

2

**Enquête
sur
l'emploi**

0

**et les
salaires**

1

**du
design
interactif**

7

Salariés



Indépendants



Entreprises



Étudiants

**Enquête sur l'emploi
et les salaires
du design interactif
2017**

Méthodologie

***Designers interactifs* et Aquent ont mené une enquête sur la période étendue de janvier à mars 2017. Une première phase quantitative a permis de recueillir 1200 réponses. L'objectif était, à travers un formulaire simple et rapide à compléter, de fournir un panorama global de la profession en termes démographiques (âge, etc.), de niveau d'expérience, de métier et de salaire. Le formulaire, hébergé en ligne, a été rendu accessible sur les sites de *designers interactifs* et d'Aquent, par e-mail, à travers leurs newsletters respectives, ainsi que sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook et Twitter). Par la suite, une trentaine d'entretiens ont été réalisés afin d'approfondir certains points clés apparus avec le questionnaire.**

Les points clés de l'enquête

En 2017, l'activité du design interactif demeure toujours fortement concentrée dans la capitale. 64 % des designers interactifs exercent leur activité à Paris. Viennent ensuite la région Auvergne-Rhône-Alpes (33 %) puis les Pays-de-la-Loire (14 %). La proportion de femmes dans la profession reste stable avec environ deux femmes pour trois hommes.

Le design interactif est une profession jeune, dont les moins de 30 ans représentent 47 % des professionnels. La pyramide des âges montre, à ce titre, qu'on ne fait plus carrière en tant que designer après 40 ans. L'étude 2017 montre un très léger vieillissement des professionnels par rapport à 2016.

Le niveau d'étude reste élevé. Les

titulaires d'un bac +4 représentent 17% des professionnels et les titulaires d'un bac +5, 40 %. Les formations les plus citées en 2017 sont les écoles de design, l'université / les IUT, et les écoles multimédias. Comme en 2016, les Gobelins restent l'établissement le plus cité. L'École de Design de Nantes Atlantique monte au 2^e rang, devançant ainsi cette année l'École Multimédia.

Les salariés représentent 61 % des sondés contre 24 % d'indépendants (freelances, auto-entrepreneurs). 11 % d'étudiants et 5 % de dirigeants d'entreprises complètent la répartition.

L'expertise de design la plus représentée est le designer d'interfaces (46 %). Le design UX compte, quant à lui, 29 % des effectifs. Le trio de tête des domaines d'intervention des designers interactifs est le design graphique,

le design d'interfaces et le design UX.

Les salariés exercent majoritairement en agence (51 %), mais également chez l'annonceur (24 %) et dans les start-ups (14 %, en hausse de deux points par rapport à 2016). Ils sont de plus en plus nombreux à effectuer des formations (28 % cette année contre 22 % en 2016). 71 % d'entre eux gagnent plus de 30 000 € brut annuel. Ils sont néanmoins moins nombreux que l'an dernier à déclarer avoir été augmenté récemment : 34 % cette année contre 41 % en 2016.

Les designers indépendants exercent leur activité depuis plus de 10 ans pour 30 % d'entre eux. Le prix jour moyen déclaré augmente légèrement : pour 1/3 d'entre eux, ce prix jour est compris entre 400 et 499 € H.T.

Les micro-entrepreneurs bénéficient de conditions d'exercice moins favorables

que les indépendants : leur prix jour est à moins de 400 € pour 54 % d'entre eux. Ils sont cependant moins nombreux que l'an dernier à envisager de faire évoluer leur micro-entreprise vers un autre statut : 48 % cette année contre 73 % en 2016.

Les entreprises sont majoritairement de petites structures. 67 % d'entre elles ne comptent qu'entre 1 et 5 salariés. Elles tendent cependant à s'agrandir : 19 % ont entre 5 et 10 salariés contre 12 % en 2016, 15 % en compte plus de 10 contre 9 % en 2016. Elles sont désormais 23 % à faire un chiffre d'affaires de plus d'un million d'euros contre 9 % en 2016. Leur activité se définit essentiellement comme agence digitale (35 %) et agence de design (28 %). Parmi leurs domaines d'intervention, le design d'interfaces mobiles augmente significativement : elles sont désormais 48 % contre 35 % en 2016.

Le montant moyen H.T. facturé par prestation ne dépasse pas 20 000 € pour 72 % d'entre elles. Les compétences qu'elles signalent comme étant le plus en tension sont : le développement web et le management. En freelance, elles achètent des prestations de développement, de motion design et de D.A. digitale.

Enfin, la majeure partie des étudiants se destine au design UX (39 %) et 18 % au design d'interactions. Ils sont globalement optimistes quant à leurs perspectives d'emploi, 82 %, soit une hausse 8 points par rapport à 2016. À l'issue de leur formation, ils envisagent principalement de travailler en agence de design (21 %), dans des PME/PMI (20 %) et en agence digitale (19 %), alors que seulement 5 % pensent se lancer en freelance.

Sommaire

16 1 — Indicateurs globaux sur la profession

18 Grille des salaires

20 Chiffres clés globaux

30 2 — Les designers interactifs salariés

32 Verbatim

38 Chiffres clés des salariés

44 Point de vue des salariés

50 3 — Les designers interactifs indépendants

52 Verbatim

54 Chiffres clés des freelances

62 Point de vue de recruteur

68 Chiffres clés des
micro-entrepreneurs

80	4 — Les entreprises de design interactif
82	Verbatim
84	Chiffres clés des entreprises
100	Point de vue de recruteur
103	Point de vue des entreprises

106	5 — Les étudiants en design interactif
108	Verbatim
114	Chiffres clés des étudiants
118	Point de vue de recruteur
121	Point de vue des étudiants

1

Indicateurs globaux sur la profession

**Grille des salaires
des métiers
du design interactif
(montants bruts)**

UX DESIGNER

Junior : 28 000 – 35 000 €

Confirmé : 36 000 – 44 000 €

Senior : 45 000 – 70 000 €

Freelance : 500 – 800 € H.T./ jour

UI DESIGNER

Junior : 25 000 – 35 000 €

Confirmé : 36 000 – 50 000 €

**Senior : souvent,
évolution vers des postes
de head of design,**

DC, DA : 70 000 – 120 000 €

Freelance : 300 – 600 € H.T./ jour

DESIGNER D'INTERACTIONS

Junior : 25 000 – 35 000 €

Confirmé : 36 000 – 45 000 €

Sénior : 46 000 – 60 000 €

Freelance : 400 – 800 € H.T./jour

DESIGNER DE SERVICES

Junior : 30 000 – 40 000 €

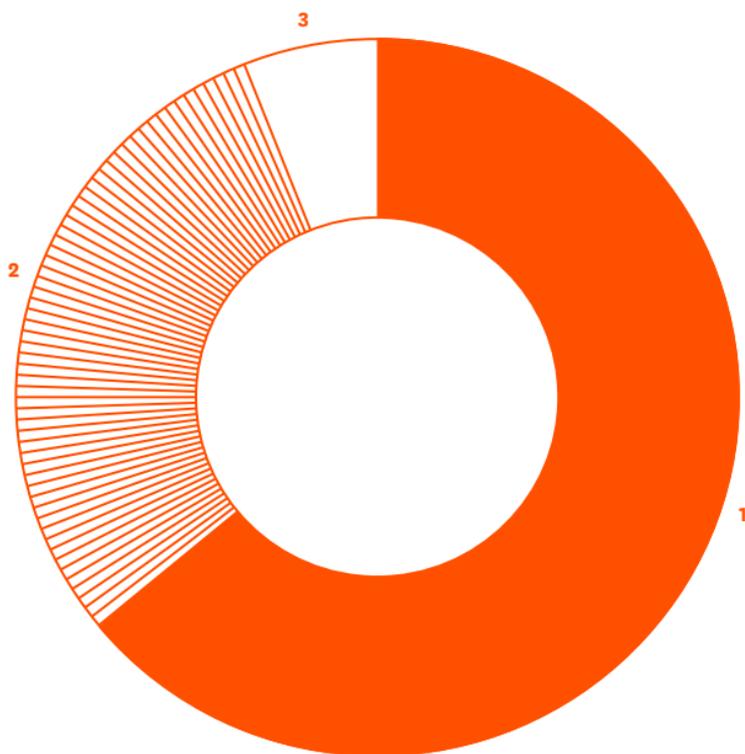
Confirmé : 41 000 – 60 000 €

Sénior : 61 000 – 80 000 €

Freelance : 700 – 1500 € H.T./jour

Indicateurs globaux sur la profession

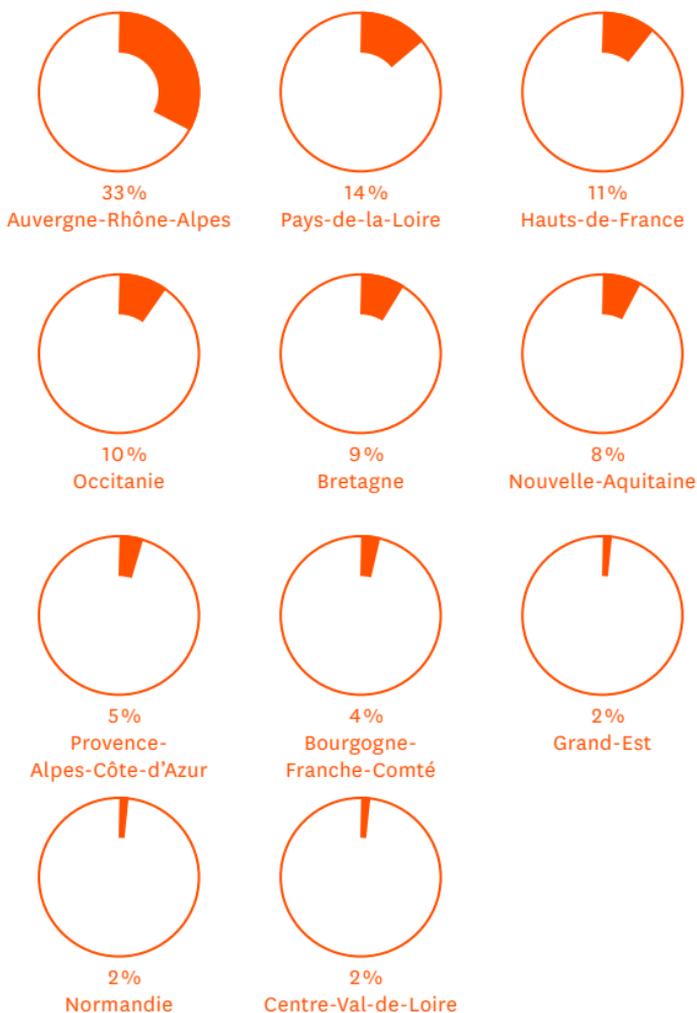
Répartition géographique



1	64%	Paris / Île-de-France
2	30%	En région
3	6%	À l'étranger

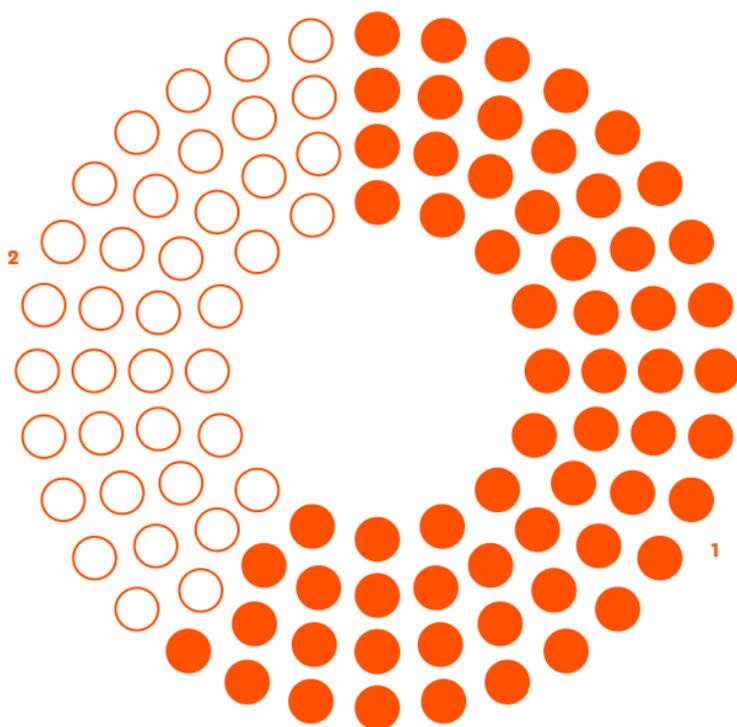
Indicateurs globaux sur la profession

Répartition en région



Indicateurs globaux sur la profession

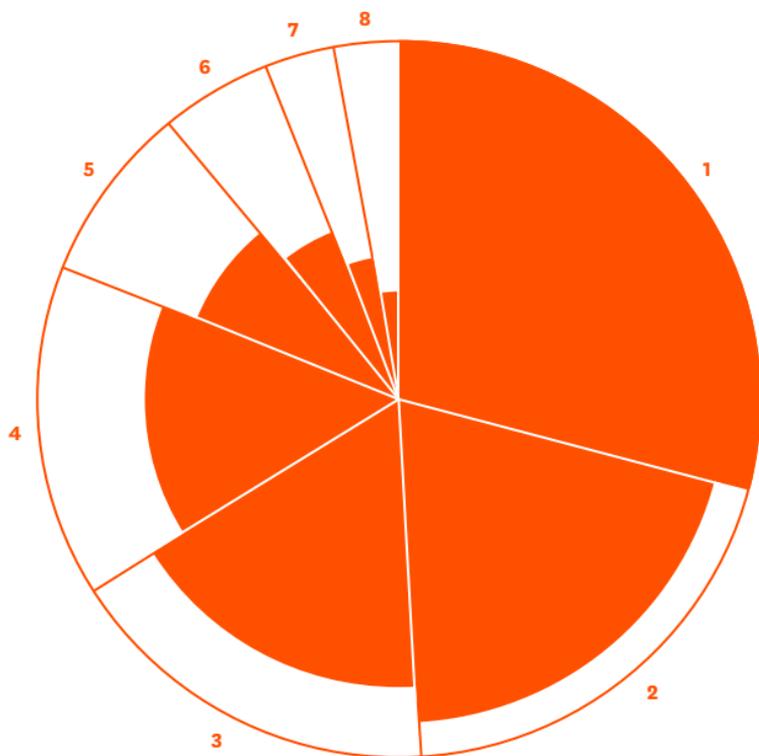
Répartition Homme / Femme



1 62% Homme
2 38% Femme

Indicateurs globaux sur la profession

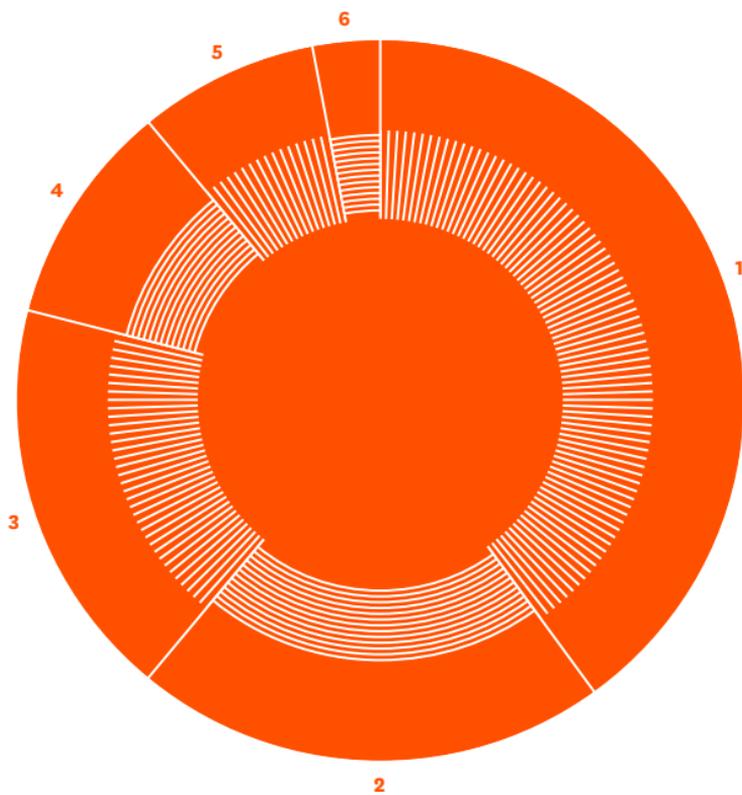
Répartition par âge



1	29%	26 - 30 ans
2	20%	31 - 35 ans
3	17%	36 - 40 ans
4	15%	21 - 25 ans
5	8%	41 - 45 ans
6	5%	46 - 50 ans
7	3%	Plus de 50 ans
8	3%	Moins de 21 ans

