

## DIAGNOSTIC DESIGN : ADAPTEZ LE DESIGN DE VOS PRODUITS ET SERVICES AUX BESOINS DES UTILISATEURS

### MODALITES DE LA PRESTATION

Prestation jusqu'à **3 000€ HT** pour un service et jusqu'à **4 000€ HT** pour un produit physique :

- Dont 50% du montant total de la prestation pris en charge par Bpifrance ;
- 3 jours de prestation pour un service ou 4 jours pour un produit physique à réaliser dans un délai de 4 mois.

### CRITERES D'ELIGIBILITE DU DEMANDEUR

Être une entreprise innovante :

- Appartenant à la catégorie suivante :
  - Startup : créée < 8 ans, effectif < 250 personnes et chiffre d'affaires < 10 M€ ;
  - PME : effectif < 250 personnes et chiffre d'affaires < 50 M€ au total bilan < 43 M€ ;
  - ETI : effectif < 2 000 personnes.
- Immatriculée en France et/ou DROM-COM.

### CRITERES D'EXCLUSION

Sont exclues du dispositif :

- Les entreprises en difficulté, au sens de la réglementation européenne ;
- Les entreprises qui ne seraient pas à jour de leurs obligations fiscales et sociales ;
- Les entreprises non autonomes, détenues à plus de 25% par des entreprises partenaires ou liées, dont les données consolidées avec celles-ci ne correspondent pas aux critères d'éligibilité ci-dessus ;
- Les sociétés civiles (SC) ;
- Les entreprises en nom personnel (dont entreprise individuelle).

### PREAMBULE

Le Diagnostic Design est un accompagnement stratégique destiné à aider les entreprises innovantes à intégrer ou renforcer une démarche de design dans leurs projets de produits ou services. Son objectif est de sécuriser la pertinence du design avant des investissements lourds, en garantissant l'adéquation avec les usages, le marché, la faisabilité et les enjeux environnementaux.

Peu importe que le diagnostic porte sur un produit ou sur un service, il se déroule en deux phases :

- La première phase consiste à analyser le contexte : comprendre les usages, la concurrence, les contraintes économiques, les profils d'utilisateurs, les canaux de distribution, ainsi que les tendances et normes en lien avec le développement durable. Cette étape permet de poser un cadre solide pour orienter les choix de design.
- La seconde phase vise à formuler des recommandations concrètes pour améliorer ou réorienter le projet. Elle peut inclure des tests d'usage, des ajustements de conception, des pistes d'intentions et un plan d'action clair pour préparer la prochaine étape, qu'il s'agisse d'industrialisation ou de déploiement à grande échelle.



L'objectif de ce diagnostic est d'aider les entreprises innovantes à sécuriser la pertinence de leur design, d'optimiser l'expérience utilisateur et d'intégrer les enjeux stratégiques et environnementaux.

Cet accompagnement permet à l'entreprise de valider, améliorer ou réorienter son projet, qu'il s'agisse d'un prototype, d'un MVP ou d'un produit en cours de commercialisation, afin de préparer efficacement la prochaine étape : industrialisation ou déploiement à grande échelle.

Le Diagnostic Design s'adresse aux startups, PME et ETI innovantes et/ou industrielles de moins de 2 000 salariés, immatriculées en France, et à jour du règlement de leurs cotisations sociales et fiscales. Sont exclues du dispositif les entreprises en difficulté au sens de la réglementation européenne.

L'aide indirecte accordée à l'entreprise, sous réserve de l'acceptation de la demande déposée, correspond à la prise en charge partielle du coût d'une prestation de conseil réalisée par un expert référencé par Bpifrance et spécialisé dans le design de produit ou service.

Le présent cahier des charges décrit la prestation qui devra être réalisée par l'expert agissant au profit d'une entreprise bénéficiaire de l'offre Diagnostic Design proposée par Bpifrance. Une partie du coût de la prestation est prise en charge par Bpifrance sous réserve de l'acceptation de la demande déposée.

