



Patrimoine
canadien Canadian
Heritage

Le secteur du design d'intérieur au Royaume-Uni

Stephen Hitchins

Decembre 2005

Le ministère du Patrimoine canadien, par le programme des Routes commerciales, a commandé ce rapport. Les opinions exprimées sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement le point de vue du ministère du Patrimoine canadien.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, 2005

N° de catalogue : CH4-108/4-2006F-PDF

ISBN 0-662-71028-2

Canada

Une étude de marché pour Ontario Export inc., un organisme du Gouvernement de l'Ontario, et pour la Division commerciale et économique du haut-commissariat du Canada à Londres.

L'étude de marché *Le secteur du design d'intérieur au Royaume-Uni* a été commandée en 2004 par Ontario Exports et le ministère du Patrimoine canadien, via le programme Routes commerciales.

L'auteur de cette étude est Stephen Hitchins (www.hitchinsdesign.com). Fort d'une vaste expérience dans le secteur du design à la fois au Royaume-Uni et en Europe, Stephen Hitchins a occupé des postes de direction avec le Bureau des associations de designers européens (BEDA), un organisme de représentation pour les associations de designers professionnels oeuvrant au sein de l'Union européenne.

L'étude originale a été éditée et mise à jour par Routes commerciales, 2005.

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| Introduction | 2 |
| Section I – Le secteur du design au Royaume-Uni | 3 |
| <i>Historique du design au Royaume-Uni</i> | 3 |
| <i>Le design en Grande-Bretagne – survol</i> | 4 |
| <i>Le marché en chiffres</i> | 4 |
| <i>Meubles et accessoires non résidentiels</i> | 8 |
| Section II - Le marché par secteur | 10 |
| <i>Aperçu</i> | 10 |
| <i>Design domestique</i> | 11 |
| <i>Design de bureau et d'affaires</i> | 12 |
| <i>Design de vente au détail et de loisir</i> | 13 |
| Section III - Associations professionnelles | 16 |
| Section IV – Foires de design et expositions | 18 |
| Section V - Conclusions et recommandations | 21 |
| <i>Les étapes clés</i> | 23 |
| Annexes | 25 |
| Annexe 1 Publications | 25 |
| Annexe 2 Organismes utiles | 28 |
| Annexe 3 Groupes de design par secteur | 35 |

Introduction

Le marché britannique du design d'intérieur se divise en un marché des designers, des architectes et des acheteurs, ainsi qu'un marché des fabricants. De surcroît, le marché des designers et des acheteurs, de même que les divers marchés de fabricants, sont segmentés et hautement spécialisés, avec peu de chevauchement ou d'incidence sur les autres segments du marché. Veuillez noter que ce rapport n'inclut pas de « designers-fabricants », les artisans d'une industrie basée sur les métiers d'arts qui inclut des spécialistes en verrerie artistique et en céramique, en travail du métal, en textiles, en accessoires de mode et en bijouterie.¹

Cadre de référence

Le présent rapport a pour principal objectif de fournir de l'information commerciale à jour et pratique aux entreprises de design et aux designers canadiens qui songent à exporter leurs produits et services au Royaume-Uni (R.-U.). Il décrit les caractéristiques du secteur britannique du design d'intérieur et inclut un **survol du marché** (recettes rapportées par le secteur du design d'intérieur, valeur des exportations et des importations, profils de consommateurs, données sur l'emploi et la croissance du secteur, en plus d'une description des principaux sous-secteurs du secteur du design d'intérieur). Il décrit aussi l'**environnement concurrentiel**, en complément avec une évaluation de certains débouchés dans chaque domaine. Le rapport fournit enfin les coordonnées des principaux contacts dans le secteur, une liste des principales publications sur le commerce, les coordonnées des grandes associations professionnelles britanniques régionales et nationales dans le secteur du design et la liste des organismes publics britanniques qui interviennent dans le secteur.

¹ Les designers-fabricants peuvent être approchés par l'intermédiaire d'organisations comme le « Crafts Council », organisation nationale de promotion des métiers d'arts contemporains et des arts appliqués (<http://www.craftscouncil.org.uk/>).

Section I – Le secteur du design au Royaume-Uni

Historique du design au Royaume-Uni

En Grande-Bretagne, des architectes et concepteurs se retrouvent régulièrement à la télévision. En effet, ce pays connaît à l'heure actuelle une acceptation inégalée du design par le grand public. En dépit des plus de 50 ans qui se sont écoulés depuis la création du « Design Council » de la Grande-Bretagne à titre d'espèce de « ministère du Bon Goût », on peut croire que la sensibilité du public au design contemporain (design architectural, d'intérieur, graphique ou même des produits) est supérieure aujourd'hui à ce qu'elle a été depuis l'époque du prince Albert et de la Grande Exposition de 1851.

La télévision et le marché grand public pour le design

Les techniques du design comptent aujourd'hui parmi les plus populaires des sujets scolaires et chaque année, le nombre de diplômés des écoles d'arts et des programmes collégiaux et universitaires en design dépasse les 60 000. Ainsi, des organisations comme « Creative Partnership » et NESTA (la fondation nationale pour la science, la technologie et les arts) appuient une gamme diversifiée d'activités dans le domaine du design, et ont accompli de réels progrès quant au perfectionnement des standards.

Cependant, la télévision (et certains iraient jusqu'à dire, l'édition) a rendu un mauvais service à l'industrie du design du R.-U. Alors que le concept de design est aujourd'hui largement reconnu, une confusion s'est développée entre les notions de design et celles de style et de goût; les émissions télévisées de transformations instantanées sont loin de la réalité des designers d'intérieur professionnels travaillant au R.-U.

La reconnaissance grandissante de la valeur du design

Néanmoins, toute cette publicité a fait en sorte que, depuis quelques années, la valeur accordée au design et à l'innovation par les penseurs du milieu des affaires, doublée d'un renouveau des entreprises de fabrication de la Grande-Bretagne, a relevé le statut du design. Dans une société assoiffée de produits de consommation désirables, le design de produits est même devenu « sexy » en Grande-Bretagne, et les designers britanniques jouissent d'un profil de plus en plus élevé et font preuve d'une polyvalence grandissante. Plusieurs designers industriels ou de produits font aujourd'hui concurrence sur le marché du design d'intérieur, où leurs compétences spécialisées peuvent rehausser considérablement la valeur qu'ils offrent à leurs clients. Ainsi, Priestman Goode a conçu l'intérieur des nouveaux trains West Coast Virgin, Tangerine et Factory ont tous deux travaillé à la décoration de l'intérieur de certains appareils de British Airways et le bureau de Londres d'IDEO était représenté (avec Rem Koolhaas et son OMA) au sein de l'équipe internationale formée pour créer le magasin Prada à New York.

En bref, le design d'intérieur gagne en importance dans l'économie britannique. Le bon design s'est traduit par de bonnes affaires, et la Grande-Bretagne s'est développée une réputation pour son instinct radical du design et ses designers sont vus comme étant à l'avant-garde, plutôt qu'en réaction au consommateur.

Le design en Grande-Bretagne – survol

Les trois dernières années ont été difficiles pour l'industrie du design en Grande-Bretagne, et les perspectives que le marché retrouve un niveau même comparable à celui observé cinq ans plus tôt sont faibles. Les clients coupent dans les dépenses, les effectifs et le nombre de projets; un plus grand nombre d'équipes de design se disputent moins de projets, les commissions fondent, la redondance augmente et les investissements stagnent.

Les joueurs importants ont le plus souffert. Les grands groupes de design ont accusé la plus forte baisse de revenu (35% dans certains cas) et d'effectif. Par conséquent, ceux-ci ont réduit leurs frais de présentation pour les projets majeurs et s'efforcent de gagner des contrats de moindre envergure auxquels, traditionnellement, ils ne se seraient pas intéressés. Les groupes de design indépendants, cependant, ont continué à prospérer, maintenant ainsi leurs niveaux d'effectif.

L'entrée de firmes de publicité a aussi un impact dans le domaine. Tandis que les consommateurs continuent d'être obsédés par les marques de commerce, les compagnies accordent plus que jamais une grande valeur à celles-ci. Les designers apportent une contribution significative à l'invention, le développement et la croissance de ces marques. Des agences publicitaires et des spécialistes de l'identité corporative ont saisi cette opportunité pour générer des revenus supplémentaires dans un domaine hors de leurs activités principales (c'est-à-dire, les marques d'intérieur).

Le marché en chiffres

L'industrie du design de la Grande-Bretagne fait chaque année l'objet de plusieurs sondages, mais peu d'entre eux sont fiables. Le « Design Council », par exemple, tente de mesurer le « rôle d'ensemble » du design dans les affaires, et l'hebdomadaire *Design Week* liste annuellement un top 100 des compagnies de l'industrie. Ces deux initiatives peuvent cependant être faussées par des affirmations exagérées et des disparités, dû au fait que les compagnies fournissent elles-mêmes le contenu des reportages. Des listes des meilleures firmes de design se retrouvent à l'appendice 3.