Indicateurs globaux sur la profession

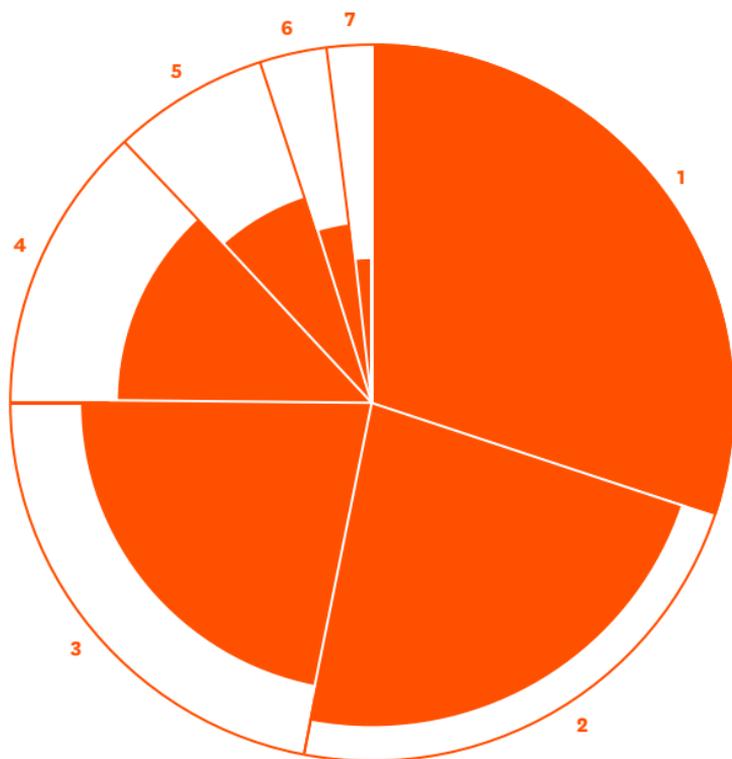
Niveau d'étude



1	40%	Bac +5
2	21%	Bac +3
3	18%	Bac +4
4	10%	Bac +2
5	8%	Au delà de Bac +5
6	3%	Bac

Indicateurs globaux sur la profession

Formations les plus citées



1	30 %	École de design
2	23 %	Université / IUT
3	22 %	École de nouvelles technologies / multimédia / internet
4	13 %	École d'art
5	7 %	Autre
6	3 %	École d'ingénieur
7	2 %	École de commerce

Indicateurs globaux sur la profession

Les écoles les plus citées



74%
Autres
établissements



7%
Les Gobelins



6%
École de design
de Nantes Atlantique



3%
L'École Multimédia



2%
Ensci-Les Ateliers



2%
Strate



2%
e-art sup



1%
IESA Multimédia



1%
HETIC



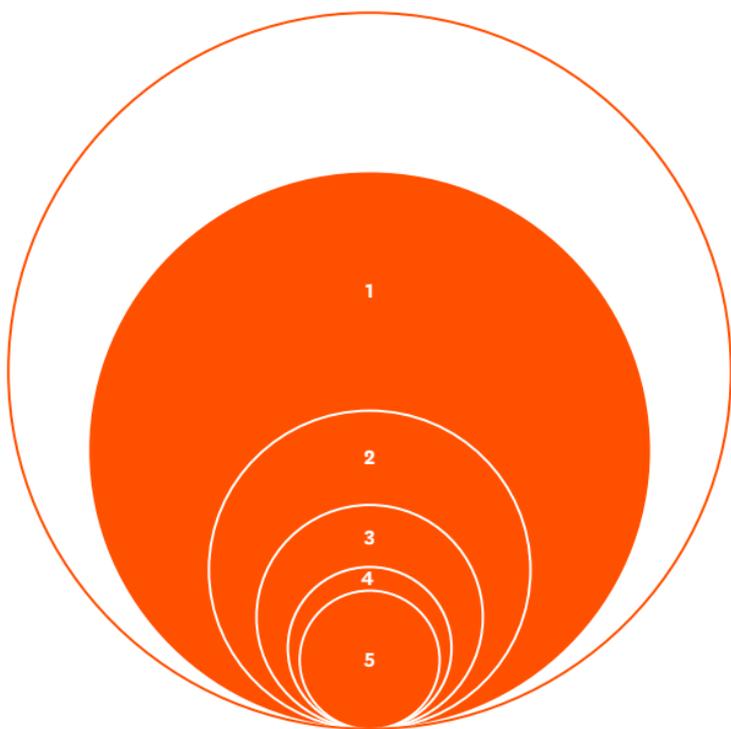
1%
ECV Digital



1%
ENSAMA
Olivier de Serres

Indicateurs globaux sur la profession

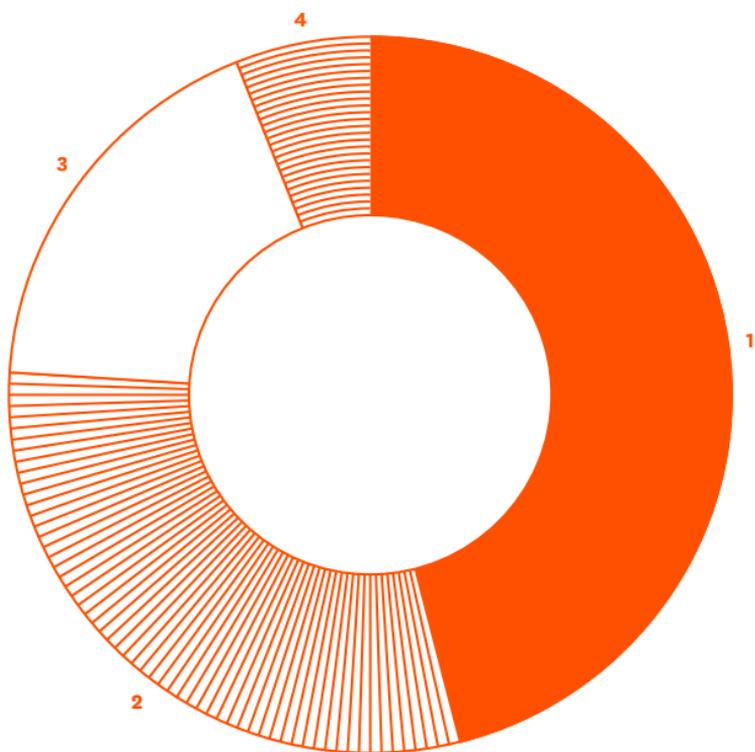
Modes d'exercice



1	61%	Salarié
2	20%	Freelance
3	10%	Étudiant
4	5%	Auto-entrepreneur
5	4%	Dirigeant d'entreprise

Indicateurs globaux sur la profession

Expertises principales



1	46%	Design d'interfaces (webdesigner, D.A. digital, UI)
2	30%	Design UX
3	18%	Autre
4	6%	Design d'interactions

Indicateurs globaux sur la profession

Autres domaines d'intervention



59%

Design graphique



53%

Design d'interfaces



48%

Design UX



47%

Ergonomie
des interfaces



40%

Design
d'interactions



17%

Autre

2

Les designers interactifs salariés

VERBATIM

**Comment voyez-vous évoluer
la demande de vos
clients en termes de design ?**

Le conseil UX prend de plus en plus d'importance : les fonctionnalités de guidage et d'accompagnement de l'utilisateur sont très demandées.

Les clients pensent de plus en plus connaître le design mais ils ont des références dépassées de 4-5 ans.

Plus de demandes d'ateliers, plus de demandes faisant le pont entre des objets, des lieux et des interfaces.

Les clients sont de plus en plus sensibles à l'expérience de l'utilisateur, et non plus seulement à l'aspect graphique.

Après une hausse des demandes sur l'UX depuis plusieurs années, ça se stabilise maintenant.

Il y a une plus grande demande d'UX en général mais qui inclut désormais des attentes en termes de méthodologie, et non plus seulement des livrables du type wireframe.

Moins de demandes de réalisations, plus de demandes de conseil.

La demande semble devoir se focaliser sur la notion de customer experience (CX) au point de se confondre avec celle d'UX en général.

Il y a beaucoup d'UX à toutes les sauces mais une réelle immaturité sur le cœur des compétences digitales requises pour initier et piloter un projet.

Les clients demandent de plus en plus de proximité avec leurs équipes. Ils souhaitent que nous travaillions de plus en plus chez eux et généralement, cela s'accompagne d'une « formation » à de nouvelles méthodes de travail.

Les niveaux de maturité sont maintenant très inégaux : cela nécessite de s'adapter constamment.

Les clients sont de plus en plus à la recherche d'une approche business qui permette d'innover. Le design stratégique est une solution.

La demande de design pour la réalité virtuelle est en plein essor.

Les clients comprennent de mieux en mieux la nécessité de faire intervenir un designer comme animateur et accompagnateur au changement de leur entreprise.

Une demande en expertise UX très forte, avec la mise en place de tests utilisateurs de manière beaucoup plus régulière.

On nous demande de plus en plus de faire des tests utilisateurs, des ateliers d'innovation (gamestorming, design thinking...), de les accompagner à conduire eux-même des activités de ce type.

Je vois trop de clients qui confondent Lead UX, Designer et Ergonome.

La demande de nos clients a varié ces derniers temps avec des missions de plus en plus courtes, des projets avec des budgets réduits, des projets plus « agiles » qui ne rendent pas forcément notre travail plus simple.

Des temps plus courts pour concevoir, mais de plus en plus d'intérêt pour les ateliers.

Les prestations UI / UX design sont de plus en plus absorbées à tort par les agences de communication qui n'ont pourtant pas de compétences en la matière.

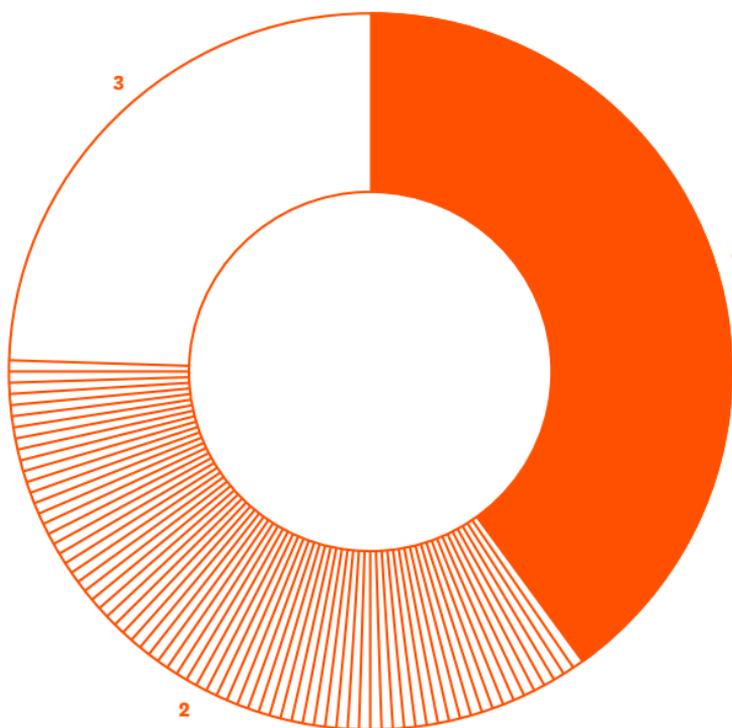
De plus en plus de demande sur la gamification des systèmes informatiques, ainsi qu'en design thinking.

On ne parle plus de design mais d'expérience. Pas non plus d'identité, mais de storytelling.

Une intégration de plus en plus poussée des différents supports de campagne et une vraie demande de conseil en marketing, pour élargir le business, en élaborant de nouveaux services ou en améliorant l'existant.

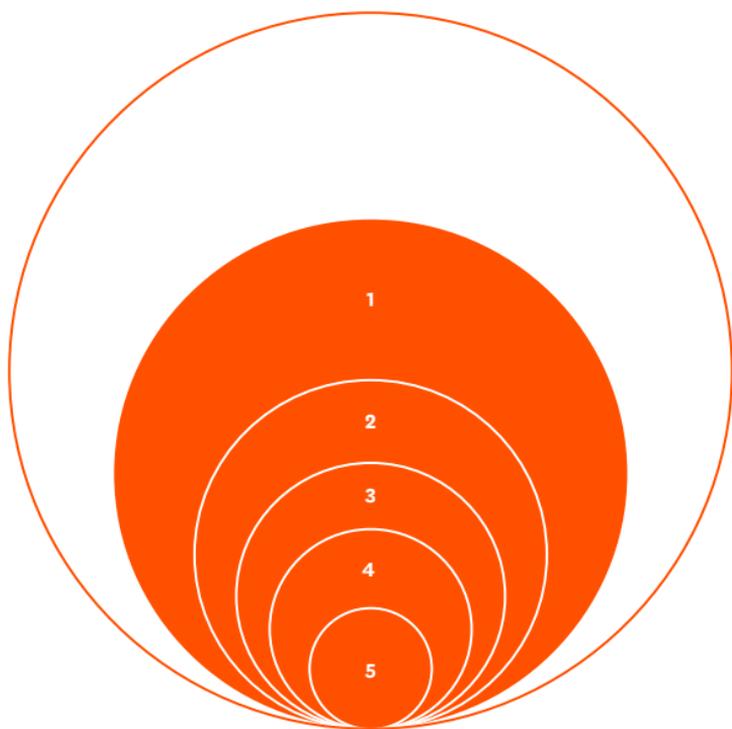
Les designers interactifs salariés

Niveau d'expérience



1	40%	Confirmé
2	36%	Junior
3	24%	Senior

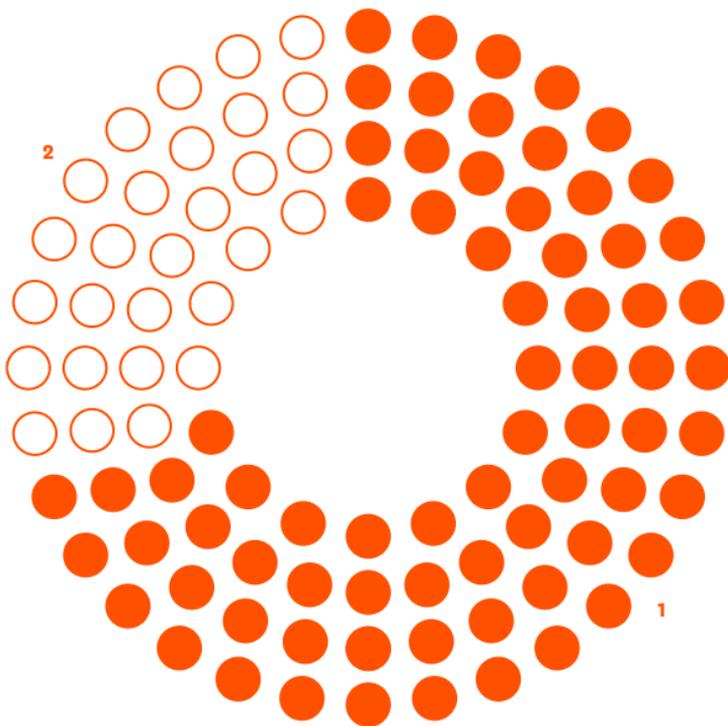
Types de structure



1	51%	En agence
2	24%	Chez l'annonceur
3	14%	Dans une start-up
4	8%	En agence intégrée chez l'annonceur
5	3%	Dans le secteur public

