du luxe face au bon marché (Laurent, 1999). Désormais, les enjeux de la formation, amorcés au XIX^e siècle et poursuivis durant la première moitié du XX^e siècle, formulés autour de la question du maintien, dans la production industrielle, de l'originalité des produits d'art, se sont modifiés.

Aujourd'hui, l'industrie du luxe, et plus généralement l'économie culturelle relèvent d'une organisation des rapports économiques très différente de celle des industries d'art du XIX^e siècle ou des arts décoratifs des années 20. Plus largement, le capitalisme contemporain a tendance à investir de contenus esthétique et symbolique les biens et les services (Scott, 2000 ; Vervaeke, 2003). L'expertise des designers est mobilisée par l'industrie en relation avec un mouvement de rationalisation de l'activité économique qui, en France, a contribué à la croissance des catégories de cadres. Il s'agit d'entendre cette notion de rationalisation dans un sens large (Gadéa, 2003). La différenciation des produits sur des marchés organisés selon des formes concurrentielles de plus en plus mondialisées et le renouvellement rapide des produits modifient les organisations de la conception.

La logique technologique n'est plus qu'une des dimensions de l'innovation de produit. Dotés de compétence sur les propriétés d'usage ainsi que sur les dimensions formelle, sensorielle, imaginaire et symbolique des marchandises, les designers participent désormais aux organisations de la conception. Ainsi, les designers du secteur de la lunetterie élaborent-ils des propositions créatives en fonction de thématiques telles que la légèreté, la transparence, la flexibilité. Une recherche formelle peut créer des composants exclusifs, réduire le nombre d'opération liées à l'assemblage ou au marquage des pièces par le logo de la marque (Vervaeke 2003).

Durant ces trente dernières années, l'expertise en design a progressivement acquis une spécificité et une

« les designers
participent désormais
aux organisations de
la conception »

autonomie. Cependant, ces professionnels veulent faire reconnaître une qualification qui s'acquiert dans des cursus diversifiés publics et privés. Ainsi, ce groupe professionnel, tout en maintenant des filières hétérogènes de formation, défend-il des intérêts convergents en vue de délimiter un tel domaine d'activité. À cet effet, influence-t-il la formation et les politiques de recrutement ?

DES FILIÈRES DE FORMATION DIVERSIFIÉES

En France, les premiers designers industriels dont l'expertise se différencie de celle des métiers d'arts ne commencent à spécialiser leur activité et à se regrouper qu'un siècle après la publication du rapport de L. de Laborde, vers 1950. Ils prennent alors des initiatives en vue de promouvoir leur nouveau métier auprès des entreprises. Ils participent à des expositions présentant le design au grand public. Afin de débattre de leur expérience professionnelle, ils organisent conférences et congrès, éditent une revue, se rassemblent en associations professionnelles. Le sociologue G. Friedmann (1954) sera invité à l'une de leurs conférences. En précurseur, il analyse ce groupe émergent en relation avec l'organisation taylorienne de la production qui consacre la dissociation entre la conception et la fabrication.

Souvent, ces jeunes designers ont reçu une formation dans une école d'arts appliqués ou d'arts décoratifs. Le premier établissement à avoir enseigné le design est l'École nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'arts (Ensaama) qui délivre un BTS (brevet de technicien supérieur) d'esthétique industrielle en 1956. La section Design de l'École nationale supérieure des arts décoratifs (Ensad), créée sous la responsabilité de Roger Tallon, l'un des designers du TGV (train à grande vitesse), existe depuis 1962. Au cours des années 70, l'enseignement du design est introduit dans les écoles d'arts décoratifs, puis dans les années 80 dans les écoles des Beaux-Arts, d'ingénieurs² et dans des établissements liés à une chambre

² DESS (diplôme d'études supérieures spécialisées) « design industriel et conception de produit » de l'université de technologie de Compiègne, filière « design et conception de produit » aux Arts et Métiers.

de commerce³. Durant cette dernière période, des écoles spécialisées publiques et privées de design voient le jour⁴.

Les connaissances acquises et les spécialités d'exercice

Les jeunes diplômés ont cherché à promouvoir leur métier en créant des agences ou des services de design dans les entreprises. Ils ont fait émerger un marché de la commande, c'est-à-dire une demande des entreprises pour cette expertise particulière. Des mécanismes de reconnaissance des qualifications régulant leur marché du travail se sont mis en place. Des annuaires sont édités par des organismes de promotion du design. Les employeurs ayant déjà travaillé avec des agences précisent leur politique de recrutement et définissent un profil de poste. Des stagiaires sont embauchés à l'issue de leurs études et créent les premiers postes qui, en se renforçant progressivement, formeront une équipe puis un service. Des informations sont communiquées sur le montant des salaires dans la revue *DesignFAX* par exemple. Des centres de design régionaux, financés par le ministère de l'Industrie et des instances locales, conseillent les entreprises et les mettent en relation avec le milieu du design. L'emploi déclaré en 1997, d'un effectif total de 985 diplômés ayant achevé leurs études entre 1984 et 1996, montrait les liens forts entre le système de formation et l'insertion, puisque les trois quarts de ces diplômés sont devenus designers produit⁵. Ils exercent comme indépendants ou associés (28 %), intégrés en entreprise (25 %), salariés d'agence de design (14 %) salariés de société de communication, de marketing, ou de cabinet d'architecture, d'architecture d'intérieur (6 %). Les autres deviennent graphistes (8 %), directeurs ou assistants artistiques ou de communication (5 %). Certains

³ L'Institut européen de design (IED), l'Institut supérieur de design (ISD), l'École de design des pays de Loire.

⁴ École nationale supérieure de création industrielle (Ensci), École supérieure de design industriel (Esdi) /Créapole, Strate Collège.