Néanmoins, le *Design Industry Valuation Survey*, effectué pour « UK Trade & Investment » (anciennement « Trade Partners UK ») et parrainé par le « Design Council » et la « British Design Initiative », fournit des chiffres généralement acceptés en ce qui a trait à la taille et à l'envergure de l'industrie britannique.²

La taille du marché

Selon les chiffres du *Design Industry Valuation Survey* recueillis en 2004, le marché actuel des consultants en design est formé de 4 000 entreprises, soit 500 moins qu'en 2003. Plusieurs entreprises de pointe renommées ont cessé d'exister, mais les fermetures et les excédents de main-d'œuvre ont donné directement lieu au lancement de centaines de nouvelles entreprises pendant l'année. C'est là la nature des designers : ceux qui perdent leur emploi ont la possibilité de lancer leur propre entreprise.

Les tableaux suivants illustrent à la fois le nombre et le pourcentage de compagnies de design pour chaque tranche de revenu.

| Pourcentage des compagnies par tranche de revenu | | | |
|---|--|------------------|------------------|
| Revenu de compagnie, £ et \$ CAD³ | | 2002/2003 | 2003/2004 |
| Moins de 50 000 £ | Moins de 115 000 \$ | 15% | 7% |
| De 50 000 £ à 100 000 £ | De 115 000 \$ à 230 000 \$ | 17% | 6% |
| De 100 000 £ à 250 000 £ | De 230 000 \$ à 575 000 \$ | 15% | 20% |
| De 250 000 £ à 500 000 £ | De 575 000 \$ à 1,15 millions de dollars | 16% | 26% |
| De 500 000 £ à 1 million de livres | De 1,15 à 2,3 millions de dollars | 10% | 18% |
| Plus de 1 million de livres | Plus de 2,3 millions de dollars | 28% | 24% |

Source: Adapté du *Design Industry Valuation Survey 2003-2004* pour la Grande-Bretagne, disponible à l'adresse suivante : <http://www.britishdesign.co.uk/survey2004.pdf>

| Nombre de compagnies par tranche de revenu | | | | |
|--|--|------------------|------------------|------------------------|
| Revenu de compagnie, £ et \$ CAD | | 2002/2003 | 2003/2004 | % de changement |
| Moins de 50 000 £ | Moins de 115 000 \$ | 694 | 272 | -61 |
| De 50 000 £ à 100 000 £ | De 115 000 \$ à 230 000 \$ | 787 | 252 | -68 |
| De 100 000 £ à 250 000 £ | De 230 000 \$ à 575 000 \$ | 656 | 796 | 21 |
| De 250 000 £ à 500 000 £ | De 575 000 \$ à 1,15 millions de dollars | 698 | 1034 | 48 |
| De 500 000 £ à 1 million de livres | De 1,15 à 2,3 millions de dollars | 432 | 702 | 63 |
| Plus de 1 million de livres | Plus de 2,3 millions de dollars | 1233 | 945 | -23 |
| Nombre total de compagnies | | 4500 | 4000 | -11 |

Source: Adapté du *Design Industry Valuation Survey 2003-2004* pour la Grande-Bretagne, disponible à l'adresse suivante : <http://www.britishdesign.co.uk/survey2004.pdf>

² Le *Design Industry Valuation Survey 2003-2004* pour la Grande-Bretagne est accessible à l'adresse suivante : <http://www.britishdesign.co.uk/survey2004.pdf>

³ Les montants sont exprimés en dollars canadiens convertis à partir de livres anglaises au taux de change: 1 £GBP = 2,30 \$CAD ou 1 \$CAD = 0,43478 £GBP

Le revenu total des entreprises de design du R.-U. en 2004 était de 3,9 milliards de livres (9 milliards de dollars), une diminution de 26 % par rapport à 5,3 milliards de livres (12 milliards de dollars) en 2002/2003, comparé à 6,7 milliards de livres (15,4 milliards de dollars) en 2000/2001. Les revenus réalisés à l'étranger ont généré 548 millions de livres (1,3 milliards de dollars) en 2003/2004, en baisse d'un sommet de 1,2 milliards de livres (2,8 milliards de dollars) en 2001/2002 et 628 millions de livres (1,44 milliards de dollars) en 2002/2003.

La croissance des cinq dernières années a été largement effacée, et le nombre d'employés dans les entreprises de design est tombé à environ 70 000 en 2003/2004, depuis un sommet de 76 000 en 2000. De surcroît, les plus grandes firmes ont rétréci; les plus petites firmes emploient maintenant plus de la moitié des employés de l'industrie. Les firmes de calibre moyen, avec un chiffre d'affaires variant entre 500 000 £ et 1 million £ (1,15 à 2,30 milliards de dollars) ont subi de très dures compressions.⁴

Spécialisation du marché

Les plus grandes entreprises privilégient maintenant la stratégie et l'image de marque dans un sens large, alors que les studios plus petits sont devenus nettement plus spécialisés. Ces agences de style studio comptent probablement aujourd'hui pour 60% de l'industrie en Grande-Bretagne. Cette tendance est susceptible de s'exacerber au cours des prochaines années, en dépit du fait que plus d'agences œuvrent actuellement dans un plus grand nombre de secteurs parce qu'il est de plus en plus difficile de se spécialiser dans un marché en décroissance.

Les tableaux suivants résument la participation des agences de design du R.-U. dans les secteurs économiques et les catégories de design au cours de la période 2003/2004.

⁴ Toutes les données 2003/2004 proviennent du *Design Industry Valuation Survey 2003-2004* pour la Grande-Bretagne, disponible au <<http://www.britishdesign.co.uk/survey2004.pdf>>. Les données pour les autres années sont disponibles au <<http://www.britishdesign.co.uk/newlook/d10.html>>.

| Participation des agences par secteur | | | Participation des agences par catégorie de design | | |
|---------------------------------------|----|--------|---|----|--------|
| Secteur | % | Nombre | Catégorie | % | Nombre |
| Services | 56 | 2221 | Marque et graphisme | 65 | 2611 |
| Biens de consommation | 55 | 2192 | Emballage | 55 | 2207 |
| Divertissement / loisir | 55 | 2211 | Expositions/événements | 48 | 1901 |
| Vente au détail | 54 | 2156 | Multimédia/nouveaux médias | 59 | 2357 |
| Secteur public / non lucratif | 47 | 1870 | Architecture/paysage | 20 | 817 |
| Nourriture et boissons | 45 | 1817 | Gestion de design | 23 | 918 |
| Mode / produits de luxe | 38 | 1533 | Design d'intérieur | 23 | 900 |
| Télécommunications | 37 | 1461 | Design industriel et de produit | 23 | 923 |
| Finance | 36 | 1452 | Designer-fabricant | 10 | 404 |
| Électronique | 34 | 1364 | TV, film et vidéo | 19 | 774 |
| Pharmaceutique / santé | 33 | 1301 | Design d'ingénierie | 10 | 413 |
| Médical | 31 | 1244 | Design et fabrication | 9 | 366 |
| Corporatif | 31 | 1259 | Design de mode et textile | 5 | 218 |
| Construction | 31 | 1230 | | | |
| Enfants / jeunesse | 30 | 1216 | | | |
| Transport | 30 | 1201 | | | |
| Manufacturier | 27 | 1084 | | | |
| Soins personnels | 24 | 942 | | | |
| Automobile | 24 | 979 | | | |
| Utilitaires | 20 | 788 | | | |
| Agriculture | 13 | 509 | | | |
| Biens d'équipement | 8 | 303 | | | |
| Emballage | 6 | 258 | | | |
| Publication | 6 | 234 | | | |
| TV, film, vidéo, DVD | 4 | 172 | | | |
| Aérospatial | 3 | 119 | | | |
| Textiles | 2 | 81 | | | |
| Biotechnologie | 2 | 91 | | | |
| Autres | 3 | 103 | | | |

Source: Tableaux adaptés du *Design Industry Valuation Survey 2003-2004* pour la Grande-Bretagne, disponible au <<http://www.britishdesign.co.uk/survey2004.pdf>>.

Une industrie mature

L'industrie du design au R.-U est sans contredit un secteur très bien développé, grâce à un ample mélange de grosses compagnies internationales et de petites boutiques. La clientèle demande à la fois des activités de recherche d'envergure mondiale et une prestation de service locale, et par conséquent elle est encore impressionnée par de vastes équipes d'employés, chiffres d'affaires et revenus de commissions, tout en exigeant de petites équipes dévouées à la gestion serrée de leurs projets.

Le Royaume-Uni demeure potentiellement l'un des meilleurs pays où baser une entreprise de design. En effet, le pays a connu sa période de croissance soutenue la plus longue en 50 ans et un taux d'inflation le plus bas en 30 ans, et la croissance économique en 2004 était d'environ 3,2%. Son système d'éducation et de formation professionnelle a besoin d'être amélioré, mais sa productivité est en croissance et son marché du travail est un des plus flexibles en Europe.

