



## LES LUNDIS DU VIA

Ces tables rondes sont 'une série de rencontres orchestrées au fur et à mesure de la programmation d'expositions du VIA. En effet, ces expositions ne sauraient être uniquement de simples exercices de démonstration. Elles doivent exprimer une réflexion qui en préfigure la thématique. Ces réunions répondent à une demande de dialogue de la part des designers et des professionnels en général, concernés par le design. À ce titre VIA se propose de créer un espace d'expression. Chaque séance fera l'objet d'un compte rendu publié.

### L'IMPLICATION DES FEMMES DANS LE DESIGN INDUSTRIEL

lundi 16 février 2004

en parallèle de l'exposition dans la Galerie VIA : Design d'Elles

Intervenantes :

Elsa FRANCES, Strategic design manager, TIM THOM, THOMSON  
Jackie MOULIN, responsable du design des articles culinaires, TEFAL  
Matali CRASSET, designer indépendante (absente)

Animatrice :

Marie GERARD, Brand design manager DECATHLON

"Il est des professions que l'on attribue a priori, plus aux hommes qu'aux femmes. Le design fait partie de celles-ci. Sans doute parce qu'à l'origine, cette discipline se fonde sur l'outil industriel conçu par des ingénieurs et a concerné, dans un premier temps, des architectes.

Depuis, le design a su définir son propre territoire d'expression, revendiquant une démarche particulière, équation subtile entre fonctionnalisme et émotion. Aujourd'hui, nul ne conteste le fait qu'un produit doit être à la fois « bon », c'est-à-dire efficace, et « beau », c'est-à-dire aimable. Qu'au-delà de la fonction d'usage, il doit produire du sens. Qualités qui appellent à la fois des compétences rationnelles et une sensibilité émotionnelle. Ce qui oblige tout designer à solliciter ses deux hémisphères cérébraux.

On ne s'étonnera pas de découvrir beaucoup de femmes intéressées par cette discipline complexe. Le nombre croissant d'étudiantes dans les écoles, en témoigne. Ici, pas de propos sexistes, encore moins de revendications féministes. Non, l'objet de cette exposition et des débats qu'elle suscite, consiste d'une part à révéler le rôle des femmes dans le design et d'autre part, à découvrir à travers leurs témoignages, les particularités de leur démarche personnelle.

Puisque nous sommes partis d'un a priori, gageons que la conclusion de cet exercice quelque peu périlleux, prouve que dans le domaine du cadre de vie en particulier, nous avons besoin d'Elles."

Gérard Laizé - Directeur Général VIA

NB : Exceptionnellement, le compte-rendu ne sera pas sous la forme d'une synthèse, mais reprendra littéralement les propos de chaque intervenant.

## A- LES TEMOIGNAGES

Marie GÉRARD

"Nous n'allons pas faire un exposé pragmatique sur les femmes dans le design. Le but du jeu est que nous nous posions un certain nombre de questions qui nourriront la réflexion.

Cette table ronde a été en partie motivée par un petit article que j'ai écrit, suite à un moment de colère il y a cinq ou six ans. Je présentais une recherche lors d'un colloque d'ingénieurs et ce n'était probablement pas très abouti. Le responsable de ce colloque, qui était notre directeur de laboratoire en matière de confection, d'innovation en produits de groupe, m'a dit devant trois cents personnes : " Il vaudrait mieux retourner à vos couches-culottes ! ".

Je me trouvais très bien avec mes collègues masculins. Et ça m'avait un peu frappée. Donc, je me suis dite que finalement c'est curieux que dans ces métiers où la quotidienneté des choses intervient beaucoup, il y a finalement assez peu de femmes.

J'ai fait les Arts décoratifs il y a une quinzaine d'années. J'ai ensuite fait du design dans l'industrie du jouet, puis commencé une thèse d'ingénieur sur la construction de produits, donc une partie plus industrielle. Ensuite, j'ai travaillé en milieu (inaudible) et aujourd'hui je suis chez Décathlon, dans un milieu presque exclusivement masculin. Et je trouve ça plutôt agréable. Est-ce que c'est plus facile d'être une femme designer dans un milieu d'hommes ? On bénéficie peut-être d'un regard un peu plus clément ?"

Jackie MOULIN

" Nous sommes de la même génération puisque j'ai également terminé mes études il y a une quinzaine d'années. J'en ai fait une partie à l'Ecole Nationale Supérieure des Arts visuels de la Cambre à Bruxelles et je les ai terminées à l'ESDI, à Paris. J'ai ensuite travaillé six mois en agence. Puis, j'ai rejoint le groupe Allibert-Sommer à Grenoble, où j'ai travaillé neuf ans essentiellement comme designer pour les produits de l'habitat : Allibert salle de bains, Allibert mobilier de jardin et de collectivité. On m'a ensuite tendu une perche que j'ai prise et j'ai intégré le groupe SEB. Pendant deux ans, je me suis occupée de la remise à niveau du catalogue de la filiale Arno au Brésil. Et depuis quatre ans, je suis à Annecy, plus précisément à Rumilly, où je m'occupe du design des articles culinaires : tout ce qui n'est pas électrique, les poêles, les accessoires, etc. "

Marie GÉRARD

" Tes études ont-elles favorisé cette volonté d'entrer dans l'industrie ? "

Jackie MOULIN

" J'ai fait mes études dans deux écoles. Une qui était extraordinaire d'un point de vue conceptuel, et relationnel, qui est comparable aux Arts Décoratifs à Paris, mais très utopique. On n'y voyait pas concrètement d'avenir en tant que designer industriel. A l'époque, la seule solution était de s'expatrier. Je l'ai fait avant la fin de mes études, quand j'ai rejoint l'ESDI à Paris, où j'ai pu mettre en application ce que j'avais appris dans ma première école.