Les designers interactifs salariés

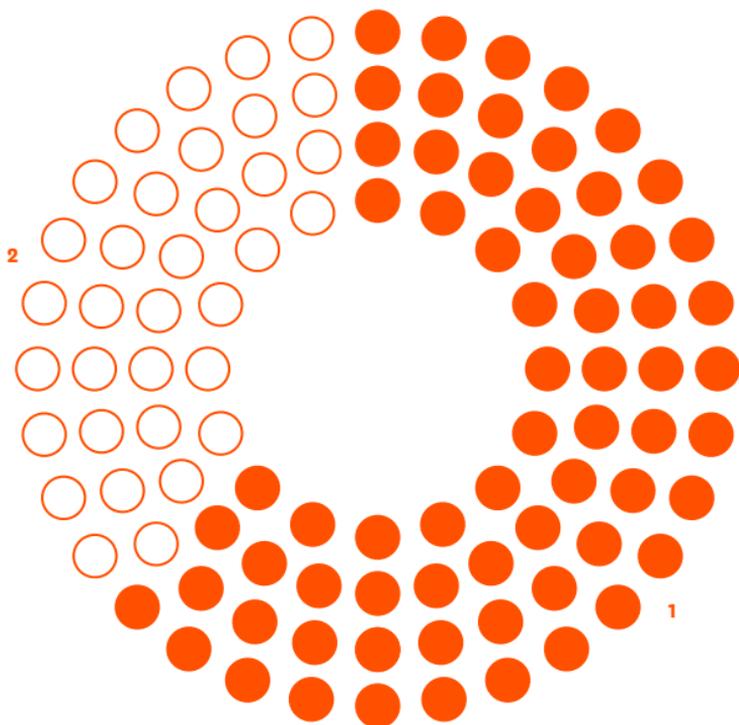
Part des salariés ayant effectué une formation
au cours de l'année écoulée



1 72% Non
2 28% Oui

Les designers interactifs salariés

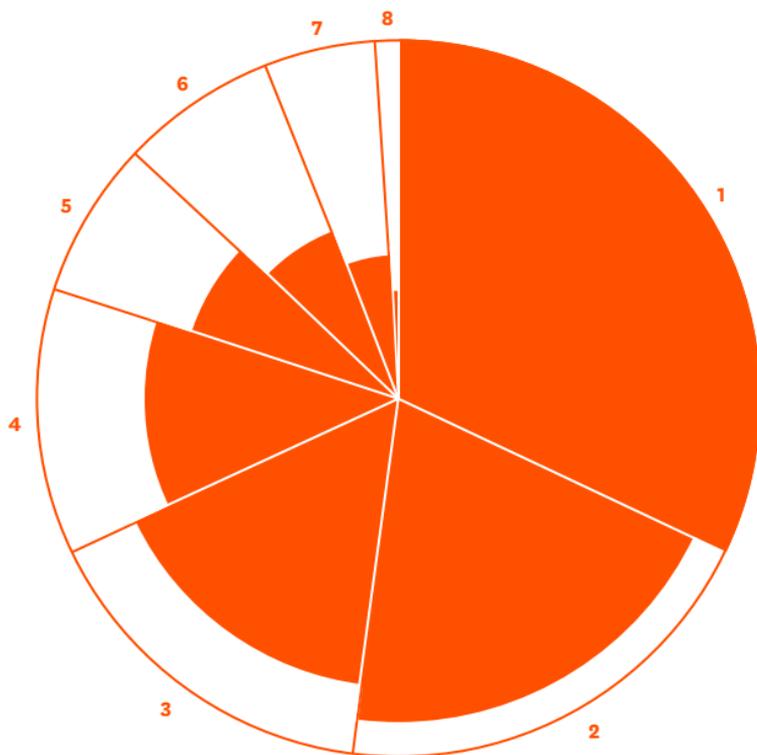
Part des salariés ayant bénéficié
d'une augmentation récente



1 66% Non
2 34% Oui

Les designers interactifs salariés

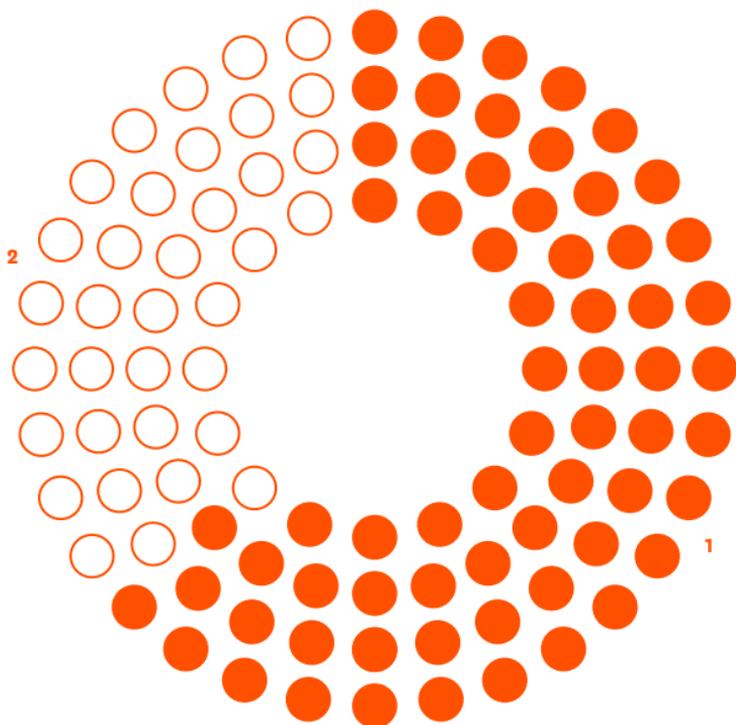
Rémunération annuelle



1	32%	De 35 000 € à 44 999 €
2	20%	De 30 000 € à 34 999 €
3	16%	De 45 000 € à 54 999 €
4	12%	De 25 000 € à 29 999 €
5	7%	Moins de 25 000 €
6	7%	De 55 000 € à 69 999 €
7	5%	De 70 000 € à 100 000 €
8	1%	Plus de 100 000 €

Les designers interactifs salariés

Part des salariés satisfaits de
leur situation professionnelle actuelle



1 65% Oui
2 35% Non

Le point de vue des salariés en agence

Un marché fleurissant

Le design interactif, s'il n'en est pas moins un nouveau domaine d'activité, a fortement évolué sous l'impulsion de la démarche UX qui a éclos depuis 5 ans, et attire de plus en plus de professionnels : *« Les méthodes ont évolué, notamment avec le design thinking. L'UX modernise l'ergonomie et ouvre de nouvelles portes. »*

Les recruteurs doivent composer avec la rareté des profils, notamment en UX, où les besoins sont très importants, mais où il est difficile de trouver des seniors qui auraient suivi un parcours spécialisé. Le domaine permet de monter rapidement en compétences, sur des pratiques de design connexes, voire en innovation. L'évolution professionnelle peut être relativement rapide pour les professionnels juniors.

Se former tout au long de sa carrière, un impératif

L'auto-formation est une activité continue pendant une carrière de designer interactif : *« La veille est obligatoire. On ne peut pas construire son socle de compétences seul, car les technologies n'ont de cesse d'évoluer ».*

Ce sont non seulement les technologies mais aussi les outils et les process qui changent constamment. Pour cela, les professionnels trouvent leur inspiration dans les nombreuses conférences qui se tiennent à Paris et en région, et ont recours aux MOOC, un mode de formation qu'ils plébiscitent.

Les apports du design, mal compris par les clients

L'effort de sensibilisation pour faire comprendre les apports de la démarche du design reste important pour les professionnels :

« En agence, on est entre designers, donc on se sent compris et on sait se faire comprendre. Mais il faut quand même faire pas mal de pédagogie avec les clients, bien qu'ils soient ouvert à l'innovation et à la transition numérique ».

L'une des difficultés soulignées par les designers salariés est l'absence de culture design des entreprises : *« Il y a un problème de culture par rapport au design en France, où celui-ci équivaut à faire du "joli" ».*

Les métiers du design interactif souffrent par ailleurs d'une vision souvent trop techno-centrée, inféodés à la technologie. Un designer rapporte ainsi que *« Dans les équipes, l'UX est assimilée à de la tech, alors qu'elle s'articule avec d'autres activités qui ne sont pas du design. L'UX répond aussi à des enjeux stratégiques et business. ».*

Des professionnels qui rêvent d'indépendance

Une part significative des professionnels salariés envisage de créer leur propre structure, forts de l'expérience qu'ils ont acquise sur le design interactif. Ils pensent ainsi pouvoir aider les autres entreprises à se professionnaliser en la matière. Pour ceux qui souhaitent poursuivre en tant que salariés, les agences spécialisées en UX sont le plus souvent plébiscitées, ce qui semble être un gage de pertinence et de sens : « Je souhaiterai intégrer des boîtes plus spécialisées où l'UX est vraiment au cœur des projets, où elle prend toute son importance et n'est pas simplement un mot à la mode ».

Le point de vue des salariés chez l'annonceur

La culture des entreprises encore peu perméable au design

La place du design en entreprise n'est pas encore acquise, même si est apparue une volonté de mieux en intégrer la démarche, d'après les professionnels qui travaillent chez l'annonceur.

« Le design n'est pas encore un pilier fondamental, contrairement aux Etats-Unis ou aux autres pays anglo-saxon, où l'approche learning by doing est répandue. En France, il faut que les gens travaillent avec nous pour comprendre. »

S'il existe une intuition des apports du design, la nécessité de convaincre et la justification de sa valeur ajoutée demeurent au premier plan. Beaucoup précisent qu'ils ont dû se battre en interne pour faire reconnaître la valeur de leur métier. Les nombreuses formes et modes d'intervention du design interactif sont difficiles à appréhender au sein de l'entreprise. *« L'intégration de l'UX au sein des équipes bouleverse l'organisation et les process mais apporte de la valeur »*, résume un designer.

Le travail de sensibilisation entrepris doit ainsi se poursuivre.

Confusion ou âge d'or du design interactif?

Le dynamisme du marché et la forte demande associée permettent au design interactif d'être aujourd'hui plus visible qu'il ne l'a jamais été. À titre d'exemple, les entreprises souhaitent massivement recruter des designers UX mais sans véritablement savoir ce qu'est l'UX. Ils cherchent un mouton à 5 pattes et les attentes sont souvent très différentes d'une entreprise à l'autre. Certains mettent en garde contre cette confusion : « Les entreprises veulent recruter un UX car c'est un terme à la mode, alors que quand on creuse un petit peu, on s'aperçoit qu'en réalité, ils cherchent plutôt un profil de DA ». Une majorité d'entreprises ne sont pas encore prêtes à mettre en place les conditions de travail nécessaires pour que les designers puissent travailler efficacement. Enfin, en dépit de la demande, les profils juniors ressentent une concurrence plus forte, ce que nous relaie l'un d'entre eux, découragé : « Le secteur de l'UX est très fermé pour les juniors. J'ai dû me battre, à tel point que j'ai décidé de changer de domaine ».

La formation continue, démarche indispensable

Veille quotidienne, conférences, workshops, formations courtes, les professionnels salariés multiplient les stratégies afin de rester dans la course. « On ne doit pas s'enfermer dans son propre secteur

mais regarder ce qui se passe autour de la robotique, l'intelligence artificielle, le big data et les autres avancées technologiques», nous confie un designer travaillant chez l'annonceur. Le design interactif est souvent associé à cette condition, celle de l'apprentissage permanent.

Indépendance, entrepreneuriat : des salariés en quête d'évolution

Comme les designers freelances, les designers salariés aspirent à une évolution professionnelle à court et moyen terme. Pour certains, l'indépendance offre la perspective d'une autonomie dans l'organisation de leur activité : *« Je souhaiterais devenir freelance quand j'aurai acquis suffisamment d'expérience. Je pourrai choisir mes clients et exercer mon métier avec les bons process. »*

D'autres, plus seniors, envisagent une évolution vers de nouvelles responsabilités : CXO ou Chief eXperience Officer. Ils ont aussi plus de difficultés à se projeter dans une carrière à long terme et ambitionnent de briguer des postes où la dimension managériale prend le pas sur le design. Ces seniors se projettent aussi dans l'innovation : *« Je souhaiterais devenir directrice de l'expérience utilisateur dans un grand groupe ou partir sur l'innovation, qui apporte davantage de compréhension technique ».*

3

Les designers interactifs indépendants

**Comment voyez-vous évoluer
la demande de vos
clients en termes de design ?**

*Plus standardisé sur le webdesign
à cause du responsive et moins de budget
à cause des CMS.*

*Davantage de prise en compte
de l'importance d'étudier les besoins
et usages des utilisateurs.*

*Les clients exigent de plus
en plus de compétences
mixtes entre l'UX et l'UI.*

*Moins de graphisme, plus
de solutions clés en mains (CMS).*

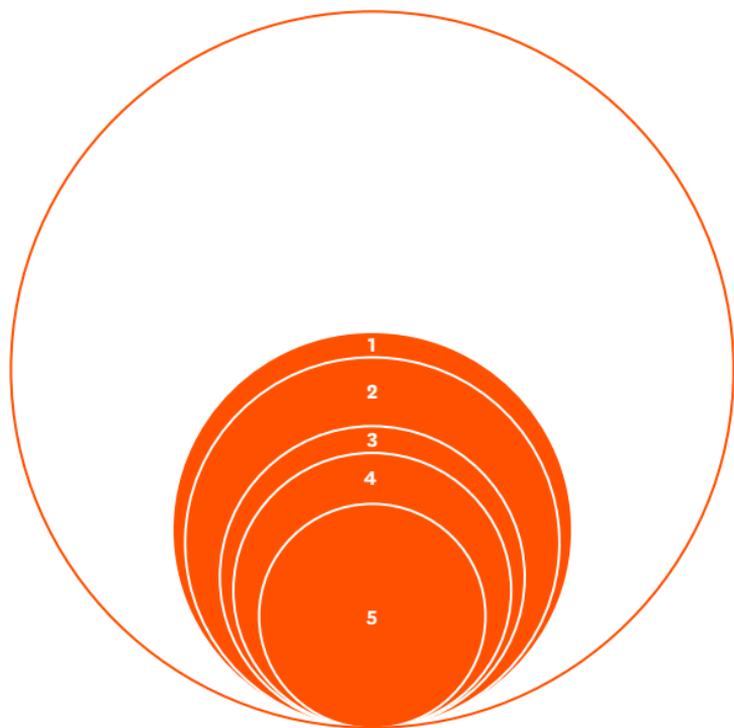
Délais plus courts, toujours plus de pédagogie et évidemment dans des budgets plus petits. En termes de design, moins de création, plus de mise en conformité.

Toujours plus de compétences à mettre en œuvre face à des cahiers des charges de moins en moins définis.

Une demande de plus en plus globale, nécessitant un spectre de compétences plus large.

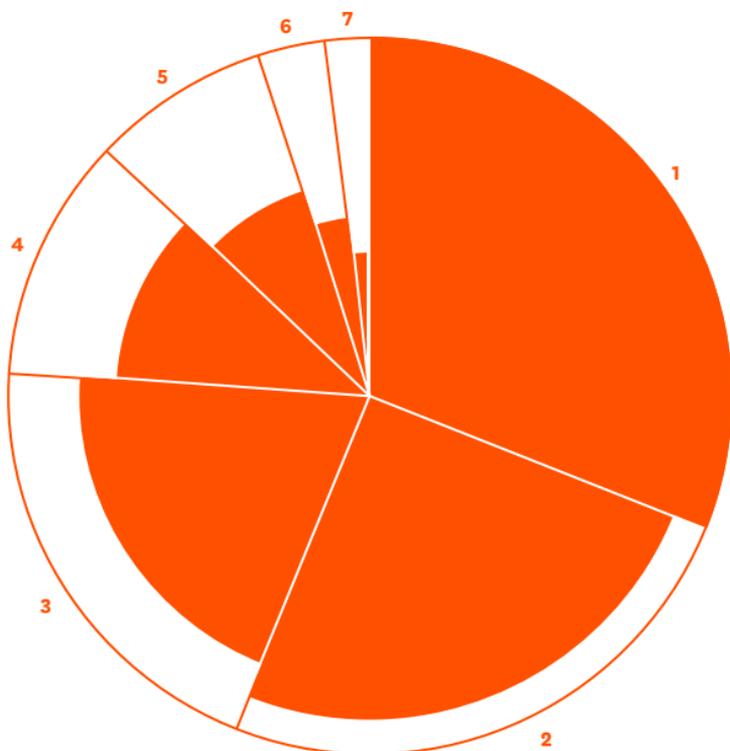
Les designers interactifs freelances

Ancienneté de l'activité des indépendants



1	30%	Plus de 10 ans
2	27%	Entre 5 et 10 ans
3	18%	Entre 1 et 3 ans
4	15%	Entre 3 et 5 ans
5	10%	Moins d'un an

Types de clients



1	31%	PME / PMI de moins de 100 collaborateurs
2	25%	Sous-traitance d'une agence
3	20%	Grande entreprise de plus de 5000 salariés
4	11%	PME / PMI de 100 à 5000 collaborateurs
5	8%	Start-up
6	3%	Autre
7	2%	Administration et collectivité territoriale

Les designers interactifs freelances

Honoraires journée H.T. en 2016



35%

De 400 à 499 € H.T.



