

ENQUÊTE

sur l'emploi et les salaires du
design interactif en France

ÉDITION 2016

Organisation professionnelle indépendante créée en 2006, *designers interactifs* représente plus de 1 000 professionnels travaillant dans le champ du design interactif en France.

***designers interactifs* s'adresse à un public diversifié : designers indépendants et salariés, designers intégrés, entreprises ayant eu recours ou non au design, agences de design, écoles et monde de la recherche.**

L'association joue un rôle dans la représentation et la défense des intérêts de la profession auprès des instances publiques.

Elle a pour objectif de faire connaître et de valoriser les apports du design interactif à tous les secteurs d'activités, notamment dans l'économie numérique, et plus largement dans la société. Elle veille également à améliorer la visibilité et la lisibilité de la profession auprès des entreprises.

Pour cela, *designers interactifs* met en œuvre, principalement à Paris, des initiatives de terrain, organise des événements et publie ensemble de contenus pratiques.

designers interactifs a mené une enquête sur la période étendue de janvier à mars 2016.

Il a recueilli 819 réponses.

Son 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 par le site de l'association, sur lequel l'étude a été relayée plusieurs fois, et par e-mail, à travers sa newsletter mensuelle, ainsi que dans les réseaux sociaux (Facebook et Twitter).

En 2016, l'activité demeure toujours fortement concentrée dans la capitale. 63 % des designers interactifs exercent cette activité à Paris.

Au fil des années, la profession s'est féminisée : 40 % des designers interactifs sont des femmes, contre 35 % en 2010.

Le design interactif est une profession jeune, dont les moins de 30 ans représentent 48 % des professionnels. La pyramide des âges montre à ce titre qu'on ne fait plus carrière en tant que designer après 40 ans.

D'année en année, le niveau d'études ne cesse de progresser, les titulaires d'un bac +4 représentant 17 % des professionnels et les titulaires d'un bac +5 40 %.

S'il n'existe pas de voie royale pour accéder aux métiers du design interactif, les formations les plus citées en 2016 sont les écoles de design, l'université et les IUT et les écoles multimédias. Gobelins, l'École Multimédia et l'École de design de Nantes Atlantiques sont les trois établissements les plus cités par les participants de l'enquête.

Le design interactif s'exerce principalement en tant que salarié (61 %). Les indépendants représentent 21 % des professionnels (contre 17 % en 2014).

— **Les salariés** exercent majoritairement en agence (53 %), mais sont de plus en plus souvent intégrés dans les entreprises (31 %). Les start-up sont peu utilisatrices de design en France (seulement 12 % des designers se déclarent en activité dans ce type de structure).

L'expertise de design la plus représentée est le designer d'interface (49 %). Le designer UX compte lui pour 24 % des effectifs.

Le trio de tête des domaines d'interventions des designers interactifs est le design graphique, le design d'interfaces et l'UX design. A noter que le design d'interactions est une expertise de niche, encore faiblement représentée.

Les fourchettes de salaire déclarées par les participants de l'enquête mettent en évidence une tension sur la demande de designers UX. Ils disposent de niveaux de salaire nettement supérieurs à leurs collègues designers d'interfaces et designer d'interactions.

— **Les designers indépendants** se sont séniorisés depuis notre précédente enquête de 2014 (31 % exercent leur activité depuis plus de 10 ans). Le prix jour homme moyen déclaré n'a pas augmenté en revanche, compris entre 400 et 500 € HT pour 34 % d'entre eux.

Les auto-entrepreneurs bénéficient de conditions d'exercice moins favorables que celles des indépendants : leur prix jour homme n'est que de 300 à 400 € HT pour 60 % d'entre eux. Ils sont ainsi nombreux (73 %) à envisager de faire évoluer leur auto-entreprise vers un autre statut.

— **Les entreprises** sont globalement de petites structures. 79 % ne disposent que de 1 à 5 salariés. Leur activité se définit essentiellement comme agence de design (35 %) et agence digitale (26 %). Comme pour le reste des professionnels, les 3 domaines d'intervention les plus représentés sont le design d'interfaces, le design graphique et l'UX design. Le montant moyen HT facturé par prestation ne dépasse pas 20 000 € pour 56 % d'entre elles. Les compétences qu'elles signalent comme étant le plus en tension sont : le développement et le management. En freelance, elles achètent des prestations de développement, de design d'interface et de développement front-office.

— **Enfin, une majeure partie des étudiants se destine à l'UX design (34 %) et 32 % au design d'interactions. Ils sont globalement optimistes : 74 % d'entre eux sont confiants dans leurs perspectives d'emploi. A la sortie de l'école, ils envisagent principalement de travailler en agence de design (26 %) et en agence digitale (24 %), alors que seuls 10 % pensent se lancer en freelance.**

— **Lors de notre précédente enquête, nous soulignons la maturité de la profession, qui reste toutefois confrontée à des écueils récurrents : des expertises en tension (UX design, développement front et back-office), des budgets et des délais contraints par les clients. La profession est clivée par plusieurs facteurs : géographiques (avec la concentration de l'activité à Paris), la faible représentation féminine, l'âge, le niveau d'études élevé, le mode d'exercice (salarié), et sa relative spécialisation (UI et UX).**

Le design interactif propose un environnement professionnel aux évolutions technologiques rapides (et parfois brutales), qui requiert une grande capacité d'adaptation et de remise en question. C'est aussi ce qui constitue l'un de ses plus ardents attraits, celui de la réinvention continue.

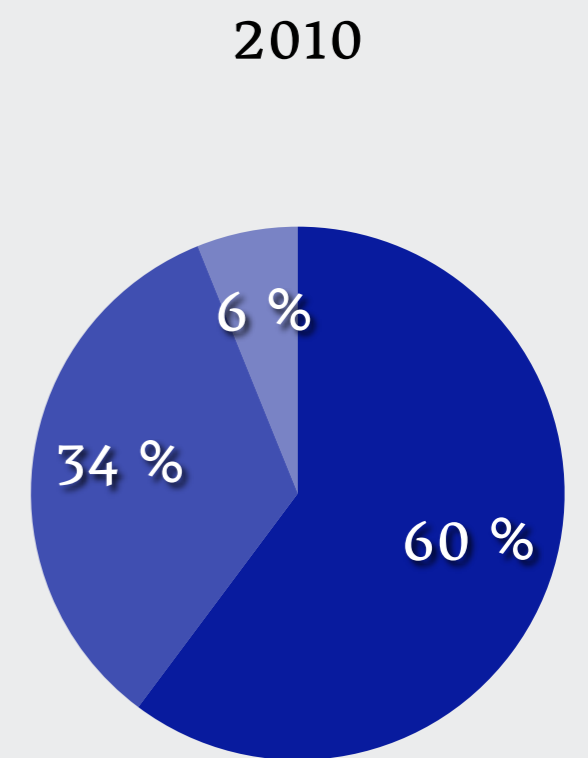
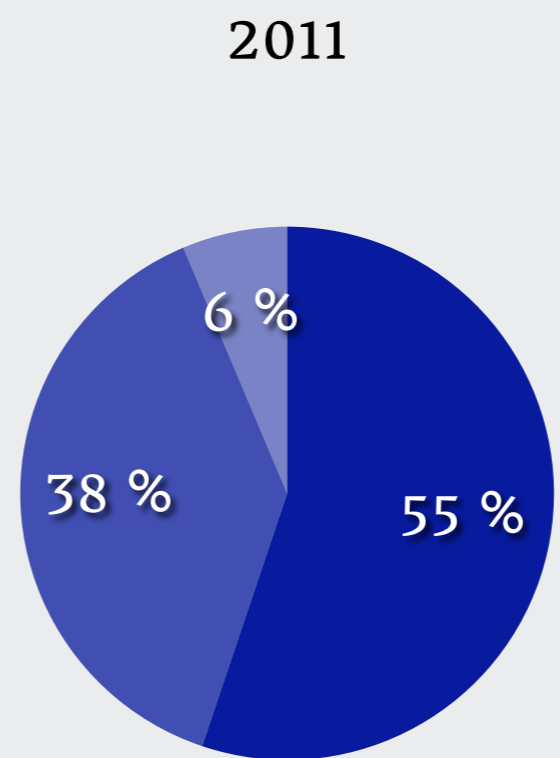
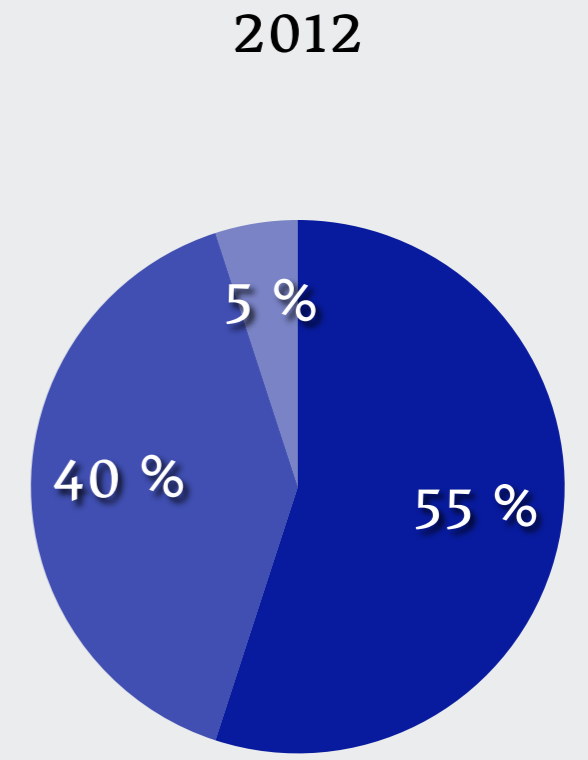
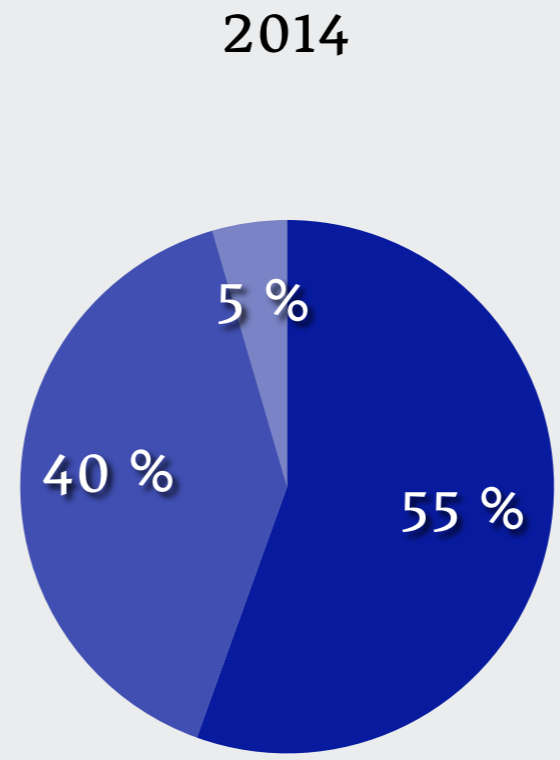
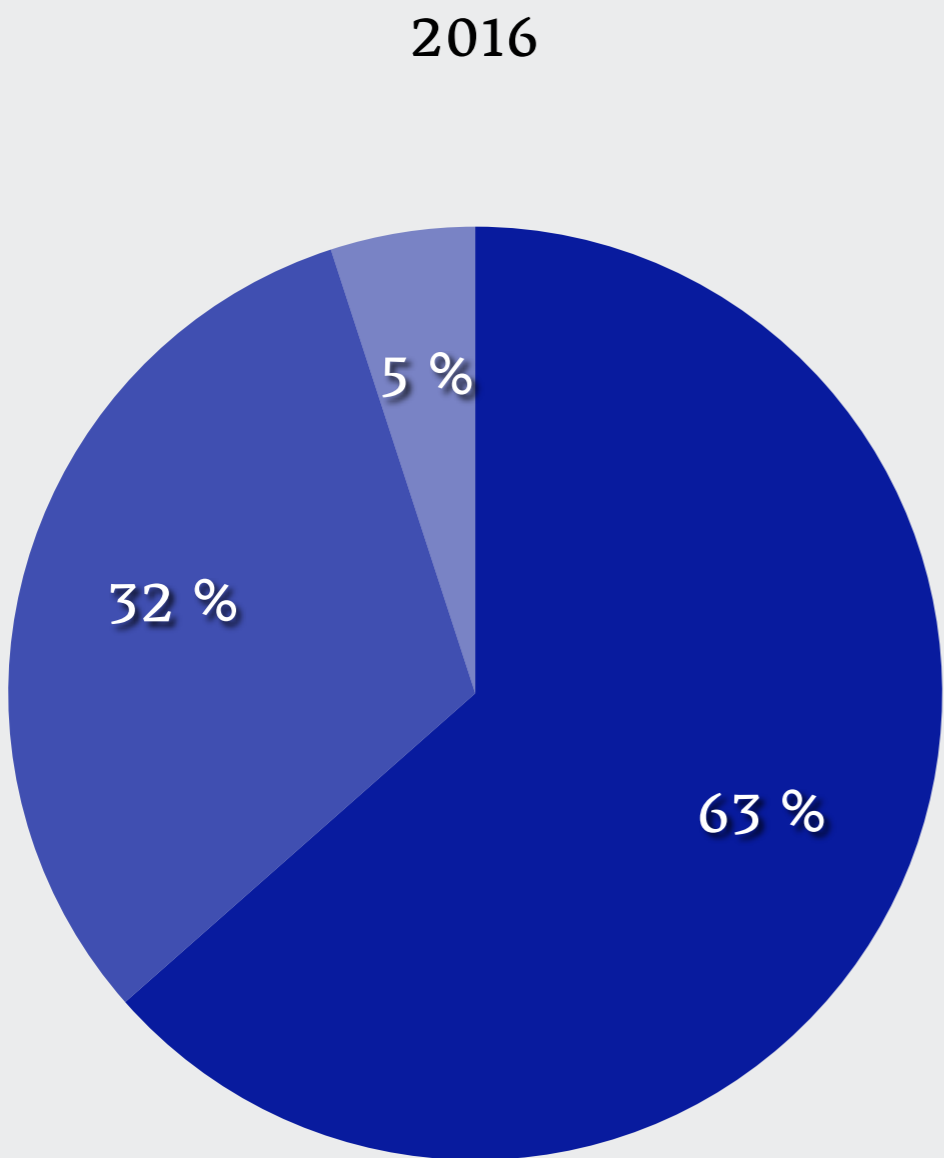
1