Effectivement, les filles étaient peu nombreuses. De mémoire, je ne sais pas combien d'entre nous ont terminé leurs études et intégré des postes de designers produits, designers industriels. Mais je sais qu'à l'époque, le directeur de l'école avait parfois un regard misogyne et disait : " Une partie des filles viennent ici pour trouver un mari ". C'était un personnage qui avait beaucoup de qualités, mais quand on est une jeune femme, ce genre de choses frappe.

Très rapidement, j'ai senti que je n'étais pas faite pour le travail en agence. J'avais une certaine curiosité et une envie de fréquenter d'autres métiers. C'est ce qui m'a poussé à chercher un poste de designer intégré. Nous avons le choix entre l'intégration dans l'industrie ou le travail en agence. Je ne suis pas assez téméraire et peut-être ambitieuse - en tout cas à cette époque - pour désirer me mettre à mon compte.

J'ai eu la chance dans l'industrie d'intégrer un groupe qui avait déjà un historique, orienté vers la culture design. L'équipe en place était composée d'hommes, bien évidemment, de jeunes et beaux

designers. Je suis arrivée là et j'étais un peu la petite protégée, c'est vrai. J'en ai d'une certaine façon profité. En même temps, je sentais que j'étais la bienvenue, notamment au niveau des projets que personne ne voulait traiter, en particulier tout ce qui touchait au textile. Je m'y suis lancée et j'ai travaillé sur des projets féminins, comme la confection de coussins pour le mobilier. Les garçons faisaient les fauteuils et moi, je faisais les coussins ! Mais j'avoue que ça ne me dérangeait pas. J'étais dotée d'une certaine naïveté, dans un cadre professionnel très agréable, au milieu de designers issus de différentes nationalités, avec lesquels je m'entendais très bien. J'étais plus émotive que la plupart des designers. Mais avec le temps, je crois que je suis arrivée à me maîtriser davantage que certains collègues masculins. Nous nous sentions protégés par le directeur du marketing Allibert de l'époque. "

Marie GÉRARD

" Et tu n'avais pas de territoire à revendiquer ? "

Jackie MOULIN

" J'avais quand même d'autres projets qui touchaient à la salle de bains. J'ai fait très peu de mobilier, mais ça ne m'attirait pas du tout. Nous étions dans un contexte agréable. Mais souvent, lors de présentation produits, le directeur d'usine ou un des ingénieurs, qui avait roulé sa bosse depuis une quarantaine d'années, disait : " Elle a raison, la petite ! " Ils ne se seraient jamais permis cette réflexion à propos d'un homme.

J'avoue en avoir profité pour arriver à faire avancer les choses autrement que par le pouvoir, la force. J'arrivais, par la discussion, à mes fins. Chacun utilise ses armes...

Quand j'ai intégré le groupe Seb, j'étais plus mature. J'avais acquis des compétences et des qualités qui vont au-delà des clichés féminin/masculin.

Gérard Laizé parlait de l'émotivité, de la sensibilité comme de qualités féminines. Je me trompe peut-être, mais je pense que la capacité d'aborder le quotidien est une qualité très féminine, qui touche parfois beaucoup plus la fonctionnalité. J'ai l'impression qu'aujourd'hui, mes collaborateurs et mes dirigeants pensent que j'apporte ce côté très pratique. Je ne fais pas de théorie. Je fonce et j'ai cette conviction de praticité, de fonctionnalité quotidienne en moi. J'ai un bon sens et une efficacité que l'on apprécie. "

Elsa FRANCÈS

" Je suis de la même génération. J'ai fait l'ENSCI et après ça, j'ai travaillé en agence, d'abord en Espagne, dans le même registre, assez intéressant, puis en France. Je suis ensuite entrée chez Thomson où j'exerce depuis dix ans.

En Espagne, je travaillais dans une énorme agence où il n'y avait que des hommes. A mon arrivée, pendant trois semaines mon responsable ne m'a pas adressé la parole. Je n'ai eu aucun brief, rien à faire. Silence complet ! Alors, j'ai voulu partir. De toute façon, je ne pouvais rien faire : mon responsable n'était pas celui qui m'avait embauché et pensait clairement que je n'étais pas à ma place. Puis ça s'est arrangé. C'était en 1992. Ce n'est pas si loin, mais je pense que maintenant, ce serait peut-être différent.