32%

De 300 à 399 € H.T.



13%

Moins de 300 € H.T.



13%

De 500 à 599 € H.T.



4%

De 600 à 699 € H.T.



1%

De 700 à 799 € H.T.



1%

De 800 à 899 € H.T.



1%

Plus de 1000 € H.T.

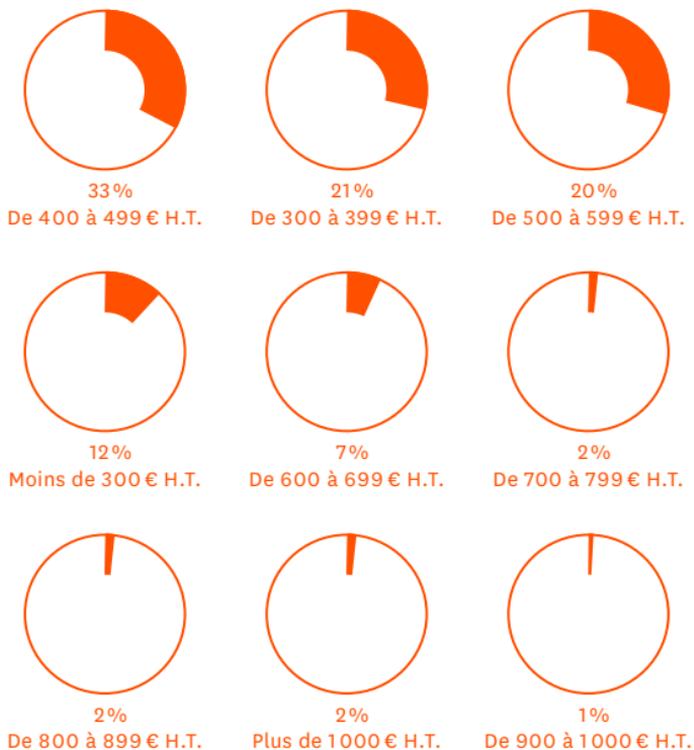


0%

De 900 à 1000 € H.T.

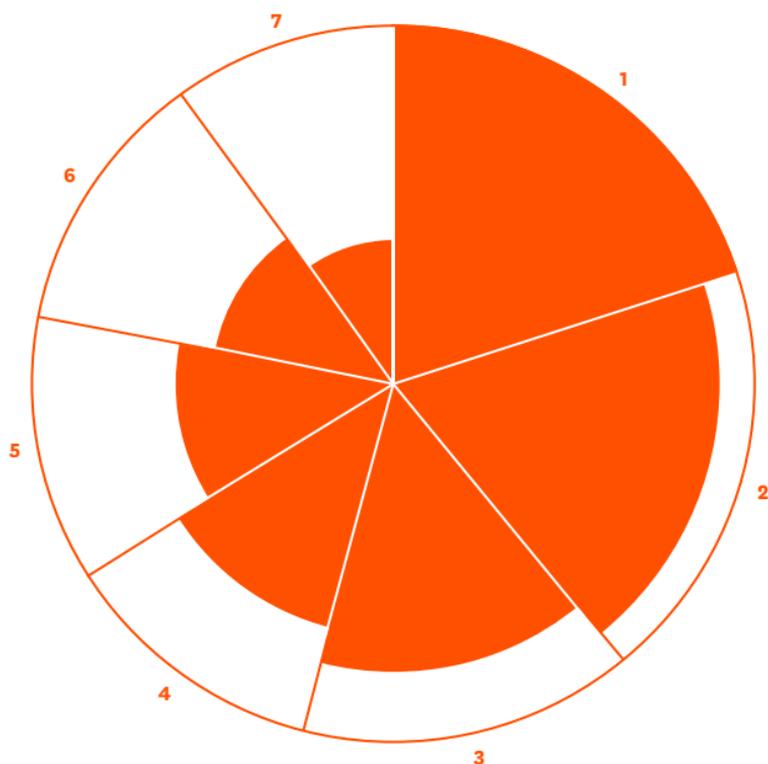
Les designers interactifs freelances

Honoraires journée H.T. en 2017



Les designers interactifs freelances

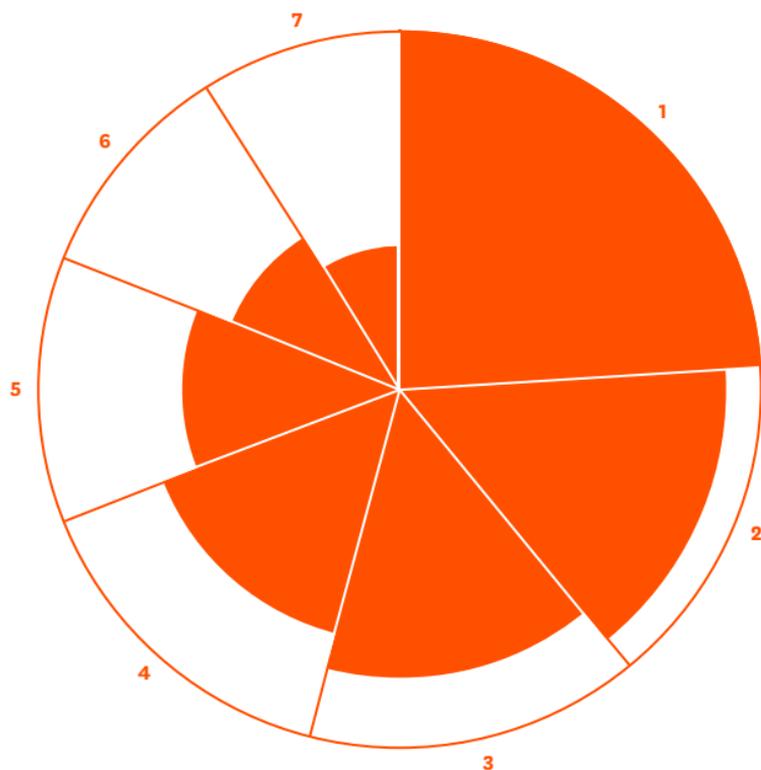
Chiffre d'affaires annuel brut moyen en 2016



1	20%	Moins de 20 000 €
2	19%	Entre 30 000 € et 39 999 €
3	15%	Plus de 70 000 €
4	12%	Entre 20 000 € et 29 999 €
5	12%	Entre 40 000 € et 49 999 €
6	12%	Entre 50 000 € et 59 999 €
7	10%	Entre 60 000 € et 70 000 €

Les designers interactifs freelances

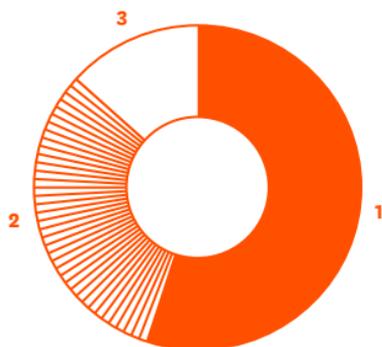
Chiffre d'affaires annuel brut moyen en 2017



1	24%	Plus de 70 000 €
2	15%	Entre 30 000 € et 39 999 €
3	15%	Entre 40 000 € et 49 999 €
4	15%	Moins de 20 000 €
5	12%	Entre 20 000 € et 29 999 €
6	10%	Entre 50 000 € et 59 999 €
7	9%	Entre 60 000 € et 70 000 €

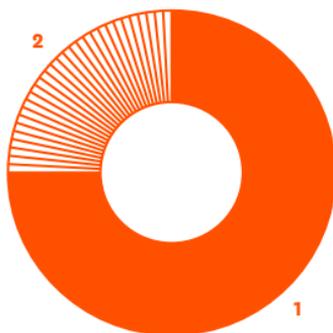
Les designers interactifs freelances

Pour l'année en cours le chiffre d'affaires devrait...



- | | | |
|---|-----|---------------|
| 1 | 55% | Rester stable |
| 2 | 32% | Augmenter |
| 3 | 13% | Diminuer |

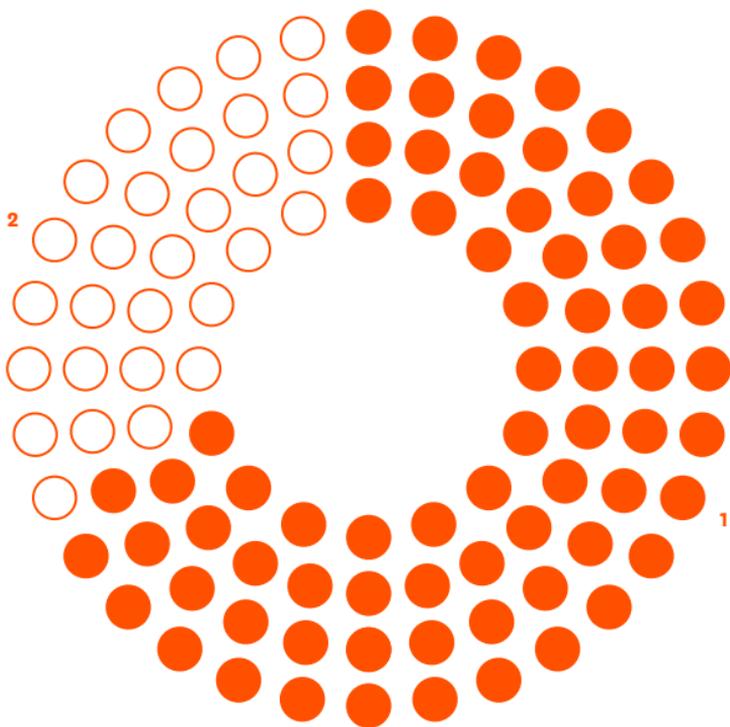
Part des indépendants ayant augmenté leur prix journalier récemment



- | | | |
|---|-----|-----|
| 1 | 75% | Non |
| 2 | 25% | Oui |

Les designers interactifs freelances

Part des indépendants satisfaits
de leur situation professionnelle actuelle



1 71% Oui
2 29% Non



« Donnez-vous
la chance
d'être à la pointe
de ce qui se
fait de mieux. »

Point de vue de recruteur, salariés et freelances : 3 conseils opérationnels de Marie Valette Hauchecorne, Agent de talents, Aquent

Apprendre, apprendre... et apprendre.

Se former en continu est LA compétence indispensable pour être, et rester, un expert du design interactif. Les technologies évoluent constamment, les méthodes et outils également. C'est pourquoi une mise à niveau régulière est vivement conseillée. Meet-ups, conférences, veille ou encore MOOC sont autant d'outils qui vous permettront de rester dans le coup.

Soyez acteur de votre parcours professionnel.

Prenez le temps de voir ce qui vous plaît réellement et ce qui vous donne envie de vous lever tous les matins. Salariés, faites le point sur votre évolution : si vous souhaitez acquérir des compétences managériales (stratégie) ou techniques. Freelances, n'hésitez pas à accepter des projets variés qui vous permettront de monter rapidement en compétences.

Travaillez également votre offre et votre positionnement sur le marché. Attention : ne soyez pas trop polyvalents car cela peut faire peur. Trouvez-vous des points d'expertises.

**Restez à la pointe en anticipant
les compétences indispensables
de demain**

Aujourd'hui, la maîtrise de Sketch, avoir des notions de code et de prototypage sont essentiels pour être un bon designer interactif. Mais ce ne sera certainement plus le cas demain. La réalité virtuelle a déjà fait son apparition et il n'est pas improbable qu'il s'agisse de la prochaine étape. L'expérience utilisateur étant globale (sonore, visuelle, olfactive, etc.), d'autres technologies innovantes feront prochainement leur apparition ; afin de ne pas rester sur le carreau, soyez à l'affût !

Le point de vue des freelances

L'UX, une activité devenue très visible et porteuse...

« Souvent, nous n'avons pas besoin d'aller chercher des missions. Elles viennent toutes seules ». C'est ainsi que se résume le quotidien de certains designers UX freelances, qui interviennent sur une diversité de missions et dans tous secteurs d'activité. La profession est portée par un réel intérêt des commanditaires de projets pour les problématiques de conception centrée sur l'utilisateur.

...Mais globalement mal appréhendés par les clients

Cet intérêt ne masque pas une autre réalité, celle de la demande : selon les designers freelances, les clients ont une mauvaise compréhension des attendus et de la démarche de l'expérience utilisateur. Ainsi, ils ne connaissent pas réellement ces métiers et se construisent généralement une vision déformée. Une lacune qui est dénoncée également par le pendant de l'UX, le designer d'interface utilisateur : « Il y a encore pas mal de dérives et les besoins exprimés sont trop larges. Par exemple, pour une mission d'UI, si il n'y a pas de cadrage de poste, on peut toucher à tout, même à ce qui ne fait pas partie de nos attributions initiales ».

L'un des autres problèmes récurrents rencontrés par les freelances est la temporalité des projets et la contradiction qui en découle. Les clients ne sont pas dans l'optique de bénéficier pleinement des apports du design : ils veulent « *tout, tout de suite* ». Cette attitude conduit les professionnels à se concentrer sur des solutions fonctionnelles, non satisfaisantes pour les clients, leur reprochant ainsi de ne pas innover.

L'expérience client, une approche remise au goût du jour

La démarche de l'expérience client a pris une réelle importance aux yeux des entreprises. Comme le résume un freelance, « *C'est une approche différente. Ils ont fait une bonne pub!* ».

Si UX et UI sont des métiers dominants aujourd'hui, leurs frontières sont encore floues, en particulier dans une activité indépendante. Les professionnels freelances sont conscients de la popularité de la démarche UX : « *On fait des wireframes depuis 20 ans. Il s'agit juste d'un nouveau terme, mais le travail est déjà fait, notamment avec l'apparition des applications mobiles par exemple* ».

Vers la banalisation de l'expérience utilisateur ?

Si l'on ne s'attend pas à un affaiblissement de la demande sur les métiers de l'UX et de l'UI, avec un utilisateur qui serait désormais placé au cœur du process, des améliorations se font attendre plutôt du côté des budgets alloués et de la planification des projets. Le pronostic de la fusion de l'expertise UX avec d'autres expertises est lancé : *« La demande client sera encore plus précise autour de l'utilisateur et sera intégrée dans tous les métiers, comme quelque chose de naturel. À tel point que le terme d'UX designer sera peut-être amené à disparaître au profit d'un Chef de projet ».*

Freelance, un statut et un mode de vie apprécié

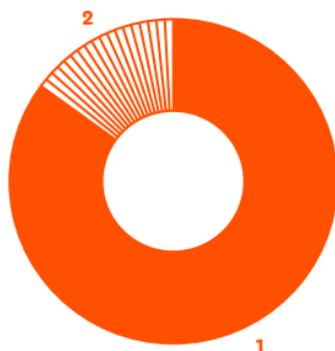
Concernant la spécificité du statut d'indépendant, les professionnels sont attachés à la fois à leur liberté et à la qualité de vie associée. Beaucoup ne se voient pas redevenir salariés, notamment lorsque leur activité freelance est établie. Certains envisagent de prolonger cette expérience dans l'entrepreneuriat : *« Je souhaiterais monter ma propre boîte, une agence ou entreprise digitale, mais dans le même secteur. Par contre, je me différencierai au niveau du discours, du service ».*

Cette liberté s'accompagne aussi d'une obligation, celle d'être à la pointe et de continuer à s'auto-former en permanence, en réalisant une veille quotidienne par exemple.