Les tableaux ci-dessous montrent la proportion et la quantité d'agences selon leur nombre d'employés.

| Grandeur des agences et nombre d'employés | | |
|---|------------------|------------------|
| Nombre d'employés | 2002/2003 | 2003/2004 |
| 0 à 5 | 54% | 58% |
| 6 à 10 | 16% | 12% |
| 11 à 20 | 12% | 9% |
| 21 à 50 | 9% | 7% |
| 50 employés et plus | 9% | 14% |

Source: Tableaux adaptés du *Design Industry Valuation Survey 2003-2004* pour la Grande-Bretagne, disponible au <<http://www.britishdesign.co.uk/survey2004.pdf>>.

| Quantité d'agences et nombre d'employés | | | |
|---|------------------|------------------|------------------------|
| Nombre d'employés | 2002/2003 | 2003/2004 | % de changement |
| 0 à 5 | 2417 | 2323 | -4 |
| 6 à 10 | 742 | 465 | -37 |
| 11 à 20 | 538 | 353 | -34 |
| 21 à 50 | 396 | 279 | -30 |
| 50 employés et plus | 407 | 580 | 43 |
| Total | 4500 | 4000 | -11 |

Source: Tableaux adaptés du *Design Industry Valuation Survey 2003-2004* pour la Grande-Bretagne, disponible au <<http://www.britishdesign.co.uk/survey2004.pdf>>.

Meubles et accessoires non résidentiels

Selon le ministère britannique des Biens de consommation, l'industrie du meuble britannique emploie 139 000 personnes dans 7 500 entreprises et son chiffre d'affaires combiné tourne autour des 10 milliards de livres (23 milliards de dollars) par an. Selon ces chiffres, l'industrie du meuble britannique semble indûment grande. Or, il importe de savoir que 75 % de ces fabricants sont en fait des petites entreprises qui emploient moins de neuf personnes et que seulement 300 entreprises assurent environ 45 % de l'emploi dans l'industrie.

Alors que maintes entreprises de meubles britanniques sont capables d'exporter, rares sont celles qui réussissent à cet égard. En effet, le R.-U. importe deux fois plus de meubles qu'il en exporte. En 1999, la valeur de ses importations dépassait 1,8 milliards de livres (4,14 milliards de dollars).

Le secteur du mobilier non résidentiel englobe bureaux, centres de conférence, établissements d'enseignement, hôpitaux et établissements de santé en général, aéroports, hôtels et centres de loisirs.

La valeur du marché de mobilier non résidentiel au R.-U. était récemment estimée aux alentours de 2 milliards de livres (4,6 milliards de dollars). Celui-ci comprend les segments majeurs suivants.

| Segments du meuble non résidentiel en 2004 | | |
|---|---------------------------------------|---|
| Segment | Valeur, millions de livres (£) | Valeur, millions de dollars (\$) |
| Aéroports | 23 | 53 |
| Centres de conférence | 2 | 5 |
| Éducation | 136 | 313 |
| Hôpitaux et soins de santé | 75 | 173 |
| Hôtels | 780 | 1,794 |
| Loisir | 190 | 437 |
| Bureaux | 798 | 1,835 |

Le tableau est adapté à partir de données contenues dans le *UK Contract Furnishing Market Report*, publié par la « British Contract Furnishing Association » à l'adresse suivante : http://www.thebcfa.com/indexx.asp?page_id=71

Deux événements prévus dans un avenir rapproché offrent des opportunités considérables aux fournisseurs. D'une part, la ville de Liverpool a été désignée Capitale européenne de la culture 2008, événement qui a provoqué un essor de l'économie locale et qui attirera quelques trois millions de visiteurs en 2008. D'autre part, Londres s'est vu attribuer la chance d'accueillir les Jeux olympiques de 2012. Le dossier de candidature olympique de la ville prévoyait, peu importe la décision d'attribution, la construction de 30 000 nouvelles habitations dans la partie Est de Londres.

Section II - Le marché par secteur

Aperçu

Organisation

Le design d'intérieur au Royaume-Uni se divise en quelques domaines spécialisés. Peu de designers travaillent dans plus de deux de ces domaines. Les principaux secteurs sont les suivants :

- bureaux
- expositions
- vente de détail (incluant, à un extrême, la planification de centres d'achats et du développement commercial des aéroports et, à l'autre, le design de magasins individuels)
- restaurants, bistros et bars
- hôtels
- cinémas, théâtres et centres de conférence
- autres centres de loisirs, y compris installations sportives, centres de santé et de conditionnement physique
- établissements d'enseignement telles les écoles et universités (dont le design est souvent assuré par les architectes ou les autorités locales responsables de leur construction, plutôt que par les designers)
- établissements de santé, tels que centres d'hébergement, cliniques et hôpitaux publics et privés, résidences, etc. (Habituellement, le design de ceux-ci est effectué par les architectes responsables de l'ensemble du projet de construction d'un nouvel établissement ou de réfection d'un établissement existant.)

Environ la moitié des 100 groupes de design les plus importants de la Grande-Bretagne offrent des services en design d'intérieur ou d'exposition. La demande pour leurs services est élevée. Le design d'intérieur et environnemental compte pour la plus grande partie (près de 40%) des dépenses annuelles en Europe pour les services de design. Cela s'explique par le fait que cette discipline englobe plusieurs activités (de la vente au détail et des centres de loisir au design d'exposition, à l'architecture intérieure, la planification de bureau et les services de consultation en éclairage) et qu'elle est reliée de près à d'autres domaines du design, comme le développement de produits et la communication graphique. La technologie joue un rôle grandissant dans le travail des designers, particulièrement dans des domaines comme l'environnement « d'accompagnement virtuel » pour assister les projets de pré-vente et de présentation, les foires commerciales et les services de consultation en éclairage.

En raison du nombre élevé de petites et de moyennes entreprises, l'industrie du meuble britannique a souvent raté l'occasion de maximiser sa position à l'échelle nationale et internationale. Les designs sont demeurés relativement conservateurs et dans leurs efforts de promotion les fabricants d'ameublement domestique n'ont que timidement associé leurs produits au style de vie de leurs clients.

La valeur de la production de meubles capitonnés était à près de 1,9 milliards de livres (4,37 milliards de dollars) en 2001, et ce segment est manifestement le plus précieux du marché. Le segment combinant mobilier de chambre, lits et literie est le deuxième plus grand de l'industrie du meuble, avec une valeur totale de près de 1,5 milliards de livres (3,45 milliards de dollars) en 2001. La consommation de meubles capitonnés au Royaume-Uni se chiffrait à 1,8 milliards de livres (4,2 milliards de dollars) en 2003.⁵ Les meubles de cuisine ont aussi connu une hausse importante depuis quelques années : en 2003, ils comptaient pour 24 % du marché britannique de l'ameublement. La majeure partie de cette croissance est attribuable à l'apparition de magasins comme MFI, qui vend à des prix très abordables des unités de cuisine à construire ou à monter soi-même—une cuisine sur quatre au R.-U. est achetée chez MFI.

Ventes au détail

Selon les études de marché les plus récentes, les ventes au détail de mobilier sont appelées à augmenter dans un avenir rapproché. La valeur du marché de la vente au détail devrait atteindre 18,75 milliards de livres (43,12 milliards de dollars) en 2009, comparativement à une valeur moyenne d'environ 13 milliards de livres (30 milliards de dollars) pour les années 2002, 2003, et 2004. Cette forte croissance est en partie le résultat d'une augmentation des achats de maisons et d'un renouvellement de l'intérêt à l'égard du mobilier.

Le marché des importations

En 1999, le R.-U. a importé pour environ 1,9 milliards de livres (4,37 milliards de dollars) de mobilier, soit 32 % des ventes au détail. De ces importations, 60 % (1,14 milliards de livres ou 2,62 milliards de dollars) provenaient d'autres pays de la Communauté européenne. Ces chiffres signifient que, en terme de valeur, le R.-U. est le quatrième importateur de mobilier au monde, et il s'agit d'un marché en expansion. Entre 1995 et 2000, la valeur des importations britanniques a presque doublé. Cette croissance exceptionnelle fait ressortir les possibilités qui s'offrent à un fabricant qui songe à pénétrer le marché britannique. En effet, si ces fabricants parviennent à exposer leurs produits aux gens qu'ils sont susceptibles d'intéresser, ils sont susceptibles d'en retirer un succès monstre.

⁵ Tiré de « UK-Large Distribution of Upholstered Furniture », accessible à l'adresse suivante : <http://www.asiafurnitek.com/news.asp?newsid=1266>

Percer le marché du Royaume-Uni

Tandis que la confiance des consommateurs demeure élevée, le R.-U. constitue un marché attrayant pour les entreprises étrangères. La capacité d'attirer l'attention des bonnes personnes est la clé d'une pénétration réussie pour n'importe quel nouveau marché. Au R.-U., cela signifie qu'il faut se faire connaître des grandes chaînes de détaillants, comme John Lewis. Cependant, il est tout aussi important d'asseoir sa gamme de produits auprès de certains détaillants indépendants clés qui, souvent encore, dominent les ventes à l'échelle régionale. Ainsi, un magasin comme Liberty à Londres – *grande dame* des magasins à rayons – exerce une influence profonde et ce d'autant plus maintenant qu'une réfection bien nécessaire vient d'y être achevée.

