



**L'ÉCOLE DE
DESIGN**
Nantes Atlantique



Dossier de presse

LES TROPHÉES DE DESIGN STRATÉGIQUE 2017

DESIGN FOR CREATIVE INNOVATION*

* Design pour une innovation créative

CONTACTS

Gaëlle Delehelle

Responsable relations médias & éditorial

L'École de design Nantes Atlantique

g.delehelle@lecolededesign.com

T: +33 2 51 13 50 74

P: +33 6 34 40 34 11

@GaellePR

Marie Berg

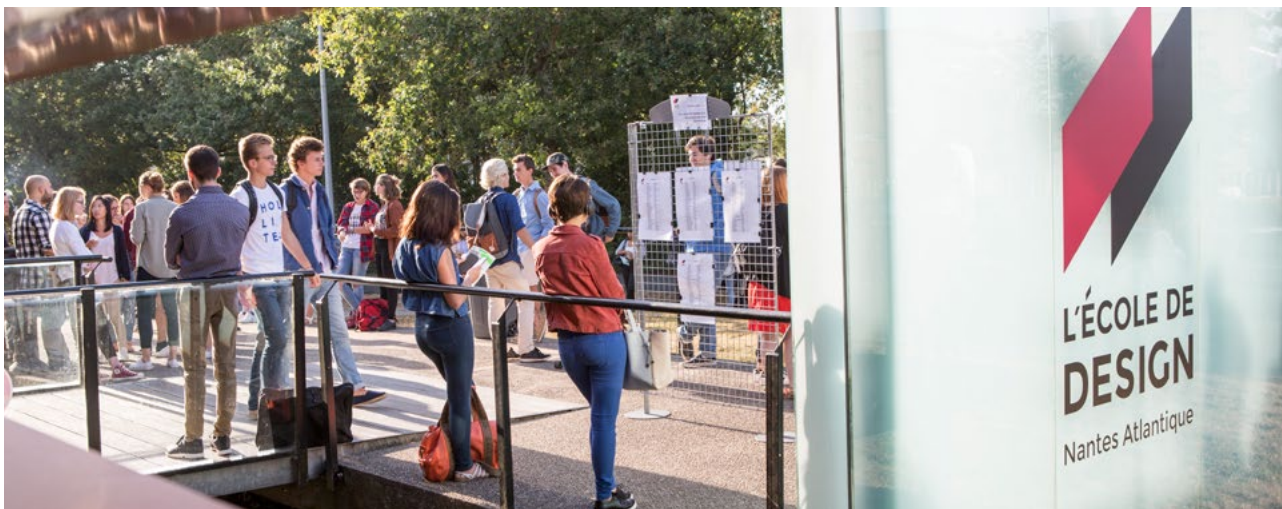
Coordinatrice des projets Stratégie entreprises

L'École de design Nantes Atlantique

m.berg@lecolededesign.com

T : +33 2 51 13 88 08

L'ÉCOLE DE DESIGN NANTES ATLANTIQUE



Établissement partenaire de la Chambre de Commerce et d'Industrie Nantes - Saint Nazaire, fondé en 1988, reconnu par l'État, membre de la Conférence des grandes écoles et associé à l'Université de Nantes, l'école délivre un diplôme de Design (Bac + 5) visé par le Ministre chargé de l'Enseignement supérieur.

L'école prépare également différents diplômes en alternance (BTS, licences professionnelles et cycle master Bac + 5) dans le cadre du Centre de Formation des Apprentis (CFA) Design et innovation.

Ses programmes pédagogiques sont axés sur la professionnalisation des études en partenariat avec les entreprises : stages, apprentissage, études prospectives, ateliers, projets collaboratifs et soutien aux projets innovants.

Le projet de l'école est construit sur quatre valeurs qui fondent sa vision du design :

- la professionnalisation,
- la valeur économique du design,
- l'affirmation du design comme processus d'innovation,
- la responsabilité du design face aux enjeux socio-économiques et environnementaux.

Seul établissement du genre dans l'ouest de la France, l'école poursuit depuis plus de dix ans une politique de développement international avec une internationalisation de ses cursus et une politique de notoriété internationale. Elle est par ailleurs installée à Delhi (Inde), Shanghai (Chine) et São Paulo (Brésil). Convaincue que l'accueil d'étudiants français et étrangers issus d'autres formations en design est une source d'enrichissement mutuel et renforce la qualité des promotions diplômées, l'école offre une palette de programmes internationaux au niveau bachelor et master en France comme à l'étranger. Elle reçoit par ailleurs tous les ans une soixantaine d'étudiants étrangers en échange académique grâce à ses 80 partenaires dans le monde.

L'École de design propose une offre de formation continue pour l'innovation par le design avec des modules de Design Thinking.

Centre de design et d'innovation, l'école a créé 4 Design Labs centrés sur l'innovation et la recherche : Ville durable, Nouvelles pratiques alimentaires, Care et READi (Recherches Expérimentales Appliquées en Design d'interactivité). Elle développe enfin son activité de recherche par le design avec la chaire Environnements connectés Banque Populaire Atlantique-LIPPI et la chaire Design & Action publique innovante.