Préalable au dépôt d'une demande de Diagnostic Design, l'expert valide avec l'entreprise, lors d'un entretien de préqualification, la pertinence de la conduite d'un tel diagnostic et son adéquation avec le cahier des charges défini par Bpifrance. À la suite de cet échange, l'expert établit une proposition commerciale qui positionne l'entreprise dans son contexte et explicite les problématiques à aborder au cours du Diagnostic.

Le contenu et les modalités de réalisation de la prestation sont détaillés ci-après.



## TABLE DES MATIERES

<b>1. PERIMETRE DE LA PRESTATION DU DIAGNOSTIC DESIGN .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Description de la prestation .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Livrables .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. Liste indicative des prestations non couvertes .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4. Typologie d'experts intervenant sur le Diagnostic Design .....</b>	<b>6</b>
<b>2. MODALITES DE REALISATION DE LA PRESTATION DU DIAGNOSTIC DESIGN .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Tarif .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2. Modalités de souscription .....</b>	<b>7</b>
<b>2.3. Modalités de réalisation .....</b>	<b>7</b>
<b>2.4. Modalités de clôture .....</b>	<b>7</b>
<b>2.5. Régime d'aide(s) mobilisable(s) .....</b>	<b>7</b>
<b>3. QUALITE ET DEONTOLOGIE .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1. Compétences .....</b>	<b>8</b>
<b>3.2. Confidentialité .....</b>	<b>8</b>
<b>3.3. Ethique professionnelle .....</b>	<b>8</b>
<b>3.4. Conflits d'intérêts .....</b>	<b>8</b>
<b>3.5. Relation client et gestion de projet .....</b>	<b>8</b>
<b>3.6. Méthodologie .....</b>	<b>9</b>
<b>3.7. Conformité .....</b>	<b>9</b>



## 1. PERIMETRE DE LA PRESTATION DU DIAGNOSTIC DESIGN

### 1.1. Description de la prestation

Avant de détailler les prestations selon qu'elles concernent un produit ou un service, il est essentiel de préciser que le **Diagnostic Design n'est pas une aide technique**. En effet, dans les deux cas, l'entreprise doit avoir déjà traité les sujets de faisabilité technique et de réalisation : choix technologiques, architecture, contraintes réglementaires, et validation de la viabilité technique.

Le rôle du Diagnostic Design est centré sur les aspects design, c'est-à-dire l'adéquation entre l'offre et les usages, la qualité de l'expérience utilisateur, la cohérence des parcours, l'ergonomie, la valeur perçue, et l'intégration des enjeux environnementaux et stratégiques. Il vise à analyser, améliorer ou réorienter un prototype, produit ou un service existant pour garantir qu'il répond aux attentes des utilisateurs, aux contraintes du marché et aux objectifs de l'entreprise, avant son passage à l'industrialisation ou à la mise en production.

- **Design d'un service**

- a) Dans le cas d'une maturité avancée : version bêta développée**

Dans le cadre d'un diagnostic design pour un service, la prestation s'adresse aux entreprises innovantes ayant déjà développé une première version bêta de leur service (prototype ou MVP), incluant une logique d'usage et une interface testable. Une première conception UX doit avoir été réalisée, afin que le diagnostic puisse se concentrer sur l'évaluation, l'amélioration ou la réorientation de la solution existante avant son déploiement à plus grande échelle.

- b) Dans le cas d'une maturité faible : pas de version bêta**

Dans le cas où l'entreprise n'a pas encore défini sa proposition de service ni développé une version bêta, **elle n'est pas éligible au Diagnostic Design**. L'entreprise pourra se réorienter vers le diagnostic dès qu'elle aura avancé sur la structuration de son service et validé les premières hypothèses fonctionnelles.

- **Design d'un produit**

Avant de s'atteler aux différents cas de design de produit pouvant entrer dans le cadre d'un diagnostic innovation, il est important de préciser que le design de produit doit concerner **un produit qui constitue le cœur de l'activité de l'entreprise, et non un élément périphérique ou accessoire** (emballage d'un produit, packaging...). Le diagnostic vise à renforcer la valeur et l'usage du produit principal, celui qui représente la proposition de valeur de l'entreprise, et non des composants secondaires ou purement marketing.