INDICATEURS GLOBAUX SUR LA PROFESSION

→ La série de repères qui suit offre un panorama global de la profession du design interactif. Elle s'étend des informations socio-démographiques aux conditions d'exercice des métiers et permet de composer une photographie comparée, lorsque les données le permettaient, sur 5 années.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

- Paris
- Région
- International

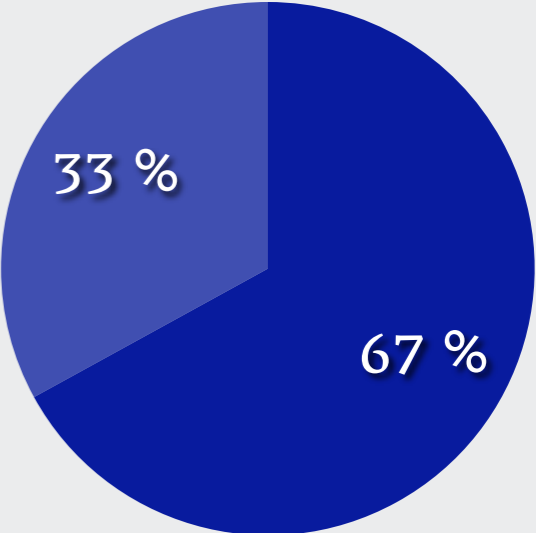
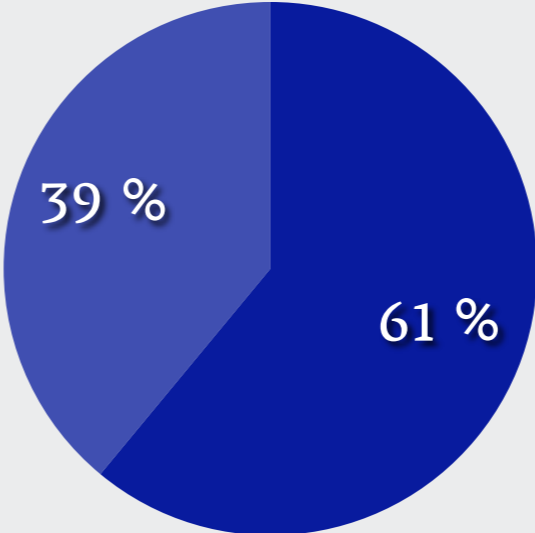


RÉPARTITION HOMME/FEMME

● Homme ● Femme

2014

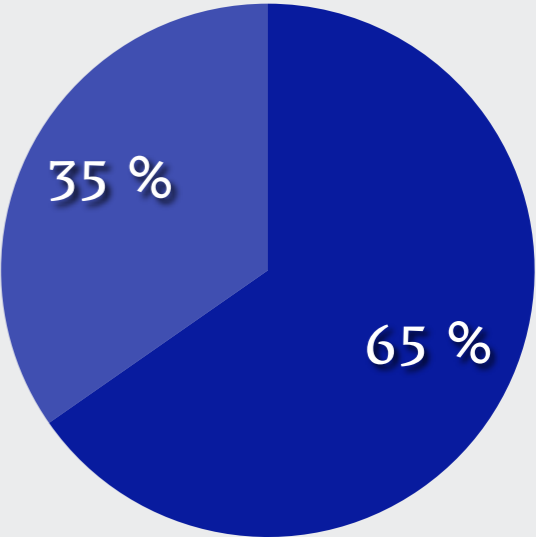
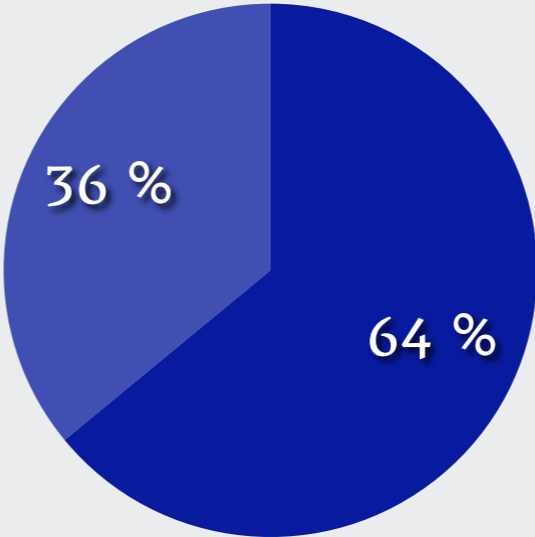
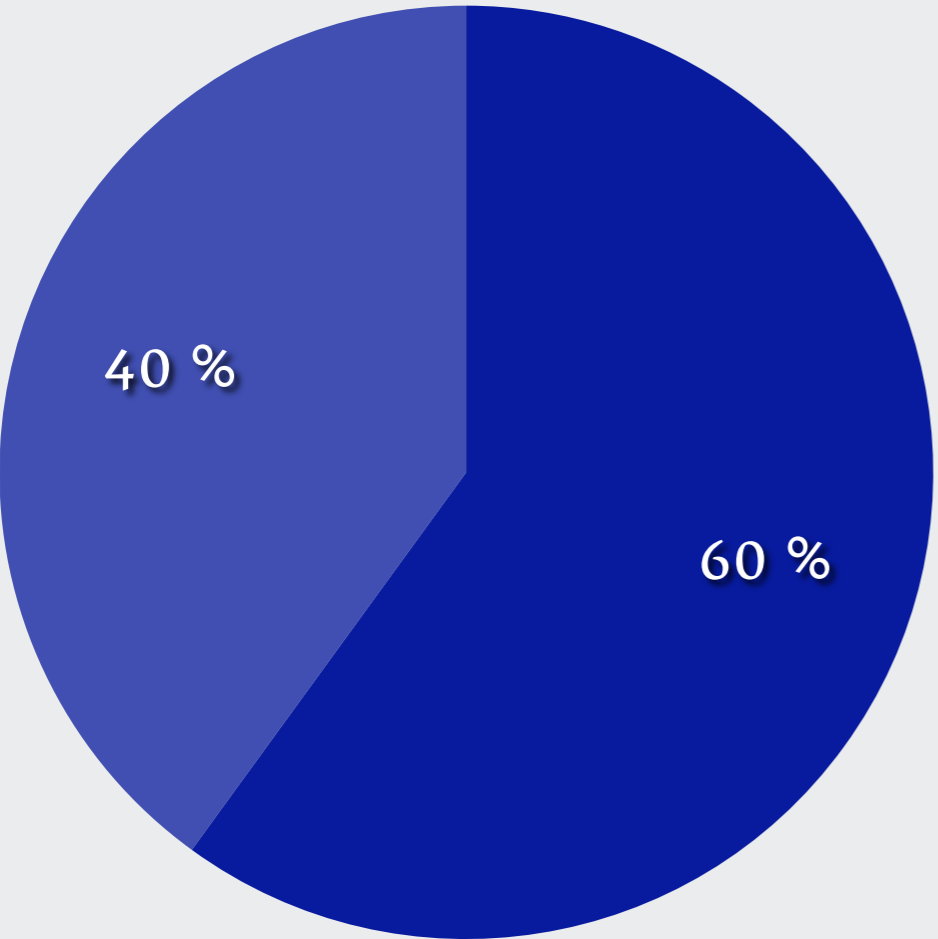
2012