REPÈRES

- 1360 étudiants dont 256 apprentis
- 38 nationalités
- 200 diplômés / an
- 290 intervenants
- 70 partenariats entreprises / an
- 513 stages par an
- 12 programmes de cycle master dont 1 en apprentissage
- 4 sites : Nantes, Shanghai, Delhi, São Paulo

LES TROPHÉES DE DESIGN STRATÉGIQUE 2017

15^e édition

LE DESIGN, LEVIER DE CROISSANCE POUR LES ENTREPRISES ET LES COLLECTIVITÉS

« Le design, (...), est une fonction de l'entreprise qui contribue à l'enrichissement d'une offre en réponse (ou par anticipation) aux besoins et attentes des consommateurs, des usagers et des citoyens. »

Pour appuyer cette tendance, L'École de design organise depuis seize ans les Trophées du design stratégique. Ces trophées honorent les démarches managériales tournées vers la création et l'innovation en récompensant des entreprises du très Grand Ouest ayant une activité de conception voire de fabrication de produits ou de services. Cette manifestation permet d'inciter les TPE, PME et ETI à prendre en compte le design dans leur plan de développement. En quatorze éditions, les trophées ont pu valoriser plus de quarante sociétés, issues de secteurs très divers mais qui ont toutes misé sur le design pour se développer.

« Le design aide l'entreprise à se développer et garantit sa pérennité. Il apporte de multiples réponses en matière de positionnement, de valorisation et renouvellement des produits/services, d'optimisation des coûts de production, d'apport de nouveaux matériaux ou d'application de nouvelles technologies. » Christian Guellerin, directeur général de L'École de design Nantes Atlantique.

QUE SONT LES TROPHÉES DE DESIGN STRATÉGIQUE ?

Présentation en vidéo par Jean-Luc Barassard,
directeur du service Stratégie entreprises
de L'École de design Nantes Atlantique.



Profitant du Salon des Entrepreneurs de Nantes 2017, L'École de design et ses partenaires ont remis un prix à 5 entreprises du très Grand Ouest, de Brest à Hendaye, ayant une démarche managériale tournée vers la création et l'innovation, le 30 novembre 2017.

Une sélection faite par l'observation

La particularité de ces trophées tient dans le fait qu'aucune entreprise ne candidate ! En effet, les entreprises sont pré-sélectionnées par les membres du jury. Ce comité de sélection est constitué de personnes ayant une position d'observation et d'accompagnement des activités design sur le Grand Ouest (Bretagne, Pays de la Loire, Nouvelle-Aquitaine). Il s'agit des structures **Atlanpole**, l'**INPI**, la **Design'In Pays de la Loire**, le CFA Design et innovation et L'École de design pour la Région Pays de la Loire, l'**ARIST Bretagne** et **Bretagne Développement Innovation** pour la Région Bretagne, l'**INDP**, le **Conseil Régional Nouvelle-Aquitaine**, l'**Agence de Développement et d'Innovation** (réseau **Innovez en Nouvelle Aquitaine** et **Réseau Prospective Design**) pour la région Nouvelle-Aquitaine.

Chaque membre présente les entreprises ou collectivités ayant eu une démarche remarquable ces derniers mois. Le comité examine la pertinence de chaque candidat et en retient 5. Il n'y a pas d'ordre de classement, mais elles doivent se différencier par leur marché ou leur domaine d'activité. Chaque année, le jury examine donc près de 80 entreprises de nos régions pour n'en conserver que 5. Une sélection riche qui prouve que le design s'implante durablement dans nos entreprises et collectivités.

Un territoire étendu

Depuis 16 ans, ces Trophées de design stratégique récompensent des entreprises qui ont su innover grâce au design et incitent les autres TPE, PME et ETI à prendre en compte le design dans leur plan de développement. Qu'elles fassent appel à des designers d'agences ou qu'elles aient intégré un designer, les entreprises lauréates ont su appréhender le design et l'innovation bien en amont du projet, parfois dès la création de l'entreprise même, actionnant ainsi un puissant levier de réussite.

Historiquement, les entreprises sélectionnées se trouvaient dans l'une des 3 régions des membres du jury : Pays de la Loire, Bretagne ou Poitou-Charentes. Cette dernière région ayant fusionné au sein de la Nouvelle-Aquitaine, le terrain de jeu qui s'ouvre au jury est nettement plus grand depuis 2016 : de Saint-Malo à Biarritz en passant par Brest, Limoges et Bordeaux.



5 CATÉGORIES À L'HONNEUR

5 prix sont remis :

- Design et innovation

Comment le design peut-il relancer une entreprise ?
Le trophée récompense le dirigeant qui, au travers d'une démarche de diversification de son entreprise, a choisi le design comme moteur de développement.

- Design et start-up

Comment le design peut-il consolider la création d'entreprise ?
Le trophée récompense les jeunes entreprises qui ont choisi d'investir fortement dans le design dès leur création.

- Design et interactivité / design de services

Comment le design peut-il aider à mieux appréhender le comportement des usagers et mieux répondre ainsi à leurs besoins ?
Le trophée récompense l'entreprise dont la démarche de design est basée sur la compréhension du comportement des usagers, qui développe de nouveaux concepts liés aux besoins sociaux et aux évolutions économiques.