Quand je suis arrivée chez Thomson, l'ambiance était très différente. C'était beaucoup plus décontracté. A l'usine, les choses sont différentes. On dit " ils " quand on parle des personnes qui travaillent au développement et " elles " quand on parle des personnes qui travaillent à la chaîne puisque ce sont les femmes qui travaillent là. C'est un univers peu mixte.

Lorsque je suis arrivée sur place au début, certains appelaient les designers hommes les " esthéticiens ". Du coup, ils ne savaient plus comment me désigner. Esthéticienne ?

Le mot designer est donc devenu plus commode et unisexe.

La question n'était pas vraiment claire ; la différence entre un designer et un esthéticien, etc. va au-delà du problème féminin. Cela posait d'autres questions terminologiques. C'était intéressant et assez amusant. Mais, il y a une montée en puissance de l'arrivée des femmes au design chez nous. La question se pose d'un point de vue général dans les entreprises. Il est vrai que c'est parfois un peu différent. Après mon diplôme, des agences ont appelé pour savoir s'ils allaient embaucher une fille car il n'y avait que des garçons. En général, ça ne durait que le temps de l'entretien ! "

## **B- DEBAT AVEC LE PUBLIC RASSEMBLÉ**

Marie GÉRARD

" Nos trois expériences montreraient que les choses changent. Il y a plus de femmes aujourd'hui dans ce métier, même si elles ont de petites difficultés. J'étais aux Arts Décoratifs récemment. La proportion semble être la même dans toutes les écoles. Je ne sais pas si des professeurs sont dans la salle et pourraient nous donner une perception, peut-être un peu plus chiffrée sur la façon dont cela se passe dans les écoles. "

Professeur de design

" Je suis professeur et il me semble que la proportion soit de moitié/moitié. "

Gilles EECKHOUDT

" Je suis design manager chez Delsey. Nous composons une petite équipe, dans laquelle nous sommes cinq créatifs plus deux modélistes. Il y a dix ans, nous n'étions que deux. J'ai tenu à avoir dans mon équipe un certain équilibre, mais pas systématique. Je juge les candidats avant tout sur leur book. Nous comptons trois garçons et deux filles. Cela ne nous pose aucun problème.

Quand on présente un projet et que ça ne marche pas bien, que ce soit fille ou garçon, c'est la même perception. Nous avons parfois des discussions au niveau des perceptions, des sensibilités, et il n'y a aucun problème, même au niveau de l'entreprise. Le souci est davantage sur la perception du design que sur les personnes, garçon ou fille.

Quand je suis arrivé, tout se restructurait. L'organisation était étonnante. Il y avait deux stylistes. Nos faisons des produits rigides et des produits souples. Les deux stylistes s'occupaient des produits souples et étaient rattachés au marketing. Moi, je venais en tant que designer pour les produits rigides et j'étais rattaché à la R & D. La séparation était un peu étonnante. Et quand j'ai repris la tête du design, j'ai tout remis en place. Ensuite, tout s'est scindé. Les stylistes sont partis, mais pour des problèmes de compétences et peu à peu, j'ai embauché un garçon qui était venu en stage et tout de suite après j'ai rencontré des candidats et le côté féminin, c'est vrai, prend de l'importance, de l'ampleur, du point de vue de la complémentarité. Mais c'est la qualité des travaux qui prime. "

Elsa FRANCÈS

" Nous disions tout à l'heure que la proportion dans les écoles était de 50/50. Je ne reçois quasiment rien des filles, mais peut-être que notre entreprise fait peur. "

Gilles EECKHOUDT

" C'est vrai que je reçois plus de CV de garçons. "

Marie GÉRARD

" Cela voudrait-il dire que les filles ont du mal à postuler encore à notre époque vers le milieu industriel ? "

Gilles EECKHOUDT

" On peut peut-être poser la question à Emilie. "

Emilie ARNOULT (chez Delsey)

" Je me pose la question des capacités féminines en matière de design, et j'avoue ne pas avoir de réponse. Y a-t-il une différence ? "

Marie GÉRARD

" Je ne parle qu'en mon nom. Quand j'ai commencé à m'orienter vers ce métier plus industriel, j'avais quelque chose à dire sur la quotidienneté, sur ces choses infimes, qui ne sont peut-être même pas du design, mais finalement très factuelle, extrêmement concrètes. J'avais envie d'aider le plus grand nombre. "

Marie GARNIER

" J'ai fait un passage chez Renault Design au département Couleurs/Matières, on m'a proposé de rester et j'ai refusé. J'ai ressenti que j'allais " perdre mon âme " au profit d'une grande machine dont les rouages très puissants imposent des cadres. Par conséquent, j'avais le sentiment qu'ils limiteraient

terriblement ma création. J'ai cependant apprécié la richesse des moyens mis à la disposition des designers en termes d'innovation, des possibilités qu'une designer indépendant n'a pas ou peu. Je voulais continuer à rebondir d'un sujet à l'autre, en toute liberté, démarche qui génère chez moi une dynamique de création, dont pas d'intégration " plan-plan " ! "

Jacqueline FEBVRE

" Juste pour relancer la discussion sur un autre angle de vue, il me semble que les femmes ont été très actives en design au début du 20ème siècle, sans forcément avoir la qualification de designers. Il n'y aurait peut-être pas eu de design s'il n'y avait pas eu d'utilisation des objets par les femmes. Dans les années 30 et 40 elles ont souhaité que l'on sorte de l'objet machine pour passer à l'objet d'utilisation. Leur rôle à mon avis a été prépondérant. La complémentarité des rôles est fondamentale."