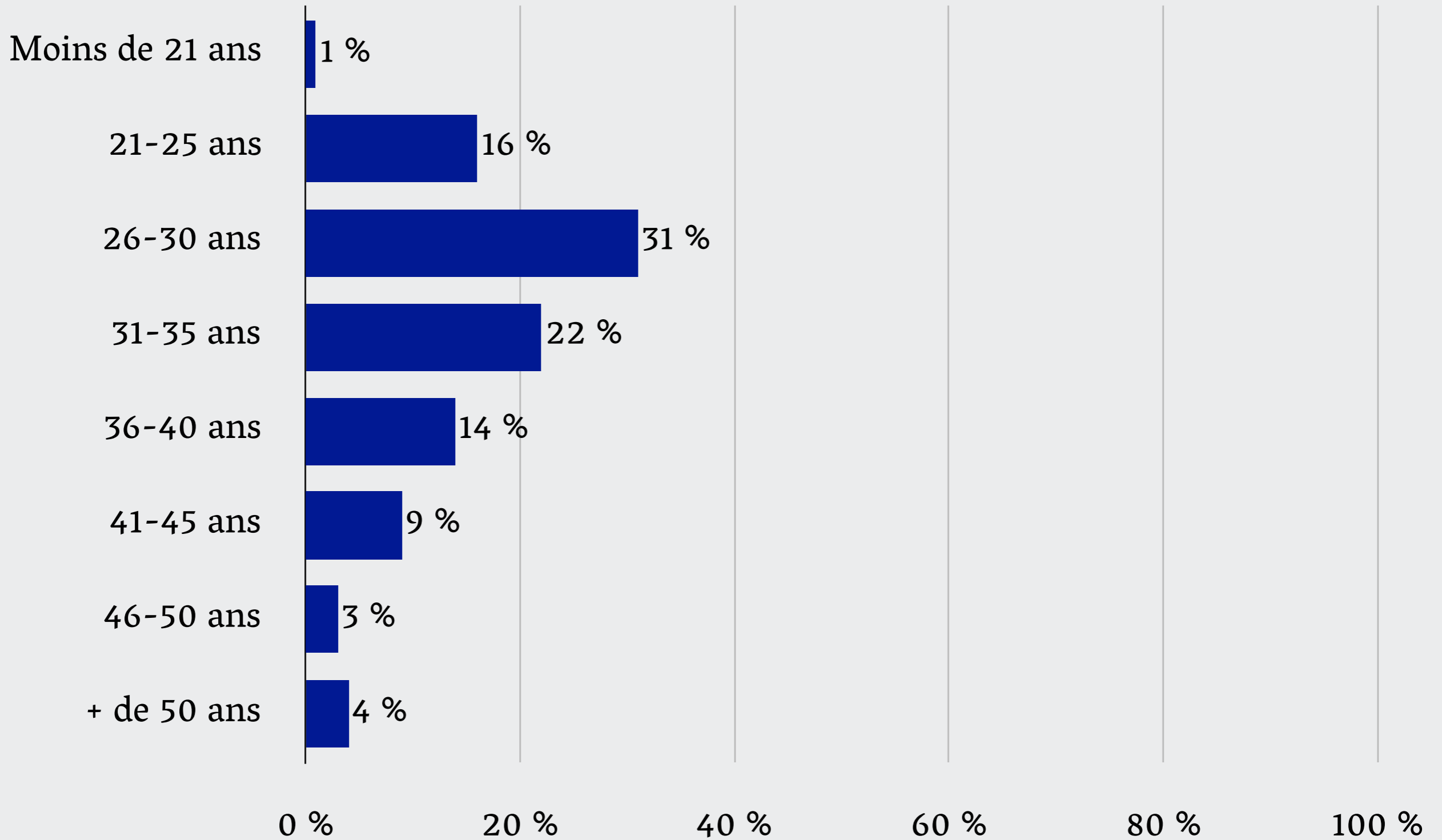
2016

2011

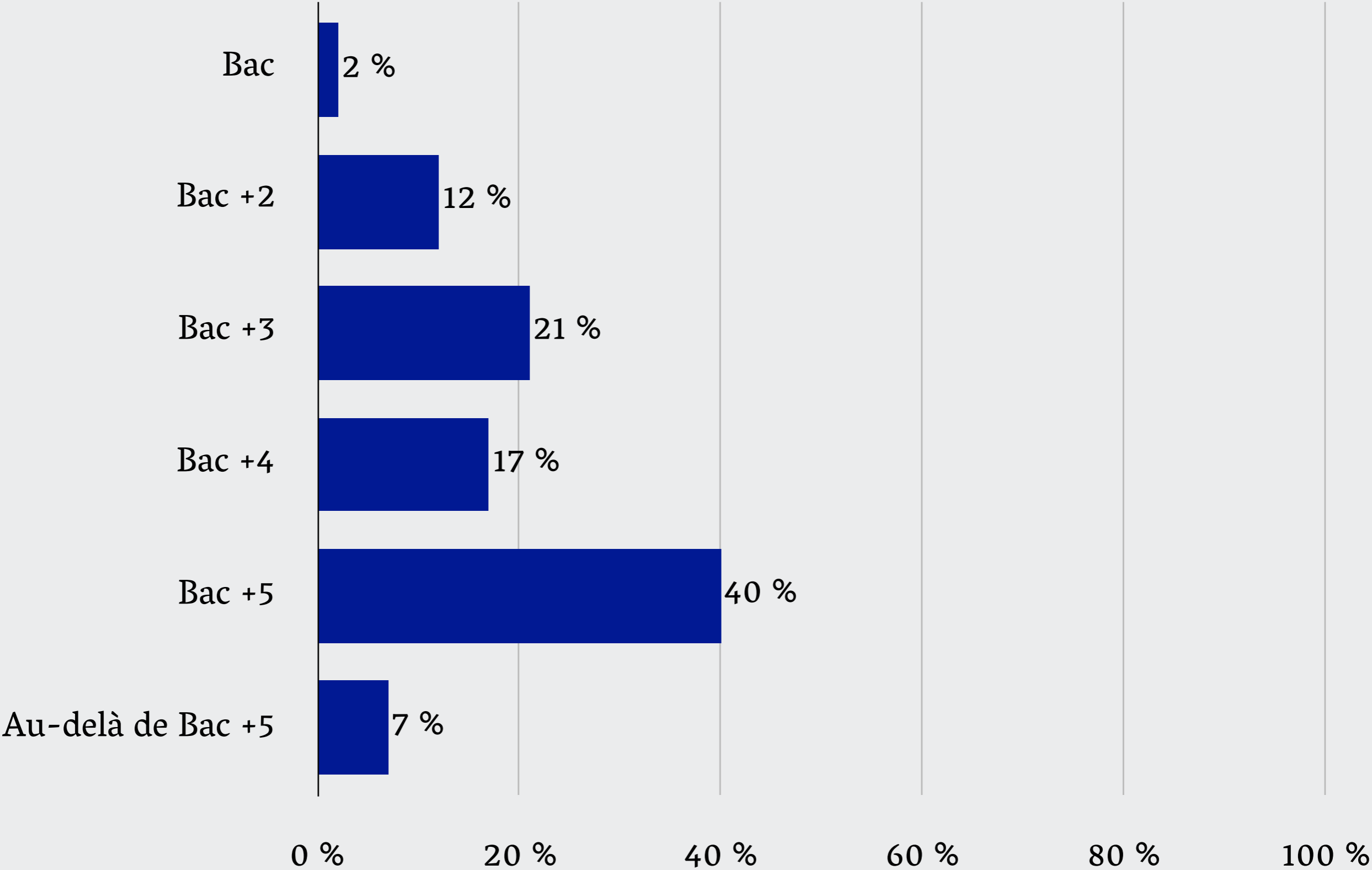
2010



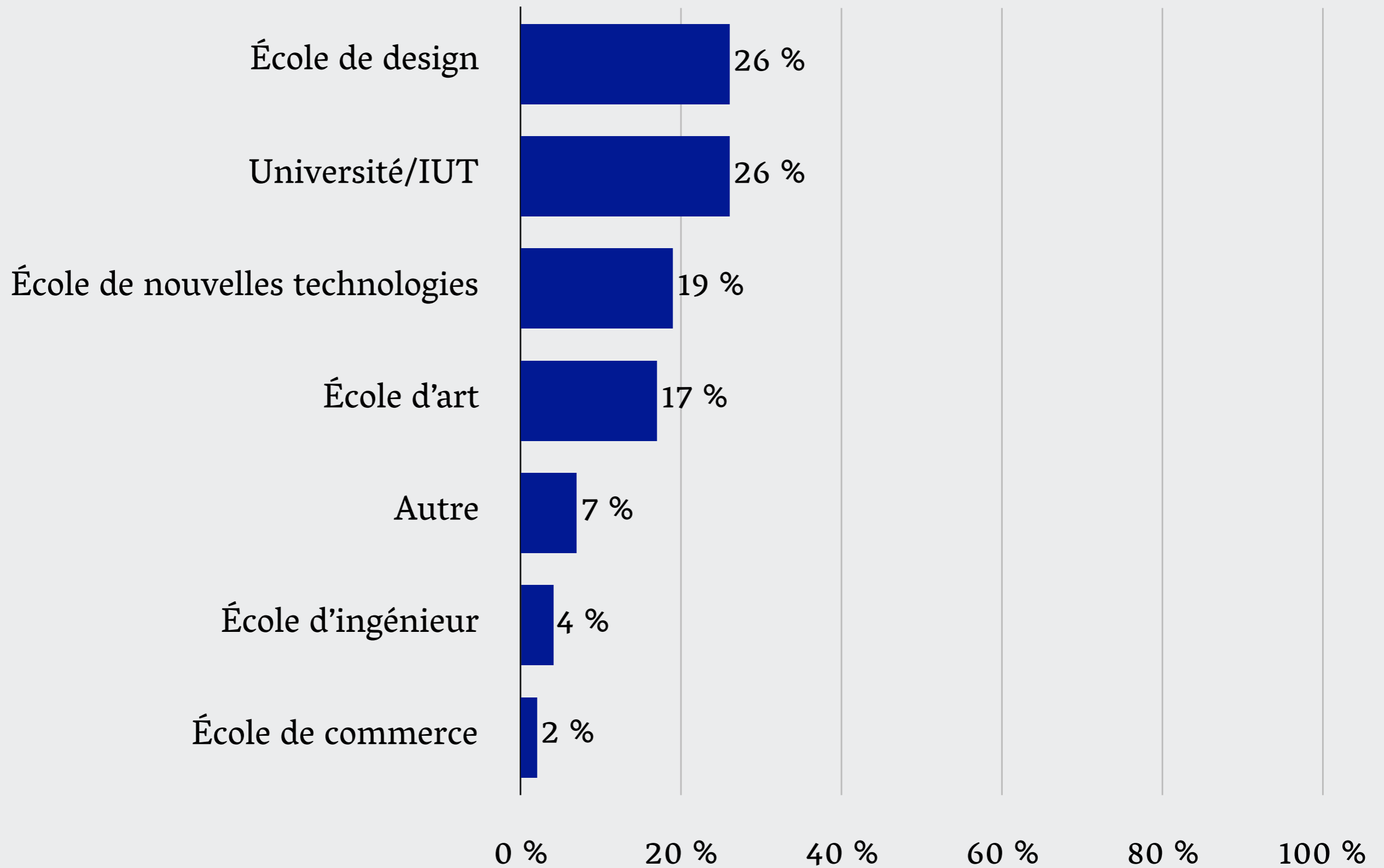
RÉPARTITION PAR ÂGE



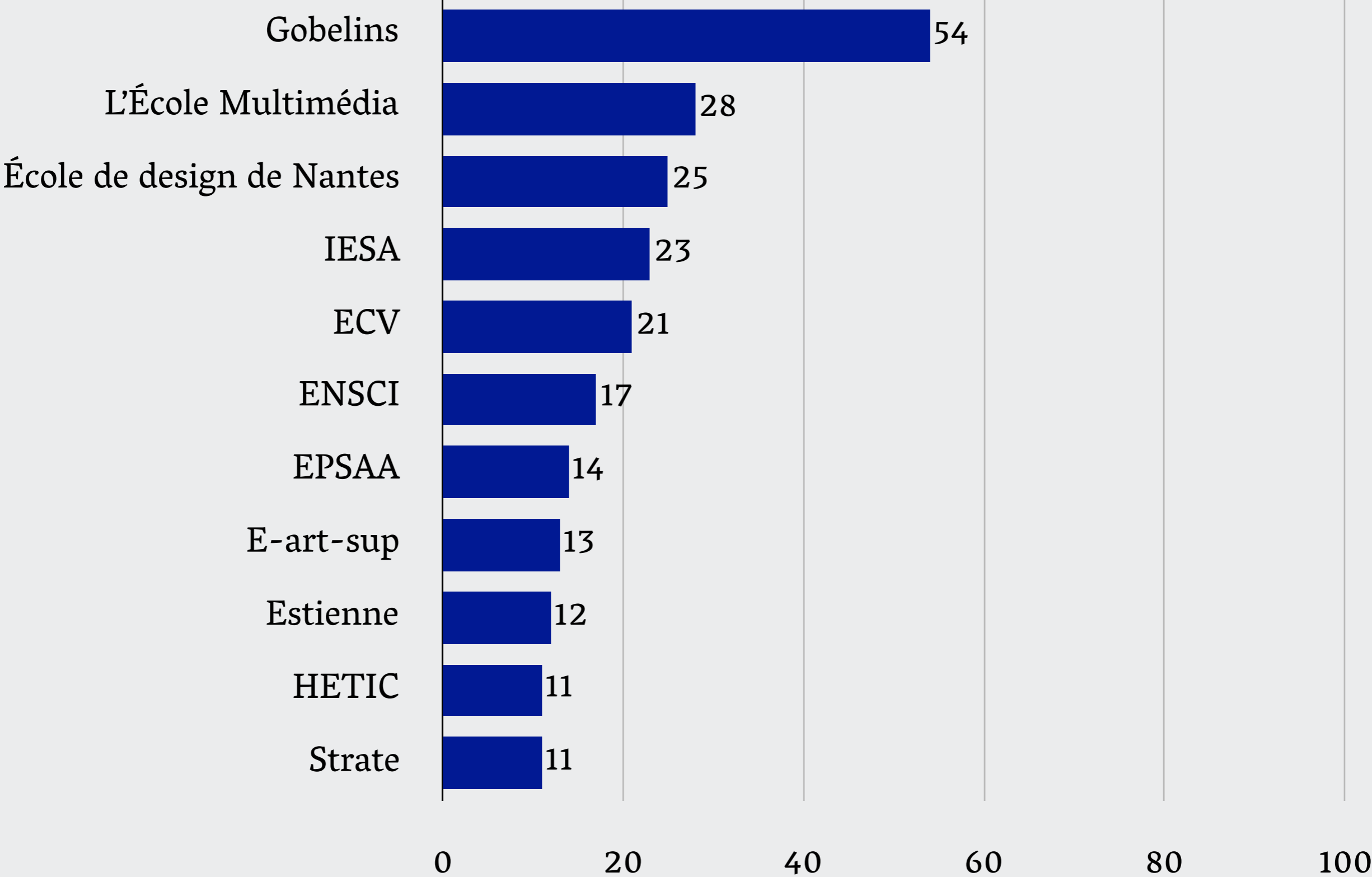
NIVEAU D'ÉTUDES



FORMATIONS LES PLUS CITÉES



LES 10 ÉCOLES LES PLUS CITÉES