Une campagne de marketing adroitement ciblée est nécessaire pour un fabricant qui veut rehausser son profil et s'assurer d'influencer les personnes voulues. La publicité dans les revues et la présentation dans les grands salons d'ameublement de l'Europe demeurent les moyens les plus efficaces de percer le marché.

Design de bureau et d'affaires

Bureaux et centres de conférence

On dénombre au R.-U. environ 223 000 espaces de bureau où travaillent quelque 3,8 millions de personnes, dont un peu plus de la moitié sont situés à Londres et dans la partie Sud-Est du pays. La construction a ralenti ces dernières années, et des développements de prestige comme les édifices « Canary Wharf » et « Swiss Re » connaissent des taux d'inoccupation élevés. Il en a résulté un déclin des achats de mobilier de bureau. Les ventes de mobilier de bureau ont culminé en 2000, se chiffrant à 959 millions de livres (2,21 milliards de dollars), pour ensuite chuter à 798 millions de livres (2,25 milliards de dollars) vers la fin de 2002. De ce chiffre de vente de 798 millions de livres, les bureaux et tables représentaient un peu plus de la moitié des recettes, les chaises et fauteuils étaient à l'origine du quart et les meubles de rangement, environ du cinquième.

La capacité totale des centres de conférence, incluant les centres construits expressément à ces fins et les hôtels, mais excluant les universités, est d'environ 300 000 places. En 2002, quelque 1,46 millions de conférences et de réunions se sont déroulées au R.-U., avec des coûts estimés à 7,3 milliards de livres (16,79 milliards de dollars).⁶

⁶ Tiré du manuel *Local Government Matters: Facts and Figures About Local Councils 2004-2005*, publié par la « Local Government Association » du R.-U., page 30. Disponible à l'adresse suivante : <http://www.lga.gov.uk/documents/publication/localgovmatters04final.pdf>

Davantage de travail à distance

Pour travailler dans le design de bureau en Grande-Bretagne à l'heure actuelle, les designers doivent rester pleinement au fait des nouvelles technologies, des procédés opérationnels et des comportements sociaux changeants. C'est le cas spécialement du contexte de flexibilité accrue dans les dispositions relatives au travail au R.-U, pays qui compte la plus grande proportion de travailleurs à distance des cinq économies les plus importantes d'Europe.

Élargir l'éventail des services

Plusieurs architectes et designers travaillant dans le domaine de l'environnement de bureau ont étendu leur offre de service au-delà du simple design, vers des champs comme la consultation immobilière, la planification de l'espace et la gestion du changement dans les lieux de travail. Voici des domaines dans lesquels ils pourraient offrir d'aider leurs clients :

- planification des espaces et design immobilier;
- rationalisation du choix des fournisseurs et achats;
- entreposage et gestion des actifs;
- location et réfection;
- gestion du roulement;
- coordination sur place de déménagements et gestion d'ensemble du déménagement;
- soutien à la gestion des installations avant et après déménagement;
- instructions au personnel et communication à tous les niveaux;
- logistique reliée au mobilier et au classement;
- production et gestion de manuels de design désignant des normes de coûts, de qualité et de devis;
- expertise sur les pratiques de travail souples;
- design et achats liés à l'aménagement intérieur et extérieur;
- expertise et achat d'œuvres d'art;
- service de dépannage pour les employés d'un client;
- communications avec les employés au sujet des changements en milieu de travail.

Design de vente au détail et de loisir

Les cinq entreprises les plus rentables en design d'intérieurs de vente au détail sont les suivantes : Building Design Partnership, Din Associates, Four IV, Styles & Wood Store Planning et JHP (anciennement John Herbert). Par contre, les listes des principaux intervenants, peu importe le domaine, ne rendent pas compte de tous les secteurs d'activité susceptibles d'intéresser les Canadiens qui pénètrent le R.-U. – par exemple les **grands groupes de design internes** qui se procurent du talent créatif à l'externe.

John Lewis—Une nouvelle image

Parmi ces grands groupes, il y a le groupe d'architecture et de design de Peter Jeffree, comptant une vingtaine de personnes, qui relève de **John Lewis Partnership** (JLP). Deux des magasins à rayons de JLP les mieux connus du pays, soit Peter Jones dans le « Sloane Square » de Londres et John Lewis, succursale vedette dans « Oxford Street », ont récemment été remis à neuf, et la compagnie lance continuellement de nouveaux projets. JLP possède aussi les magasins d'alimentation **Waitrose**, qui se sont récemment départis de leur image traditionnelle flegmatique grâce à un nouvel édifice d'apparence radicalement différente dans le complexe commercial « Canary Wharf ».

Leur travail est ciblé dans trois domaines. Il y a d'abord l'architecture, où l'équipe interne élabore généralement les grandes lignes d'un projet et sous-contracte par la suite son exécution. Il y a ensuite le design de vente au détail et la planification de surfaces, qui sont généralement exécutés à l'interne mais requièrent à l'occasion les services de contracteurs externes. Finalement, il y a le design et le développement de l'aménagement intérieur (installations fixes, mobilier et autre équipement d'étalage).

Le design de la nouvelle succursale de **Debenhams** – laquelle fait partie de l'aménagement « Bull Ring » à Birmingham – a été réalisé par une équipe interne qui a travaillé en collaboration avec des firmes externes, comme Conran Design Group, Creative Action Design, Carte Blanche et Styles & Wood. Il est important de mentionner que Birmingham a récemment aménagé de grands espaces pour la vente au détail, et la ville élabore présentement des projets de développements additionnels. Birmingham se classe désormais au deuxième rang en Grande-Bretagne, après Glasgow (hormis Londres), du point de vue du nombre et de la qualité des magasins.

Selfridges—Des magasins à considérer

Selfridges est aujourd'hui le champion incontesté du modèle commercial de magasin à vitrine. Selfridges s'est transformé en une destination de magasinage prestigieuse qui met l'accent sur les marques. Il met en scène des « événements » qui encouragent les gens à venir visiter et « acheter un souvenir ». Cependant, bien que le modèle du magasin à vitrine puisse clairement fonctionner, sa portée est limitée. Selfridges s'étend actuellement aux centres régionaux, bien que son président ait entrepris d'appliquer les freins à son expansion.

Tenir boutique sur la rue principale

Le fait marquant de l'industrie britannique de l'alimentation aujourd'hui est le déclin de Sainsbury et la montée de Tesco. Le premier a dominé la vente de détail en supermarchés pour des décennies, jusqu'aux années 1990. Il connaît par contre présentement une crise importante, sa part de marché ayant chuté à 12,6 % et son bénéfice fondant à vue d'oeil. Tesco, d'un autre côté, accumule les bons coups. Avec 27 % du marché, il est actuellement le détaillant en supermarché le plus important et le plus rentable de Grande-Bretagne, ayant

évolué d'une petite chaîne domestique à un détaillant mondial et par Internet dans les années 1990. Dans l'ensemble, il y a eu une croissance des supermarchés en Grande-Bretagne au cours des 30 dernières années, causant le déclin de plusieurs épiciers indépendants. Il y a aussi une tendance à la rénovation des commerces existants (à l'opposé d'une ouverture de nouveaux établissements) ainsi qu'à l'acquisition croissante d'articles non alimentaires.

La diversification des chaînes d'épicerie vers des produits et services non alimentaires a secoué des détaillants établis, tels que les librairies, les magasins de vêtements et les pharmacies. Dans l'ensemble, l'environnement du commerce de détail est très compétitif, avec une constante pression à la baisse sur les prix et une croissance des coûts. Les designers de vente au détail doivent avoir cela en tête lorsqu'ils discutent avec leurs clients.

Loisirs

On estime qu'il y a en tout 260 000 hôtels, restaurants et traiteurs au R.-U., employant environ 2,5 millions de personnes. Parmi les grands projets annoncés dans ce sous-secteur, on compte un nouveau stade pour le club de soccer Arsenal, la réfection du « Vauxhall End » de l'Oval par HOK, d'une valeur de 21 millions de livres (48,3 millions de dollars), et la reconstruction du site du « Dome », par Anschutz, pour créer un centre de sports et de loisirs de 26 000 places dont la réouverture est prévue après 2006.

Le domaine de la restauration au R.-U. est très compétitif, puisque les goûts et les modes y changent très rapidement, en particulier à Londres. La capitale est témoin d'un grand roulement de restaurants, dont plusieurs ouvertures récentes dans les quartiers « West End » et « Docklands ». La plupart des restaurants sont de petites entreprises hautement individualistes, contrairement au secteur des bistrotts qui est de plus en plus dominé par de grandes chaînes, comme l'enseigne minimaliste « Slug and Lettuce ».