Marie GÉRARD

" Malgré tout, nombre de designers me disent : " J'ai des difficultés à trouver des designers industriels femmes. " Le problème existe donc tout de même. "

Anne-Marie BOUTIN

" Je crois qu'il existe deux problèmes assez différents.

Il y a le problème de l'approche par une sensibilité féminine ou masculine. Et Gérard Laizé, l'a dit tout-à-l'heure, c'est plus un problème d'approche qu'un problème de homme/femme. Des hommes approchent les choses avec une sensibilité beaucoup plus mixte que certaines femmes qui les abordent avec une sensibilité masculine.

Le problème est celui de la relation des femmes avec le monde du travail. Je me souviens que quand nous organisons des opérations porte ouverte, je voyais des femmes arriver et me dire : " Madame, ce n'est pas sérieux. C'est une école de garçons. Je ne peux quand même pas y inscrire ma fille. Elles ne comprenaient pas que des jeunes filles puissent utiliser des machines comme les garçons.

Je confirme ce qui a été dit tout-à-l'heure à propos des CV. Nous recevons beaucoup de demandes de personnes qui cherchent du travail. Nous avons environ neuf CV de garçons pour un de fille. C'est très étonnant car je pense que, même dans l'idée des jeunes filles, l'univers reste encore très masculin. C'est lié à la production.

On trouve par exemple un article dans Paris-Match des témoignages du genre : " Le jour où j'ai passé l'aspirateur, c'est là que j'ai compris, etc. " (James Dyson) Il a fallu, comme le disait Jacqueline, aussi que les hommes se mettent à faire le ménage pour qu'ils s'aperçoivent que les objets n'étaient pas suffisamment fonctionnels. "

Elsa FRANCÈS

" Pour aller dans le sens d'Anne-Marie, le Tim Thom vient d'animer un laboratoire de six mois avec douze étudiants de l'Ensci. Il n'y avait qu'une fille. C'est tout-à-fait étonnant. A l'issue des six mois, nous leur avons demandé ce qu'ils pensaient de ce laboratoire et des produits qui devaient entrer immédiatement dans des gammes. C'est la jeune fille qui s'est exprimée et qui a dit : " J'ai été très surprise de voir que le design n'est plus une approche similaire à celle de l'ingénieur, pas une approche uniquement basée sur la technicité, etc., et que je pouvais aborder les projets par la sensibilité, la poésie etc. "

Il existe encore des a priori sur ce qu'est le design dans l'industrie. Ce n'est pas une obligation de le concevoir d'une façon ou d'une autre. Le règne de l'ingénieur est terminé.

Le règne du marketing, c'est autre chose ! Il y a là un autre travail à faire.

En tout cas, chez nous, c'est comme ça. "

Claire GRIFFON

" Je voudrais citer un cours peut-être méconnu, au Royal College de Londres. J'y ai suivi des cours et nous étions quatre filles sur douze. Au cours des deux années, j'ai vu des garçons complètement changer leur approche grâce à ce cours de la couleur, de la matière.

Il faut former les garçons à mieux accueillir les filles ! Nous avons un professeur femme qui se battait pour cela.

Mais moi, à part ma première expérience dont j'ai parlé tout-à-l'heure, j'ai rencontré des hommes qui laissaient la place à cela (la sensibilité) dans leurs propres études. "

Elsa FRANCÈS

" Entrer dans l'industrie, ce n'est pas la solution la plus complexe pour pratiquer le design. Monter sa propre agence par exemple est certainement plus astreignant. "

Jackie MOULIN

" Je voudrais intervenir sur ce sujet. J'ai 40 ans et mon bébé, je l'ai fait il y a dix mois. Avant, je me disais : ce n'est pas le moment, jusqu'au jour où je me suis dit : c'est maintenant ou jamais. Cela peut faire sourire, mais c'est une chose à laquelle je pensais et, quand on se décide à partir du travail systématiquement au plus tard à 18 h 30, parce qu'on a envie de voir son enfant, de jouer avec lui, de le mettre au lit, on se sent un peu mal à l'aise. On a habitué les personnes avec lesquelles on travaille à rester plus tard. D'une façon générale, un homme, n'a pas cette mauvaise conscience. "

Elsa FRANCÈS

" Ce que vous décrivez là, n'est-ce pas spécialement lié au travail des femmes. Si on parle de l'organisation de la vie privée et des enfants ce ne sont pas des problématiques due au fait d'être designer.

Cependant il est vrai que dans les périodes où on fait des enfants on n'a pas forcément envie d'être créatif. Cela dépend certainement des personnes. "

Marie GARNIER

" Le résultat dépend de la dimension créative de chacun, des contraintes et des champs d'investigations intimes que nous nous approprions.

Mais une chose est certaine : à partir du moment où nos engagements nous poussent à créer, nous sommes obligés de répondre de manière professionnelle et extrêmement rigoureuse.