⁵ Ce traitement de données porte sur les diplômés de 5 écoles : Ensci, Créapole-Esdi, Isd, École de design des pays de Loire (devenue École de design Nantes-Atlantique), Strate Collège, soit une école publique parisienne, deux établissements liés à une chambre de commerce en région et deux établissements privés en région parisienne. 6 % de la population n'exercent pas d'activité dans l'univers du design, notamment ceux qui sont à la recherche d'un emploi.

Encadré 1

Le milieu professionnel du design

Le design a comme domaine d'activité l'ensemble de l'identité visuelle des firmes. La figure professionnelle du designer se différencie par des spécialisations : designer produit, designer graphique, d'environnement, textile, et l'existence de divers segments caractérisant les modes d'exercice : designer intégré en entreprise ou consultant.

Les spécialisations

Le designer produit élabore l'ensemble des signes émis par les nouveaux produits. Il doit en connaître le mécanisme et parfois cela le conduit à le modifier. Il participe à la recherche des matériaux car leur association modifie les volumes, les effets visuels, tactiles, olfactifs, sonores voire gustatifs. Il s'intéresse également à l'ergonomie du produit, aux données du marché et à la dimension prospective de la politique de produit.

Le designer graphique a des compétences en graphisme et en multimédia appliquées à une politique de communication centrée sur le produit et sur l'identité de la firme. Il travaille sur tout document présentant l'entreprise industrielle ou de service : les informations pour les clients, les catalogues, les emballages, les sites web, les CD-Rom.

Le designer d'environnement conçoit les stands d'exposition, les présentoirs et les accessoires, les espaces de travail ou d'accès du public.

Le designer textile travaille plus particulièrement sur les propriétés des matériaux textiles. En raison de ses spécificités, notre observatoire ne comporte pas d'entreprises du textile.

Les modes d'exercice

Le designer intégré est salarié d'une entreprise.

21 % des ingénieurs du secteur privé déclarent que leur firme emploie des designers ou passent des commandes à des agences de design ; 15 % travaillent avec des designers. Cela montre la diffusion de ce jeune groupe professionnel dans les milieux de l'innovation industrielle (Darsch, Vervaeke, 2005).

Le designer consultant peut être un travailleur indépendant, un dirigeant, associé ou un salarié d'une agence. Selon le rapport de l'APCI (2002) (*), la France compte 4 500 à 4 750 entités dont les responsables disent exercer au moins l'un des métiers : design de produit, design de communication et packaging, design d'environnement. Ces entités regrouperaient 11 000 à 13 000 designers. Certaines agences ont plusieurs spécialités, d'autres sont centrées sur le design de produit ou le design de packaging (emballage, conditionnement) par exemple.

(*): Agence pour la promotion de la création industrielle.

s'orientent vers un métier fondé sur une maîtrise technique de la mise en forme des volumes : infographie, CAO (conception assistée par ordinateur), image de synthèse, maquette (4 %). Deux autres types d'activités offrent également quelques débouchés à ces diplômés : des emplois d'ingénierie de la conception (2 %) et l'architecture d'intérieur, la décoration (2 %) (Vervaeke, 1997).

Les diplômés des écoles de design industriel s'orientent majoritairement vers un emploi salarié (65 %), 25 % sont indépendants, 10 % sont directeurs ou associés d'une société. À noter que le versant libéral de la profession est bien moindre que chez les architectes. Plus d'un diplômé en architecture de l'école Paris-Belleville sur deux s'orientent vers une activité libérale (55 %), les salariés ne représentant que 33 %

(Daniaud, Roullin, Knop, 1995). Les femmes représentent plus de trois diplômés sur dix. Il existe une certaine discrimination sexuelle dans l'accès au marché du travail. Les femmes deviennent moins souvent designers produit que les hommes. Elles s'orientent davantage vers les autres métiers de l'univers du design ou vers d'autres activités. Et au sein de la spécialité du design produit, elles sont nettement moins fréquemment intégrées dans l'industrie que les hommes. En revanche, elles occupent plus souvent un emploi de salarié d'agence (Vervaeke, 1997).

Le consensus des professionnels pour maintenir la diversité des filières

Le milieu professionnel des designers se constitue d'une manière singulière. En effet, ces professionnels entendent faire reconnaître un savoir d'expertise qui n'est pas enseigné dans un cursus unifié aboutissant à un examen normalisé. Les praticiens et les enseignants ne revendiquent pas une formation homogène organisée dans un cursus unique d'études. Certains établissements de formation sont reconnus par le ministère de la Culture, d'autres par le ministère de l'Industrie ou de l'Éducation nationale. De plus, parallèlement au système public qui repose sur une forte sélection des entrants, les effectifs étant limités à des promotions d'une vingtaine d'étudiants, les établissements privés délivrent des diplômes et mettent sur le marché plus de diplômés que les établissements publics (les principaux établissements privés ont un nombre annuel de diplômés qui varie entre 40 et 70). Les diplômes sont ainsi attribués par une diversité de filières de formation. Aucun d'entre eux ne s'impose comme condition exclusive d'appartenance au groupe professionnel ou de recrutement (Darsch, Maury, Vervaeke, 1999). Ainsi, parmi les professionnels, il existe un consensus visant à maintenir l'enseignement du design dans différentes filières : les écoles spécialisées, les écoles d'arts, d'arts appliqués, d'architecture et d'ingénieurs. Certains designers, comme D.

« Aucun diplôme ne s'impose comme condition exclusive d'appartenance au groupe professionnel ou de recrutement »

Quarante⁶, considèrent même que la diversité des cursus permet de faire face à la variété des problèmes à résoudre dans l'exercice de leur activité (Quarante, 1981 ; 1984).