- a) Dans le cas d'une maturité faible : Pas de prototype construit**

Le Diagnostic Design s'adresse aux entreprises qui disposent d'une idée claire de produit mais n'ont pas encore réalisé de prototype. L'objectif est d'intégrer une démarche de design industriel structurée dès les premières étapes, en travaillant sur l'idéation, la définition des scénarios d'usage, la formalisation du concept et la préparation du prototypage. Cette prestation aide à cadrer les choix ergonomiques, fonctionnels et esthétiques, tout en intégrant les contraintes marché et environnementales, afin de sécuriser la pertinence du produit avant d'engager des investissements lourds.

L'idée du Diagnostic Design pour ce type de maturité produit est de préparer le prototypage pour sécuriser le passage vers un premier prototype pertinent.

- b) Dans le cas d'une maturité moyenne : Prototype déjà construit**

Le Diagnostic Design peut également s'adresser aux entreprises disposant déjà d'un prototype (qui ont donc déjà réalisé de manière autonome les phases d'idéation et de développement de concept) et qui souhaitent valider, améliorer ou réorienter ce prototype avant un future passage en production. L'objectif de ce diagnostic étant de sécuriser l'adéquation usage-marché, la qualité de l'expérience utilisateur, la faisabilité industrielle et la performance environnementale avant le lancement en production.



### c) Dans le cas d'une maturité forte : Produit déjà commercialisé

Le Diagnostic Design peut s'adresser aux entreprises dont le **produit est déjà commercialisé**, mais qui souhaitent **l'améliorer ou le repositionner** : changement de marché, adaptation aux retours clients, conformité à de nouvelles normes, ou ouverture à l'international. L'accompagnement consiste à analyser les usages actuels, identifier les irritants, explorer les opportunités d'évolution (ergonomie, fonctionnalités, packaging, cycle de vie), et proposer des nouvelles pistes de design cohérentes avec les objectifs stratégiques. L'objectif est de prolonger la compétitivité du produit et d'assurer sa pertinence dans un contexte en mutation.

- **Détail de la prestation**

Peu importe que le Diagnostic Design porte sur le service ou le produit : il se déroule en deux phases dont le contenu **peut varier en fonction du niveau de maturité de l'entreprise**.

Dans un premier temps, il consiste à réaliser une **évaluation analytique approfondie**. Cette analyse couvre :

- La concurrence en termes d'offres de produits et/ou services : recherche d'usages connexes ;
- L'évaluation des contraintes économiques du produit ou service au regard du marché ;
- Le type de clientèle et d'usagers : définition de persona cibles de l'entreprise ;
- Les circuits de distribution : caractéristiques, parts de marché, chaîne logistique jusqu'à la commercialisation physique et/ou numérique ;
- La veille de marché : concurrence, technologie, matériaux, etc. ;
- Les nouveaux usages et tendances de consommation, nouvelles normes en lien avec les Objectifs de Développement Durable (ODD) ;
- Le cycle de vie du produit et ses impacts environnementaux en regard des pratiques du secteur : matières premières utilisées, processus de fabrication, utilisation par les clients et fin de vie.

Dans un second temps, le diagnostic vise à affiner le projet d'itération ou de refonte du design du produit ou service en formulant des **recommandations concrètes**. Celles-ci s'appuient sur l'analyse des besoins d'usage réalisée précédemment et sur les pistes d'écoconception identifiées.

Elles incluent :

- Les axes d'amélioration reposant sur des scénarios d'usage, en fonction des enjeux et des contraintes de l'entreprise ;
- Les premières pistes d'intentions ;
- Les axes de diminution de l'impact environnemental du service ou produit tout au long de son cycle de vie ;
- La méthode et l'agenda de suivi de projet.

## 1.2. Livrables

Le Diagnostic Design fait l'objet d'un rapport final rédigé par l'expert qu'il doit remettre directement à l'équipe dirigeante de l'entreprise, ainsi qu'à Bpifrance dans un délai de 10 jours à l'issue de la prestation.