L'essor de l'industrie hôtelière est soutenu, offrant un vaste marché pour le mobilier et la décoration. La plus forte croissance a été dans le secteur économique. D'autres opportunités de design se retrouvent dans les centres sportifs, la conversion de cinémas en complexes multisalles et dans les théâtres, qui connaissent régulièrement des remises à neuf.

Section III - Associations professionnelles

Les designers d'intérieurs ont toujours assumé un leadership important au sein des corporations professionnelles et des regroupements d'affaires du R.-U. La corporation professionnelle du pays, connue sous le nom de « **Chartered Society of Designers** » (CSD), est l'une des plus grandes organisations de designers professionnels au monde. Elle administre un imposant programme de formation professionnelle continue, remet de nombreux prix reliés au design, et œuvre dans plusieurs domaines comme les assurances pour indemnité professionnelle, l'accréditation, les droits d'auteur et d'autres dossiers juridiques. Aujourd'hui, bon nombre de ses activités commerciales non caritatives relèvent de la « **Design Association** », fondée en 2001. Au cours des 30 dernières années, la moitié des présidents de la CSD ont été soit des designers d'intérieurs ou de mobilier.

La « **Design Business Association** » est un regroupement d'affaires qui compte plus de 200 membres et qui représente les intérêts commerciaux des experts-conseils en design. Elle organise des ateliers, des sondages, des expositions et, plus important encore, elle octroie les prix d'efficacité en design qui sont reconnus comme marque internationale de succès commercial. Jugés par les leaders du milieu, il s'agit d'un des prix de créativité les plus difficiles à remporter.

La « **Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures & Commerce** », communément désignée RSA, administre un programme de travail qui se base sur cinq axes majeurs – encourager l'entreprise, promouvoir une société sans gaspillage, renforcer les collectivités, développer une population apte et favoriser l'avancement d'une citoyenneté mondiale.

Sur le plan du design, elle opère ce qui pourrait bien être le plus important programme de prix étudiants en design, et gère la « **Faculty of Royal Designers for Industry** » (dite RDI) qui a pour but de « promouvoir l'excellence en design et son application à des fins industrielles ». La distinction « Royal Designer for Industry » a été établie pour préconiser une norme élevée de design industriel et rehausser le statut des designers. Elle est décernée chaque année, à l'occasion d'un souper spécial, aux personnes qui ont atteint « un niveau soutenu d'excellence en matière de design esthétique et efficient dans l'industrie ».

Le « **Prince Philip Designer Prize** », prix décerné chaque année, souligne une carrière marquée par un talent exceptionnel et des contributions particulières aux standards de design.

D&AD a été fondée par un groupe de designers, de directeurs artistiques et de directeurs de création publicitaire en 1962, sous l'appellation « *The Designers & Art Directors Association* », « afin de stimuler, et non de récompenser », les standards élevés de création en design et en publicité. Elle a joué un rôle clé dans l'émergence de l'industrie du design graphique au Royaume-Uni dans les années

1960. Ses publications et prix continuent d'alimenter la controverse et les débats. Aujourd'hui, elle est un organisme caritatif consacré à l'éducation dans le domaine du design et de la publicité. Elle préconise l'excellence par l'établissement de standards et l'administration d'un important programme de prix, de projets éducatifs et de séminaires innovateurs sur les affaires.

La « **British Design Initiative** » (habituellement désignée BDI) possède une base de données précise sur les agences de design au R.-U., les médias, les prix en design et les organismes professionnels de design à l'échelle mondiale. Elle a présentement un accès direct, selon les estimations, à 85 % de l'ensemble du marché britannique. Créée en 1993, elle tente de réunir les acheteurs en design, les organismes axés sur le design, les médias, le gouvernement et les particuliers et organisations influents au R.-U. et à l'étranger. Chaque année, elle publie un guide qui s'avère une référence utile pour les acheteurs en design, les médias, les bibliothèques d'entreprises, les fournisseurs de l'industrie et les agences de design.

Le « **Design Museum** » a ouvert ses portes en 1989 à « Butler's Wharf ». Il a élaboré un programme international d'expositions et de colloques pour compléter sa collection permanente d'artefacts. Il se donne pour mission de « permettre à tous de comprendre et d'apprécier l'effet du design sur les produits, les communications et les milieux de la vie courante ». Certaines de ses interventions visent l'éducation. De plus, il décerne un prix pour le designer de l'année.

Le « **Design Council** » se consacre « à aider les gens et les organisations dans les milieux des affaires, de l'éducation, des services publics et du gouvernement à comprendre le design et à l'employer efficacement dans leurs stratégies ». En intervenant directement auprès des entreprises, le « Design Council » s'efforce de mettre en évidence les méthodes et les techniques garantes de succès en design, facilitant ainsi leur adoption par d'autres entreprises.

Avec le « **British Council** » et le « **Crafts Council** », toutes ces organisations siègent au sein de « **Design Partners UK** », organisme mis en place par le gouvernement britannique pour promouvoir l'industrie au R.-U. et à l'extérieur. Diverses autres sociétés et publications, énumérées à la fin de ce rapport, se consacrent aussi à la promotion du design et des designers britanniques.

Section IV – Foires de design et expositions

100% Design

Endroit : Londres

Date : Septembre, annuellement

Site Internet : www.100percentdesign.co.uk

Ce salon de design affirme être le plus important au R.-U. Lancé en 1995, il a attiré plus de 30 000 visiteurs en 2004. L'exposition 100% Guaranteed est une manifestation connexe qui aide et encourage l'organisation d'activités en marge de l'événement. S'est joint l'année dernière 100% Detail, un nouvel événement consacré aux produits et matériaux de construction. 100% Design tient plus de la vitrine que du salon professionnel : il s'agit d'un endroit où l'on peut voir les designers et producteurs de moindre envergure, le côté métiers d'art du secteur, ainsi que certains des plus grands intervenants du milieu. Peu à peu, cependant, les grandes entreprises s'en retirent. 100% Design est vaguement lié à la semaine de la mode de Londres, en septembre.

Designersblock

Endroit : Londres

Date : Septembre, annuellement

Site Internet: www.designerblock.org.uk

Cet événement se définit comme une « vitrine alternative ». Il choisit et présente les œuvres de designers et d'architectes diplômés. Audacieux et innovateur, il se produit dans des espaces intéressants non traditionnels et se perçoit comme une vitrine d'expérimentation et un outil de promotion de l'intelligence créatrice. Il se tient aussi en septembre car, à l'origine, il était pris en charge par 100% Design. Promettant des « designers d'avant-garde de calibre international », il se consacre essentiellement à la présentation des « petits nouveaux » et expose une centaine de produits complets qui ne sont pas encore en production. Original, mais néanmoins inscrit en permanence au calendrier, Designersblock organise maintenant des manifestations semblables à divers endroits, dont Tokyo, Séoul, Barcelone et Buenos Aires. Il commercialise aussi Risk it™ – un procédé de modélisation et d'analyse du développement de projets créateurs comme moyen d'atténuer les risques perçus et de créer un cadre juridique autour de la propriété intellectuelle liée au projet.

Spectrum

Endroit : Londres

Date : Mai, annuellement

Spectrum est une exposition de taille modeste, dont les exposants de produits non résidentiels sont rigoureusement sélectionnés. Cette exposition se veut une vitrine de produits contemporains, dont meubles, luminaires, textiles, couvre-planchers et accessoires. Au fil des ans, elle a eu le privilège de faire office de plate-forme de lancement pour une foule de produits, dont le fauteuil de bureau Aeron signé par Herman Miller, les systèmes de bureau Ad Hoc de Vitra et les lampes de bureau Tolomeo d'Artemide. Elle a aussi vu la renaissance de meubles classiques signés par Eames, Verner Panton et d'autres, meubles qui ont

aujourd'hui retrouvé la faveur du public. Cette exposition attire les gens pour trois raisons : d'abord, elle est assortie d'un logo attirant qui est revu chaque année; ensuite, elle se tient dans un endroit lumineux, propice aux montages et, enfin, elle est maniable en ce sens qu'elle regroupe seulement une centaine d'exposants de haut calibre. Spectrum se tient en mai.

Workplace

Il s'agit d'une exposition biennale consacrée aux « solutions complètes pour le bureau ». L'exposition est axée sur les meubles de bureau et son contenu se compare à celui de Spectrum, sauf qu'elle est ouverte à tous ceux qui souhaitent y exposer. Elle tente de présenter des designers débutants et comporte habituellement un espace central appelé « The Hub », où les organisateurs réunissent théoriciens, praticiens et commentateurs dans le cadre d'un vaste programme de colloques consacrés aux dossiers de l'heure.