L'enseignement de design reste assuré par des établissements sous tutelle de différents ministères : la Culture, l'Éducation, l'Industrie. Cette situation n'est pas particulière à ce groupe professionnel ; les écoles d'ingénieurs relèvent de ministères encore plus diversifiés. Cependant, sur la question des diplômes, les designers se différencient des professions habituellement étudiées par la sociologie, et en particulier des ingénieurs, lesquels ont recherché la protection du titre par la loi du 10 juillet 1934. Les ingénieurs ont en effet axé leur stratégie sur la reconnaissance de leur qualification par la protection de leur titre scolaire. Le candidat au titre d'ingénieur doit avoir obtenu un diplôme scolaire reconnu par la Commission des Titres qui instruit les dossiers (Duprez, Grelon, Mary, 1991).

Certains auteurs de la sociologie des professions considèrent que les groupes professionnels organisent l'acquisition et l'agrément d'une qualification dans de vastes champs fonctionnels, sur la base des titres et diplômes officiels détenus par les individus. Ils utilisent le système de formation pour établir une frontière entre ceux qui peuvent exercer, et se prévaloir d'un savoir spécifique, et les non-experts (Larson, 1988). Cette thèse accorde aux systèmes nationaux unifiés d'attribution des diplômes un rôle essentiel. Cependant, l'origine historique de certains groupes et le développement dans les professions de services d'une expertise internationale limitent la portée générale de cette thèse. Ainsi, selon le critère du diplôme, l'accès au milieu professionnel des designers industriels reste très ouvert. Certes, les responsables de services de design affirment que la formation est nécessaire car elle enseigne la maîtrise des outils de la représentation, mais ils évaluent les candidats en fonction de leur parcours de formation. Ce critère d'embauche est davantage apprécié que le diplôme délivré par tel ou tel établissement, telle ou telle filière. De plus, la dimension internationale du parcours de formation est un atout très valorisé.

⁶ Enseignante à l'université de technologie de Compiègne et auteur d'un manuel.

Les professionnels ont une certaine perception des qualités et des carences spécifiques aux enseignements proposés par les différentes écoles. Mais ces *a priori* sur la formation ne semblent pas influencer fortement sur le recrutement. Ils jouent au début de la vie professionnelle car le jeune diplômé manque d'expérience, mais ensuite le rôle de l'école diminue. Le diplôme n'est pas un marqueur social actif pour différencier les membres d'une équipe. En général, un designer ne se souvient pas des établissements dont sont issus ses collègues. Durant nos entretiens (voir

encadré 2), les responsables d'un service qui ont examiné les curriculum et proposé les candidats au recrutement à leur direction consultent leurs dossiers pour indiquer quels sont les diplômes des membres de leur équipe.

S. Vanhove, chef du service « stratégie design, analyse et communication » chez Renault, énonce quelques critères de la politique d'embauche de son entreprise : « *Tout le monde peut se présenter. En fait, il y a quatre critères : il faut avoir de l'essence dans les veines, posséder une chose mystérieuse*

Encadré 2

L'observatoire des entreprises ayant un service de design

Au début de cette recherche, 180 entreprises ayant un service de design ont été recensées par nos soins, à partir d'annuaires d'anciens élèves d'écoles et d'informations publiées par des organismes ou des journaux traitant du design industriel. Il s'agit d'une enquête de terrain réalisée auprès de firmes localisées en France. En 1998, chacune de ces firmes a été contactée. Une liste d'environ 400 designers a ainsi été établie. Cela a permis de connaître la composition des services de design de 83 entreprises. Un questionnaire sur la composition, l'organisation du service et sur leurs missions a été envoyé à leur adresse professionnelle.

Les données sur ces services ont été réactualisées en 2002 : *panel postes 1998 et 2002*. De façon complémentaire, 35 entretiens qualitatifs de dirigeants d'entreprises et de responsables d'un service ont été analysés et 152 designers salariés ont répondu, en 1998, à un questionnaire approfondi sur les procédures de recrutement, la carrière et leur activité (enquête Lasmass, *designers intégrés 1998*). Ces enquêtes fournissent des indications sur la place de la formation dans la stratégie de recrutement des firmes.

Les postes étudiés en 1998 se répartissaient sur 83 entreprises des secteurs des biens de consommation et d'équipement. En 2002, le nombre de firmes composant cet observatoire a diminué. Le panel ne comprend plus que 69 sociétés en raison des rachats, des fusions et des cessations d'activité.

Les sociétés qui ont eu une continuité dans leur stratégie, en maintenant un service de design entre 1998 et 2002, appartiennent à des secteurs très variés : équipement automobile, téléphonie, matériel électrique, matériel médical, lunetterie, mobilier et articles de sport. Les industries du luxe composent une faible partie du corpus : 2 firmes en 1998 et en 2002, soit 5 % des 242 postes du panel 1998 et 7 % des 280 postes du panel 2002.

Malgré un nombre plus réduit d'entreprises observées en 1998, comparé à celui de 2002, les postes de designers ont augmenté (16 %). Le recrutement reste encore à dominante nettement masculine. 77 % des postes sont occupés par des hommes en 2002 et 81 % en 1998. Entre 1998 et 2002, il y a eu une faible féminisation des emplois. L'écart entre la proportion de femmes dans les entreprises et celle des femmes diplômées subsiste encore, mais il s'est légèrement réduit durant cette période de 5 ans. De plus, dans l'industrie, certaines femmes ont su faire reconnaître leur compétence professionnelle. Elles assument la responsabilité d'une marque, d'une équipe ou d'un service (VIA, 2004, <http://www.via.asso.fr>).

Cette recherche a obtenu un financement de l'Action Concertée Incitative « Travail », du ministère de la Recherche.

qu'est le talent, avoir la maîtrise d'un moyen d'expression [graphique ou 3D] et être capable de travailler en équipe. Sinon, il faut savoir communiquer, défendre un projet, argumenter, être convaincant, imaginatif dans la communication. » (Dizajn, 1999). Ces propos indiquent que des candidatures d'origines assez diverses peuvent être examinées. Mais les aptitudes des candidats concernant la repré-

sentation du volume et la communication des intentions, (croquis, maquettes, argumentaires visuels et oraux sur l'histoire du produit, l'usage, les matières, les techniques de fabrication) ainsi que les critères relationnels constituent des filtres qui supposent des apprentissages, l'acquisition de connaissances spécialisées et une forte socialisation aux normes culturelles du milieu.