Le rapport final comprend obligatoirement :

- Une phase d'analyse sur les points forts/faibles du design du produit/service pouvant comprendre :
  - Une analyse sur le positionnement marché (valeur ajoutée), sur la concurrence et les usages de référence (benchmark produits/services, recherche d'usages connexes) ;
  - Une note sur les contraintes économiques (positionnement prix, structure de coûts vs marché) ;
  - Un dossier personas et scénarios d'usage actualisés (profils cibles, parcours clés) ;
  - Une cartographie des canaux de distribution (caractéristiques, parts de marché, chaîne logistique) ;
  - Une liste des pratiques d'écoconception à mettre en place et adaptée au produit/service ;
  - Une analyse du cycle de vie simplifiée (matières premières, fabrication, usage, fin de vie, hotspots).



- Une phase de recommandations et d'actions design dans le but d'affiner le projet d'élaboration ou de refonte du design du produit/service de l'entreprise. Cette phase **exclut tout acte de conception**. Il pourra comprendre :
  - Un compte rendu des tests d'usage (ergonomie, accessibilité, qualité perçue) ;
  - Un rapport usability tests (résultats, insights, priorisation des irritants) ;
  - Une synthèse des retours utilisateurs et parties prenantes (points forts/faibles, attentes) ;
  - Des propositions d'ajustements de conception (croquis, esquisses 3D ciblées, choix de matériaux) ;
  - Un rapport de tests de concepts (comparaison des variantes, recommandations) ;
  - Un plan d'action et agenda de suivi (axes d'amélioration, pistes d'intention, roadmap).

Les livrables doivent être obligatoirement des documents stockables sous des formats standard du type PDF, Word, Excel ou PowerPoint.

En fonction de l'activité et de l'organisation de l'entreprise une visite et un audit de l'outil de production peuvent être effectués : process, contraintes économiques et de faisabilité.

Si l'entreprise est en création et qu'elle ne dispose d'aucun élément, l'analyse sera effectuée au regard de la concurrence, des usagers, de ses valeurs et de ses moyens.

Les modalités de cession des droits de propriété intellectuelle portant sur ces livrables doivent être envisagées dans le contrat conclu entre l'expert et l'entreprise bénéficiaire.

### **1.3. Liste indicative des prestations non couvertes**

La prestation d'accompagnement considérée n'inclut pas, entre autres, la production des éléments suivants :

- Charte graphique ;
- Logo ;
- SEO ;
- Identité graphique ;
- Création ou refonte d'une plateforme de commercialisation (application, site internet) ;
- Stratégie marketing digital ;
- Développement end-to-end (codage, intégration, déploiement technique) ;
- Conception technique (plans industriels, calculs mécaniques, CAO avancée pour production) ;
- Conception de services/produits non stratégiques ;
- Développement de fonctionnalités logicielles ;
- Choix et validation des architectures technologiques (hardware, software) ;
- Industrialisation.

Cette liste des prestations non couvertes par la prestation de conseil est indicative et non exhaustive. Pour tout renseignement supplémentaire, il est recommandé de se rapprocher de son chargé d'affaires.

### **1.4. Typologie d'experts intervenant sur le Diagnostic Design**

La prestation de conseil est réalisée par un expert externe spécialisé en design de produit et ou de service, issu du vivier d'experts constitué et agréé par Bpifrance.

Les experts du Diagnostic Design sont sélectionnés aux termes d'une procédure de demande d'agrément menée par Bpifrance.

Des experts, non issus du vivier d'experts constitué par Bpifrance, peuvent intervenir au titre du présent diagnostic dans le cadre de procédures dérogatoires.

## **2. MODALITES DE REALISATION DE LA PRESTATION DU DIAGNOSTIC DESIGN**

### **2.1. Tarif**

Le Diagnostic Design s'élève à un montant maximum de 3 000 euros HT pour un service et 4 000 euros HT pour un produit physique, pris en charge à 50% par Bpifrance.



L'entreprise bénéficiaire paye sa quote-part à l'expert et n'avance pas de frais supplémentaires. Bpifrance règle directement sa quote-part à l'expert en fin de mission.

Ce tarif exclut les frais de déplacement. Ces frais ne sont donc pas pris en charge dans le cadre du diagnostic.