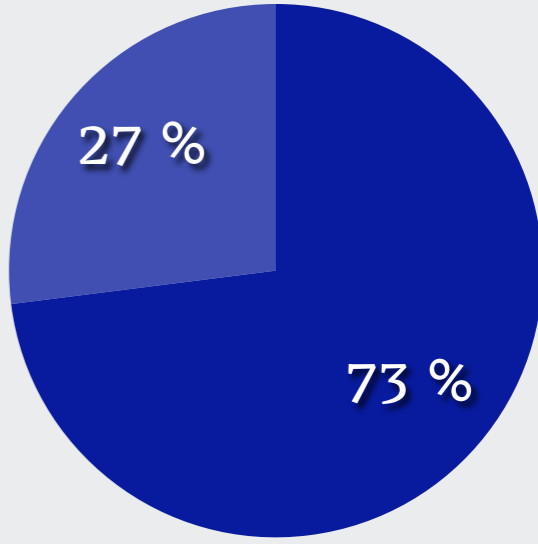
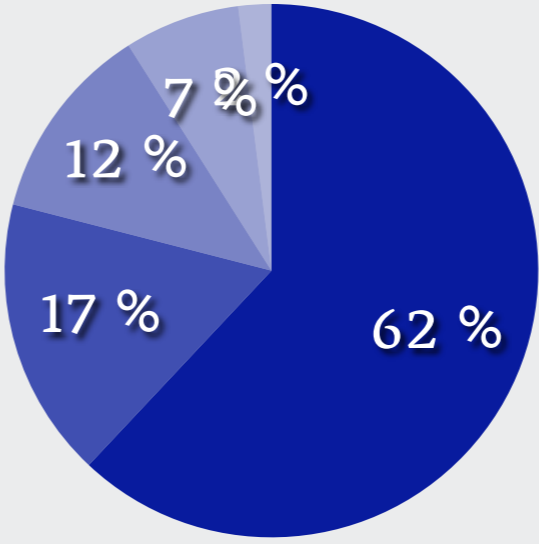


MODES D'EXERCICE

- Salariés
- En freelance
- Auto-entrepreneur
- Etudiants
- Dirigeants

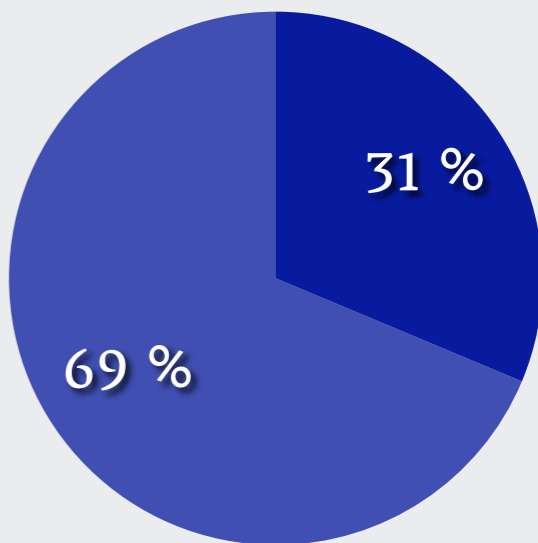
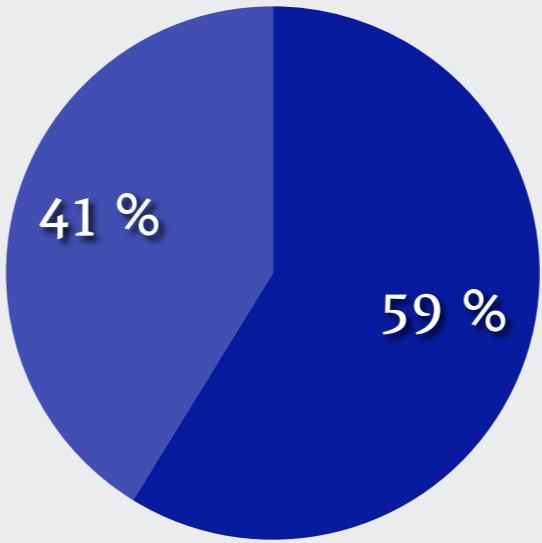
2014