Tableau 1
Le diplôme des designers en 1998 et en 2002 (%)

	Designers en 2002			Designers en 1998
	embauchés avant 1998	embauchés depuis 1998	TOTAL	
Diplôme spécialisé de design :	61	78	69	69
d'une école publique cycle long 5 ans (Ensad, Ens-ci)	15	13	14	18
d'une école publique cycle 3 à 4 ans (Bouille, Ensaama)	10	10	10	9
d'une école étrangère	7	13	10	9
d'une école privée parisienne cycle long 5 ans (Strate, Créapole-Esdi)	25	20	22	24
d'une école liée à une chambre de commerce cycle long 5 ans (Pays de Loire, ISD, IED)	4	22	13	9
Diplôme d'une école des Beaux-arts (en 3 ou 5 ans)	13	5	9	7
Diplôme d'ingénieur avec formation au design	4	2	3	5
Diplôme technique court (BTS esthétique industrielle, mécanique...)	15	7	11	11
Diplôme d'architecture		4	2	4
Autre : promotion interne avec formation courte, études sans diplôme	7	4	6	4
Total	100	100	100	100
Total effectif	(n=137)*	(n=143)	(n=280)	(n=242)**
Enquête Lasmas ; panel postes 1998 et 2002.				

Signes : École nationale supérieure des arts décoratifs (Ensad), École nationale supérieure de création industrielle (Ens-ci), École nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'arts (Ensaama), Institut européen de design (IED), Institut supérieur de design (ISD), École de design des pays de Loire, devenue École de design Nantes Atlantique, École supérieure de design industriel (Esdi)/Créapole, Strate Collège.

Note de lecture :

*Parmi les designers en postes en 2002, l'effectif des embauchés avant 1998 est de 137 avec 11 non-répondants ; l'effectif des embauchés après 1998 est de 143 avec 8 non-répondants, soit un effectif total de 280 designers dont 19 non-répondants en 2002. **L'effectif des designers en poste en 1998 était de 242 designers, avec 7 non-répondants à cette question.

Le recrutement des écoles s'opère sur concours et dossier. Les établissements spécialisés ont un cycle d'études de 5 ans. Les écoles d'art délivrent un diplôme national d'arts et techniques (DNAT) en trois ans et un diplôme national supérieur d'expression plastique (DNSEP) option design en 5 ans.

Exemple de lecture : parmi les designers en poste en 2002, 61 % des embauchés avant 1998 possédaient un diplôme spécialisé de design pour 78 % des recrutés après 1998, soit un total de 69 % de diplômés en design en 2002. En comparaison, parmi les designers en poste interrogés en 1998, les diplômés en design étaient également 69 %.

Une diversité de cursus dans chaque service de design

L'accès aux emplois de designers reste ouvert. Les formations suivies, différenciées selon les types de filières et la durée des études, sont très hétérogènes, comme l'illustre le **tableau 1**. Cependant, les politiques de recrutement privilégient l'embauche de diplômés ayant suivi un cursus spécialisé en design, soit 69 % en 1998 et en 2002. Cette stabilité de la catégorie masque une transformation résultant de la mobilité des designers en poste et des caractéristiques des nouveaux entrants. Parmi les designers en poste en 2002, les diplômés en design ne constituent plus que 61 % des embauchés avant 1998. Mais 78 % des nouveaux embauchés entre 1998 et 2002, venus compenser les départs, sont des diplômés d'un établissement ayant un cursus spécialisé. Parmi les nouveaux arrivants, le nombre de ceux qui détiennent un diplôme d'une école étrangère augmente, ainsi que les diplômés d'une école liée à une chambre de commerce. Entre 1998 et 2002, le recrutement des diplômés des écoles spécialisées se renforce.

La croissance du nombre de sortants des filières privées ou des écoles de design liées à une chambre de commerce a engendré un certain tassement de la représentation des écoles parisiennes publiques, dont le nombre de diplômés est assez stable. Les cursus de design dans les écoles d'arts, d'architecture ou d'ingénieurs assurent une diversification des recrutements. Mais le nombre de leurs diplômés, déjà faiblement représentés en 1998 (16 %), tend à diminuer. Ils n'occupent plus que 14 % des postes en 2002 et représentent seulement 11 % des recrutés entre 1998 et 2002.

Ceux qui exercent une activité de designer intégré ont généralement suivi une formation en design produit. Les plus anciens, recrutés avant la création des cursus spécialisés, ont acquis leurs savoir-faire à l'issue d'une longue expérience professionnelle. Dans la lunetterie, par exemple, certains prototypistes sont devenus designers et collaborent avec les directions artistiques de marques célèbres du milieu de la mode. Ce profil d'accès au groupe professionnel s'observe pour les plus de 50 ans. Les recrutés récents sont diplômés d'écoles de design ayant un niveau d'études à bac + 4 et bac + 5. Plus généralement, parmi les designers composant *le panel des postes*, les

diplômés d'un cycle court (BTS d'esthétique industrielle, par exemple) se maintiennent au même niveau en 2002 par rapport à 1998, soit à 11 %. Toutefois, ils sont peu nombreux dans les embauches réalisées entre 1998 et 2002 (7 %). Leur faible mobilité a assuré la stabilité de cette catégorie. Globalement, le recrutement valorise les cycles longs d'études.