- Design global

Comment le design peut-il contribuer au développement de l'entreprise grâce à sa position stratégique ?
Le trophée récompense l'entreprise qui se distingue par une démarche systématique pouvant autant toucher les produits, les emballages, l'espace ou le graphisme...

- Coup de cœur

Le trophée récompense une entreprise dont un des aspects de la démarche est exemplaire ou se distingue par le caractère particulier de son approche design.

LES MEMBRES DU JURY 2017

Les membres du jury sont experts dans le secteur de l'innovation et du design sur le territoire du Grand Ouest (Bretagne, Pays de Loire, Nouvelle-Aquitaine) :

- **Jean-Luc BARASSARD**, directeur Stratégie entreprises, L'École de design Nantes Atlantique
- **Maud BLONDEL**, responsable de la Design'In Agence régionale Pays de la Loire Territoires d'Innovation
- **Jean-Christophe BOULARD**, délégué général de l'Institut National du Design Packaging – Nouvelle-Aquitaine
- **Laure BRIANTAIS**, conseillère veille et innovation, ARIST Bretagne (IDDIL - CRCI)
- **Florence GOYAT**, responsable relations entreprises, CFA Design et innovation Pays de la Loire
- **Isabelle LEBLAN**, responsable Réseau Prospective Design, Agence de Développement et d'Innovation – Nouvelle-Aquitaine
- **Laurence DUPETIT**, chargée de mission Lot et Garonne / Design industriel - Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine
- **Noëlla MESSIER**, chargée de mission réseau Innovez en Nouvelle-Aquitaine, Agence de Développement et d'Innovation
- **Maud MEUDIC**, responsable des stages et de la professionnalisation, L'École de design Nantes Atlantique
- **Pascale BARTO**, responsable communication, Atlanpole - Pays de la Loire
- **Marie BARON**, créativité et design, Bretagne Développement Innovation
- **Fabrice VIÉ**, délégué régional adjoint, INPI

Les Trophées de design stratégique
expliqués par les membres
du jury 2017





LES LAURÉATS DE L'ÉDITION 2016

DESIGN GLOBAL

Le prix a été remis à **Alki**, coopérative, créée en 1981 à Itsasu (Pays-Basque). Empreinte de son savoir-faire ancestral et technologique, Alki est une fabrique de meubles et plus précisément de chaises (« Alki » traduction de « chaise » en langue basque), pour laquelle le modèle coopératif a été choisi car il permet de pratiquer une gouvernance démocratique.

Pour Alki, le design s'est révélé être un véritable levier de transformation, intégral et fondé sur des valeurs ancrées dans les réalités quotidiennes de chacun. L'exercice, exigeant et complexe, va bien au-delà d'un dessin de chaise ou de table. Ainsi, le design, placé au cœur de la stratégie, implique l'ensemble de l'entreprise. Chez Alki, ce travail est réalisé en étroite collaboration avec une équipe de créatifs multidisciplinaires.

DESIGN ET INNOVATION

Le prix a été remis à **Funeral Concept**, société vendéenne, qui avec une équipe jeune et dynamique, et l'accompagnement régulier des designers Cécilia Palomino et Karine Degorre, ne cesse d'innover pour apporter aux familles une alternative aux pierres tombales en granit avec de nouveaux concepts de monuments funéraires, cinéraires, stèles ou plaques funéraires.

DESIGN ET START-UP

Le prix a été remis à **Hélicéo**, société nantaise, dont le fondateur, ancien informaticien et passionné d'aviation, a intégré le design alors qu'il n'était qu'aux prémices de son projet. Il a confié au designer Clément Laurence, 100% de l'image de la marque et des produits. Ainsi, l'identité et la communication de marque ont été construites en toute cohérence avec le design des produits. La mission de Clément Laurence a donc été vaste, passant de la création de l'univers graphique, des documents institutionnels, du site web, à la conception et design de tous les produits de la start-up.

DESIGN DE SERVICES / INTERACTIVITÉ

Le prix a été remis à la Communauté de Communes **Au Pays de la Roche aux Fées** (CCPRF). Il s'agit d'une collectivité située au sud-est de l'Ille-et-Vilaine qui s'est appuyée sur une démarche de design de service public, en partant des besoins des usagers.

L'outil au service de cette initiative participative a rassemblé 80 personnes - ménages, entreprises, associations, touristes, agents et élus - autour d'un jeu. Véritable feuille de route commune pour tous les élus, ce projet de territoire ambitieux a permis également de réaffirmer les valeurs de la CCPRF pour les 5 prochaines années. L'aboutissement de ces mois de travail s'est traduit par un story board et une vidéo mettant en scène une famille qui s'installe et la mise en avant de tous les services dont ils pourraient avoir besoin.

COUP DE CŒUR DU JURY

Le prix a été remis à **La Subtile**, atelier créatif industriel basé en Ille-et-Vilaine, qui produit et commercialise des produits développés par l'un des trois fondateurs, Benjamin Lemarié. La Subtile, c'est avant tout l'histoire d'une rencontre entre le design et l'industriel, émergée grâce à trois entrepreneurs aux savoir-faire complémentaires : industriel, commercial et design. Les fondateurs veillent à ce que tous les produits de La Subtile soient fonctionnels et surprenants, avec un certain charisme, tout en étant des produits à vivre, répondant à un véritable usage.