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

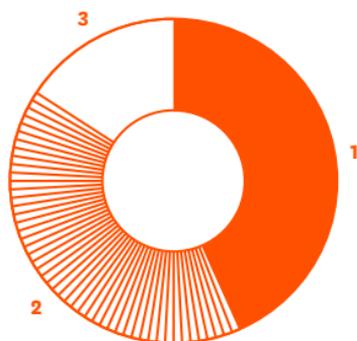
Diversification de la clientèle.

Les micro-entrepreneurs travaillent :



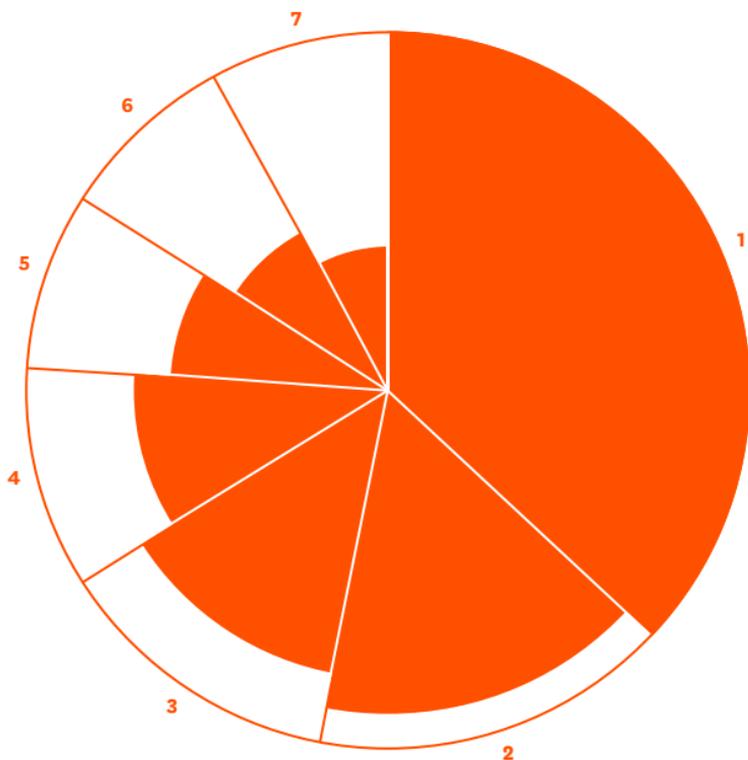
- 1 85% Pour le compte de plusieurs clients
- 2 15% Pour le compte d'un seul client

Activité du plus important client



- 1 43% Plus de 40%
- 2 41% Entre 20% et 40%
- 3 16% Moins de 20%

Types de clients



1	37%	PME / PMI de moins de 100 collaborateurs
2	16%	Sous-traitance d'une agence
3	13%	Start-up
4	10%	PME / PMI de 100 à 5 000 collaborateurs
5	8%	Administration et collectivité territoriale
6	8%	Autre
7	8%	Grande entreprise de plus de 5 000 salariés

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

Honoraires journée H.T. en 2016



56%
De 300 à 399 € H.T.



24%
Moins de 300 € H.T.



14%
De 400 à 499 € H.T.



5%
De 500 à 599 € H.T.



1%
De 600 à 699 € H.T.



0%
Plus de 1000 € H.T.



0%
De 700 à 799 € H.T.



0%
De 800 à 899 € H.T.



0%
De 900 à 1000 € H.T.

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

Honoraires journée H.T. en 2017



40 %
De 300 à 399 € H.T.



26 %
De 400 à 499 € H.T.



24 %
Moins de 300 € H.T.



5 %
De 500 à 599 € H.T.



5 %
De 600 à 699 € H.T.



0 %
Plus de 1000 € H.T.



0 %
De 700 à 799 € H.T.



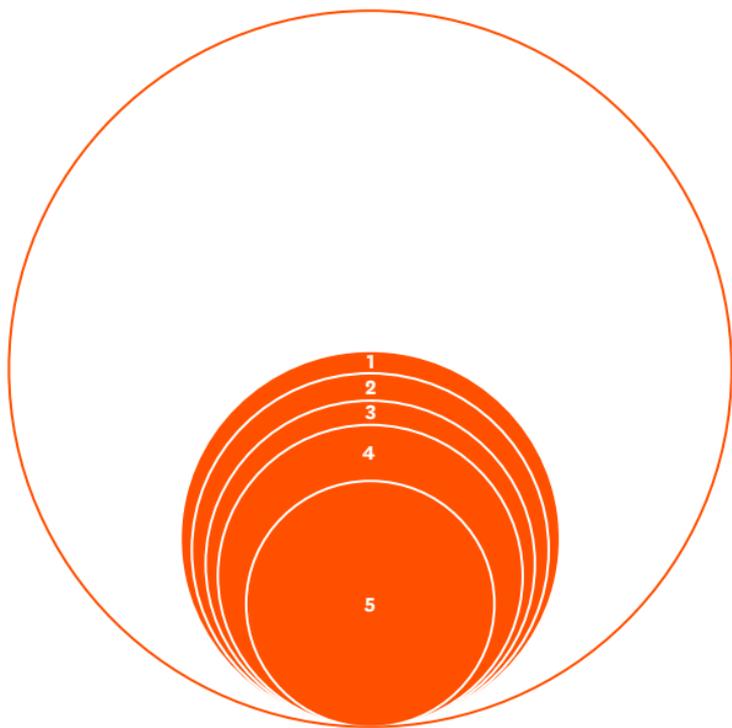
0 %
De 800 à 899 € H.T.



0 %
De 900 à 1000 € H.T.

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

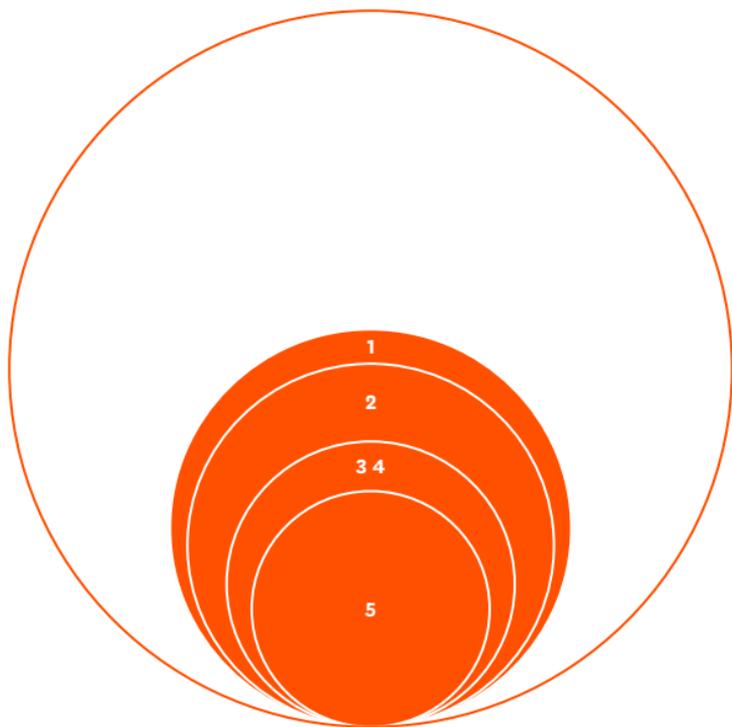
Chiffre d'affaires annuel brut moyen en 2016



1	26%	Moins de 5 000 €
2	23%	Entre 20 000 € et 29 999 €
3	21%	Entre 30 000 € et 32 600 €
4	18%	Entre 10 000 € et 19 999 €
5	12%	Entre 5 000 € et 9 999 €

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

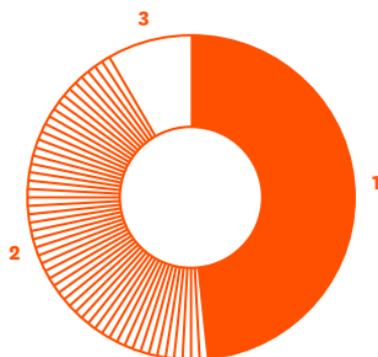
Chiffre d'affaires annuel brut moyen en 2017



1	31%	Entre 20 000 € et 29 999 €
2	26%	Entre 30 000 € et 32 600 €
3	16%	Entre 10 000 € et 19 999 €
4	16%	Entre 5 000 € et 9 999 €
5	11%	Moins de 5 000 €

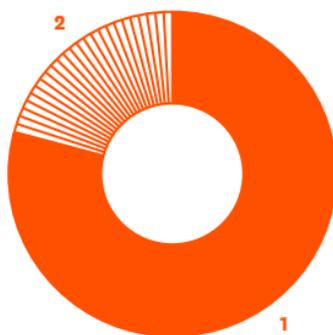
Les designers interactifs micro-entrepreneurs

Pour l'année en cours le chiffre d'affaires devrait...



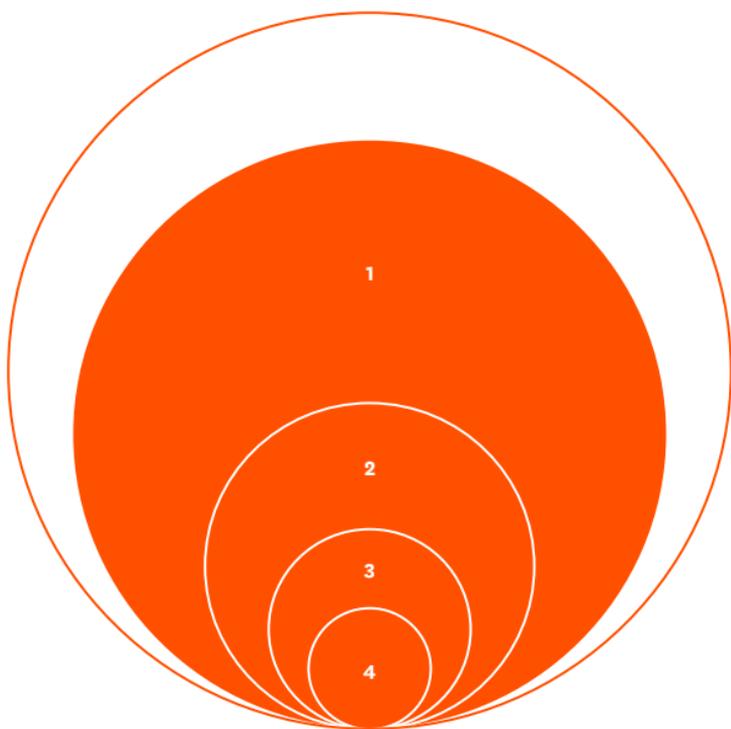
- | | | |
|---|-----|---------------|
| 1 | 48% | Rester stable |
| 2 | 44% | Augmenter |
| 3 | 8% | Diminuer |

Évolution récente du prix journalier



- | | | |
|---|-----|--------------------|
| 1 | 79% | Pas d'augmentation |
| 2 | 21% | Augmentation |

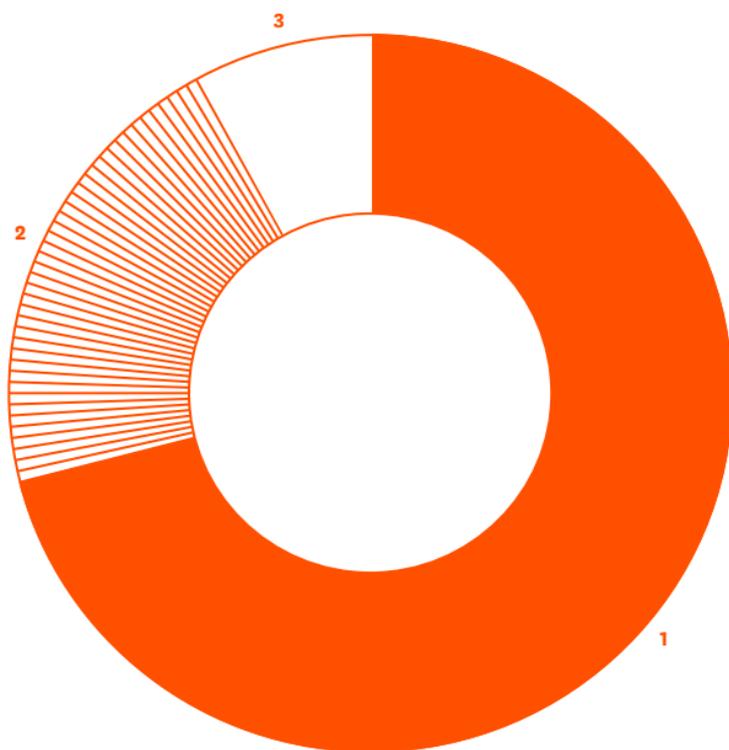
Activités parallèles



1	68%	Sans aucune autre activité
2	21%	Salarié
3	8%	Étudiant
4	3%	Fonctionnaire
5	0%	Retraité

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

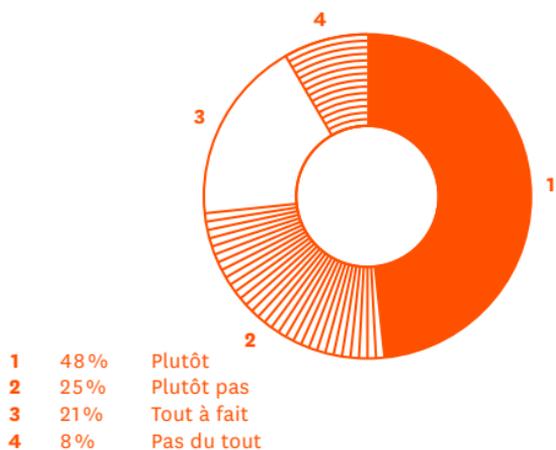
Statut des revenus générés



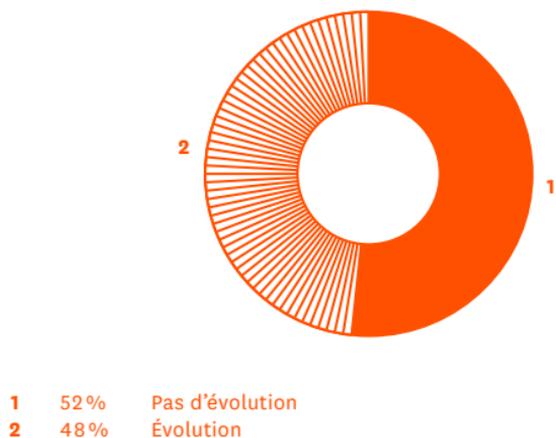
- 1** 71% Le revenu principal
- 2** 21% Un revenu complémentaire et indispensable
- 3** 8% Un revenu complémentaire mais pas indispensable