Les diplômés étrangers, quant à eux, sont américains (*Art center* de Pasadena ou de l'université de Cincinnati), anglais (*Royal college of art* de Londres) canadien, etc. Sur 44 firmes employant au moins deux designers, 13 emploient au moins un designer titulaire d'un diplôme étranger. Il s'agit le plus souvent d'un jeune diplômé français qui a poursuivi des études à l'étranger et plus rarement d'un designer étranger diplômé d'une école de son pays d'origine. Les services de design les plus importants ont ces deux types de recrutement. Les deux cas suivants montrent une individualisation des parcours de formation :

cas 1 : DUT (diplôme universitaire de technologie) en génie mécanique en 3 ans, école des Beaux-Arts de Brest en option « design aménagement de bateaux » en 2 ans, puis un an à l'*Eidoven akademie industrielle vormgeving*, école aux Pays-Bas.

cas 2 : 2 ans à l'école des Beaux-Arts de Saint-Étienne, puis 5 ans à l'école de la Cambre à Bruxelles.

Certains designers n'ont pas été formés par les principales écoles parisiennes spécialisées. Ils ont accumulé des formations, se constituant ainsi des atouts professionnels originaux. Un cursus commencé dans une école de province peut aboutir à un poste à responsabilité, s'il est complété par une formation à l'étranger.

Ces résultats indiquent que les designers embauchés par les entreprises ne relèvent pas de la figure du créatif autodidacte. Le système d'enseignement a également contribué à structurer le milieu des agences. Selon une enquête⁷ de l'Association pour la promotion de la création industrielle (APCI,

« les designers
embauchés par les
entreprises ne relèvent
pas de la figure du
créatif autodidacte »

⁷ Cette étude a porté sur 240 agences de design embauchant 2 562 personnes dont 1 069 créatifs.

2002), les designers de formation prédominent à la tête des agences de design produit. 54 % des dirigeants sont issus d'une école de design et 12,5 % d'une école d'arts. Plus globalement, cette étude montre que 90 % des créatifs des agences de *packaging* (emballage, conditionnement) ou de design produit ont reçu une formation dans une école de design, d'arts ou d'architecture. Les recrutements s'opèrent sur des critères de qualification professionnelle supposant l'obtention de certains diplômes. Mais les filtres sociaux, c'est-à-dire les critères implicites et explicites d'embauche tels que la diffusion de l'information sur les emplois à pourvoir, la définition des profils de postes, les conditions du recrutement, influencent la composition des services qui rassemblent des designers issus de diverses filières de formation. Sur 69 entreprises observées en 2002, une seule emploie des diplômés de la même école. Même si les recruteurs privilégient les diplômés des établissements spécialisés, la diversité des cursus subsiste : écoles spécialisées de design produit publiques ou privées ou enseignements d'arts.

LES CONTACTS PROFESSIONNELS FAVORISENT L'ACCÈS À L'EMPLOI

Par l'exercice de leur expertise, les designers ont construit et consolidé leur domaine d'intervention dans les entreprises. Ils influencent la façon dont le système de formation définit les savoirs et les savoir-faire en prenant des stagiaires, en participant aux jurys de diplômes et même, dans certains cas, en s'associant au suivi des projets d'étudiants. Les écoles de design mènent des projets en partenariat avec les entreprises. La formation assure la transmission des connaissances et la socialisation professionnelle. Les designers s'impliquent dans l'enseignement en proposant des thématiques prospectives, objet d'étude, et en initiant les étudiants à la méthodologie du projet. Les partenariats engagent le designer en tant que représentant de son entreprise. Certaines de ces expériences sont présentées dans les salons ou dans la presse professionnelle. Des designers participent aux comités d'orientation pédagogique et sont membres des concours d'entrée. L'implication des professionnels leur permet d'initier les étudiants et ces relations rendent leur entreprise attractive lorsque les jeunes diplômés cherchent un emploi.

La théorie du capital social (Bourdieu, 1980) considère que les différents types de marchés du travail ont des propriétés et un fonctionnement particuliers résultant des formes prises par les rapports sociaux qui les structurent. P. Bourdieu définit le capital social comme l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles liées à la possession d'un réseau durable de relations, plus ou moins institutionnalisées, d'interconnaissance et d'interreconnaissance ; ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés communes (susceptibles d'être perçues par l'observateur, par les autres ou par eux-mêmes), mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles.

Dans cette perspective, le marché du travail constitue un système spécifique de réseaux sociaux. On peut saisir l'action propre des relations lorsque l'analyse montre qu'il existe des effets sociaux qui ne se laissent pas réduire aux propriétés individuelles. Différents individus dotés des mêmes attributs (caractéristiques d'âge, de niveau de diplôme, par exemple) ont cependant une position particulière par rapport à l'accès à l'emploi selon leur capacité à mobiliser le capital social d'un groupe. Toutes les appartenances à des groupements – familiales, professionnelles, de formations et associatives – peuvent être mobilisées pour trouver un emploi. La problématique de P. Bourdieu permet également de penser à la fois le rôle des relations sociales dans la construction d'un marché du travail et de lier cette question à celle de la constitution des groupes professionnels. Des relations naissent la connaissance et la reconnaissance mutuelle qui tout à la fois impliquent, produisent le groupe et le délimitent (Bourdieu, 1980).

M.S. Granovetter (1973 ; 1974 ; 1982) a également remis en question l'approche économique individualiste du marché en faisant porter l'analyse non plus sur les individus mais sur les relations sociales. À partir de son enquête sur des cadres de la région de Boston, il montre que 56 % des personnes enquêtées ont obtenu leur emploi par contact personnel. 19 % ont pris l'initiative d'engager des démarches directes telles que les candidatures spontanées, les envois de lettres aux entreprises. 19 % ont utilisé des moyens formels tels que la réponse aux petites annonces, le dépôt de candidature auprès des cabinets spécialisés ou des organismes officiels ayant une mission de placement. Ainsi, ceux qui réussissent le mieux sont ceux qui utilisent des contacts

Tableau 2
Qui décide de l'embauche d'un designer ? (*)
(en %)

Le PDG	52
Un designer de l'entreprise	31
Un autre cadre de l'entreprise	21
Un responsable du marketing de l'entreprise	11
Un ingénieur de l'entreprise	5

N.B : Plusieurs réponses possibles – effectif répondants = 152
Source : Enquête Lasmas, *designers intégrés 1998*.

professionnels plutôt que des relations familiales ou d'amitié. En conséquence, les « liens faibles » permettent plus souvent l'accès à l'emploi que les « liens forts ». De plus, les chaînes relationnelles courtes, comportant un nombre réduit d'intermédiaires, se montrent les plus efficaces.