**LES TROPHÉES
DE DESIGN
STRATÉGIQUE 2017**

LES LAURÉATS DE L'ÉDITION 2017 DES TROPHÉES DE DESIGN STRATÉGIQUE

4MOD.



“More than remote controls”

Le design, pilier de développement

Fondée en 2007 par Laurent STEPHAN, l'entreprise s'est depuis développée de manière exponentielle. L'activité principale de 4MOD est de fournir des solutions clés en mains, innovantes et accessibles aux opérateurs et fabricants de box TV autour des télécommandes. 4MOD est ainsi un bureau de design et R&D. De la page blanche à la chaîne d'approvisionnement, les équipes s'attèlent à créer de la différence, à travers le design mais aussi les fonctionnalités. L'approche de Laurent Stephan, alimentée de bout en bout par une volonté d'innover continuellement, fait de 4MOD une référence mondiale de l'industrie, reconnue pour ses conceptions disruptives et augmentées.

Fière de ses 24 millions de produits livrés dans le monde et de la reconnaissance acquise au fil des années, l'entreprise s'est diversifiée en 2016 avec l'ouverture d'un Connected Studio, dédié aux objets connectés.

Aujourd'hui 4MOD compte 40 collaborateurs entre Nantes et Bordeaux — dont 9 designers et 9 ingénieurs répartis sur les 2 sites — mais aussi des collaborateurs en Chine et en Ecosse. La société s'étend à travers le monde, de l'Asie au continent américain en passant par l'Afrique. Elle a d'ailleurs une usine en propre en Tunisie, dédiée à l'IoT et au packaging. 4MOD se veut le One-Stop-Shop de tout projet connecté. Avec un designer comme premier salarié de l'entreprise, la démarche s'est rapidement cristallisée autour de la discipline design qui est devenue aujourd'hui le pilier de développement de la société : de l'idée jusqu'au produit fini.

« La force d'une organisation comprenant en interne toutes les étapes de création est de pouvoir livrer des solutions clés en main. Nous commençons avec une idée, nous

designons, développons, industrialisons pour finalement délivrer une solution prête à être expédiée. Qualité et time to market sont deux des nombreux avantages de la gestion de la chaîne de production de A à Z » explique Laurent Stéphan, CEO de 4MOD.

« Nous sommes sur le marché de la télécommande depuis assez longtemps pour savoir qu'il a besoin d'être remué. C'est ce qui nous pousse à faire ce que nous faisons au quotidien. »

Le design, un important facteur de différenciation

« Nous avons toujours fait attention à avoir autant de designers que d'ingénieurs. Le design en tant que création de valeur était primordial afin d'apporter de la fraîcheur dans les idées. Il nous fallait apporter de la nouveauté et retourner l'histoire en allant voir les donneurs d'ordre avec de la créativité. C'est la stratégie de développement de 4MOD et nous sommes effectivement reconnus par nos concurrents comme par les commanditaires pour bouger les lignes. Notre singularité, c'est de mettre la création au cœur du projet et d'être identifiés comme tels. »

4MOD intègre le design industriel depuis sa création. En permanence à la recherche d'opportunités avec les membres de l'équipe R&D, le design cherche à casser les limites de l'industrie de la télécommande, donnant vie à des combinaisons uniques d'usages et de technologies, expérimentées grâce au prototypage et aux workshops.

Divergences et convergences

« Initialement, faire travailler ensemble designers et ingénieurs a été conflictuel. Cela nous a pris 3 ans pour bien se parler. Des consultants nous ont aidé à faire évoluer nos façons de communiquer, ce qui nous a permis de gagner en fluidité. Nous avons mis en place des process

Trophée de design stratégique – mention Design global

de travail. Cela nous donne une capacité de travail beaucoup plus importante. Chacun sait sur quoi les autres travaillent. »

Il existe désormais un respect total du travail des autres et des contraintes de chacun. Les designers ont créé des outils pour fluidifier les process, ils les ont formalisés de façon simple pour que tout le monde puisse les utiliser. Nous connaissons désormais beaucoup de succès sur les objets connectés grâce à notre méthodologie design.

« Le marché du gadget ne nous intéresse pas, à l'inverse de la valeur d'usage. Nous consultons les donneurs d'ordre pour travailler sur le design stratégique et obtenir leur confiance. Nous les accompagnons sur leurs projets de la page blanche (design en avant-vente), du brainstorm initial (surprendre l'utilisateur), à la définition des spécifications. Nous rédigeons le brief, nous développons des solutions avec les clients finaux, nous concevons et nous industrialisons nos produits dans notre usine ou nous sous-traitons si nécessaire. Ces actions nous permettent de délivrer des solutions de très grande qualité à nos clients. »

« Nous restons des ingénieurs mais le design nous permet d'offrir des solutions répondant parfaitement aux besoins de nos clients. La technologie n'est qu'un moyen. Le design arrive comme une bibliothèque d'outils et d'idées à la disposition des collaborateurs. Nos designers sont ainsi devenus des technologues. »

Le design ça marche, c'est notre cheval de bataille

Le travail main dans la main des ingénieurs et des designers est concluant. 4MOD vient de gagner un projet avec Otodo et de concevoir un projet primé au CES 2018 Innovation Award. 4MOD a travaillé sur le scénario d'usage à proposer. 4MOD a été particulièrement remarqué pour sa méthodologie design.