2012

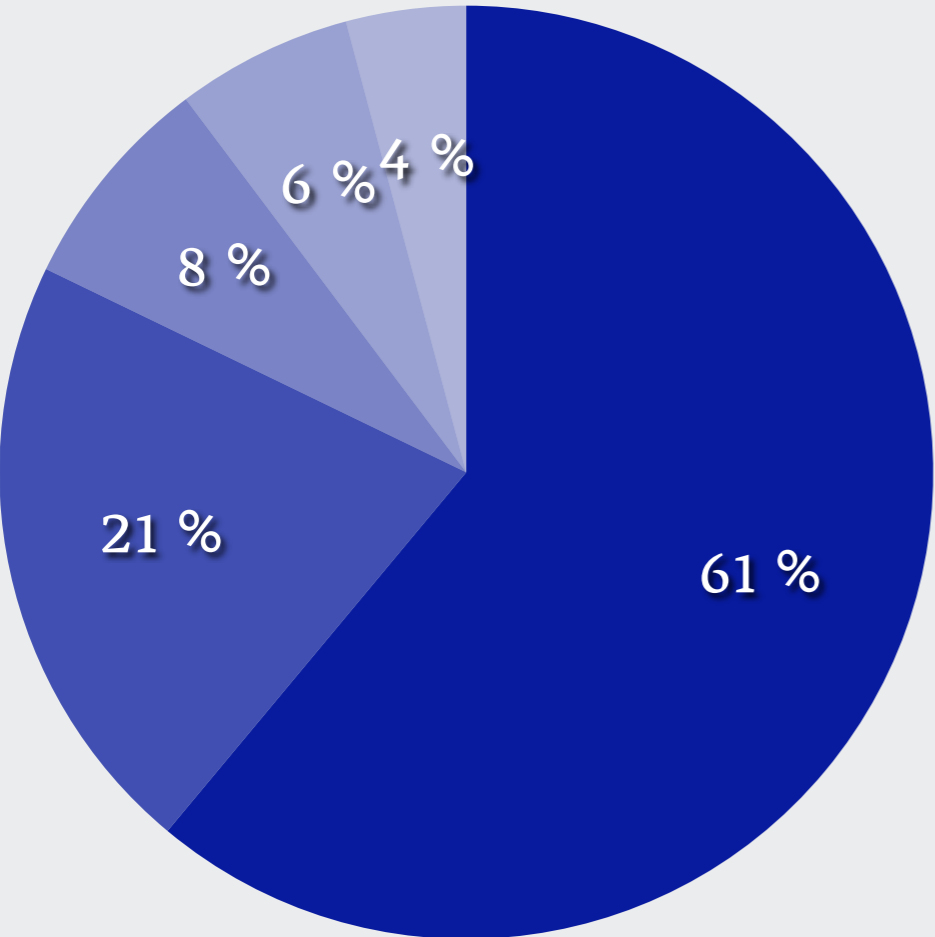


2011

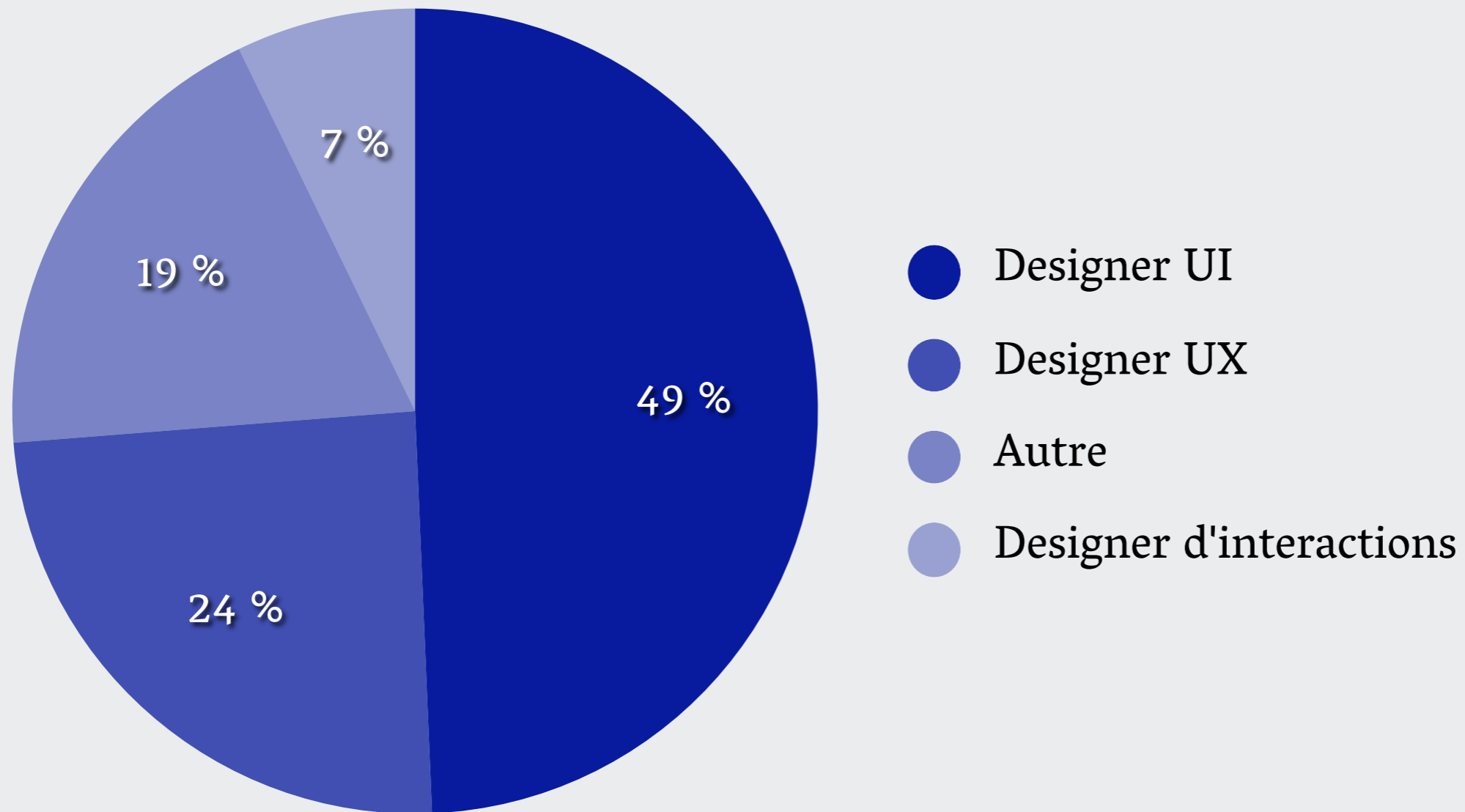
2010



2016



EXPERTISES PRINCIPALES



2

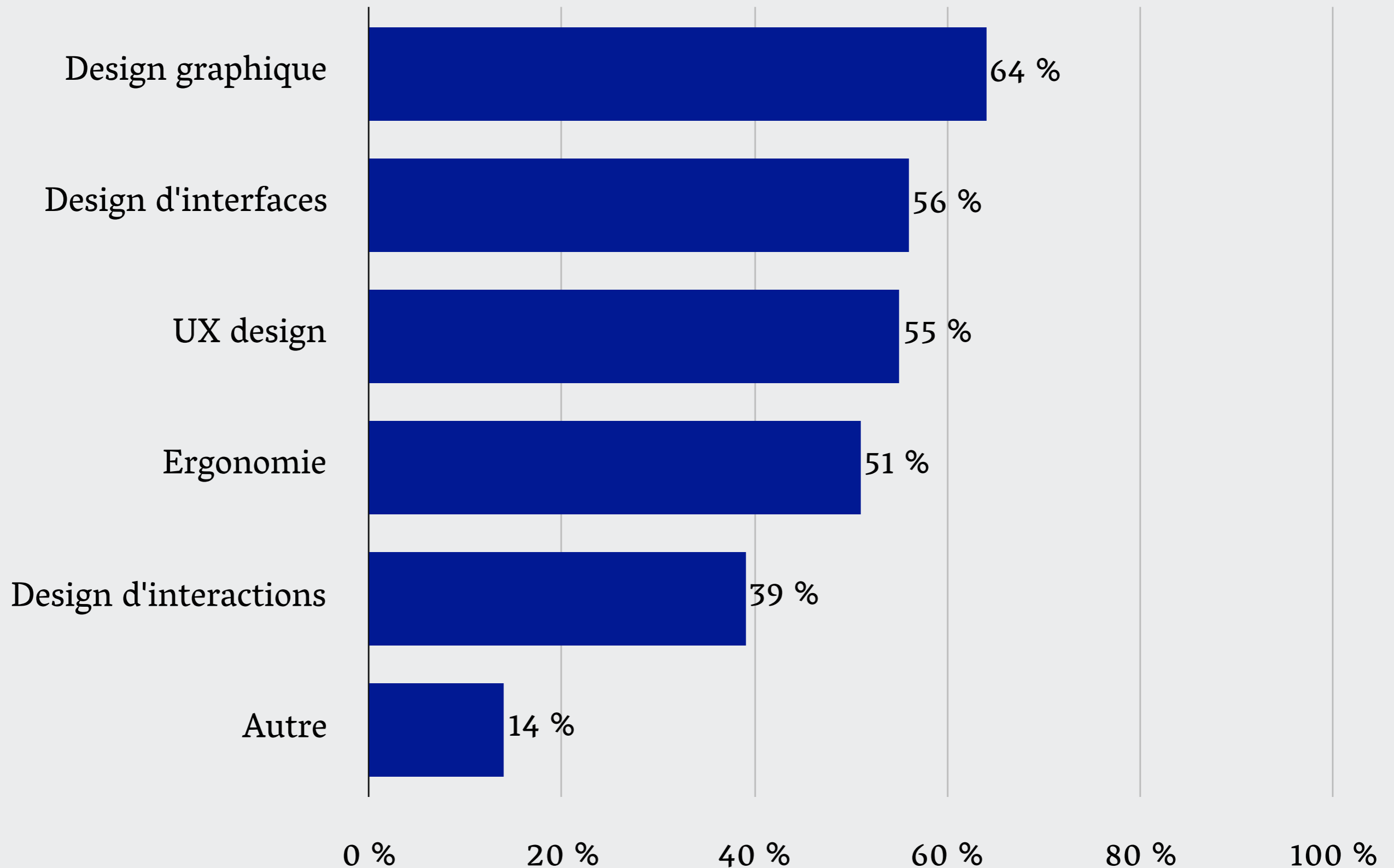
**DESIGNERS INTERACTIFS
SALARIÉS**

→ En lien avec le référentiel des métiers de l'association, mis à jour régulièrement, chaque expertise a fait l'objet d'un rapport d'enquête qui balaye l'ensemble des questions proposées dans le sondage.

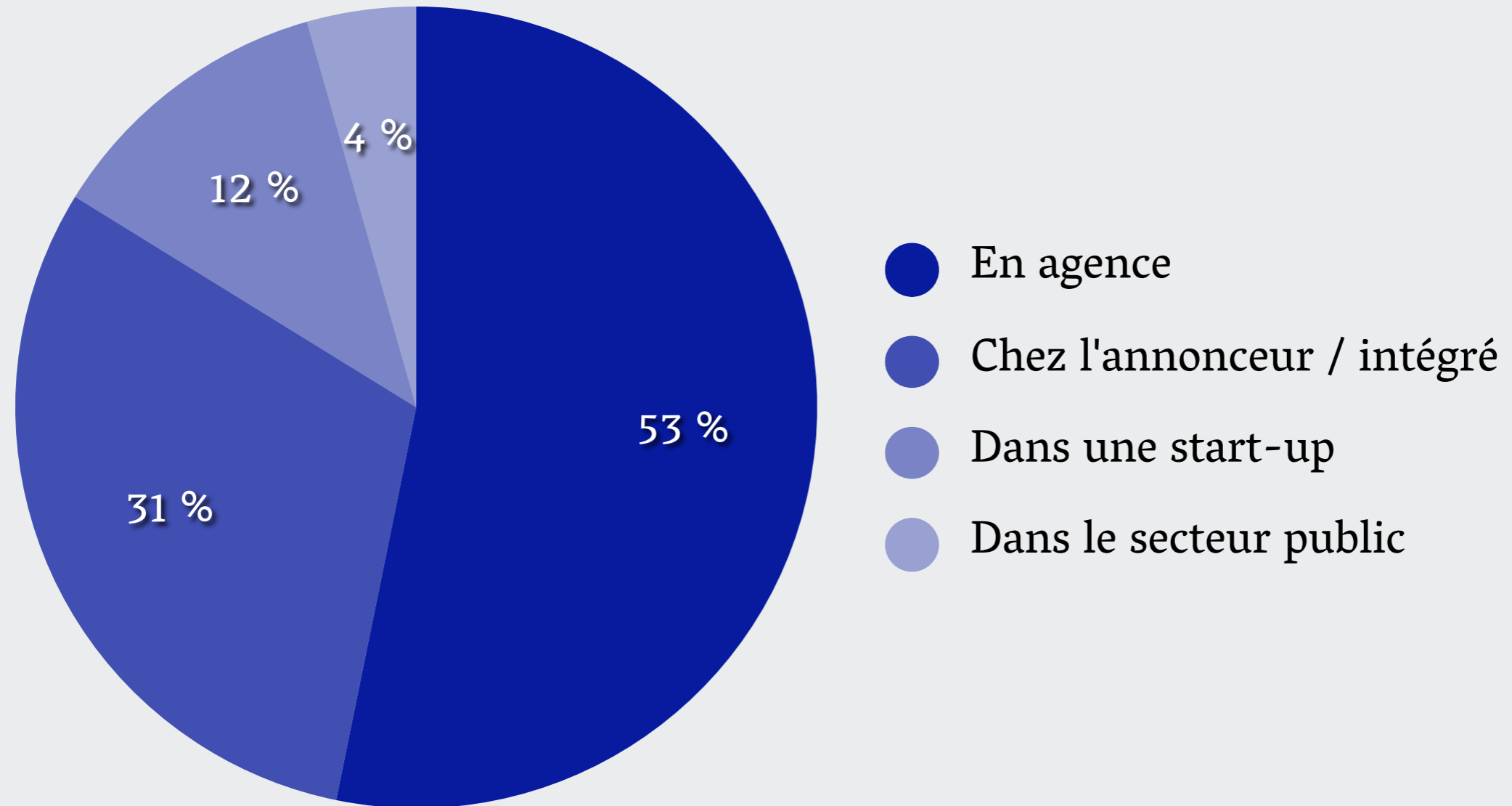
Cette segmentation par expertise permet de mesurer plus finement les disparités qui s'affirment.