En tant que femme, l'approche varie peut être davantage car dans notre vie, nous rencontrons des transformations intimes qui nous imposent des périodes de non création pendant lesquelles nous sommes moins disponibles à la recherche créative.

Comme le dit Charlotte Perriand, lorsque sa fille Pernelle est très malade, les idées ne viennent pas, elles ne se commandent pas. L'énergie créative est parasitée, bloquée par l'instinct maternel qui nous pousse à donner de nous-même et à mettre plus facilement de côté nos ambitions professionnelles. Les choix auxquels nous autres femmes sommes confrontées, demeurent complexes car nos carrières sont " hachées ". La création ne s'arrête pas à 18h30. C'est un processus qui a besoin de temps et de calme pour se mettre en place. Les hommes sont tout de même moins soumis à ces fluctuations personnelles.

Notre créativité est gérée comme celle des hommes : tout dépend de la part de féminité et de masculinité qu'il y a en nous tous et toutes. Notre féminité nous impose un esprit de réactivité logique, de bon sens, d'intuition. Nos actions peuvent être puissantes, rigoureuses, fédératrices (exemples : Matali Crasset, Charlotte Perriand, etc...).

L'avenir du design va être de veiller à la durabilité de cette notion d'humanité dont le moteur est l'évolution.

Faire du bon design permettra de posséder moins de produits dérivés, d'apprendre aux consommateurs le parcours du produit qu'ils ont acheté et de pouvoir appliquer les notions de développement durable dans ce domaine. "

Monique VERVAERE

" Je ne suis pas dans une agence. Je suis sociologue. Je voudrais rappeler les données que j'avais faites en 1996, sur environ 950 diplômés à l'époque. Il n'y avait que trois femmes sur 18 diplômés et on constate quand même une montée assez importante des jeunes femmes.

Depuis cette période, on voit apparaître l'arrivée des femmes dans les entreprises. A l'époque, elles n'étaient pas encore très nombreuses. Et surtout dans les agences. Certains phénomènes sont particuliers au design. D'autres sont généraux. On trouve des similitudes chez les femmes scientifiques, et chez les femmes qui ont fait des écoles d'ingénieurs.

Il existe un débat sur la différence d'évolution de carrière. Ce sont des phénomènes de société liés au rôle masculin et au rôle féminin dans la société. Les femmes s'orientent d'elles-mêmes vers certains secteurs parce qu'elles savent que si elles vont faire ce choix de carrière, c'est un investissement très fort et elles ne le font pas. Mais ça existe dans d'autres domaines que le design.

Quand nous avons fait, pour le design, une étude sur l'insertion des jeunes diplômées femmes, on voyait une différence de salaire entre les hommes et les femmes. Au niveau des profils de carrière, les femmes ne subissaient pas plus le chômage. On imagine cette profession de designer avec beaucoup de changements d'emplois. Or, en fait, les carrières se construisent quand même avec des périodes

assez longues, surtout pour les designers intégrés dans les entreprises. Pour développer par exemple une politique de produits, cela ne se fait pas en six mois ou un an. Donc, en général, aussi bien la stratégie de recrutement de l'entreprise qui est très sélective et qui est de recruter sur la base d'un potentiel d'un candidat, que l'intérêt pour le travail de designer font que généralement, ils restent sur des périodes longues pour mener une politique de produits.

Une fois que l'on fait une étude non pas homme/femme, mais diplômés, on arrive à la même moyenne pour le nombre de segments et à la même trajectoire. Ce qui fait dire que les profils professionnels sont somme toute assez semblables. "

Marie GÉRARD

" D'accord. Et quelle que soit la formation ? "

Monique VERVAERE

" Il s'agissait d'une même école. Evidemment, je pense que les formations vont modifier le tableau. Quand on prend pour la même école les diplômés hommes ou femmes, leur profil de carrière en termes de cheminement sont tout à fait identiques. En se basant sur les critères de nombre de segments et les critères de chômage. Il ne faut pas dire que les femmes sont plus vouées au chômage. En tout cas pas dans ce type de profession.

J'ai observé dans le design notamment que les femmes avaient quand même des carrières assez remarquables. J'ai vu des femmes avoir des positions de managers, notamment chez Habitat, qui étaient remarquables. "

Jean-Charles GATÉ

" Je voudrais faire une petite remarque. Le designer français le mieux payé au monde est une femme ! "

Chantal RIOLS

" J'ai une autre question. Je travaille à la APCI avec Anne-marie BOUTIN. Nous nous sommes aperçues que de plus en plus de produits étaient destinés aux femmes. Je voudrais savoir si aujourd'hui, dans le rapport à l'objet, la femme constitue une étude ou une approche particulière qui fait que, même dans le domaine des télécoms par exemple, on nous a proposé des téléphones pour la maison spécialement conçus pour des femmes. Est-ce que ça correspond vraiment sociologiquement à une conception particulière ? "

Elsa FRANCÈS

" Les femmes ont une forte influence sur l'achat. On le sait. Et les entreprises font des recherches de grande envergure sur le sujet et commencent à les inclure dans leurs programmes.