Se développer en s'amusant

La volonté de 4MOD est de pouvoir avoir le luxe d'aller sur des projets auxquels on ne pense pas. L'entreprise souhaite développer ses activités aux Etats-Unis notamment grâce aux objets connectés et devenir une référence dans ce marché-là. Le potentiel de croissance y est très important et 4MOD a des vraies capacités pour y répondre.

CONTACT

Laurent STEPHAN / directeur général de 4MOD
02 49 62 15 30
4 rue de la Cornouaille - 44300 Nantes
laurent.stephan@4mod.fr
www.4modtechnology.com/fr



Innovation, personnalisation et efficacité énergétique

Qualité et innovation

Leader européen des conduits de cheminées et sorties de toit métalliques, la société Cheminées Poujoulat conçoit, fabrique et commercialise des solutions complètes d'évacuation de fumées pour la maison individuelle, l'habitat collectif et l'industrie. Présent dans 10 pays (France, Allemagne, Angleterre, Belgique, Suisse, Hollande, Danemark, Pologne, Turquie et Chine), le groupe Poujoulat possède 11 usines, réalise un chiffre d'affaires de plus de 200 M€ dans 30 pays et compte 1 500 salariés. Les activités sont tournées autour de 3 pôles : conduits de cheminées, cheminées industrielles et bois énergies.

Le design comme moteur de développement

L'aventure Poujoulat s'est construite autour de valeurs humaines, simples et essentielles : créer, construire, développer, partager. La société, créée en 1950 connaît une très forte croissance depuis 1985. La promesse de la marque, c'est l'innovation, l'efficacité énergétique et la personnalisation.

« Pour nous, le design n'est pas une connexion esthétique. Le design s'inscrit depuis longtemps dans l'histoire de l'entreprise » explique Stéphane Thomas, directeur stratégie et développement de Poujoulat. « Auparavant, on parlait plutôt d'adaptation au marché. Personne n'achète une voiture pour son pot d'échappement. C'est la même chose pour un conduit de cheminée. Il a fallu parler différemment et exister en tant que produit. Il nous a fallu attirer l'attention. »

Dans les années 2000, Poujoulat a introduit la couleur sur les conduits. Il s'agissait d'un atout certain avec un travail complet pour correspondre aux souhaits d'esthétisme du client. La démarche design de Poujoulat a vraiment démarré dans les années 2010 avec la proposition de gammes très contemporaines en missionnant un designer italien (gamme Luminance - sortie de toit pour maison contemporaine et architecturale et gamme Optimale - sortie de toit design pour habitat moderne et contemporain -) qui propose des chapeaux de formes différentes pour un rendu plus esthétique.

Regul'art

Plus récemment, en septembre 2017, Poujoulat a lancé sur le marché Regul'art, un nouveau système de té régulateur de tirage qui permet d'affiner le fonctionnement des appareils de chauffage au bois tels que les poêles. Grâce à son réglage calibré en usine, le té régulateur permet d'agir sur la combustion et optimise le rendement des appareils ainsi que le confort des utilisateurs. Le système, très innovant, permet une réelle économie de combustible, ainsi que la préservation de l'appareil et de l'installation, de vrais gains pour les consommateurs. Le système participe à l'efficacité énergétique de l'installation. Le té régulateur de tirage peut se parer de décorations tendances ou contemporaines (Regul'art Spirale, Regul'art Cerf ou Regul'art Déco). Le système a fait l'objet d'un brevet, testé CERIC pour mieux évacuer les fumées.

Trophée de design stratégique - mention Innovation

« Pour travailler sur cette nouveauté, nous avons collaboré avec une agence de design basée à Poitiers, Huit Design. Après un état des lieux du marché, nous lui avons fourni un brief et expliqué le contexte. L'agence a fait plusieurs propositions au regard de nos contraintes techniques. Si le régulateur de tirage existe depuis longtemps sur le marché, Poujoulat a déposé un brevet pour des conduits triple parois. La partie esthétique extérieure personnalisable se pose sur la pièce support. »

Poujoulat a ensuite développé une cellule consommateurs, soit un jury interne à l'entreprise, pour tester l'acceptation du système avec sa gamme. Présentée à Flam'expo, salon des poêles et cheminées en mars 2017, le système est commercialisé depuis septembre 2017. Enfin, Regul'art a été labellisé Observateur du design 2018, label décerné par l'APCI (Agence pour la Promotion de la Créativité Industrielle).