Elles ne se lisent pas exclusivement à travers la grille des salaires mais à travers l'ensemble des conditions d'exercice.

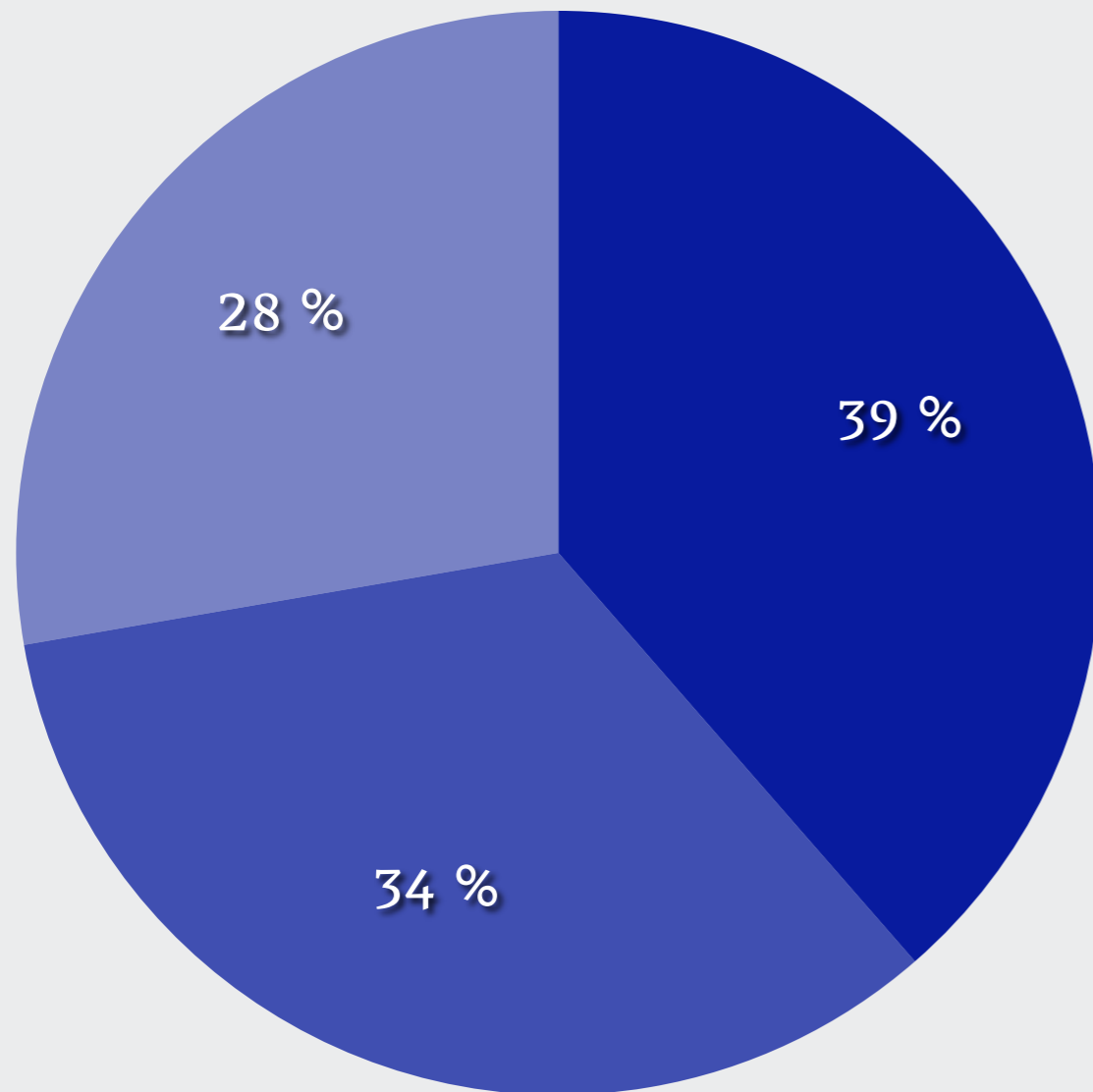
DOMAINES D'INTERVENTION PRINCIPAUX



TYPES DE STRUCTURE



NIVEAU D'EXPÉRIENCE



- Junior
- Confirmé
- Senior

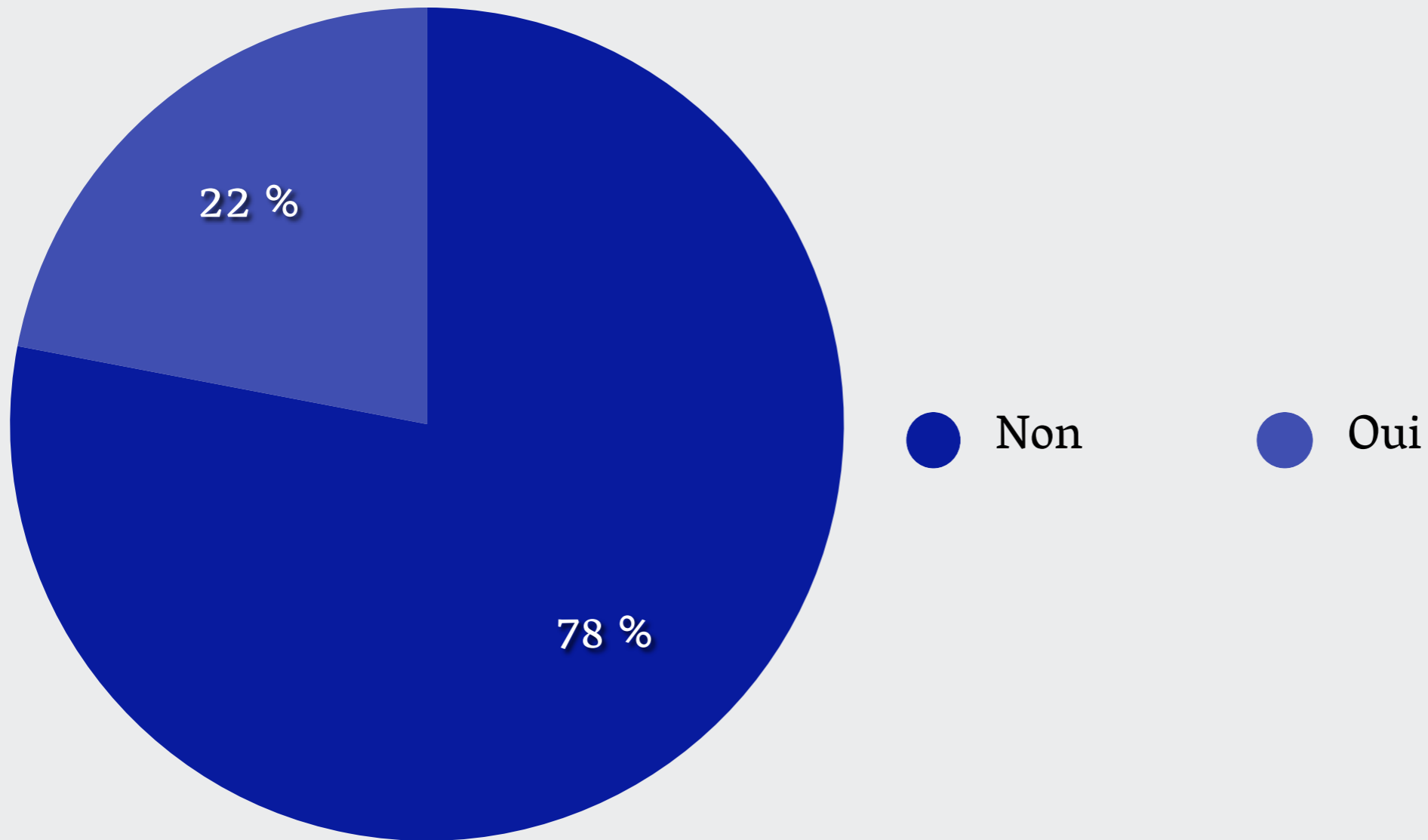
Junior = moins de 5 ans d'expérience

Confirmé = 5 à 10 ans