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

Bien-fondé du régime de micro-entrepreneur au regard de l'activité

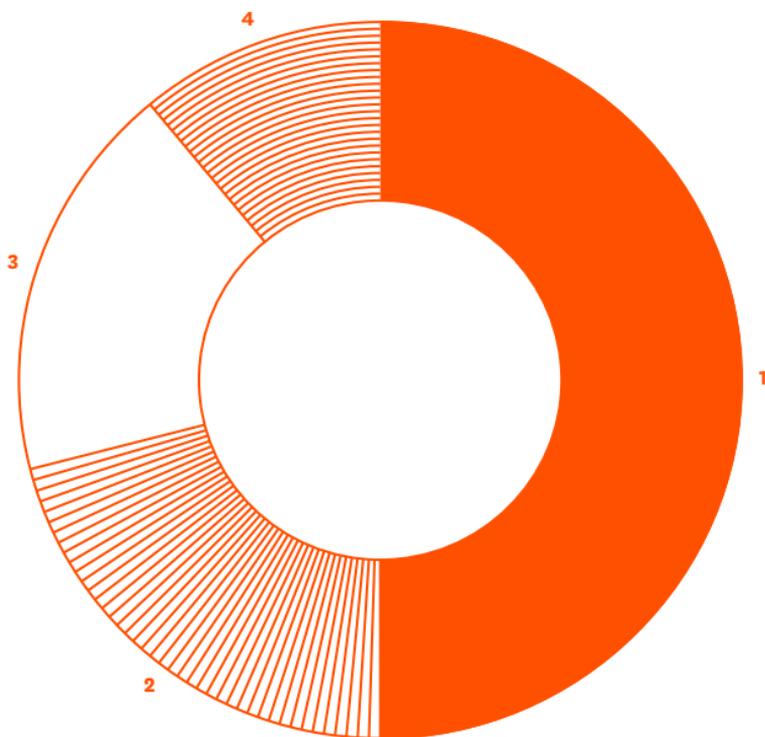


Part des micro-entrepreneurs envisageant une évolution vers un autre statut



Les designers interactifs micro-entrepreneurs

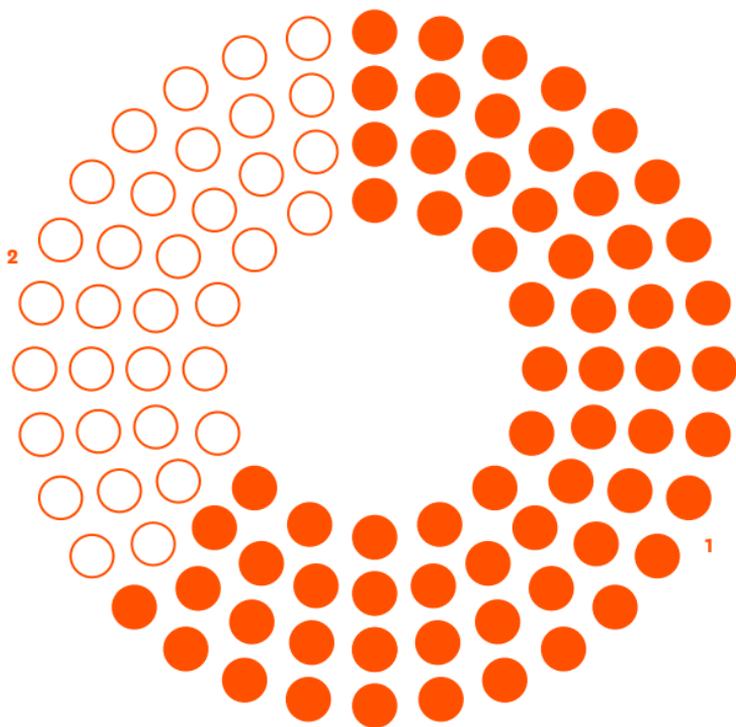
Si le régime de micro-entrepreneur n'avait pas existé, vous auriez...



- | | | |
|----------|-----|--|
| 1 | 50% | Choisi un statut d'indépendant (MDA, AGESSA, etc.) |
| 2 | 21% | Créé une entreprise |
| 3 | 18% | Choisi d'être salarié |
| 4 | 11% | Renoncé à cette activité |

Les designers interactifs micro-entrepreneurs

Part des micro-entrepreneurs satisfaits
de leur situation professionnelle actuelle



1	66%	Oui
2	34%	Non

4

Les entreprises de design interactif

Comment voyez-vous évoluer
la demande de vos
clients en termes de design ?

Les clients sont de plus en plus demandeurs d'éléments animés et d'interactions lors de la consultation du site. Ils ont besoin de sortir de leurs outils de bureautique austères pour utiliser des web-app jolies, simples mais complètes et multi-plateformes.

Aller toujours vers la fonctionnalité et l'essentiel, dans une optique de réduction des coûts.

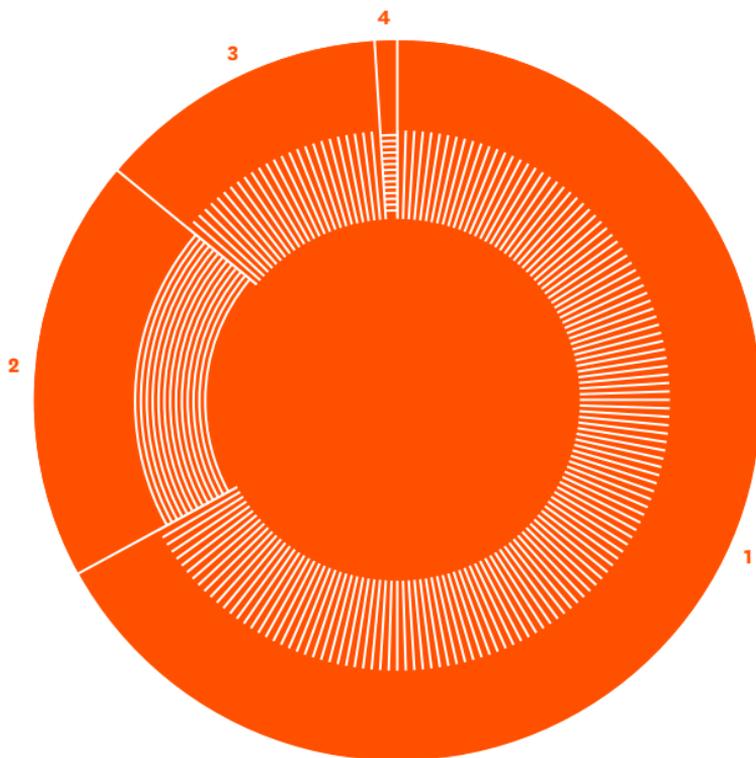
Les clients viennent de plus en plus avec des idées bien arrêtées en termes de design, ils ont beaucoup plus de connaissances qu'avant, mais ils nous font aussi beaucoup plus confiance.

Il y a clairement un engouement pour les missions d'UX, avec une vision trop réductrice de la valeur ajoutée de l'UI.

Moins de design, plus de conseil.

Les entreprises

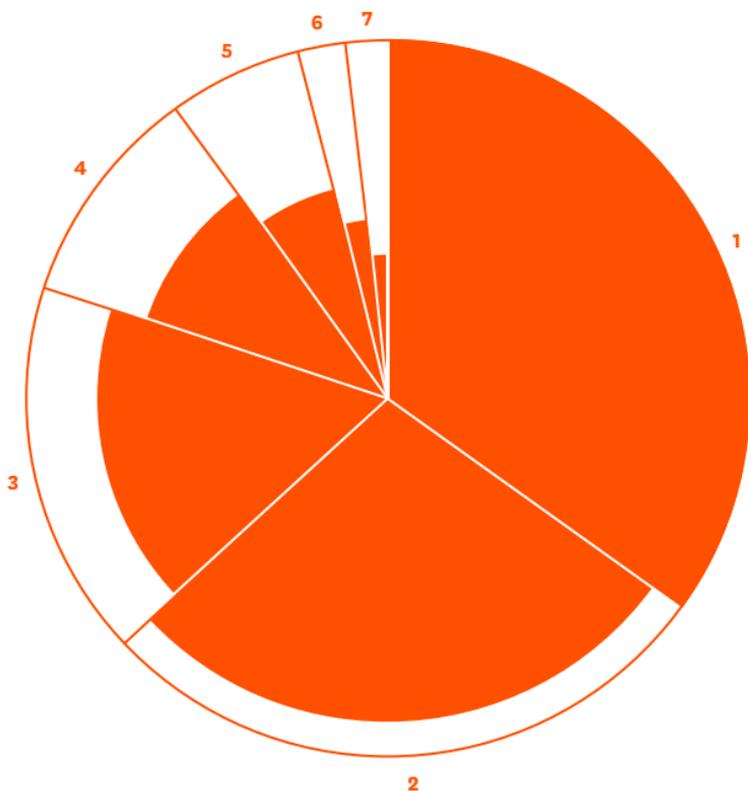
Nombre de collaborateurs



1	67%	De 1 à 4
2	19%	De 5 à 9
3	13%	De 10 à 49
4	1%	Plus de 500
5	0%	De 100 à 500
6	0%	De 50 à 99

Les entreprises

Types de structure



1	35%	Agence digitale
2	28%	Agence de design
3	17%	Agence de communication généraliste
4	10%	Studio de design intégré
5	6%	PME / PMI de moins de 5 000 collaborateurs
6	2%	Grande entreprise de plus de 5 000 salariés
7	2%	Start-up
8	0%	Agence de publicité

Les entreprises

Domaines d'intervention



70%

Design d'interfaces
web



48%

Design d'interfaces
mobiles



46%

Design graphique



44%

Design UX



41%

Développement
front-end



37%

Communication,
Marketing digital



35%

Design
d'interactions



33%

Développement
back-end



33%
Ergonomie
des interfaces



33%
Motion design



30%
Design de services



28%
Design d'interface
logicielle



24%
Communication
éditoriale



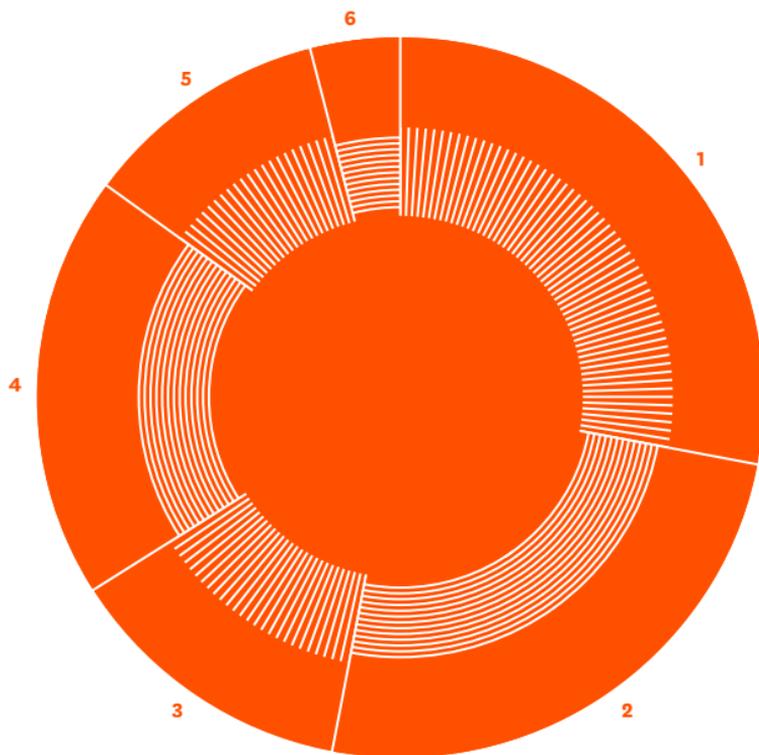
9%
Autre



2%
Design sonore

Les entreprises

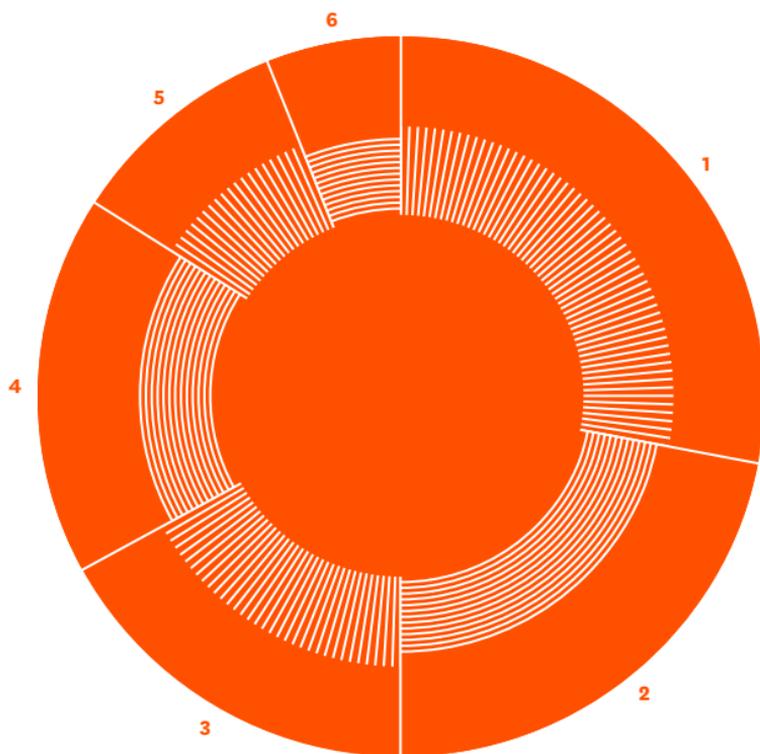
Montant moyen H.T. facturé par prestation



1	28%	Plus de 20 000 €
2	19%	De 10 000 € à 20 000 €
3	19%	De 2 000 € à 3 999 €
4	19%	De 4 000 € à 6 999 €
5	11%	Moins de 2 000 €
6	4%	De 7 000 € à 9 999 €

Les entreprises

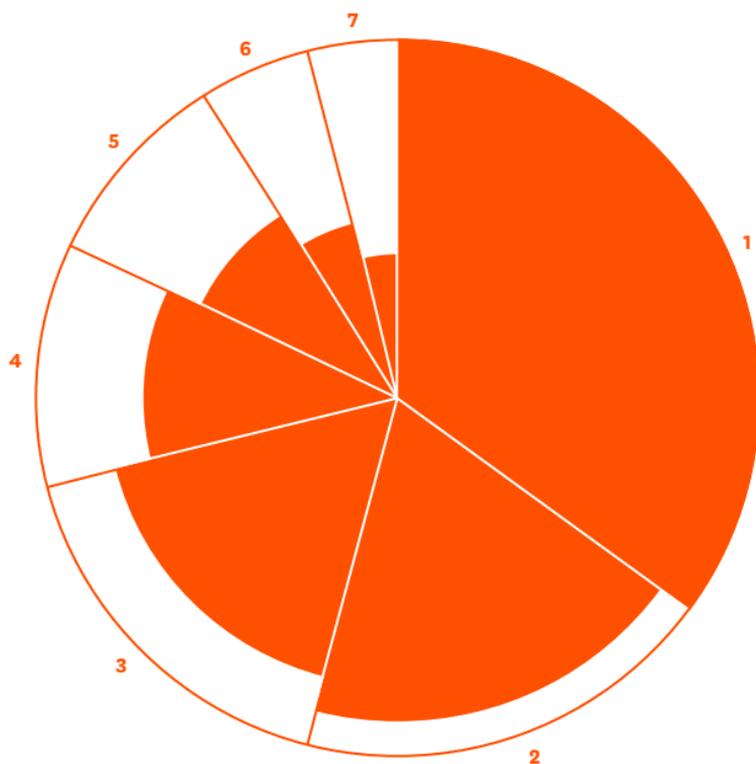
Chiffre d'affaires annuel brut moyen en 2017



1	28%	De 200 000 € à 499 000 €
2	22%	De 100 000 € à 199 999 €
3	17%	Moins de 100 000 €
4	17%	De 1 000 000 € à 5 000 000 €
5	13%	De 500 000 € à 999 999 €
6	6%	Plus de 5 000 000 €

Les entreprises

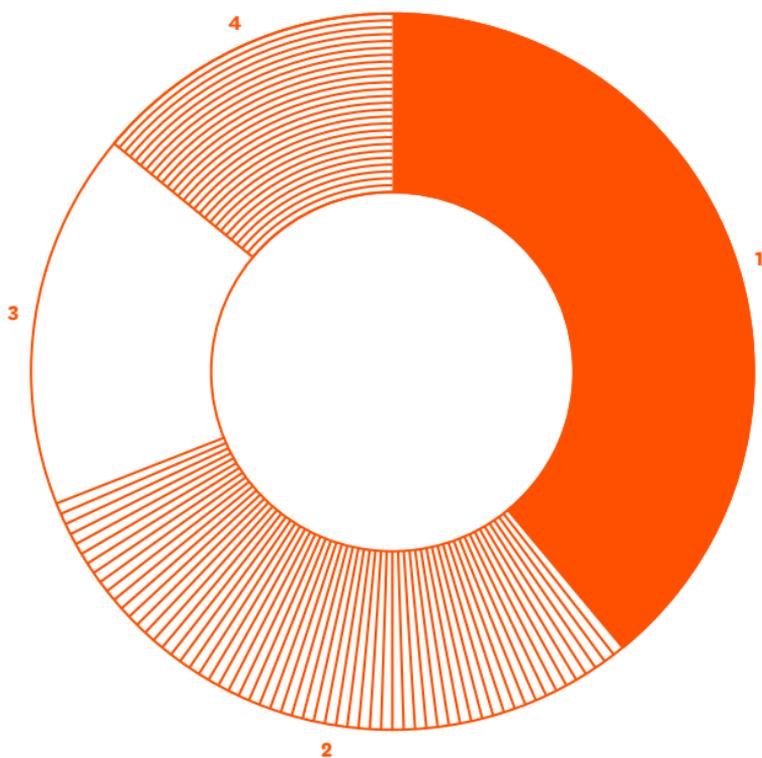
Types de clients



1	35%	Grande entreprise de plus de 5 000 salariés
2	19%	PME / PMI de moins de 100 collaborateurs
3	17%	PME / PMI entre 100 et 5 000 collaborateurs
4	11%	Administration d'une collectivité territoriale
5	9%	Sous-traitance d'une agence
6	5%	Autre
7	4%	Start-up