La démarche de M.S. Granovetter s'est centrée sur l'analyse des liens interpersonnels. Cependant, les enquêtes sur les ingénieurs montrent l'intérêt d'analyser l'accès à l'emploi en prenant en compte les stratégies des employeurs. Les professionnels ayant des qualifications spécifiques acquièrent un capital de relations ; celui-ci est suffisamment important pour leur permettre d'être connus des employeurs ou des agences de recrutement qui leur proposent un emploi. L'employeur, directement ou par l'intermédiaire d'une agence de recrutement, contacte le professionnel qui parfois ne cherchait pas un emploi (Degenne, Fournier, Marry, Mounier, 1991).

Le marché du travail des designers est-il également filtré par des réseaux sociaux ? (Degenne, Forsé, 1994). Les professionnels et l'univers de formation interviennent-ils dans l'accès à l'emploi ? L'embauche des designers est sous le contrôle des directions d'entreprises, mais lorsque la fonction design s'affirme, les designers sont également associés à la procédure de recrutement. En général, le dirigeant décide du recrutement (52 %). Dans 31 % des cas, un designer déjà salarié

de l'entreprise choisit le candidat (voir **tableau 2**). Or, 18 % des designers enquêtés déclarent être le premier designer recruté. Si on exclut les sociétés qui viennent de créer leur premier poste de designer, on constate que pour quatre embauches sur dix, un designer déjà en exercice a eu un rôle décisif dans le recrutement. Parfois, c'est le responsable du design qui choisit le candidat. Le plus souvent, la décision est prise conjointement par le responsable du design et le dirigeant de l'entreprise.

Ce marché du travail se caractérise par le faible recours aux démarches directes et aux moyens formels (voir **tableau 3**). 15 % seulement des enquêtés utilisent les candidatures spontanées. 14 % des designers intégrés ont obtenu leur emploi après avoir répondu à une annonce parue dans des hebdomadaires économiques et plus rarement dans une publication professionnelle.

Tableau 3
Comment le designer a-t-il su que l'entreprise recrutait ? (%)

Les contacts professionnels	36
L'information a été fournie	
par le dirigeant	7
par une relation professionnelle	11
par un membre de l'entreprise	10
Le designer a été contacté	
par une agence de recrutement	5
par l'entreprise	3
Les relations en lien avec les études	29
L'information a été fournie	
par un ancien élève de l'école de design	8
par l'école ou par une association d'élèves	21
Les candidatures spontanées et les réponses aux annonces	29
Les candidatures spontanées	15
L'information a été fournie par une annonce	14
Autres	6
L'information a été fournie par un membre de la famille	3
Divers	3
Total	100 *

Note de lecture :

* : pour un effectif répondant de 152.

Source : Enquête Lasmas, *designers intégrés 1998*.

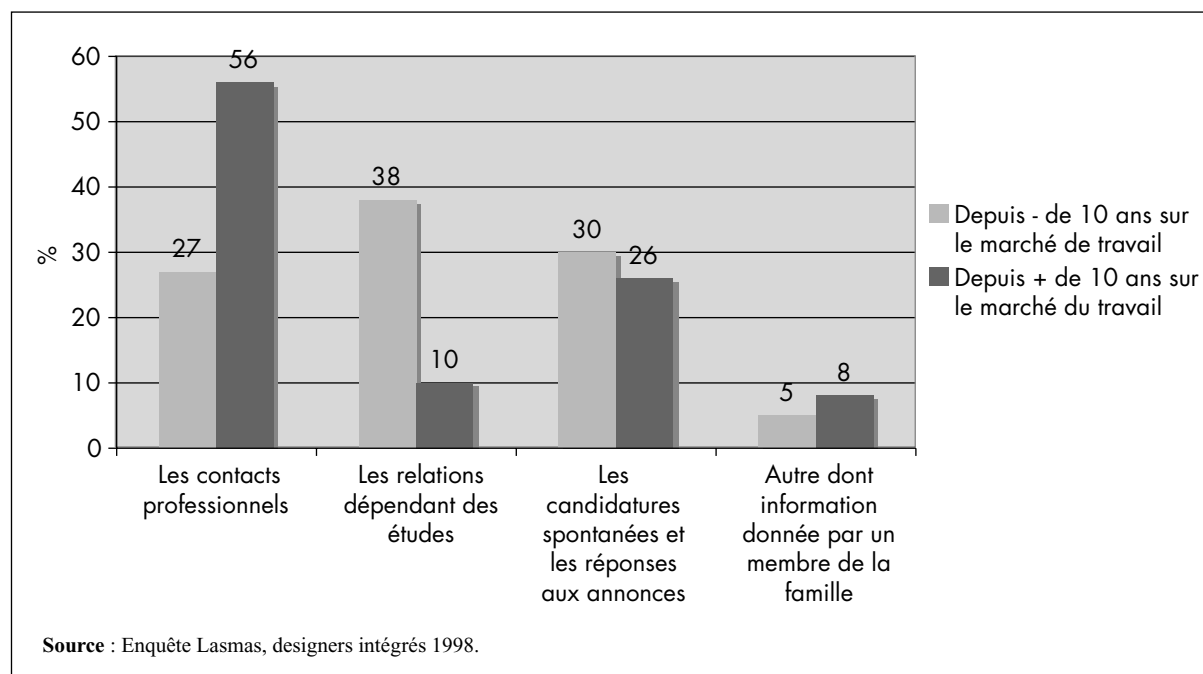
Le plus souvent (36 %), les designers ont obtenu leur emploi par les relations personnelles nouées avec les dirigeants ou les cadres des entreprises et avec leur milieu professionnel. Les établissements d'enseignement ont un rôle actif dans la socialisation professionnelle et l'accès à l'emploi, puisque 29 % des designers ont obtenu leur poste grâce aux informations communiquées soit par un ancien élève, soit par leur ancienne école ou par l'association d'anciens élèves.