Senior = + de 10 ans

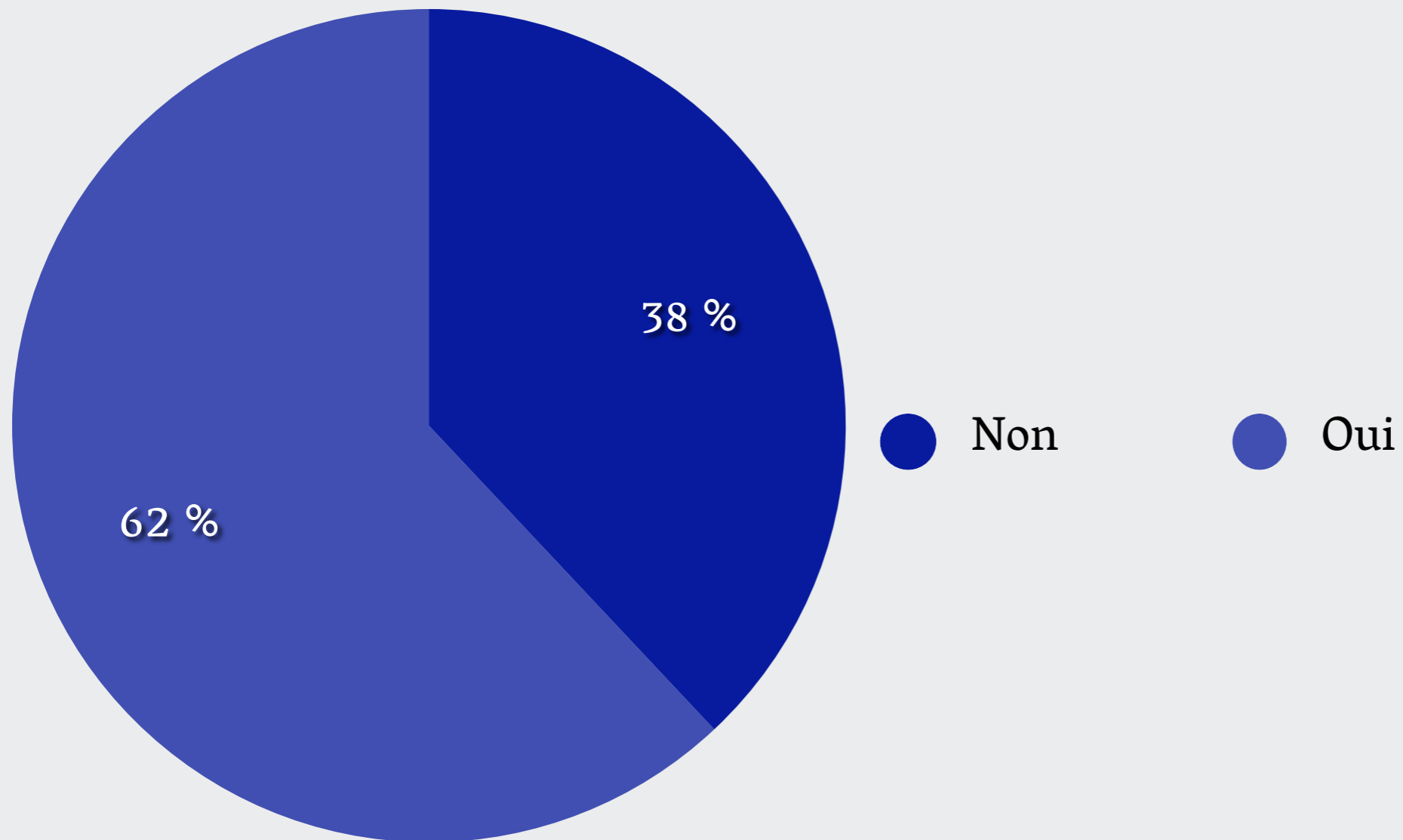
FORMATION PROFESSIONNELLE

Avez-vous effectué une formation en 2015 ?



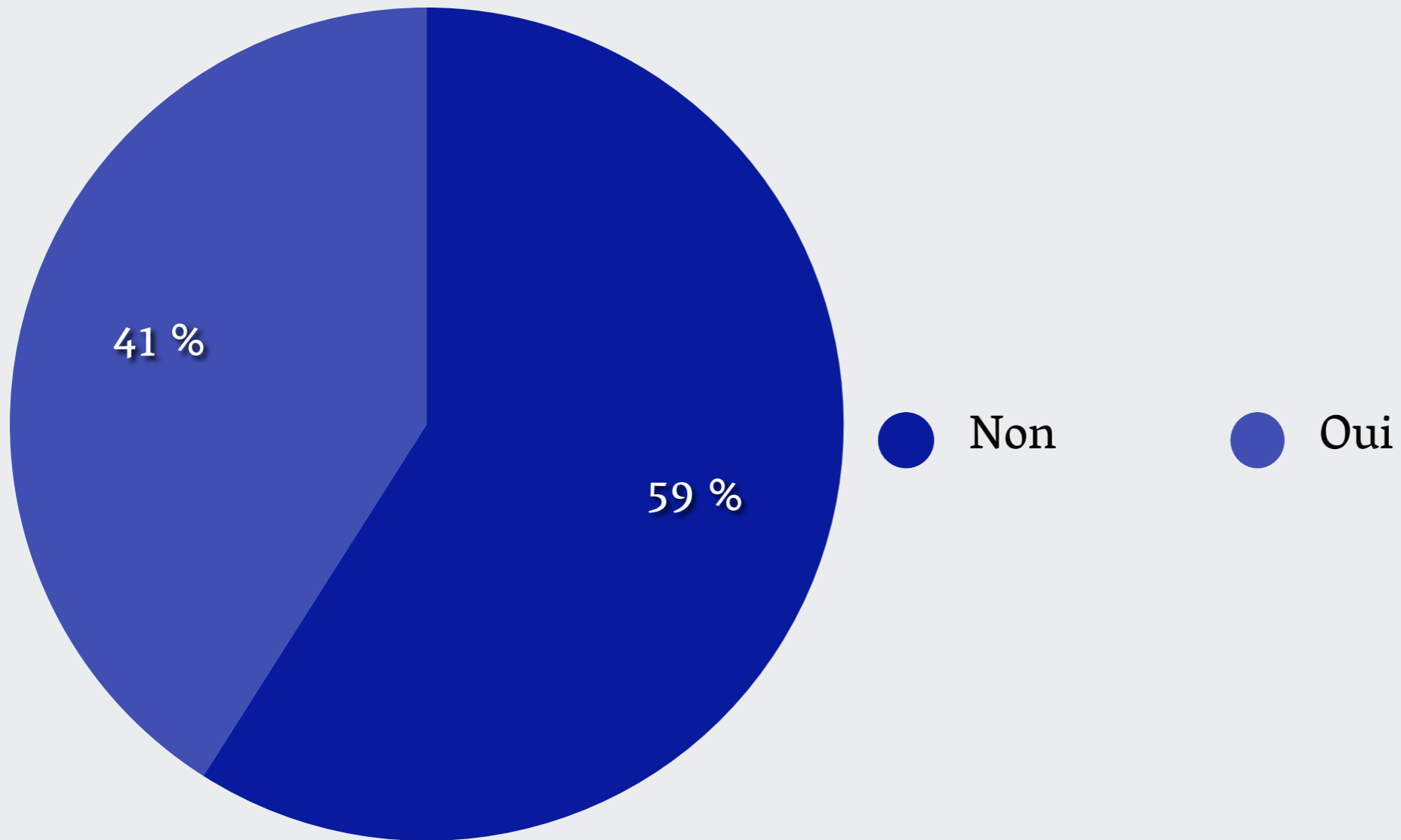
SATISFACTION GLOBALE

Êtes-vous satisfait de votre situation professionnelle actuelle ?



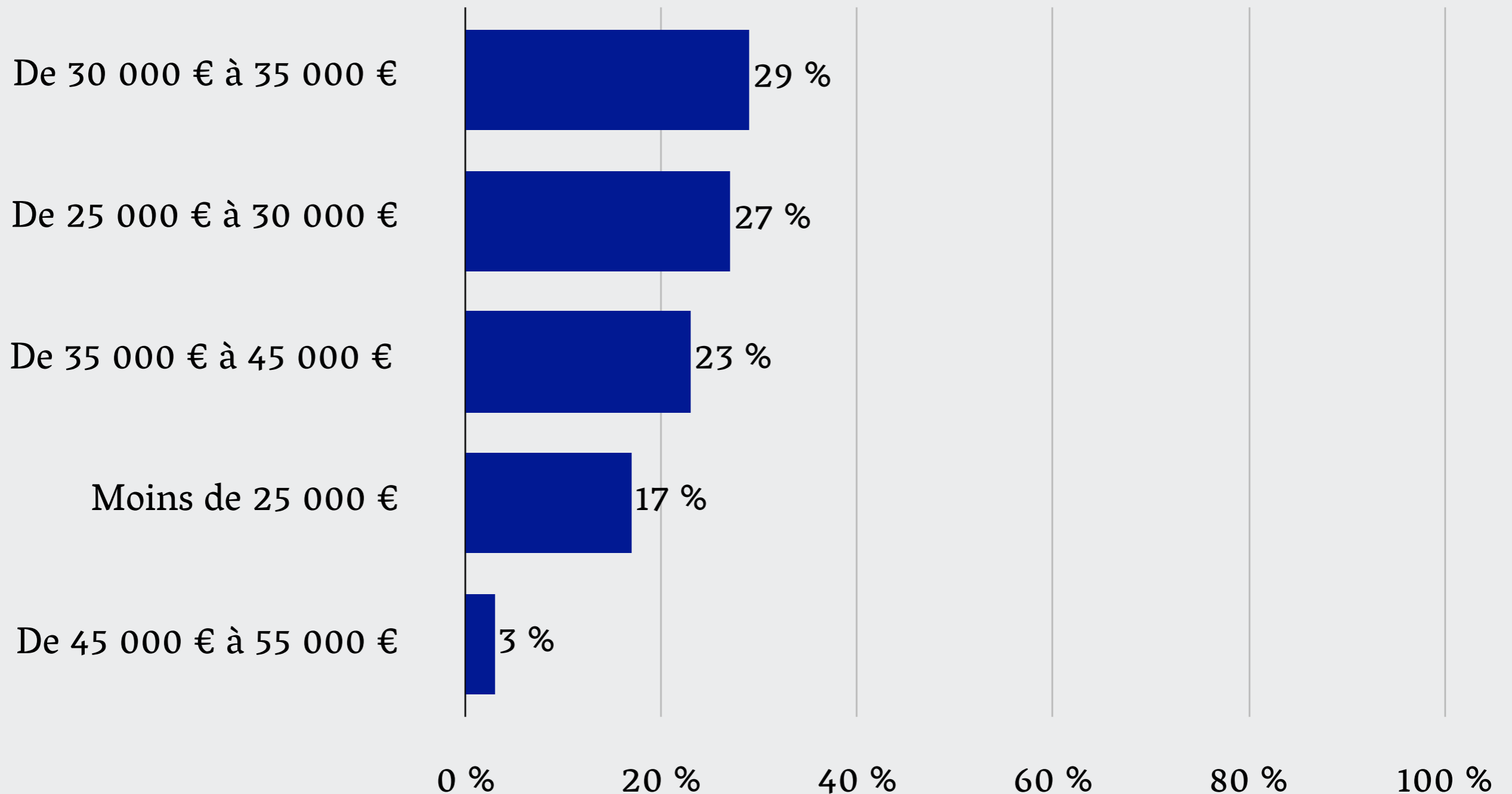
RÉMUNÉRATION

Avez-vous été augmenté récemment ?