Les entreprises

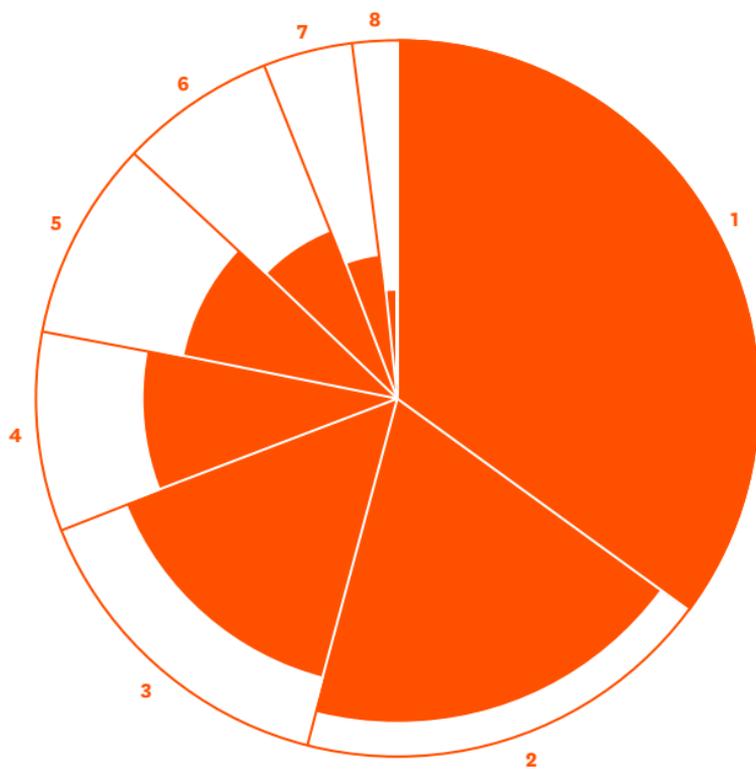
Expertises de design employées dans la structure



1	39%	Design graphique
2	30%	Design UX
3	17%	Design d'interfaces
4	14%	Design d'interactions

Les entreprises

Compétences faisant défaut dans les structures



1	35%	Commercial
2	19%	Développement web
3	15%	Management
4	9%	Conseil
5	9%	Gestion de projet
6	7%	Aucune
7	4%	Autre
8	2%	Design

Les entreprises

Expertises freelances les plus sollicitées



35%
Développeur web



17%
Motion designer



15%
D.A. digital



9%
Web designer



7%
Aucune



7%
Développeur front-office



4%
Chef de projet



2%
Consultant digital



2%
Designer UX



2%
Designer d'interactions

Les entreprises

Thématiques de formation privilégiées



20%
Design UX



15%
Gestion de projet



13%
Marketing



13%
Technique



11%
Management



11%
Réseaux sociaux



7%
Autre



4%
Aucune



4%
Designer d'interactions



2%
Designer graphique



0%
Designer d'interfaces

Les entreprises

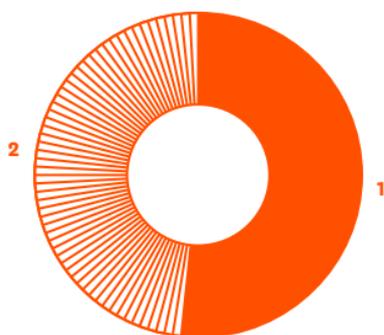
Part des dirigeants d'entreprise
satisfaits de leur situation actuelle



1 81% Oui
2 19% Non

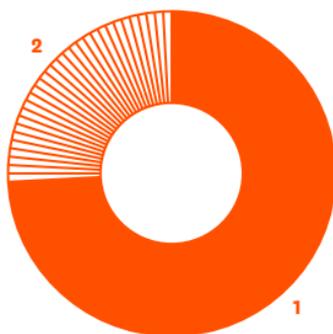
Les entreprises

Part des entreprises ayant recruté en 2016



1	52%	N'ont pas recruté
2	48%	Ont recruté

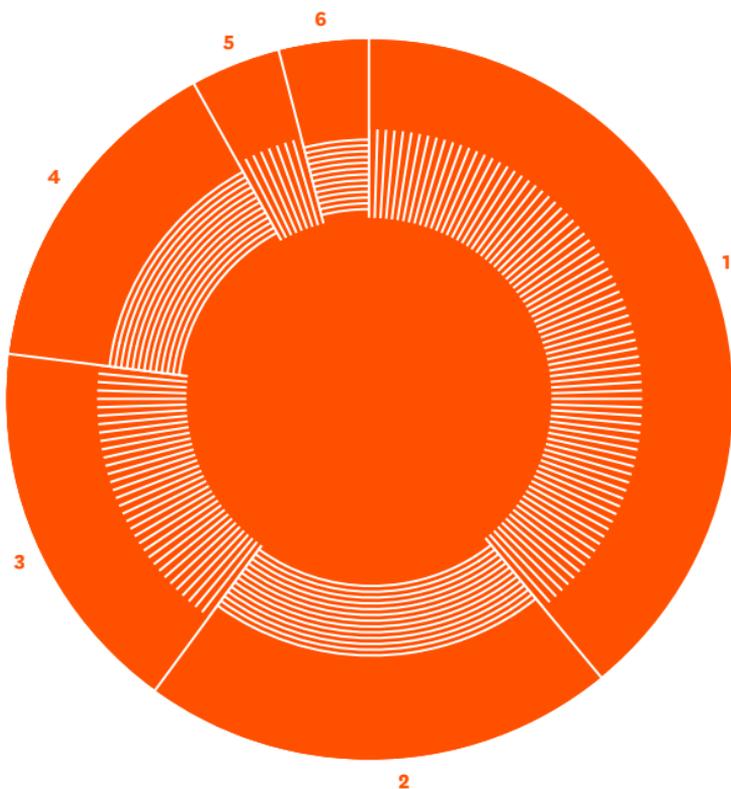
Satisfaction des entreprises en matière de niveau de formation de leurs collaborateurs



1	74%	Satisfaites
2	26%	Pas satisfaites

Les entreprises

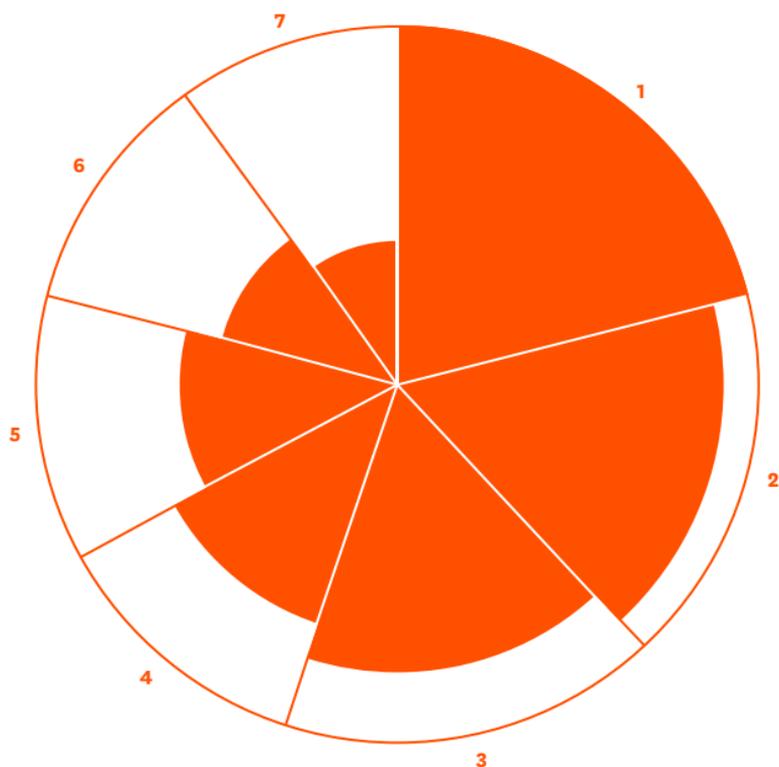
Types de profil recruté



1	39%	Développement web
2	21%	Autre
3	17%	Chef de projet
4	15%	Designer UX
5	4%	Designer d'interactions
6	4%	Designer d'interfaces

Les entreprises

Manque dans la formation des profils recrutés



- | | | |
|---|-----|--|
| 1 | 21% | Connaissance des entreprises |
| 2 | 17% | Gestion de projet |
| 3 | 17% | Technique |
| 4 | 12% | Capacité à travailler en équipe pluridisciplinaire |
| 5 | 12% | Management |
| 6 | 11% | Autre |
| 7 | 10% | Connaissance de nouveaux champs d'intervention |

Les entreprises

Les canaux de recrutement



24%
Bouche à oreille



24%
Réseaux sociaux
(LinkedIn, Facebook...)



20%
Job board,
site d'offres d'emploi



11%
Stage, contrat pro



7%
Cooptation



6%
Candidature spontanée



4%
Petites annonces
dans la presse



2%
Autre



2%
Cabinet
de recrutement



0%
Promotion interne



*« Pour attirer
les talents
du design
interactif,
inspirez-les ! »*

Point de vue de recruteur, entreprises : 3 conseils opérationnels de Ludivine Fauchille Réaut, Service Delivery Director, Aquent

**Pour attirer et fidéliser
vos futurs talents,
donnez-leur
accès à leurs rêves.**

Ce qu'ils recherchent, c'est avant tout la variété des projets, qu'ils soient innovants et « sexy ». La finalité même des métiers du design interactif est d'améliorer l'expérience globale de l'utilisateur. Donnez-leur la possibilité de créer quelque chose d'utile et offrez-leur les moyens pour délivrer : la réalisation de tests utilisateurs par exemple.

**Misez avant tout
sur le partage
et la collaboration.**

Les profils de designers interactifs ne cherchent qu'à apprendre. Ne les laissez donc pas s'endormir sur ce qu'ils font, bien au contraire. D'une part, ce n'est pas bon pour l'image de votre entreprise, et d'autre part, ce n'est pas bon pour leur développement professionnel (expérience, compétences).

Apportez-leur de l'inspiration et/ou laissez-leur du temps pour s'auto-nourrir (formations, meetups, conférences, MOOC, etc). Prenez-les donc en main, ils vous le rendront bien.

Pour recruter ces profils, sachez de quoi vous parlez.

Faites l'effort de comprendre leur secteur, leurs problématiques. Rien n'est plus frustrant ou rebutant que d'être face à quelqu'un qui ne connaît rien et à qui l'on doit expliquer et justifier l'apport de son travail. Ces profils sont rares et exigeants, mettez toutes les chances de votre côté. Faites de la veille (actualités), participez à des meet-ups/conférences, documentez-vous sur internet afin de voir à quoi ressemblent des projets de design interactif (en consultant des books par exemple).

Le point de vue **des entreprises**

Un spectre de compétences plus large

Le premier constat assez partagé au sein des entreprises, c'est qu'un spectre de compétences plus étendu qu'auparavant est désormais demandé aux designers, qui doivent faire preuve de plus de polyvalence dans leurs activités.

Les entreprises observent aussi que certains candidats disposent d'une véritable culture UX et UI mais manquent dans les faits d'expérience sur des projets concrets.

Le recrutement de profils adaptés (essentiellement UX et UI) nécessite des efforts considérables pour attirer et retenir les talents. Le décalage entre l'offre et la demande est notamment fréquemment souligné. Les entreprises jugent «surdimensionnées» les prétentions des candidats, conscients de la forte demande.

Mieux préparer les jeunes designers aux enjeux professionnels

En ce qui concerne la formation initiale de leurs collaborateurs, les entreprises font preuve d'esprit critique. Selon elles, les filières de formation restent trop généralistes, ou comme l'exprimait

une agence spécialisée UX/UI que nous avons interrogée, « sur le design d'interfaces, il n'existe pas encore de filière bien ancrée dans la discipline ». Les entreprises souhaiteraient que les écoles préparent mieux les futurs designers à se placer en situation professionnelle et que les candidats soignent davantage leur culture générale.

Monter en compétence sur le conseil

Les nouvelles compétences sur lesquelles les entreprises doivent progresser ou se préparer pour l'avenir sont surtout situées sur le plan stratégique. Design de services et design d'interaction sont notamment les plus fréquemment cités.

« Ce sur quoi nous souhaitons mettre l'accent, ce sont des profils plus pointus dans les domaines suivants : des designers d'interaction mixés avec des UI, des profils UI mais plus tech pour aller plus loin dans le prototypage et aussi des designers dotés d'une capacité d'analyse très forte. »

Améliorer la compréhension des apports du design

À la question de savoir si le design fait désormais partie de la culture de leurs clients ou de leur entreprise, les dirigeants que nous avons interrogés ne sont guère optimistes : « 10 % de nos clients sont conscients des apports du design, malgré une meilleure compréhension de sa démarche. Pour les autres,

cela reste une boîte noire ». Néanmoins, certains clients reconnaissent la nécessité d'être accompagnés sur le design. Selon un dirigeant d'agence, de façon globale, « il y a des degrés de compréhension qui diffèrent en fonction de la maturité et l'expérience du client. La résistance se trouve plutôt du côté du contexte que des personnes. »

Pour ceux qui ont entrepris un long travail de sensibilisation, les résultats sont plutôt encourageants et les interlocuteurs comprennent mieux les apports opérationnels, stratégiques et prospectifs du design.

Imaginer de nouveaux modes d'organisation des équipes et d'intervention du design

Comment les entreprises abordent-elles l'avenir de leur activité de design interactif ? Toutes sont unanimes sur le fait que la demande en design ne cessera d'augmenter à moyen et long terme. Les différents acteurs que nous avons interrogés souhaitent à la fois étendre leur périmètre d'intervention et se spécialiser sur de nouvelles expertises. Voire, expérimenter de nouveaux modes d'intervention, comme le placement de collaborateurs en régie, qui est assez peu courant pour le design. Ils souhaitent enfin répondre à des enjeux de décloisonnement entre les métiers, avec plus de transversalité. Beaucoup souhaiteraient ainsi pouvoir gérer la qualité de l'expérience de bout en bout, de la conception au déploiement final.

5

Les étudiants en design interactif

VERBATIM

**Estimez-vous être bien préparé
dans votre école à exercer
votre futur métier?
Pour quelle(s) raison(s) ?**

*La formation en alternance permet de
mettre rapidement un pied dans le monde
du travail.*

*Les intervenants sont en activité,
ce qui nous permet d'échanger et confronter
nos expériences.*

*De nos jours, les entreprises
demandent des spécialistes mais on nous
apprend à être des généralistes.*

*Des enseignements restant trop
théoriques, pas assez de projets concrets
préparant à une vraie vie professionnelle.*

Nous avons de bonnes notions aussi dans le marketing et les technologies, qui nous permettent de dialoguer avec les développeurs.

Les projets en groupe, fondés sur de véritables briefs, permettent d'apprendre en faisant.

Les cours de théorie et de pratique sont très accordés, ce qui permet de vraiment mesurer notre niveau de compétence dans le domaine.

Nous mélangeons théories et pratiques avec des entreprises partenaires.

VERBATIM

Comment vous voyez-vous dans votre avenir professionnel ?

Heureuse, passionnée, curieuse, innovante.

Travaillant dans l'innovation d'entreprises acceptant la démarche du design et souhaitant développer des produits pour leurs usagers.