Le mode d'obtention de l'emploi varie selon les étapes de la trajectoire professionnelle. Dès la fin des études, certains jeunes designers sont embauchés après un stage (16 %). En début de carrière, ils utilisent les contacts sociaux établis avec leur milieu professionnel par la médiation de leur établissement de formation. Ce mode d'accès à l'emploi arrive en première position (38 %), pour ceux dont l'ancienneté sur le marché du travail est inférieure à dix ans. Il est plus utilisé que les candidatures spontanées et les démarches directes (30 %). Avec l'ancienneté, l'expérience professionnelle se confirme. Les designers travaillant depuis plus de dix ans changent d'emploi en mobilisant leurs relations professionnelles (56 %) (voir **graphique 1**). De plus, cette catégorie est particulièrement recherchée

par les employeurs et les agences de recrutement. Avec le temps, ils se sont constitués un capital de relations connu des entreprises et exploité par celles-ci. La force de ces réseaux est importante ; ainsi, trois designers sur dix ont obtenu leur emploi sans avoir, l'année précédant l'embauche, répondu à des offres d'emploi, entrepris des démarches et sollicité des entretiens d'embauche auprès d'autres firmes. Les employeurs mettent en œuvre des stratégies pour attirer des professionnels les mieux à même de répondre à leurs attentes. Des cabinets de recrutement spécialisés recherchent des responsables expérimentés.

Une forte proportion des designers industriels ont été recrutés à partir de réseaux professionnels d'interconnaissance. Ce marché du travail se caractérise par la faible importance des démarches directes. Ainsi, les contacts sociaux de type professionnel résultant soit des stratégies des salariés soit de celles des entreprises, jouent un rôle primordial dans la structuration de ce marché. Les employeurs élaborent des politiques de recrutement en contactant les designers (parfois chez un concurrent), en chargeant une agence de recrutement de trouver le professionnel expérimenté. Parfois, le dirigeant informe personnellement

Graphique 1
Le mode d'obtention de l'emploi actuel selon l'ancienneté sur le marché du travail
(en %)



un ou plusieurs designers du nouveau poste à pourvoir. Plus fréquemment, un service de design négocie avec sa direction une création de poste et l'équipe en place transmet l'information à des collègues dont ils apprécient le travail. En deuxième lieu interviennent les relations sociales créées pendant la période de formation. Il s'agit de relations qui se maintiennent entre les anciens élèves et avec le personnel administratif ou enseignant des écoles. Elles constituent une voie privilégiée pour trouver les emplois au début de la carrière. Le passage par les écoles de design est un point de départ des réseaux d'interconnaissance. Il favorise la socialisation et l'intégration professionnelle. Les écoles peuvent ainsi fonctionner comme un vivier où les entreprises et les agences « s'approvisionnent ».

« Le passage par les écoles de design est un point de départ des réseaux d'interconnaissance »

* *
*

L'enseignement d'arts appliqués à l'industrie puis celui de design ont joué un rôle déterminant dans l'apparition du milieu professionnel des designers industriels. Toutefois, le design industriel contemporain s'est construit en rupture par rapport au discours utopique de la conciliation des arts et de l'industrie,

développé durant la première phase d'industrialisation au milieu du XIX^e siècle. En France, l'offre hétérogène de formation en design résulte des clivages institutionnels et sociaux. Cet héritage historique a contribué à façonner ce milieu professionnel. Cependant, bien que les établissements spécialisés soient de création récente, les enquêtes menées auprès des designers intégrés à l'industrie, celle sur les responsables ainsi que sur les salariés des agences indiquent qu'une forte proportion des postes sont occupés par des diplômés ayant suivi un cursus spécialisé en design produit.

Les designers ne sont pas des créatifs autodidactes. Une proportion importante d'entre eux ont suivi un cursus en design produit. Plus généralement, le diplôme délivré par l'une des filières de formation, qui restent diversifiées, constitue un filtre au recrutement. Les designers ne forment pas un groupe professionnel fermé dont l'accès est soumis à l'attribution d'un titre ou d'une certification. Néanmoins, ce groupe n'est pas composé de sujets ayant autoproclamé leur qualification. Le parcours de formation constitue l'un des facteurs dans les critères d'embauche. En outre, les diplômés issus de ce système d'enseignement ont joué un rôle déterminant dans l'affirmation de ce domaine d'expertise. En défendant auprès des entreprises leurs compétences, ils ont créé un marché de la commande, les entreprises négociant ce nouveau type de prestation en relation avec leur stratégie de produit et un marché du travail. Ils cooptent les nouveaux entrants. Leur marché du travail s'est construit socialement à partir des réseaux de relations. ■

Bibliographie

Abbott A. (1988), *The system of professions: an essay on the division of expert labor*, Chicago, The university of Chicago Press.

APCI (2002), *L'offre de design en France*, Rapport pour le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie.

Becker H.S. (1970), *Sociological Work*, Chicago, Aldine Publishing Company.

Bourdieu P. (1980) « Le capital social », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 31, pp. 2-3.

Daniaud M., J-F Roullin, J.-M Knop, (1995), *Les promotions d'architectes 1970 à 1990 : enquête sur les anciens de l'École d'architecture de Paris-Belleville*, École d'architecture de Paris-Belleville.