## 2.2. Modalités de souscription

Afin de souscrire à la prestation de conseil, l'entreprise doit :

- 1) Se rapprocher de Bpifrance afin de sélectionner l'expert qui réalisera la prestation ;
- 2) Déposer la demande d'accompagnement en ligne en s'assurant de fournir le devis non signé obtenu auprès de l'expert ainsi que les pièces administratives suivantes :
  - Une attestation de régularité sociale et fiscale de moins de 3 mois si l'entreprise a plus d'un an ;
  - Une liasse fiscale si l'entreprise a plus de 3 ans ;
  - Une attestation de déclaration d'aide de minimis si l'entreprise est une ETI.

Les demandes sont à déposer sur Bpifrance en ligne : <https://diaginno.bpifrance.fr>

Bpifrance s'assurera de la complétude des éléments de souscription ainsi que de l'éligibilité au diagnostic et procédera à l'envoi d'un contrat Diagnostic Design à l'entreprise bénéficiaire. La prestation ne pourra commencer que lorsque le contrat sera signé. Aucune prise en charge rétroactive ne sera possible.

Toute entreprise éligible peut bénéficier une seule fois d'un Diag Design.

## 2.3. Modalités de réalisation

La durée du Diagnostic Design est de 3 jours pour un service et de 4 jours pour un produit physique et doit être réalisé dans un délai maximum de 4 mois suivants la contractualisation avec Bpifrance.

L'ensemble des informations collectées dans le cadre du Diagnostic Design proviendra (i) d'échanges entre l'expert conseil et l'équipe dirigeante de l'entreprise, ainsi que l'ensemble des parties prenantes, et le cas échéant (ii) d'une visite de l'entreprise, (iii) des remontées et témoignages clients, (iv) des études et rapports sur un secteur, etc.

L'entreprise s'engage à assurer la disponibilité de son dirigeant et de tout membre de l'équipe de direction et/ou des collaborateurs estimés nécessaires à la bonne conduite des différentes phases du diagnostic et de l'élaboration des recommandations et/ou du plan d'action.

## 2.4. Modalités de clôture

Afin de clôturer la mission de conseil, l'expert assure :

- 1) La restitution de la mission au client ;
- 2) La restitution de la mission à Bpifrance en envoyant à l'adresse mail [diagdesign@bpifrance.fr](mailto:diagdesign@bpifrance.fr) les éléments de clôture suivants :
  - Le livrable de fin de mission ;
  - Le devis signé par l'entreprise et l'expert ;
  - La facture de la quote-part entreprise certifiée acquittée ;
  - La facture de la quote-part Bpifrance en indiquant l'adresse suivante :

**Bpifrance Participations**

**Accompagnement Innovation**

**6/8 boulevard Haussmann**

**75009 Paris**

La réalisation effective de la restitution par l'expert ainsi que l'envoi des documents de restitution à Bpifrance sont des prérequis au paiement de la facture de l'expert.

## 2.5. Régime d'aide(s) mobilisable(s)

L'intervention publique s'effectue dans le respect de la réglementation européenne en matière d'aides d'Etat (articles 107 à 109 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne).



Dans le cadre du diagnostic Design et pour les PME, le dispositif d'aide est pris en application du régime cadre exempté d'aides à la recherche, au développement et à l'innovation n° SA.111723, adopté sur la base du règlement général d'exemption par catégorie n° 651/2014 de la Commission européenne, publié au JOUE du 26 juin 2014, modifié par 2 les règlements 2017/1084 du 14 juin 2017 publié au JOUE du 20 juin 2017, 2020/972 du 2 juillet 2020 publié au JOUE du 7 juillet 2020, 2021/1237 du 23 juillet 2021 publié au JOUE du 29 juillet 2021 et 2023/1315 du 23 juin 2023 publié au JOUE du 30 juin 2023 et rectifié au JOUE du 31 août 2023».

Pour les ETI, les entreprises candidates sont soumises aux règles du règlement (UE) 2023/2831 relatif à l'application des articles 107 et 108 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux aides de minimis, conformément aux plafonds et conditions définis pour garantir la compatibilité des aides d'Etat avec le marché intérieur.

### **3. QUALITÉ ET DEONTOLOGIE**

La réalisation du Diagnostic Design s'appuie également sur des engagements qualitatifs que le dirigeant d'entreprise est en droit d'attendre de la part de l'expert conseil. Ces engagements s'appuient sur 7 principes fondamentaux.