Au salon Consumer Electronic Show de Las Vegas cette année on trouvait des sacs blancs avec des inscriptions roses, ce qui quand même est assez rare dans le monde de la technologie! Et ça s'appelait " Technology is a Girl's Best Friend "... Toute la communication du salon était orientée comme ça. C'était très inspiré par " Las Vegas " et vraiment surprenant ! "

Philippe LAMIERE

" Je voudrais faire une petite remarque à propos du rôle des femmes dans les métiers du design et du design industriel en particulier. Pourquoi les femmes ont-elles particulièrement bien réussi dans la promotion du design, c'est-à-dire à la tête des organismes de promotion du design ?

Les hommes parleraient-ils si mal qu'ils ne seraient pas capables de défendre leur métier ? Comment expliquez-vous cela ? Dans les entreprises, ce sont plutôt les hommes qui avaient l'habitude de défendre les métiers du design. Que se passe-t-il ? "

Françoise JOLLANT

" Ce sont les femmes qui historiquement ont été les premières à s'intéresser au design dans les années 50 et 60, à une époque où le design était relayé dans les pages " Pour vous, Madame ". Elles ont eu le courage, je pense à Alice (MORGAINE), à Michèle CHAMPENOIS, à ces femmes qui ont été très courageuses et qui ont effectivement couvert le domaine à une époque où les hommes considéraient que c'était mondain.

Et ça s'est poursuivi. Je crois que les femmes sont de bonnes communicatrices. Ce sont souvent des femmes qui dirigent la communication des grandes entreprises. Et les journalistes qui s'intéressent au

design industriel sont, encore aujourd'hui, pour la plupart des femmes. Les quelques exceptions sont d'ailleurs notables.

C'est une disposition à la fois historique, culturelle, qui fait que les choses sont ainsi. Au moment où les hommes ont commencé à penser que c'était un sujet sérieux susceptible de les intéresser, la plupart des places étaient prises, que ce soit Elle, que ce soit Le Figaro, que ce soit les journaux dits féminins. "

Marie GÉRARD

" En dehors du fait que ce soit probablement historique et culturel, comme vous le rappeliez, peut-être aussi que c'était leur champ d'application, leur espace quotidien. "

Françoise JOLLANT

" Je pense que c'était un domaine au départ qui était jugé inintéressant et inférieur par les hommes, tout simplement ; je voudrais dire que je pensais ce soir que nous traiterions du problème du design, et pas de ce qui est féminin, ou masculin, etc. Nous avons des diplômés, que ce soit des femmes ou des hommes, qui ont des carrières. On ne se pose pas la question pour les architectes. Les femmes dans cette profession ne se demandent pas si elles ont un côté féminin, masculin, ce qu'elles apportent à l'architecture, etc.

Il est un peu dommage que, pour certaines professions, on ramène toujours ça au problème des femmes, avec tout ce que ça comporte comme : " Je fais mon choix de carrière, je fais ceci, je fais cela... "

Je travaille dans une grande école de commerce et les jeunes femmes qui sont dans le domaine du marketing, de la finance, etc., ne se posent pas ce genre de questions. Elles mènent leur carrière, elles font des choix. Et si elles font le choix d'une carrière, elles font aussi celui de traiter leurs problèmes privés en même temps.

Je suis un peu déçue... "

Marie GÉRARD

" Vous pensez que se poser la question, c'est déjà sectoriser et que cela n'a pas lieu d'être. "

Françoise JOLLANT

" Oui. Et en tant que militante féministe de longue date, je suis un peu déçue. Je pensais que nous étions arrivés à un point où nous avons les gens qui sont diplômés, qui sont des professionnels, qui font des choix de carrière. Je connais des femmes qui n'ont pas eu d'enfants parce qu'elles pensaient que ça ne correspondait pas à leur mode de vie ou à leur suivi de carrière. Beaucoup d'autres femmes ont des enfants et font en même temps leur carrière, sans insister constamment sur les problèmes d'horaires. C'est un faux problème.

Si nous sommes des professionnelles, agissons en professionnelles.

Ne nous présentons pas comme des femmes devant résoudre le problème parce que leur mari ne participe pas, à cause des enfants, etc. Présentons-nous comme des professionnelles. "

Anne-Marie BOUTIN

" Je ne voudrais pas polémiquer sur ce point. Je pense que la situation en France est assez particulière ; elle est un peu différente de ce qui se passe dans d'autres pays, en partie pour des raisons culturelles. Nous sommes vraiment dans une structure où les formations d'ingénieur ont été extrêmement fortes pendant des années et ce qui était fabriqué par les entreprises était d'abord visé par les ingénieurs. Maintenant, les choses ont changé. Beaucoup de gens s'occupent du marketing, et différentes façons d'exercer ce métier existent.

Mais je pense que cette situation particulière a fait que maintenant, pour s'occuper de la promotion du design, comme vous en parliez, il faut non seulement être très passionné - il y a d'ailleurs des hommes aussi passionnés que des femmes ; là, on ne voit pas vraiment de différence - mais il faut aussi un grand sens de la persuasion, de la pédagogie et de l'obstination pour arriver à faire passer des messages. Nous avons un vrai problème pédagogique chez nous qu'il faut exercer vis-à-vis, non pas des hommes, mais des structures, de certaines professions, des fonctionnaires, de tout un tas de gens auprès de qui nous devons travailler.