Design Museum

Endroit : Londres

Site Internet : www.designmuseum.org

Le « Design Museum » de Londres est plus spécialisé et, en 2004, a présenté la première « Biennale européenne de design » consacrée à ce qu'il considérait comme les meilleures innovations des deux dernières années dans les domaines de la mode, de l'ameublement, des titres de films, des jeux vidéo, des automobiles et des sites Web. Créé en raison de l'intérêt inégalé du public britannique pour le design, cet événement a duré trois mois et fait mousser la participation en demandant aux visiteurs de voter pour les meilleurs et pires produits présentés.

Decorex International

Endroit : Londres

Date : Septembre, annuellement

Site Internet : www.decorex.com

Événement annuel, Decorex se tient en septembre au « Royal Hospital » de Chelsea. Ce salon de produits et de services de design intérieur existe depuis plus de 25 ans et attire généralement plus de 250 exposants. Il est parrainé, entre autres, par la revue *Homes & Gardens*, la « British Interior Design Association », la « British Interior Textiles Association », le « Network of Executive Women in Hospitality » et Renault. Selon l'organisation, plus de 14 000 designers d'intérieur, détaillants d'accessoires pour la maison, acheteurs dans les domaines non résidentiels et d'hébergement, et architectes visitent Decorex chaque année.

New Designers

Endroit : Londres

Date : Juin et juillet, annuellement

Site Internet : www.newdesigners.com

Voici une grande exposition présentant chaque année les nouveaux diplômés de tout le pays au « Business Design Centre », Islington, à Londres. Jusqu'à 4 000 nouveaux designers y exposent leur travail, pendant deux semaines consécutives en juillet. La première partie est consacrée aux arts appliqués, à la céramique, au

verre, à la mode, aux textiles et accessoires, aux bijoux, aux ouvrages de métal et à l'orfèvrerie. La seconde partie est réservée à l'illustration et l'animation, le design de meubles, le design graphique et les médias interactifs, la fabrication de maquettes, le design de produits et ce que l'on appelle le design spatial, soit l'architecture, le design d'intérieur et le design de théâtre.

Section V - Conclusions et recommandations

Rien n'empêche les entreprises canadiennes de tenter de vendre leurs produits et services au Royaume-Uni. Plusieurs entreprises de design et fabricants des États-Unis, de l'Asie et du reste de l'Europe se sont déjà établies avec succès au R.-U.

Dans le marché du mobilier non résidentiel, la Grande-Bretagne est le quatrième plus grand importateur de mobilier du monde, et son marché est en croissance. Il n'y a donc certainement pas de barrières à l'importation de biens étrangers. Une des raisons expliquant une si forte demande pour les importations est la faible qualité d'une grande partie de la production domestique. Il y a donc peu intérêt à cibler les échelons inférieurs du marché britannique. Si le marché des accessoires pour la maison a pendant longtemps été le fief de la production nationale, il est aujourd'hui également menacé. En revanche, les produits de fabrication étrangère ont toujours dominé le marché du mobilier non résidentiel.

Les secteurs en expansion, et donc qui offrent les débouchés les plus intéressants, sont ceux des centres de conférence, des établissements de santé et des hôtels économiques. Les secteurs du marché qui accusent un recul à court terme sont les bureaux (exception faite de la fonction publique) et les foyers d'hébergement privés. Présentement, le secteur des établissements d'enseignement supérieur offre des débouchés particuliers, de même que celui des écoles secondaires, à plus long terme. Par contre, il faut souligner que la nature de ce secteur est telle qu'il existe une foule de débouchés à l'échelon local, de sorte que les tendances nationales ne donnent qu'une indication grossière des domaines dans lesquels des efforts devraient être déployés.

Le nombre important de projets en cours ou sur le point de commencer annonce une reprise du marché des bureaux à compter d'environ 2006. La reprise est déjà amorcée dans le nord-ouest et l'est de l'Angleterre et, vu le déploiement continu de fonctionnaires hors de Londres, il y aura d'intéressants marchés à solliciter.

Les entrepreneurs qui vendent des produits pour la maison doivent courtiser une couverture publicitaire par voie de mention dans les éditoriaux de revues consacrées à la décoration d'intérieurs privés (*House and Garden, Homes and Gardens, Country Living, Inspirations, World of Interiors*, etc.) et solliciter les acheteurs dans les grands magasins, dont certains sont nommés dans le présent rapport.

Afin d'éviter les difficultés rattachées à l'établissement de leur propre place d'affaires au Royaume-Uni, les designers canadiens peuvent considérer un partenariat avec un des vendeurs spécialisés dans le domaine. Ce dernier pourrait ainsi ajouter les produits canadiens à sa gamme déjà offerte, et par le fait même prendre une part de responsabilité quant à la vente et au marketing. En retour, les designers canadiens pourraient aussi envisager de commercialiser les produits de leur partenaire au Canada.

Avec ou sans partenaire, il est indispensable d'obtenir une couverture éditoriale dans les revues spécialisées, d'assister aux foires, salons et expositions de design et de se familiariser de façon générale avec le marché des acheteurs de gros. Nombre des plus grands vendeurs et fabricants de mobilier au R.-U. sont inconnus du public. Ils font leur commercialisation pratiquement exclusivement auprès des acheteurs de gros et ont assis leur réputation auprès des spécialistes du design et des architectes, dont certains fournissent les produits qui meublent les milieux qu'ils créent. Ils forment le marché ciblé par les entreprises canadiennes et peuvent aussi devenir leur clientèle. Ils sont très certainement la clé de la réussite commerciale.

Il serait donc avisé de visiter tant des grandes entreprises de design que certaines des expositions mentionnées dans le présent document pour voir dans quelle mesure les caractéristiques des produits canadiens se mesurent à la concurrence et au niveau d'ensemble du design. Si la qualité et la durabilité des produits canadiens sont réputées, leur design est souvent considéré au R.-U. comme étant vieux jeu. Voilà un défi qu'il faudra relever.

Design

La désignation de Liverpool comme Capitale européenne de la culture en 2008 a déjà engendré l'annonce de l'ouverture de nouveaux hôtels. Le groupe peu structuré connu sous la bannière Design Hôtels™, qui a toujours un œil sur la prochaine tendance, vient d'ouvrir dans la ville le « Hope Street Hotel » et le restaurant « London Carriage Works », dont le design est de Basia Chlebik. Cet événement engendrera des débouchés importants qui auront des retombées dans tous les domaines. La **tenue des Jeux olympiques à Londres** donnera aussi lieu à des opportunités.

Des changements apportés aux lois européennes régissant les **salles d'exposition de voitures** ont suscité beaucoup d'activité chez les designers depuis quelques années. Des nouvelles constructions ont déjà vu le jour, comme les salons de Jaguar conçus par Fitch. D'autres débouchés sont probables.

De même, les **entreprises de téléphonie cellulaire** vont devoir repenser leurs magasins avec l'avènement de nouvelles offres de services.

L'expansion continue des centres **de santé et de conditionnement physique** et le marché de la conversion et de la réfection de **cinémas** présenteront une importance considérable pour les spécialistes expérimentés de ces secteurs. Toutefois, à cause de la pratique d'achats centralisés retenue par quelques grands intervenants dans ces deux domaines, les approches possibles sont limitées.

Le marché des **hôtels** est définitivement le plus spécialisé et donc l'un des plus difficiles à pénétrer. Les programmes soutenus d'expansion et de réfection qui sont en cours signifient, là encore, qu'il est intéressant, pour ceux qui ont de l'expérience dans le domaine, d'aborder les intervenants majeurs au R.-U.

Dans le domaine du détail, plusieurs nouveaux concepts sont continuellement testés dans des lieux sélectionnés à travers le pays. En outre avec Tesco, Somerfield et Morrison/Safeway, le travail abonde. La restructuration de certains intervenants majeurs du secteur de la grande distribution engendre d'importantes occasions dans ce secteur. Des entreprises comme Selfridges, John Lewis et Marks & Spencer prévoient d'importants projets de réfection et de nouvelles constructions. Tous ces **grands détaillants** conservent des listes de spécialistes en design, d'où l'importance de les aborder tous.

Tous sont en quête **d'environnements de marque distinctive**. Un environnement où la marque est établie avec succès a un effet sur tous ceux et celles qui entrent en contact avec l'organisation. Il excite les clients, stimule les ventes et motive les employés, ce qui peut améliorer la productivité. Les environnements de marque fournissent aux entreprises les moyens de donner vie à leur marque, de poser un énoncé très visible de leur approche commerciale unique. C'est justement ce que recherchent les clients potentiels de tous les secteurs auprès des spécialistes en design d'intérieur. Le besoin de fournir une prestation originale de haute qualité, et de créer des environnements de marque, est continuellement présent. Les clients sont toujours prêts à envisager quelqu'un de nouveau, une entreprise dont l'approche est différente et dont les antécédents le sont aussi.

Pour les nouveaux-venus du design sur le marché britannique, les opportunités dans les secteurs des établissements d'enseignement et de santé sont limitées.

Les étapes clés

Organisez des présentations à l'intention des unités internes de design au sein des groupes majeurs. Celles-ci sont toujours en quête de nouveaux talents et c'est pour cette raison qu'elles vous rencontreront.