CONTACT

Stéphane THOMAS / directeur stratégie
et développement de cheminées Poujoulat
05 49 04 40 40
Saint Symphorien (79)
s.thomas@poujoulat.fr
www.poujoulat.fr



Pionnier de la robotique avicole

D'un constat à la création d'une entreprise

Comme beaucoup d'aviculteurs, Laetitia et Benoit Savary, éleveurs de poules reproductrices en Mayenne, étaient confrontés à un problème récurrent, la ponte au sol. Celle-ci représente des milliers d'euros de perte en chiffres d'affaires, auxquels s'ajoute le coût des ressources humaines pour l'animation du poulailler et le ramassage des œufs au sol, sans compter les problèmes de santé trop fréquents liés à cette tâche pénible.

En 2015, Laetitia et Benoit Savary font appel aux services de Cimtech, bureau d'études en mécatronique situé près de Rennes (35), afin d'évaluer la faisabilité d'un robot pour l'élevage avicole pouvant apporter plus de confort et de rentabilité à leur travail quotidien. Incubée au sein de Cimtech, la société TIBOT Technologies voit le jour en mai 2016. Constituée aujourd'hui de 7 personnes (entrepreneurs, éleveurs et ingénieurs), l'équipe de TIBOT Technologies regroupe des individus passionnés et déterminés à trouver les meilleures solutions robotiques pour les éleveurs avicoles.

Un robot et une start-up

L'idée de départ était de concevoir une solution pour s'adresser spécifiquement au marché de l'aviculture : un robot. À l'automne 2016, la première maquette du robot, baptisé Spoutnic, est présentée au SPACE 2016, Salon International des Productions Animales. Elle reçoit le coup de cœur du jury et est récompensée d'un Innov'Space 3 étoiles. Plusieurs prospects sont intéressés par la maquette présentée. À partir de ce moment-là, tout s'est accéléré.

Entre le prototype et le besoin d'un robot industrialisé, a été intégrée la phase design. Toute jeune structure, TIBOT Technologies a fait appel à l'agence Desind basée à Guichen au sud de Rennes. L'agence de design a travaillé sur le projet entre février et juin 2017.

« Le studio design a pris en compte notre cahier des charges, nos contraintes très fortes de dimensionnement (taille, hauteur), nos contraintes fonctionnelles (stimulis lumineux pour les volailles avec une certaine inclinaison), mais aussi les contraintes de matières liées à l'industrialisation et à l'intégration de la mécanique. Nous avons été très satisfaits des propositions de l'agence de design : coque, moyen de transporter le robot... Ces éléments ont été entièrement revus par rapport à la maquette présentée à SPACE 2016 » explique Yanne Courcoux, directrice générale de TIBOT Technologies.

« Cette phase du développement a été un véritable challenge car les cultures entre designers et aviculteurs sont très différentes. Il nous a fallu beaucoup d'aller-retours et huit expérimentations ont été réalisées par Benoit Savary. Nos pouvons nous targuer aujourd'hui de proposer un robot qui n'a pas d'équivalent sur le marché. »

La production du Spoutnic est faite auprès de sous-traitants du Grand Ouest. L'assemblage est réalisé en interne chez TIBOT Technologies.

Spoutnic, une innovation d'usage

« Nous commercialisons une innovation d'usage qui ne demande aucune installation technique ni configuration spécifique. Tout terrain et de taille compacte, Spoutnic fonctionne sur batterie rechargeable sur une prise de secteur. L'interface du robot est également extrêmement simple pour l'utilisateur. Le produit est livré au client pour être utilisé immédiatement. »

Le robot autonome Sputnik est déposé dans l'élevage par l'aviculteur et va faire des aller-retours aléatoires sous les chaînes d'alimentation pour obliger les volailles à bouger.

La technologie présentée au Salon SPACE 2016 a permis à TIBOT Technologies de gagner en reconnaissance auprès de la presse spécialisée. La Société vend aujourd'hui en direct à l'unité et réalise 50% de ses ventes à l'étranger (Suisse et Etats-Unis). TIBOT Technologies travaille aujourd'hui sur une deuxième gamme de robots. Afin d'accélérer cette nouvelle gamme et sa commercialisation, elle procède actuellement à une levée de fonds.

Principales caractéristiques techniques

- Détection et contournement d'obstacles
- Stimuli lumineux et sonore
- 8h d'autonomie de batterie (lithium)
- Résistance eau, poussière et ammoniac
- 6 vitesses en fonction de la phase d'éducation du lot
- Interface de pilotage de la vitesse
- Télécommande pour démarrage et arrêt à distance
- Témoin de niveau de batterie
- Témoin de révision
- 4 roues motrices équipées de moteur brushless, pour un travail sur une litière non plane
- Poids : 10 k
- Taille compacte (56x63x18 cm) pour passer sous les chaînes d'alimentation

CONTACT

Yanne Courcoux / directrice générale de Tibot

02 99 01 61 38

10 rue des Prés Mêlés - 35230 Saint-Erblon

ycourcoux@tibot.fr

www.tibot.fr



Le pressing connecté

TÿKAZ, un service de pressing qui simplifie le quotidien

Le projet TÿKAZ est né en regardant un reportage à la télévision sur les pressings, leur évolution vers un positionnement écologique et la réorganisation de l'espace boutique. Françoise Bazin se dit que l'effort fait pour le client est intéressant mais n'est pas encore suffisant pour répondre totalement à leurs besoins. Elle s'est alors intéressée au « dépoussiérage » de l'image vieillissante des pressings en y ajoutant la brique numérique afin de le mettre au cœur de l'usage du client. « Il était évident qu'il fallait intégrer le numérique et ne pas avoir seulement une boutique «new look» mais d'avoir une boutique où l'on se sente bien et où le client est autonome » explique Françoise Bazin, la directrice générale de TÿKAZ.