Il ne faut pas trop se bloquer là-dessus. Peut-être que vous êtes plus sensible que moi. C'est vrai que nous avons beaucoup " ramé " à une certaine époque. Mais, je suis un peu déçue que vous ayez les mêmes problèmes que nous aujourd'hui, pour certains d'entre vous.

Ce qui serait intéressant, c'est que vous disiez comment vous voyez l'avenir, dans dix ans, non pas pour les garçons et les filles, mais pour le design en général. Je reste persuadée que le design est quelque chose de très personnel et que deux personnes n'ont pas forcément la même vision des choses. Deux femmes ne voient pas le design de la même façon ; deux hommes non plus. La sensibilité personnelle est très importante. Donc, c'est normal que nous en parlions à propos des femmes.

J'ai été très intéressée par ce qu'a dit Elsa tout à l'heure. Un point me paraît fondamental, c'est la relation à la création. C'est vrai qu'il y a des moments dans la vie des femmes où la relation à la création n'est pas de créer de nouveaux produits ni de nouveaux objets parce qu'elles sont occupées à autre chose. C'est vrai quoi qu'il arrive. Il faut le gérer autrement. Comment voyez-vous, vous, l'avenir du design ? "

## CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

Marie GÉRARD

" C'est intéressant que nous nous posions la question, sans aucune envie de polémiquer. J'ai un immense plaisir à travailler dans des milieux jusqu'ici plutôt masculins, depuis une vingtaine d'années, et ça ne m'a jamais posé vraiment de problèmes. Par contre, je suis un peu, non pas inquiète, mais interrogative quand on me dit : " Je ne trouve pas de femme designer. " C'est dommage. Sinon, je nous fais largement confiance pour défendre ce métier que nous aimons et il me semble que l'avenir est plutôt rose, même s'il n'est pas complètement rose. Le design montant en puissance de façon intégrée dans les entreprises, c'est une constatation, je n'ai pas de doute sur le fait que les designers, qui sont au cœur même de l'industrie et de la production, voient les machines fonctionner et entrent dans un monde peut-être plus masculin ou qui avait des connotations plus masculines jusqu'ici. "

Anne-Marie BOUTIN

" Ce que disaient Monique et Françoise, est vrai une fois que l'on sort d'une école, avec un diplôme, les carrières sont à peu près équivalentes, en tenant compte des avatars de choix dans la vie. On peut avoir à peu près les mêmes réactions des femmes. Le problème, c'est l'entrée dans ce monde. Même dans les écoles de design aujourd'hui, il y a la moitié de filles, mais ce n'est pas tout-à-fait vrai. Il y a une moitié de filles toutes disciplines confondues, mais dans beaucoup d'écoles, très peu de filles sont dans les filières produits. Le travail à faire est que, avant de s'engager dans une école, et dans une filière, il faudrait que les filles aient moins d'inquiétude qu'elles en ont encore aujourd'hui. "

Marie GÉRARD

" Il y a quelques jours aux Arts décoratifs, il y avait une quinzaine d'élèves autour de la table. Et j'interrogeais les jeunes filles en leur demandant ce qui avait motivé leur choix. Il y avait environ moitié filles et moitié garçons. Et deux d'entre elles, qui avaient des formations scientifiques, disaient : " Moi, je veux entrer dans l'industrie parce que je veux produire les objets de tous les jours. " Elles avaient effectivement choisi cette formation dans ce but.

L'autre partie des jeunes femmes disaient plutôt : " J'ai choisi le design parce que c'est large. Packaging, graphisme, produits, et je ne veux pas tout de suite aller dans une direction précise. " Et cette idée de polyvalence est très attractive pour les jeunes femmes, semble-t-il, dans les formations. "

Elsa FRANCÈS

" Il me semble que le problème est celui du design industriel par rapport à un design que l'on considérerait comme étant moins industriel. Cette crainte de l'industrie lourde, les garçons l'ont moins. Il y a je crois surtout un problème d'incompréhension en France sur ce sujet. Il existe une ambiguïté entre les Arts Décoratifs et le design industriel. Ou un designer fait des pièces dites d'auteur, de créateur, ou il est designer industriel et on le voit tout de suite poussiéreux dans un placard ! Les filles comme les garçons peuvent dans ce cas être inquiets de rejoindre l'industrie. Il y a là certainement des progrès à faire.