Organisez des réunions avec les grands promoteurs immobiliers dans votre domaine d'expertise. Vous devrez déployer des efforts considérables pour qu'ils acceptent de vous recevoir, mais le jeu en vaut la chandelle.

Obtenez des entrevues avec les publications les plus pertinentes dans votre secteur. Elles vous accorderont des entrevues. Elles ont des pages à remplir et sont toujours à l'affût de nouveaux noms, projets, idées et études de cas.

Suivez la presse d'affaires. Comme vous le feriez au Canada, restez au fait des fusions et des acquisitions – moteurs de tant d'activité dans le secteur du design – qui se produisent au R.-U., comme ailleurs dans le monde.

Suivez l'activité des agences de publicité, des designers de produits et des entreprises spécialisées en image de marque qui élargissent leur gamme d'activité pour inclure le design d'intérieur. Incluez-les dans vos recherches de partenaires possibles avec lesquels vous établir au R.-U.

Prospectez hors de Londres. Rendez-vous à Liverpool, à Birmingham et à Newcastle, voire à Glasgow et à Manchester. Les distances au Royaume-Unis sont incomparablement plus petites qu'au Canada, ainsi vous serez surpris de la facilité avec laquelle vous vous déplacerez pour ces visites. Vous devrez être capable parler de ces endroits et être au courant de ce qui se passe à l'extérieur de la capitale. De plus, vous aurez intérêt à rencontrer en personne certains partenaires régionaux potentiels.

Peu importe votre domaine d'expertise, décidez précisément de la nature de votre offre. Il est avisé de ne pas trop promettre pour ensuite manquer à ses engagements. Si, à l'étranger, vous vous sentez à l'aise uniquement à offrir des stratégies et des concepts, limitez-vous à cette activité. Si vous pensez pouvoir offrir une prestation complète, **songez à forger un partenariat créatif** avec l'une des nombreuses entreprises britanniques œuvrant dans votre secteur et dont vous pouvez peut-être enrichir l'offre tout en vous établissant en sol britannique. Songez à la portée de votre offre et à la gamme de services que vous pourrez fournir dans ce marché, puis définissez de façon très précise ce à quoi se limitera votre activité au R.-U.

Petit train va loin. Bon nombre des grandes entreprises américaines qui œuvrent aujourd'hui à Londres ont commencé par s'attaquer à des projets de très petite envergure autour desquels ils ont établi leur réputation. Partant de l'idée qu'il faut avoir des antécédents dans un pays pour y gagner un gros contrat, elles ont pratiquement toutes commencé par s'occuper d'un intérieur de bureau très petit ou d'un comptoir modeste dans un rayon d'un grand magasin – simplement pour pouvoir affirmer leur présence. Ensuite, en présentant ces petits projets menés sur place avec des projets de plus grande envergure réalisés dans leur pays d'origine, elles ont commencé à réellement compétitionner avec les joueurs locaux.

Joignez-vous à un réseau. Selon la taille et la nature de votre entreprise, songez à vous joindre à la « Design Business Association » et à vous inscrire auprès de la British Design Initiative. Voyez si la CSD a reconnu la « Design Association » comme organisme professionnel au moment de votre arrivée, puisqu'il s'agira alors d'un moyen d'accéder à un vaste réseau professionnel qui peut être utile au niveau de la dotation et d'autres aspects, comme la propriété intellectuelle. Une fois mise sur pied, la concurrence qui s'exercera avec la DBA, pour s'attirer l'adhésion des entreprises de design, méritera d'être suivie. De plus, renseignez-vous sur la RSA et songez à poser votre candidature comme « fellow »; inscrivez-vous au répertoire de design du « Design Council » et abonnez-vous à ses publications, dont le *Design News Wire*, qui paraît régulièrement.

Finalement, le DCMS publie les *Economic Estimates of the Creative Industries* que l'on peut consulter en ligne à l'adresse : www.culture.gov.uk/global/research/statistics. Songez à vous joindre aux chambres de commerce. Il est bon de prendre continuellement le pouls du secteur dans son ensemble.

Annexes

Annexe 1 Publications

Note à propos des appels à longue distance au Royaume-Uni

Les numéros de téléphone suivants sont valides seulement pour la composition à l'intérieur du R.-U. Afin d'appeler du Canada, le premier zéro "0" dans le numéro doit être remplacé par 0 11 44. Par exemple, le numéro de Icon Magazine est le 019 9257 0030. Pour rejoindre le magazine à partir du Canada, les chiffres suivants doivent être composés: 0 11 44 19 9257 0030. Ceci s'applique à tous les numéros au R.-U. énumérés ci-bas.

Icon magazine

Aidan Walker – rédacteur en chef
National House, High Street
Epping CM16 4BD
Tél. : 019 9257 0030
aidan@icon-magazine.co.uk
www.icon-magazine.co.uk

FX magazine

Antonia Ward – rédactrice
Tél. : 012 4521 4022
www.fxmagazine.co.uk

Blueprint magazine

Henrietta Thomson – rédactrice adjointe
Grant Gibson – rédacteur
ETP Limited
Rosebery House, 41 Springfield Road
Chelmsford, Essex CM2 6JJ
Tél. : 012 4549 1717
www.blueprintmagazine.co.uk

Corporate Speak

Expertise-conseil en marketing ciblant les installations,
les intérieurs et les propriétés
Mark Eltringham – ancien rédacteur de FMX
The Coach House
4-5 Vicars Lane
Chester CH1 1QX
Tél. : 012 4434 0047
markeltringham@corporatespeak.co.uk
www.corporatespeak.co.uk

Wallpaper

M^{me} Leila Latchin – journaliste
Brettenham House, Lancaster Place
Londres WC2E 7TL
Tél. : 020 7322 1592 ou 020 7322 1309
www.wallpaper.com

Mix Interiors

Mick Jordan – rédacteur
Wenden Court
Wendens Ambo
Saffron Walden
Essex CB11 4LB
Tél. : 0179954 1841

RED

Revue de design de détail
Johnny Tucker – rédacteur
Tél. : 020 7502 0890

Design Week

Lynda Relph-Knight – rédactrice
Centaur Communications
50 Poland Street
Londres W1F 7AX, R.-U.
+44 (0)Tél. : 020 7970 4000
lyndark@centaur.co.uk
www.design-week.co.uk

FMX magazine

- distribué surtout aux gérants d'installations, mais aussi expédié aux designers d'intérieur, aux rédacteurs de descriptif et à certains architectes
Sara Bean – rédactrice
Tél. : 020 8274 9337
sarabean@blueyonder.co.uk

The Designer

- revue de la Chartered Society of Designers (CSD), l'association professionnelle des designers du R.-U.

5 Bermondsey Exchange
179-181 Bermondsey Street
Londres SE1 3UW
Tél. : 020 7357 8088
csd@csd.org.uk

RIBA Journal

Amanda Baillieu
7th Floor, Anchorage House
2 Clove Crescent
Londres E14 2BE
Tél. : 020 7560 4120
Tél. : 020 7560 4000
Télé. : 020 7560 4026
amanda_baillieu@buildergroup.co.uk
www.ribajournal.com

Annexe 2 Organismes utiles

Arts Council

14 Great Peter Street
Londres SW1P 3NQ
Tél. : 020 7973 6517
www.artscouncil.org.uk

Association of Illustrators

81 Leonard Street
Londres EC2A 4QS
Tél. : 020 7613 4328
www.theaoi.com

Association of Photographers

81 Leonard Street
Londres EC2A 4QS
Tél. : 020 7739 6669
www.the-aop.org

AXIS: visual arts service

Leeds Metropolitan University
8 Queen's Square
Leeds LS2 8AJ
Tél. : 087 0443 0701
<http://axisweb.org>

British Council

Design Promotion
11 Portland Place
Londres W1N 4EJ
Tél. : 016 1957 7755
www.britishcouncil.org

D&AD (British Design & Art Direction)

9 Graphite Square
Londres SE11 5EE
Tél. : 020 7840 111
www.dandad.co.uk

The British Design Initiative Limited (BDI)

PO Box 34973
Londres SW6 6WB
Tél. : 020 7384 3435
www.britishdesign.co.uk

Chartered Society of Designers

5 Bermondsey Exchange
179-181 Bermondsey Street
Londres SE1 3UW
Tél. : 020 7357 8088
www.csd.org.uk

Copyright Tribunal

Tél. : 0845 950 0505
Télé. : 016 3381 3600
www.patent.gov.uk

OHIM

Bureau de l'Union européenne pour l'harmonisation du marché interne
(marques enregistrées et designs)
Avenida de Europa, 4
Apartado de Correos 77
E-03080 ALICANTE, Espagne
Tél. : +34 965 139 100
www.oami.eu.int

ACID (Anti Copying in Design)

150 Aldersgate Street
Londres EC1A 4EJ
Tél. : 015 3165 0476
www.acid.uk.com

Crafts Council

44a Pentonville Road
Londres N1 9BY
Tél. : 020 7806 2501
www.craftscouncil.org.uk