TÿKAZ est ainsi un service de pressing qui simplifie le quotidien. La fondatrice connaît les journées bien remplies de ceux qui s'engagent dans leur travail et la difficulté de gérer vie professionnelle et vie privée et a voulu répondre à toutes les problématiques des clients d'aujourd'hui : écologie, recyclage, cadre, numérique, démarche RSE, transport en véhicules électriques et lieux de dépôt.

Elle a su s'entourer d'une équipe soudée pour développer le projet, un élément clef pour la réussite. « Notre but, c'est de révolutionner le pressing avec le numérique. Notre force, c'est de partager ce projet ensemble. »

Une réflexion sur le long terme : parcours client et design

TÿKAZ est partie du besoin du client, du constat qu'il faut de la qualité en plus de l'écologie, soit du pressing artisanal mais utilisable à n'importe quel moment. Il a fallu donc créer une marque en imaginant un service disponible 24H/24 afin de répondre au plus près des horaires des actifs urbains.

Le parcours client à la base du travail en design a été pensé dès 2014 : besoin, souhait comme application et plateforme informatique. TÿKAZ a compris que le client devait avoir une application à utiliser où qu'il soit pour aller déposer ses vêtements dans un casier ou un kiosque où ils seront traités par un prestataire de pressing.

Si certains services existent de ce type aux Etats-Unis, il était important que le parcours client ne devait pas commencer par la phase de paiement, puis par le dépôt des vêtements et enfin l'indication du lieu de dépôt mais plutôt de répondre réellement à un service que des clients français peuvent attendre.

TÿKAZ propose 3 sortes de lieu de dépôt : une boutique ouverte 24H/24H, un réseau de kiosques de relais pressing comme pour les relais colis (soit une quinzaine à Rennes dont Chronodrive, salles de sports, caviste, Galeries Lafayette, espaces de coworking... pour répondre à l'actif urbain hyper connecté dans ses trajets de la semaine) et une conciergerie pressing de bureau avec toute la souplesse de consommation par rapport à la façon de travailler aujourd'hui (bien-être au travail). Les clients peuvent bénéficier de l'ensemble des lieux du service.

« Au départ, nous avons pensé logo, charte graphique et identité avec l'agence Autrement. Nous avons refondu le site web en juillet 2016 pour proposer une marque moderne et décalée. En août 2016, nous avons intégré en interne une personne qui a la fibre création, qui connaît les tendances et l'organisation même du site web. Tout son background créatif a été mis au service de la plateforme et de la valorisation de la marque TÿKAZ. Depuis, nous offrons des offres promotionnelles tous les mois. Les retours des clients sont très positifs. »

UX Design

La plateforme de TŸKAZ a été développée spécifiquement par rapport à son marché et aux besoins des clients. Il a fallu penser les flux d'informations et imaginer un système de prix ville par ville. Il a fallu ainsi pratiquement deux ans pour affiner la marque et la concrétiser. Les premiers clients sont arrivés en 2015 et le réseau de kiosques en 2016.

TŸKAZ a réalisé une journée UX dans le cadre de la FrenchTech et des rencontres avec les clients afin de décortiquer l'expérience client. *« Nous avons appris énormément et cela nous a permis de simplifier le parcours client. Cette simplification nous a permis d'avoir un design très léché car nous avons énormément étudié ce que veulent les clients (démarche, visuels, gain de temps, couleurs, formes, emplacements, vocabulaire utilisé). »*

Faire appel aux acteurs locaux

TŸKAZ est membre du Réseau Entreprendre Bretagne qui permet de s'appuyer sur un maillage local de professionnels de tous les métiers, avec qui elle peut échanger, créer, développer. A l'image de la FrenchTech, ses partenaires sont tous des acteurs locaux de l'économie bretonne. TŸKAZ est devenue à son tour une entreprise, actrice de l'économie Rennaise, qui participe pleinement à la vie locale.

Pour son développement, TŸKAZ a fait appel majoritairement à des acteurs locaux. Le lavage est assuré par la Lavandière des Lices basé à Saint-Armel. C'est Mobizel a Rennes qui a développé l'application pour smartphones, B2O s'est occupé de la production et la distribution, et l'agence Autrement de la communication. Conceptu'el basé à Saint-Grégoire a réalisé le design des casiers de dépôt de vêtements.