Exercer dans une entreprise qui porte un projet et qui a du sens. Je penserai éthique, utilité et bien-être personnel pour choisir mon travail.

J'aimerais être en agence / studio pendant quelques temps et faire du freelance à côté.

Si les équipes non-ux se forment à ce secteur, ça sera plus facile d'apporter notre expertise et leader ce genre de projets avec un public concerné. Mais il reste quand même du chemin.

Pouvoir changer de sujets ou d'entreprises régulièrement.

Freelance. L'entreprise est une tare qui démoralise, démotive et surtout amoindrit les capacités.

Devenir designer d'interaction jusqu'à devenir directeur produit dans une agence spécialisée dans le digital.

Début agence ou startup.
Dans 5-7 ans, freelance,
nomade numérique.

J'ai envie, à la suite de
mon alternance en startup,
soit de monter la mienne,
soit d'acquérir une
expérience pro à l'étranger
(Canada, États-Unis).

J'espère pouvoir faire le métier que je
souhaite. Cependant, je pense avoir du mal à
trouver un emploi stable.

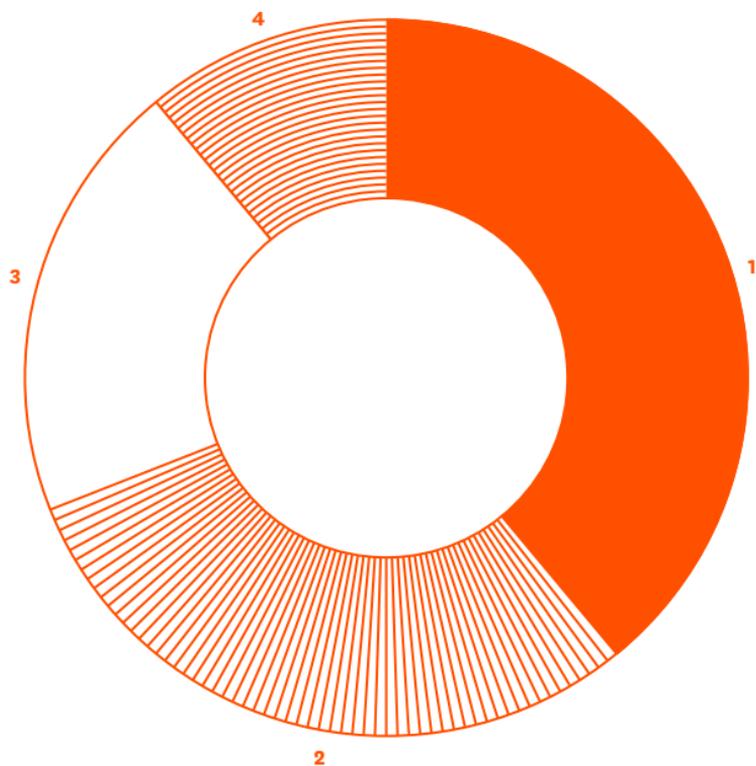
Monter un studio car être salarié et maltraité professionnellement, non merci. Au moins, je ferais ce que je veux de mon temps et avec les personnes que je veux.

Salariée dans une petite entreprise et petit à petit, me créer assez d'expérience pour être indépendante et monter mes projets personnels.

L'entreprenariat, ou mieux, l'intraprenariat me conviendrait je pense. Et pourquoi pas, après quelques années, monter mon agence.

Les étudiants

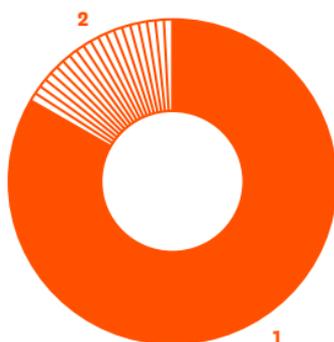
Métier envisagé



1	39%	Designer UX
2	30%	Autre
3	18%	Design d'interactions
4	11%	Design d'interfaces

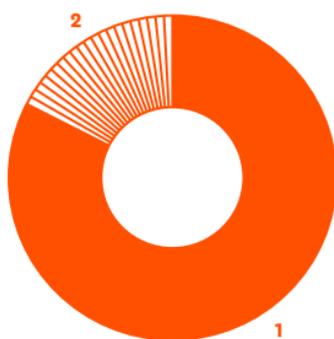
Les étudiants

Perception du niveau de préparation à leur futur métier par les écoles



1	83 %	Bien préparés
2	17 %	Pas bien préparés

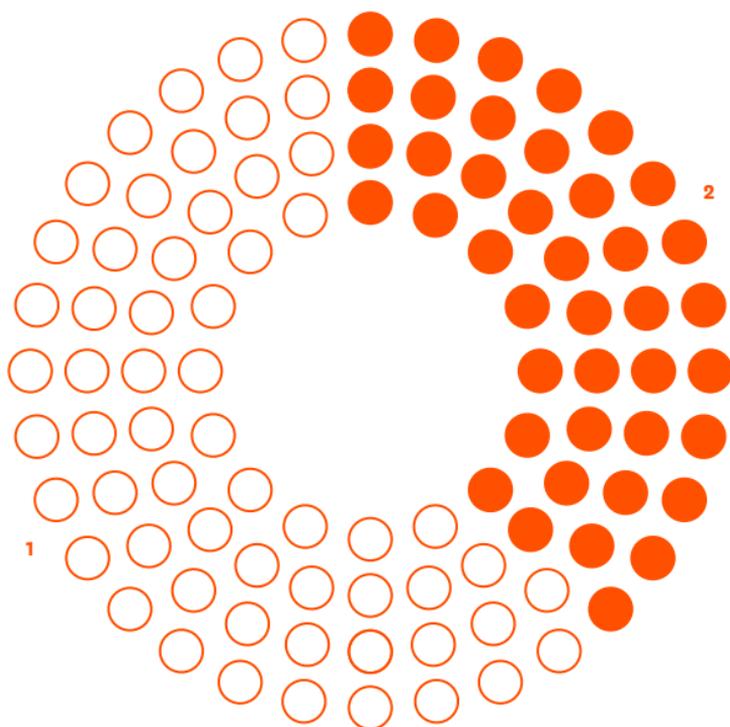
Perspectives d'emploi après les études



1	82 %	Confiants
2	18 %	Inquiets

Les étudiants

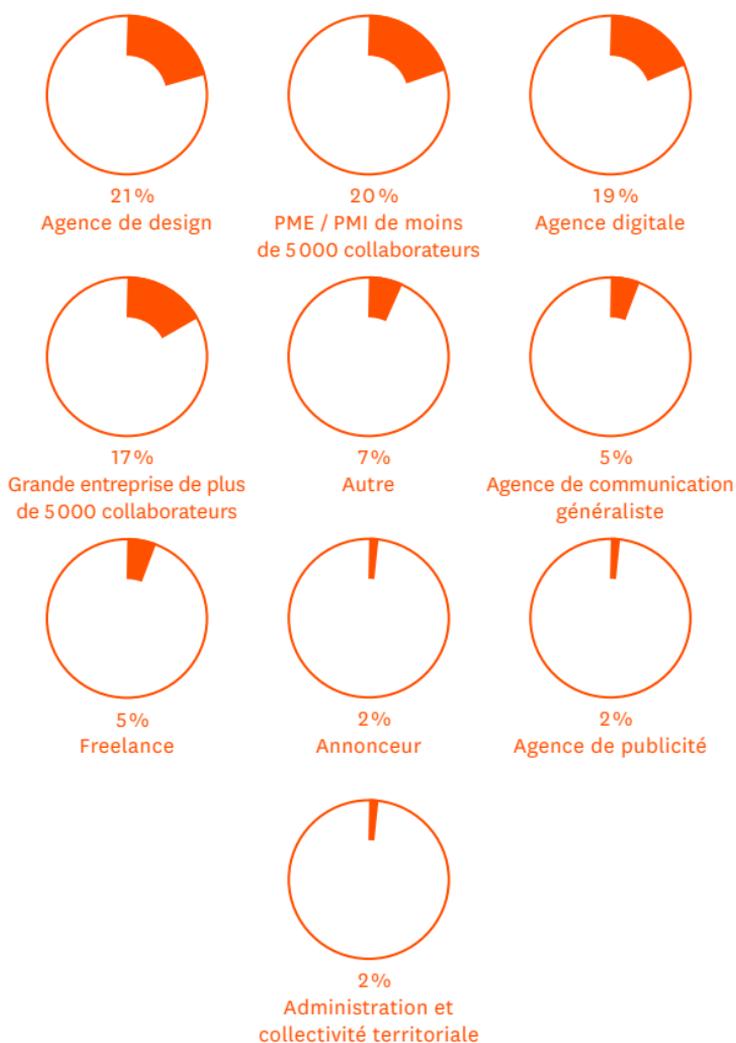
Part des étudiants ayant un emploi
en parallèle de leurs études



- | | | |
|----------|-----|---------------------------------|
| 1 | 59% | N'ont pas d'emploi en parallèle |
| 2 | 41% | Ont un emploi en parallèle |

Les étudiants

Attractivité des types de structure pour un premier emploi





*« Fixez-vous
des objectifs de
carrière. »*

**Point de vue de recruteur,
étudiants : 3 conseils
opérationnels de Ludivine
Fauchille Réaut, Service
Delivery Director, Aquent**

**Adoptez une vraie
stratégie de carrière.**

Faites un comparatif des écoles et choisissez celle qui vous offre les meilleurs enseignements théoriques et pratiques. Une école n'est pas nécessairement meilleure que les autres, tout dépend de ce que vous recherchez. Sélectionnez également vos stages avec soin car ce sont eux qui pencheront dans la balance lorsque vous serez à la recherche de votre premier job. Mettez à jour régulièrement votre book et présentez-le de manière claire et stratégique : ne présentez que vos 2 ou 3 meilleurs projets et gardez le meilleur pour la fin.

**Faites preuve de proactivité
et prenez de la hauteur.**

Les métiers du design interactif évoluent très rapidement. Certaines compétences et secteurs qui sont en vogue aujourd'hui céderont leur place à d'autres demain. Anticipez donc cette évolution afin de rester à la pointe. Comment ? En vous auto-formant. Il

est également important de toujours se remettre en question et se demander « comment améliorer l'expérience ». Pour cela, cultivez un profil évolutif : acquérir davantage de compétences stratégiques (management) ou techniques (compétences).

**Apprenez à
vous « vendre ».**

Les métiers du design interactif étant encore peu (re)connus, il est important de savoir être persuasif et convaincant, tout en restant humble. Cela est difficile, d'autant plus pour un junior. Mais croyez en vos projets.

Le point de vue des étudiants

Des parcours très diversifiés

Être étudiant en design interactif recouvre des réalités très hétérogènes. Certains poursuivent leurs études alors que d'autres choisissent de se reconverter (notamment en UX). Un fil rouge apparaît cependant : les étudiants plébiscitent la formation par alternance. Certains ont une première expérience professionnelle, parfois dans un domaine éloigné du design, quand d'autres ont des parcours moins linéaires.

Les clés d'une bonne intégration professionnelle

Les étudiants s'estiment plutôt bien préparés à entrer dans le monde professionnel. Ils valorisent particulièrement la capacité de leur école de les placer en situation réelle lors de projets en équipe ou par des workshops.

« Pour moi, une formation en design doit avoir un lien étroit avec le monde du travail. »

Peu dupes, ils soulignent aussi que la dimension fortement professionnalisée des formations comporte ses écueils, notamment des cours théoriques moins consistants. Mais, ils vantent par ailleurs la multidisciplinarité comme un vecteur important de réussite.

« Je pense que les écoles nous forment bien en nous poussant à apprendre par nous même, à être curieux dans tout les domaines. »

La qualité des enseignements et l'accompagnement pédagogique sont bien sûr cités mais de façon moins appuyée.

Des perspectives d'emploi prometteuses et des questionnements

Le moral des étudiants est au beau fixe, grâce au dynamisme du marché de l'emploi dans les métiers du digital. Pour eux, la réputation de leur école, l'ouverture à différentes compétences de design, la reconnaissance de leurs compétences et les sollicitations anticipées des entreprises offrent autant de raison d'être confiants.

« On me propose régulièrement des opportunités, trois ou quatre emplois depuis le début de mon alternance : l'UX semble très en vogue. »

Leurs très bonnes perspectives d'emploi sont tout de même légèrement assombries par la réalité du marché, quand bien même ils se positionnent sur une expertise porteuse. Un étudiant confie qu'il a « un grand doute sur toutes les annonces qu'il consulte. Beaucoup d'entreprises recherchent des UX en demandant des compétences d'UI (designer d'interface). »

En parallèle, certains s'interrogent sur la possibilité de concilier leurs valeurs et celles de l'entreprise qui les accueillera : « Est-ce que je mets mes valeurs morales (écologiques/sociales) de côté et

accepte le premier emploi que je trouve ? Ou alors je cherche plus longtemps, quitte à rester au chômage un petit bout de temps ? » Les étudiants boudent de façon unanime les grandes structures comme premier emploi. Elles ne font pas rêver.

Comment les étudiants se projettent dans leur avenir professionnel

Lorsqu'on interroge plus précisément les étudiants sur la façon dont ils se projettent, à court ou à long terme, leurs réponses sont similaires. Les petites structures, les agences spécialisées, le freelance et surtout l'entrepreneuriat remportent les suffrages. Ils sont peu enthousiastes à l'idée de rejoindre de grandes structures :

« J'ai peur que de commencer ma carrière dans une grosse structure m'enferme dans une pratique du design assez ennuyeuse, sans perspectives de changement. »

C'est souvent l'envie d'être son propre patron qui guide leurs envies.

Sans être utopistes, les étudiants de 2017 sont de futurs professionnels bien conscients des atouts dont ils disposent et des perspectives que cela leur apporte dans des domaines bien identifiés comme les interfaces naturelles, les interfaces tangibles, la réalité virtuelle ou le design social. S'ils bénéficient de conditions de travail sensiblement plus précaires que celles de leurs aînés, ils semblent se donner les moyens d'entrer dans la compétition sur un marché plus sélectif mais porteur de réelles opportunités.

À propos d'Aquent

Aquent est la première agence mondiale de recrutement et d'intérim spécialisée sur les métiers du marketing, de la création et du digital en Europe, aux États-Unis et en Asie-Pacifique. Partenaire de la transformation digitale des entreprises, Aquent accompagne des annonceurs, agences, pure players et start-ups de tous les secteurs d'activité pour identifier et répondre aux besoins de compétences.

Elle enrichit les équipes de ses clients avec les compétences marketing, créatives et digitales dont ils ont réellement besoin, au gré de l'évolution de leurs projets. L'intérim de talents garantit créativité et souplesse, et favorise aussi la rentabilité des projets.



Charlotte Vitoux,
Country Manager France
d'Aquent

Contact Aquent :
14, rue de Siam
75 016 – Paris
Tél. +33 (0)1 40 29 81 10
www.aquent.fr

À propos de *designers interactifs*

Actif depuis 2006, *designers interactifs* est un organisme professionnel indépendant, sans but lucratif, entièrement dévoué à la promotion du design interactif et de ses acteurs. Il met en œuvre, à Paris et partout en France, de multiples initiatives visant à améliorer la visibilité de la profession et la lisibilité de ses apports à l'économie et à la société. Il représente plus de 1 200 professionnels, agences et écoles situés dans toute la France. Ses publications et ses événements sont complétés chaque année par des actions de terrain ciblées.



**Benoît Drouillat,
président,
*designers interactifs***

**Contact *designers interactifs* :
33, rue du Faubourg-Montmartre
75 009 – Paris
bd@designersinteractifs.org
www.designersinteractifs.org**

**Enquête sur l'emploi
et les salaires
du design interactif**

2 0 1 7

Directeur de la publication :

Benoît Drouillat

Coordination :

Manon Fourmont

Conception graphique :

Atelier Tout va bien

Impression :

Imprimerie des Deux-Ponts (Bresson)

1^{er} tirage en 650 exemplaires

Papiers Fedrigoni :

Constellation Jade Intreccio 215 g

Arcoprint Milk blanc 80 g

Caractères typographiques :

National (Krys Sowersby, Klim Type)

Coline Première et Extrême

(Émilie Rigaud, A is for apple)