The Design Business Association (DBA)

35-39 Old Street
Londres EC1V 9HX
Tél. : 020 7251 9229
www.dba.org.uk

The Design Council

34 Bow Street
Londres WC2E 7DL
Tél. : 020 7420 5200
www.designcouncil.org.uk

The British Chamber of Commerce

Manning House, Carlisle Place
Londres SW1P 1JA
Tél. : 020 7565 2000
www.britishchambers.org.uk

The British Venture Capital Association

Essex House, 12-13 Essex Street
Londres WC2R 3AA
Tél. : 020 7240 3846
www.bvca.co.uk

Business Link/Small Business Services

Angleterre – Tél. : 084 5600 9006
www.businesslink.org

Écosse – Small Business Gateway – Tél. : 084 5609 6611
www.bgateway.com

Pays de Galles – Tél. : 084 5796 9798
www.businessseye.org.uk

Irlande du Nord – Tél. : 028 9023 9090
www.investni.com

Companies House

City Business Library
Crown Way
Cardiff CF14 3UZ
Tél. : 029 2038 0517
www.companieshouse.gov.uk

Department of Trade & Industry

1 Victoria Street
Londres SW1H 0ET
Tél. : 020 7215 5000
www.dti.gov.uk

UK Trade & Investment

Kingsgate House
66-74 Victoria Street
Londres SW1E 6SW
Tél. : 020 7215 5000
www.uktradeinvest.gov.uk

Health & Safety Executive

Information Centre, HSE infoline
Caerphilly Business Park
Caerphilly CF83 3GG
Tél. : 087 0154 5500
www.hse.gov.uk

HM Customs & Excise VAT advice centre

Tél. : 084 5010 9000
www.hmce.gov.uk

Inland Revenue Information Centre

Tél. : 020 7667 4001
www.inlandrevenue.gov.uk

The Information Commissioner's Office

Tél. : 016 2554 5745
www.informationcommissioner.gov.uk

Office of Fair Trading

Tél. : 020 7211 8000
www.oft.gov.uk

Royal Institute of British Architects

66 Portland Place
Londres W1B 1AD
Tél. : 020 7580 5533
www.riba.org

Architects Registration Board (ARB)

8 Weymouth Street
Londres W1W 5BU
Tél. : 020 7580 5861
www.arb.org.uk

British Interior Design Association (BIDA)

1-4 Chelsea Harbour Design Centre
Chelsea Harbour
Londres SW10 0XE
Tél. : 020 7349 0800
www.bida.org

Royal Incorporation of Architects in Scotland (RIAS)

15 Rutland Square
Edinburgh EH1 2BE
Tél. : 013 1221 9959
www.rias.org.uk

Association for Project Safety (APS)

16 Rutland Square
Edinburgh EH1 2BB
Tél. : 013 1221 9959
www.aps.org.uk

British Contract Furnishing Association (BCFA)

Project House, 25 West Wycombe Road
High Wycombe
Buckinghamshire HP11 2LQ
Tél. : 087 0752 3672
www.thebcfa.com

Royal Society of Arts (RSA)

8 John Adam Street
Londres WC2N 6EZ
Tél. : 020 7930 5115
www.rsa.org.uk

British Institute of Architectural Technologists

397 City Road
Londres EC1V 1NH
Tél. : 020 7278 2206
www.biat.org.uk

Shop & Display Equipment Association

24 Croydon Road
Caterham
Surrey CR3 6YR
Tél. : 018 8334 8911
www.shopdisplay.org

British Institute of Facilities Management (BIFM)

67 High Street
Saffron Walden
Essex CB10 1AA
Tél. : 017 9950 8606
www.bifm.org.uk

Association of Interior Specialists

Olton Bridge
245 Warwick Road
Solihull
West Midlands B92 7AH
Tél. : 012 1707 0077
www.ais-interiors.org.uk

British Exhibition Contractors Association

BECA House
Upland Business Park
Blackhorse Lane
Londres E17 5QJ
Tél. : 020 8523 5262
www.beca.org.uk

National Association of Shopfitters

NAS House, 411 Limpsfield Road
Warlingham
Surrey CR6 9HA
Tél. : 018 8362 4961
www.shopfitters.org

Lighting Association

Stafford Park 7
Telford
Shropshire TF3 3BQ
Tél. : 019 5229 0906
www.lightingassociation.com

Professional Lighting and Sound Association

38 St Leonards Road
Eastbourne BN21 3UT
Tél. : 013 2341 0335
www.plasa.org

Office Furniture Advisory Service

Manhattan House, 140 High Street
Crowthorne
Berkshire RG45 7AY
Tél. : 013 4477 9438
www.ofas.org.uk

Kitchen Bathroom Bedroom Specialists Association

12 Top Barn Business Centre
Holt Heath
Worcester WR6 6NH
Tél. : 019 0562 1787
www.ksa.co.uk

Annexe 3 Groupes de design par secteur

Groupes de design d'intérieur

Parmi les groupes de design d'intérieur, les premières entreprises au classement de l'année dernière étaient Checkland Kindleysides, dont le produit des commissions a chuté, de 5,07 millions de livres à 4,51 millions de livres (de 11,7 millions à 10,4 millions de dollars), et Astound, qui a bâti son nom sur le travail effectué pour le compte de Tesco. Blu Orbit s'est classé en troisième place, avec des commissions de 3,4 millions de livres (7,8 millions de dollars), soit une augmentation de 47%.

Les 20 premiers groupes sont listés ci-bas. La plupart des groupes mentionnés se spécialisent dans les intérieurs, à l'exception de Corporate Edge pour qui les intérieurs ne sont qu'une part de leurs activités. À titre de comparaison, la firme canadienne Watt International (aujourd'hui Watt Gilchrist) rapporte un produit des commissions de 3,13 millions de livres (7,2 millions de dollars). La liste n'inclue pas non plus les cabinets d'architectes qui se spécialisent principalement dans les intérieurs d'affaires, par exemple Harper Mackay et DEGW.

- Checkland Kindleysides
- Astound
- Blu Orbit International
- BDP Design
- 20/20
- Allen International
- Michael Sheridan & Co
- Tibbatts Associates
- Dalziel & Pow
- Zebra
- Corsie Naysmith-MPM
- Lumsden Design Partnership
- Design House
- Red Jacket
- Portland Design Group
- Marketplace Design
- Carter Design Group
- Brinkworth Design
- Rapier Design
- Corporate Edge
- Shelton Fleming Associates

Design d'expositions

Dans le domaine connexe du design d'expositions (la plupart des entreprises œuvrant dans ce secteur sont aussi d'importantes entreprises de design d'intérieur, quoique des entreprises comme Din ne figurent pas dans la liste qui précède), les 20 plus grandes firmes sont les suivantes :

- Jack Morton Worldwide
- Haley Sharpe Design
- Photosound Communications
- Rapier Design
- The Northcross Group
- Din Associates
- GLS Design
- Shelton Fleming Associates
- Met Studio Design
- Z
- Adventis
- The Small Back Room
- FPP Design
- Blu Orbit International
- The Open Agency
- Creative Lynx Partnership
- DVA
- Tregartha Dinnie
- 4i
- Forepoint

Design de produits

PDD, Seymour Powell , DCA International, Alloy Total Product Design, AME, Blue Marlin, Navyblue et Sheppard Day Associates comptent parmi les groupes de design de produits qui font une grande part de leur travail dans les intérieurs, et parfois dans le design de mobilier, et qui sont représentés dans les plus grandes entreprises de design de la Grande-Bretagne.

Autres firmes reliées au design

Les grandes entreprises qui se spécialisent dans l'image de marque et la stratégie de marque, qui s'intéressent également au design d'intérieur, et qui n'ont pas été mentionnées dans les listes qui précèdent incluent Interbrand, Design Bridge, Tayburn, The Team, Elmwood, Springetts, Siebert Head et Dragon.

Design de bureau

Les principaux groupes spécialisés dans le design d'intérieurs de bureau au R.-U. sont :

- MCM (Marshall Cummings Marsh)
- Pringle Brandon

- BDG McColl Workfutures
- DEGW
- Foggo Associates
- Gensler
- HOK (Hellmuth, Obata + Kassabaum, Inc.)
- RTKL
- Swanke Hayden Connell
- Skidmore Owings & Merrill
- Heery International
- TTSP (The Thomas Saunders Partnership)
- IDEA
- Tilney Shane

Design de vente au détail

Selon leur chiffre d'affaires, les 20 premiers groupes de design d'intérieurs de vente au détail sont :

- Building Design Partnership
- Coutts Retail
- Checkland Kindleysides
- 20/20
- Styles & Wood
- Four IV
- Marketplace
- Design House
- Dalziel+Pow
- Din Associates
- Hosker Moore Kent Melia
- Lumsden Design Partnership
- Brinkworth
- JHP
- Red Jacket
- Child Graddon Lewis
- Portland Design Associates
- F1rst
- Skakel & Skakel
- Carte Blanche