J'entendais Gilles EECKHOUDT raconter comment ça se passait dans son équipe. C'est très convaincant. On a envie d'aller travailler avec eux. "

Mme DEVANZ

" J'ai beaucoup travaillé dans l'industrie, et vraiment avec les industriels. En tant que femme, il est plus difficile, je pense, d'acquiescer la confiance des hommes sur les machines, dans les bureaux d'études. Mais une fois qu'on l'a acquise, cette confiance est acquise ad vitam eternam . Et ils viennent s'appuyer sur vos compétences. Je pense que c'est un avantage et que c'est très agréable. Mais le départ est difficile ! "

Jackie MOULIN

" J'aimerais répondre à la question de Madame Boutin sur la façon dont nous voyons l'avenir du design. Je pense que l'avenir du design est la diversité. Je travaille avec un certain nombre de designers extérieurs. C'est fabuleux !J'ai travaillé avec des anglais, des français, des japonais... On a l'impression d'être au centre d'une sorte de bouillonnement et je pense réellement que l'avenir du design est dans cette diversité, dans cette confrontation de diverses cultures du design, d'approche. Cela va bien au-delà du féminin et du masculin. En tout cas, pour les produits dont je m'occupe chez Téfal, j'ai cette conviction. "

Eva PURDEW

" Je voudrais raconter une petite histoire. Une de mes amies du Zimbabwe au moment d'un changement avait une demande du gouvernement d'engager des personnes handicapées, des Noirs et des femmes dans le directoire. Elle a dit : " C'était simple. Chez nous, nous avons rassemblé les trois exigences et engagée une femme noire handicapée. Mais elle était tellement géniale et formidable qu'ensuite, il y a eu plein de femmes, plein de... "

J'ai fait ma carrière comme trader en acier, et à un moment, je ne pouvais pas entrer dans les usines pour vérifier l'acier que j'avais acheté parce que j'étais une femme. Maintenant, beaucoup de femmes sont traders en acier, etc. Je pense que chacun d'entre nous doit faire un travail consciencieux afin de travailler correctement. Et quand nous parlons à la presse, nous ne disons pas : " Je suis mère de trois ou cinq enfants... J'ai tel âge. " Quand on voit les reportages, on montre un homme et on dit : " Monsieur Tartempion a fait telle chose. " Quand on voit une femme, on dit : " Madame Une telle a cinq enfants, 49 ans, et a fait ça... "

Quand on voit les publicités des magazines, les couvertures sur les femmes, c'est toujours les plus belles femmes et pour vendre, par exemple une voiture, on la montre entourée de femmes pour montrer que les femmes achètent de plus en plus les voitures elles-mêmes.

Nous avons donc la responsabilité de nous pousser nous-mêmes et d'arrêter d'être encore de petites filles. " J'ai ce job, je suis une pauvre petite fille. " Non ! Vous avez un job pour faire un travail. "

Elsa FRANCÈS

" J'espère que ce sera surtout décroisé entre les différentes structures de design, et qu'il y aura moins d'obsession de la technicité. Par ailleurs le design passe nécessairement par l'évolution de la société et de l'industrie et on sait qu'il y a des questions de distribution, des problèmes un peu différents de ce qu'on a vécu jusqu'à présent. C'est évident que les designers vont devoir encore réinventer leur façon d'approcher les industriels, parce que les structures un peu pré-établies sont très calées sur l'industrie dite productive que nous avons connue jusque là. On doit aller certainement vers plus de souplesse.

Dans ma pratique personnelle, j'ai trouvé beaucoup de plaisir à brouiller les pistes, à être un peu dans l'industrie, un peu à travailler à côté, pour moi, faire des choses qui sont purement de la création, des choses qui sont sur des cahiers des charges extrêmement serrés, aller jusqu'à l'usine, faire les pièces, revenir, je trouve que les allées et venues entre un monde et un autre sont très positives. Je pense plus à ça.

La création, comme on en a parlé tout-à-l'heure, je ne crois pas qu'elle soit dans quelque chose de très normé, au contraire. Mais c'est beaucoup d'énergie, beaucoup de générosité, en tout cas de volonté tous azimuts. Je crois qu'il faut y aller. Il ne faut pas se laisser enfermer, cloisonner. Sinon il ne s'agit plus de créativité mais simplement de résoudre des problèmes. Et le design ce n'est certainement pas ça. C'est bien au-delà. "

Gérard LAIZÉ

De toute manière, quand on nous a posé à plusieurs reprises la question de savoir s'il y avait une différence entre design pour un homme et design pour une femme, j'ai cru qu'il n'y en avait pas. Vous l'avez confirmé, et tant mieux.

Ensuite, tout est lié à la compétence des uns et des autres, il y a le sens que l'on souhaite donner à sa carrière. De ce point de vue, c'est vrai que les femmes, dans ce domaine comme dans d'autres, sont

un peu handicapées quand elles veulent mener une double vie. En même temps, moi, je dis que le plus beau design que l'on peut réaliser, ce sera toujours les bébés !

Quelqu'un a parlé tout-à-l'heure des voitures. On dit que 52 % des achats de voitures sont faits par les femmes. Pas d'ailleurs seulement pour leur usage personnel, mais pour leur couple aussi. C'est donc un choix qui est influencé autant par les femmes que par les hommes. Dans le domaine de la technologie, je pense que c'est un peu la même chose. On demande aujourd'hui à une télévision d'être plus que simplement une image.

Il y a beaucoup de place pour tout le monde. Et je note que sur ce côté pratique, quotidien, chez vous, qui a été évoqué, si j'en juge par tout ce qui m'entoure chez moi, il y a encore beaucoup de travail à faire.