Objectifs de développement et modèle économique

Françoise Bazin ambitionne de développer TŸKAZ au niveau national en passant par le quart Ouest. Ce choix est déterminé par l'arrivée massive de parisiens et d'entreprises parisiennes dans l'Ouest de la France et qui veulent garder tous les avantages de la capitale sans en avoir les inconvénients. TŸKAZ se développera ainsi à Nantes en 2018 et dans des villes de taille intermédiaire comme Laval, Saint Malo et Saint Briec. Elle compte aussi investir de grandes métropoles comme Lille ou Lyon. A chaque fois, TŸKAZ s'appuiera sur des sous-traitants de pressings traditionnels. Pour ces derniers, c'est un gain certain car cela leur évite de passer par de la prospection commerciale. Les amortissements de machines sont également plus rapides. Enfin, ils se trouvent valorisés. En effet, ces pressings traditionnels représentent une population qui ne pouvait passer au numérique et à des outils de force commerciale compétitifs.

TŸKAZ ambitionne un chiffre d'affaires de 1,7 million d'euros sur 5 métropoles en 2020.

CONTACT

Françoise Bazin / directrice générale de TŸKAZ

02.56.51.80.00

39 rue Saint-Hélier - 35700 Rennes

contat@tykaz.fr

www.tykaz.fr



Le design au service des enfants asthmatiques

« L'entreprise conçoit et commercialise des solutions innovantes pour la santé des patients. Elle développe son premier produit, un compagnon connecté qui accompagne les enfants asthmatiques dans leurs prises de traitement. »

Un projet d'études qui devient projet professionnel

Venant de l'Est et du Sud, Sandrine Bender (diplômée d'un Master Design Produit de l'Université de Strasbourg) et Alizée Gottardo (diplômée de l'école d'ingénieur Télécom Sud Paris) se retrouvent à Nantes en 2015 pour une formation alliant ingénierie et design autour des objets connectés. Elles se retrouvent alors en binôme et le duo fonctionne instantanément. L'une d'elles, sensibilisée à l'observance car asthmatique fait constater à son acolyte qu'aucune solution n'est apportée aux enfants. Elles se lancent alors le défi de proposer aux enfants des objets de même qualité que les adultes pour la prise de traitement, adaptés à eux. Sandrine et Alizée s'inspirent de ces deux réflexions et développent Meyko, objet connecté et dispositif ludique visant à améliorer l'observance du traitement de l'asthme chez les enfants.

« Le choix d'intégrer la formation a été motivé par la volonté de travailler sur un projet innovant dans des conditions qui permettent l'hybridation de nos qualités respectives et l'apprentissage de nouvelles compétences. »

La formation en duo ingénieur-designer représente pour elles un véritable atout pour concevoir un projet solide et réellement innovant : une solution concrète ayant un fort impact pour l'utilisateur, sans faire de compromis. La pluridisciplinarité de la formation leur a également permis d'anticiper le projet d'entreprise et d'envisager son développement dans les meilleures conditions.

Le design prioritaire dans le développement de la société

La société Meyko est ainsi créée en novembre 2016 et s'installe à l'incubateur IMT Atlantique pour poursuivre son développement. Également incubée par Atlanpole, Meyko profite de l'écosystème nantais très sensible à l'émergence de nouvelles entreprises. L'équipe s'est étoffée et est aujourd'hui constituée de 4 personnes avec les métiers de designer santé, ingénieur spécialisé en expérience utilisateur, pharmacien et chargé de développement commercial.

Le design est aussi la priorité de l'entreprise. Les méthodes design sont utilisées et pour la conception du produit et dans la façon de travailler au quotidien. Enfin, l'adéquation utilisateur-produit sera le facteur clé du succès du produit. « Chez Meyko, nous défendons les méthodes de conception centrées utilisateur afin de proposer des solutions qui soient au plus près des besoins des patients. »

Reconnaissance et développement

Meyko a participé au CES (plus important salon consacré à l'innovation technologique en électronique grand public) 2017 à Las Vegas, ce qui l'a ouvert à de nouvelles perspectives de développement à explorer et de reconnaissance dans la presse. Sa participation à des concours nationaux ou européens dans les secteurs de l'entrepreneuriat, les technologies ou la santé lui permettent aujourd'hui à la fois d'avoir une crédibilité auprès des grands groupes de santé et d'innovation mais surtout de nouer des liens forts avec des partenaires et ouvrir des portes vers des projets de collaboration.

Les deux entrepreneuses travaillent actuellement sur une deuxième version du prototype de Meyko et viennent de finir une phase de tests. Elles préparent l'industrialisation du compagnon connecté avec des partenaires régionaux. Le made in France est en effet important pour elles car elles veulent assurer la continuité de ce qu'elles défendent depuis le début (usages, matériaux et sécurité du produit) et une maîtrise de la production. La commercialisation de Meyko devrait arriver au cours du 3^e trimestre 2018.

CONTACT

Sandrine BENDER, CEO - Alizée Gottardo, CTO

06 86 06 25 54

alizee@hellomeyko.com

www.hellomeyko.com/fr



**L'ÉCOLE DE
DESIGN**
Nantes Atlantique

DESIGN FOR CREATIVE INNOVATION *

www.lecolededesign.com

une école
 CCI NANTES
ST-NAZAIRE

 UNIVERSITÉ DE NANTES

école associée
à l'Université
de Nantes

 Région
PAYS
de la
LOIRE



**Salon des
Entrepreneurs**
NANTES GRAND-OUEST