Darsch C., Maury C., Vervaeke M. (1999), *L'insertion professionnelle des designers industriels*, CEFI/ministère de l'Industrie, Paris, 81 p.

Darsch C, Vervaeke M. (2005), « Les ingénieurs : un rôle-clé dans l'innovation et l'entreprenariat » in *L'ingénieur dans la société et sa rémunération, Résultat de la 16^e enquête du Conseil national des*

ingénieurs et scientifiques de France, Paris, CNISF/CEFI.

Debize C. (1989), *L'école de Nancy*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, Éditions Serpenoise.

Degenne A., I. Fournier, C. Marry, L. Mounier (1991), « Les relations au cœur du marché du travail », *Sociétés Contemporaines*, 5, 75-98.

Degenne A., Forsé M. (1994), *Les réseaux sociaux*, Paris, Armand Colin.

Dizajn revue (1999), *Le point de vue de cinq responsables du design*, propos recueillis par J.-C. Gaté, n° 21 septembre-novembre.

Dorfles G. (1963), *Introduzione al disegno industriale*, Bologne, Cappelli.

Dubar C. (1991), *La socialisation, construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, Armand Colin.

Duprez J.-M., Grelon A., Mary C. (1991), « Les ingénieurs des années 1990 : mutations professionnelles et identité sociale », *Sociétés Contemporaines*, n° 6, juin.

Francastel P. (1956), *Art et technique aux XIX^e et XX^e siècles*, Paris, Éditions de minuit.

Friedmann G. (1954), « Quelques aspects psychosociologiques de l'esthétique industrielle », *Esthétique industrielle*, n° 10, juin, pp. 16-18.

Friedmann G. (1964), *Le travail en miettes*, Paris, Gallimard.

Gadéa C. (2003), *Les cadres en France : une énigme sociologique*, Paris, Belin.

Granovetter M. S. (1973), « The strength of weak ties », *American journal of sociology*, n° 78, pp. 1360-1380.

Granovetter M. S. (1974), *Getting a job : a study of contacts and careers*, Cambridge, Harvard University Press.

Granovetter M. S. (1982), « The strength of weak ties : a network theory revisited », in P.V. Marsden, Lin N. (éd.), *Social structure and network analysis*, Beverly Hills, Sage.

Hughes E.C. (1958), *Men and their work*, Glencoe, The Free Press, 2^e éd., 1967.

Laborde L. (de) (1856), *Exposition universelle de Londres en 1851. Travaux de la commission française sur l'industrie des nations*, publiés par ordre de l'Empereur, Tome VIII, Beaux-Arts.

Larson M. (1988), « À propos des professionnels et des experts ou comme il est utile d'essayer de tout dire », *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, n° 2, pp. 23-40.

Laurent S. (1999), *Les arts appliqués en France, genèse d'un enseignement*, Paris, Comité des travaux historiques et scientifiques.

Le Corbusier (1925), *L'art décoratif aujourd'hui*, Paris, G. Grès et C^{ie}.

Loewy R. (1963), *La laideur se vend mal*, Paris, Gallimard.

Moulin R. (1992), *L'artiste, l'institution, et le marché*, Paris, Flammarion.

Paradeise C. (1987), « Des savoirs aux compétences : qualification et régulation des marchés du travail », *Sociologie du travail*, XXXIX, n° 1, pp. 35-46.

Pelpel P., V. Troger (2001), *Histoire de l'enseignement technique*, Paris, l'Harmattan.

Quarante D. (1981), « L'expérience de Compiègne », *Culture Technique*, n° 5, XXX, pp. 156-161.

Quarante D. (1984), *Éléments de design industriel*, Paris, Maloine, 2001, 3^e éd., Paris, Polytechnica.

Quarante D. (1994), *Promotion du design industriel en France*, note pour le ministère de l'Industrie, des Postes et des Télécommunications et du Commerce extérieur.

Scott A. J. (2000), *The cultural economy of cities*, Sage, Londres.

Scott A. J. (2000), "The cultural economy of Paris", *International journal of urban and regional research*, vol. 24, n° 3, pp. 567-582.

Vervaeke M. (1997), *L'accès à l'emploi des designers industriels, 3ème journée sur le design intégré en*

entreprise, Université de Technologie de Compiègne, novembre, 10 p.

Vervaeke M. (2003), *Le design et les immatériabilités de l'entreprise*, Paris, l'Harmattan.

VIA, Valorisation de l'innovation dans l'ameublement, (2004), *L'implication des femmes dans le design industriel*, conférence en parallèle de l'exposition Design d'Elles, 16 février, <http://www.via.asso.fr/>.

Résumé

Une nouvelle expertise et son système formation : le design industriel

par Monique Vervaeke

Les enjeux institutionnels dans l'espace de la formation influencent-ils la constitution d'un groupe professionnel ? En France, le design industriel s'est développé à partir des enseignements d'arts appliqués. Les débats d'orientation pédagogique, amorcés dès le XIX^e siècle, ont exprimé des intérêts contradictoires, socle historique à partir duquel s'érige l'autonomie de la discipline. Aussi ce groupe professionnel se singularise-t-il en assumant et en revendiquant une diversité de filières de formation. Une enquête auprès de designers cherche à vérifier l'influence de ces diverses filières sur l'accès à l'emploi. Ce marché de l'expertise s'instaure en s'appuyant à la fois sur le système de formation et sur les solidarités mises en œuvre entre professionnels afin de s'approprier un domaine de la division sociale du travail. Cet article examine, tout à la fois, l'efficacité du capital scolaire à partir de la notion de parcours de formation, et celle de la cooptation professionnelle dans la construction de ce marché du travail.

Mots Clés

Design, profession, champ professionnel, filière de formation, accès à l'emploi.

Journal of Economic Literature : J24, J44, M53.