#### **3.1. Compétences**

- Mettre à disposition toutes les compétences nécessaires à la bonne exécution de la prestation ;
- Assurer un devoir de conseil auprès du client tout au long de la mission ;
- Adapter ses honoraires à la mission proposée et au service rendu et ce, de manière réaliste.

#### **3.2. Confidentialité**

- Conclure un engagement de confidentialité avec le client ou prévoir une clause de confidentialité dans le contrat conclu entre l'expert conseil et l'entreprise bénéficiaire ;
- Ne pas divulguer les informations transmises par le client dans le cadre de la mission.

#### **3.3. Ethique professionnelle**

##### Vis-à-vis du client :

- Respecter les intérêts économiques du client ;
- S'engager à des pratiques commerciales loyales ;
- S'engager dans la réalisation de sa mission jusqu'à sa finalisation ;
- Travailler en toute transparence avec le client (devis, facturation, conditions générales de vente, frais annexes).

##### Vis-à-vis des confrères experts conseils et des consultants en général :

- S'engager à des pratiques saines et loyales aussi bien vis-à-vis des collaborateurs que des concurrents ;
- Ne pas enfreindre le droit de la propriété intellectuelle et ce, même si cela émanait de la volonté du client ;
- Ne fournir aucune production non rémunérée ou à un prix irréaliste ;
- Ne recevoir aucun avantage en dehors de la rémunération définie par le contrat.

#### **3.4. Conflits d'intérêts**

- S'assurer de l'absence de conflit d'intérêts préalablement au démarrage de la mission ;
- S'assurer de n'avoir aucun intérêt, à quelque titre que ce soit, chez le client ;
- Informer le client dans les plus brefs délais au cas où la prise de connaissance d'informations serait susceptible de générer des conflits d'intérêts, et plus généralement informer le client de toute survenance de situation qui pourrait interférer sur le bon déroulement de la mission et/ou qui risquerait de compromettre l'exécution objective de celle-ci.

#### **3.5. Relation client et gestion de projet**

- Informer dès que possible le client de tout retard ou incident ;
- Informer le client d'une mauvaise communication ou d'une incompatibilité avec celui-ci ;



- Fournir les livrables de la mission dans les conditions fixées au moment de la signature du contrat de prestations ;
- Adopter un regard critique face à la problématique client ;
- Lui communiquer toute erreur perçue, ne pas hésiter à remettre le projet en cause ;
- Signer un avenant en contrat, si une décision approuvée venait à être remise en cause ;
- Effectuer une mesure de la satisfaction client au cours d'un entretien à la fin de chaque phase de travail ;
- Fournir des traces écrites de toutes informations et décisions importantes transmises au cours du projet ;
- Fournir un compte-rendu approuvé par l'ensemble des parties à l'issue de chaque réunion projet.

### 3.6. Méthodologie

#### Rédiger une offre de prestation :

- Rédiger un devis détaillé qui explique la méthode proposée de manière précise ;
- Communiquer systématiquement les Conditions Générales de Ventes (obligation légale) et commenter les points importants ;
- Prévoir et commenter les aspects de cession des droits de propriété intellectuelle (droits d'auteur, marques, dessins et modèles, brevets...) ;
- Vérifier si le devis rédigé est conforme avec le besoin exprimé (en interne mais aussi avec le client).

#### Suivre l'offre de prestation :

- S'engager à la conformité des livrables vendus/délivrés ;
- S'assurer de la perception qualitative de la prestation par le client ;
- Respecter le planning établi (exception faite si le retard vient du client).

#### Structurer la phase de production :

- Adapter ses outils de communication à la mission ;
- S'assurer de la bonne compréhension du projet par le client ;
- Faire valider les différentes phases en interne et par le client.

### 3.7. Conformité

- Être à jour du règlement des cotisations sociales et fiscales ;
- Respecter le code du travail et le droit à la formation ;
- Disposer des assurances professionnelles ;
- Rapporter au client tout aléa portant atteinte aux éléments qui pourraient avoir été fournis par lui (perte, endommagement, etc.).