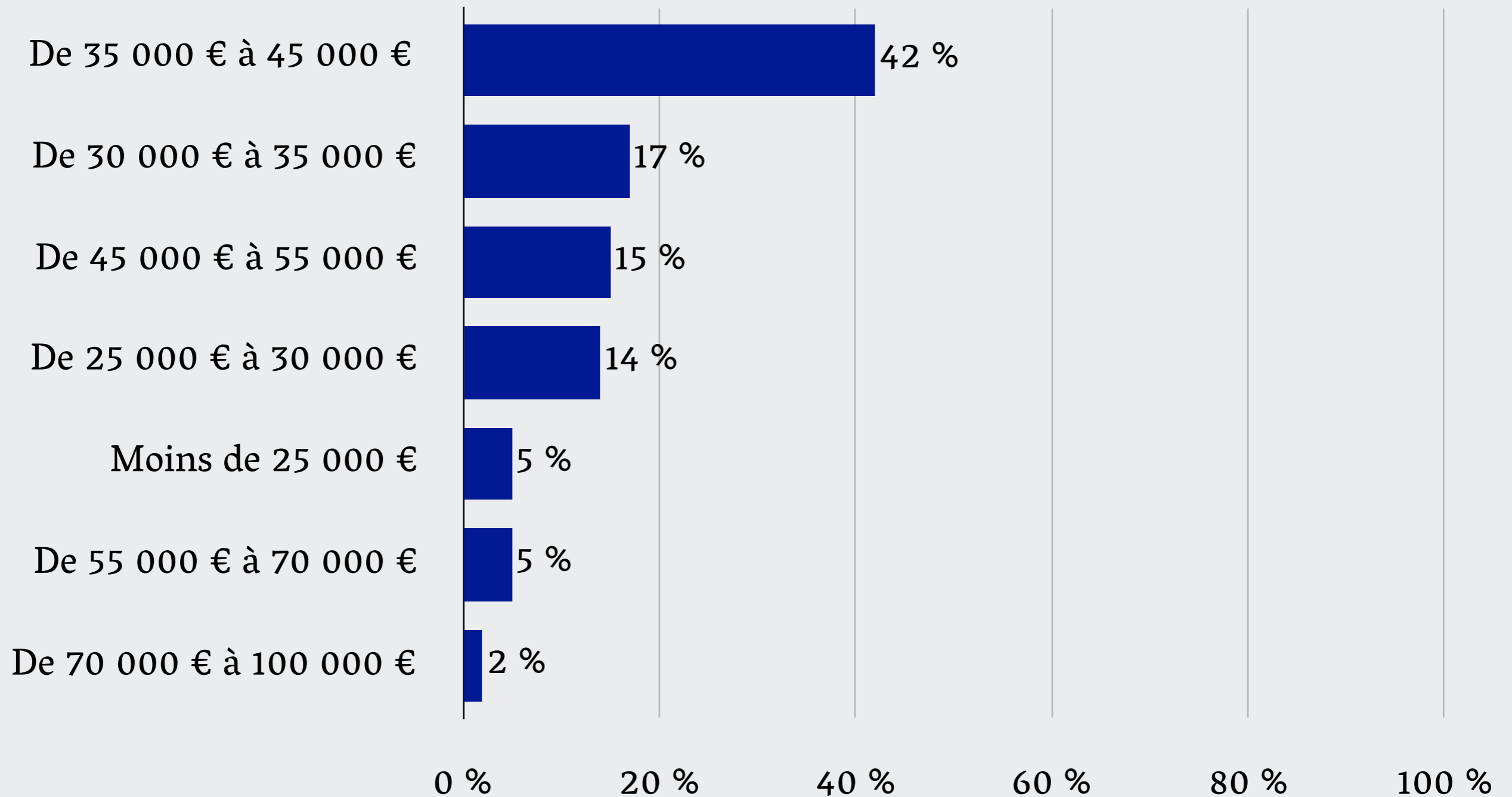
RÉMUNÉRATION

Designers interactifs **juniors**
toutes expertises confondues



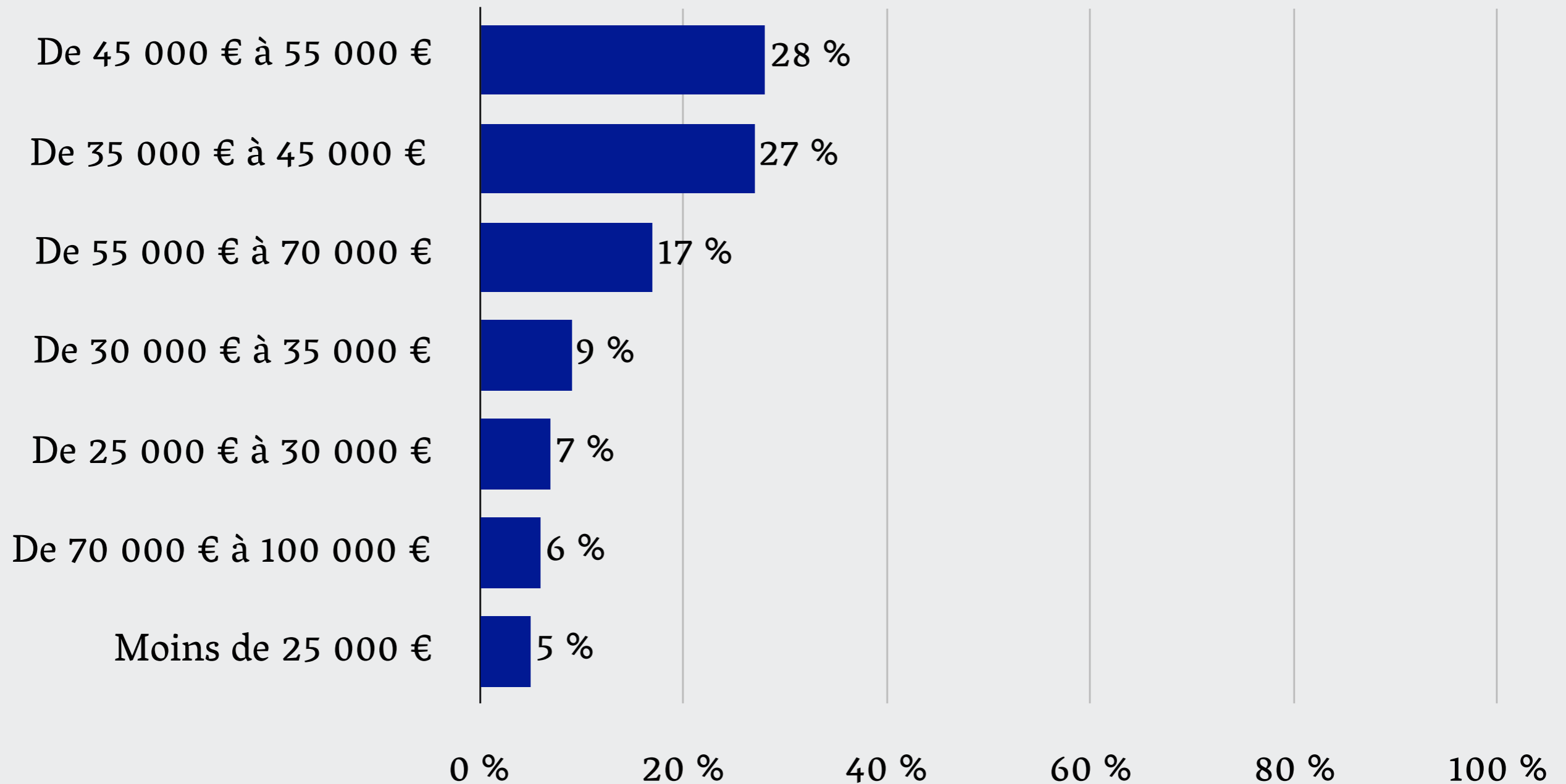
RÉMUNÉRATION

Designers interactifs **confirmés**
toutes expertises confondues

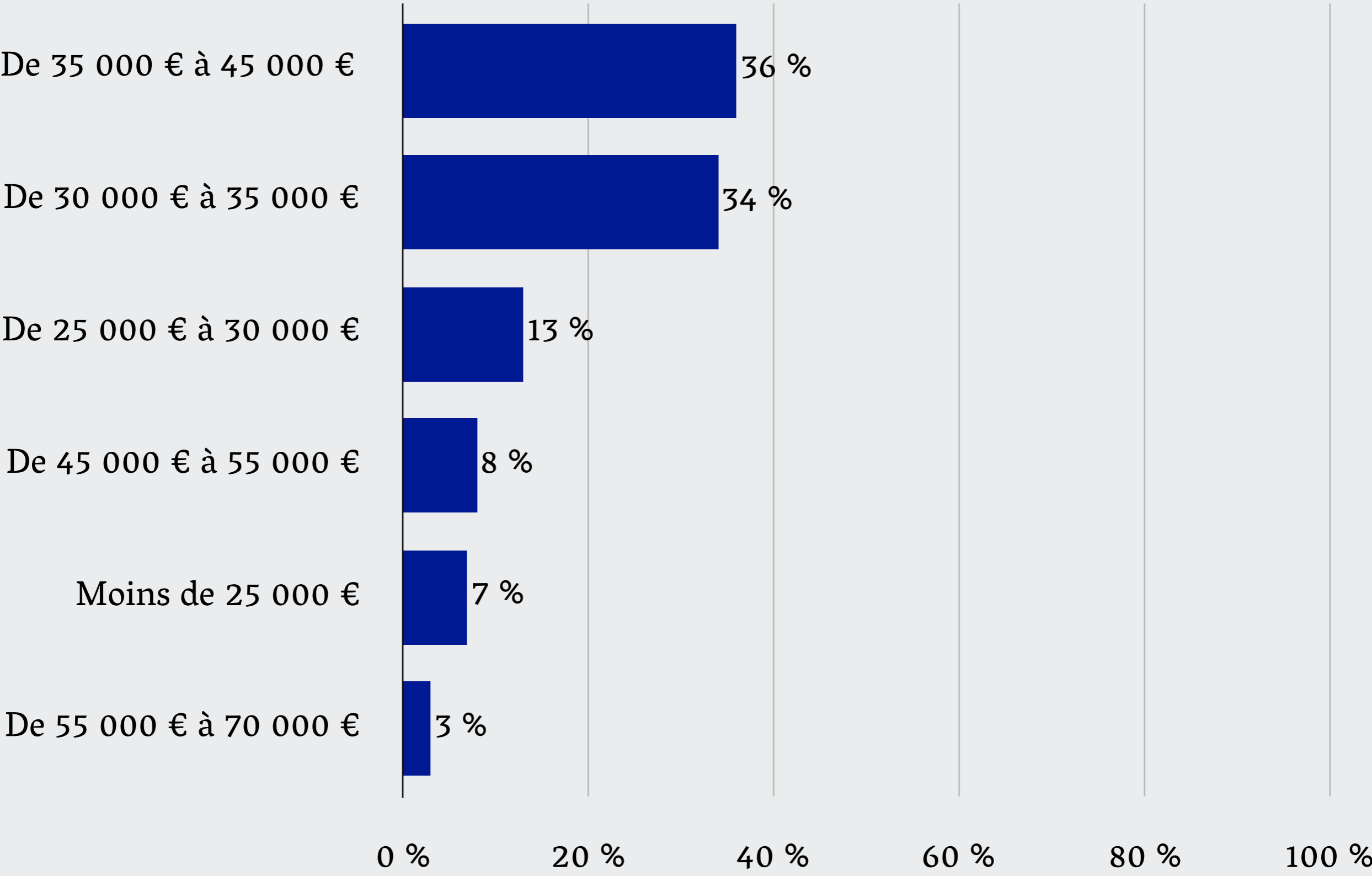


RÉMUNÉRATION

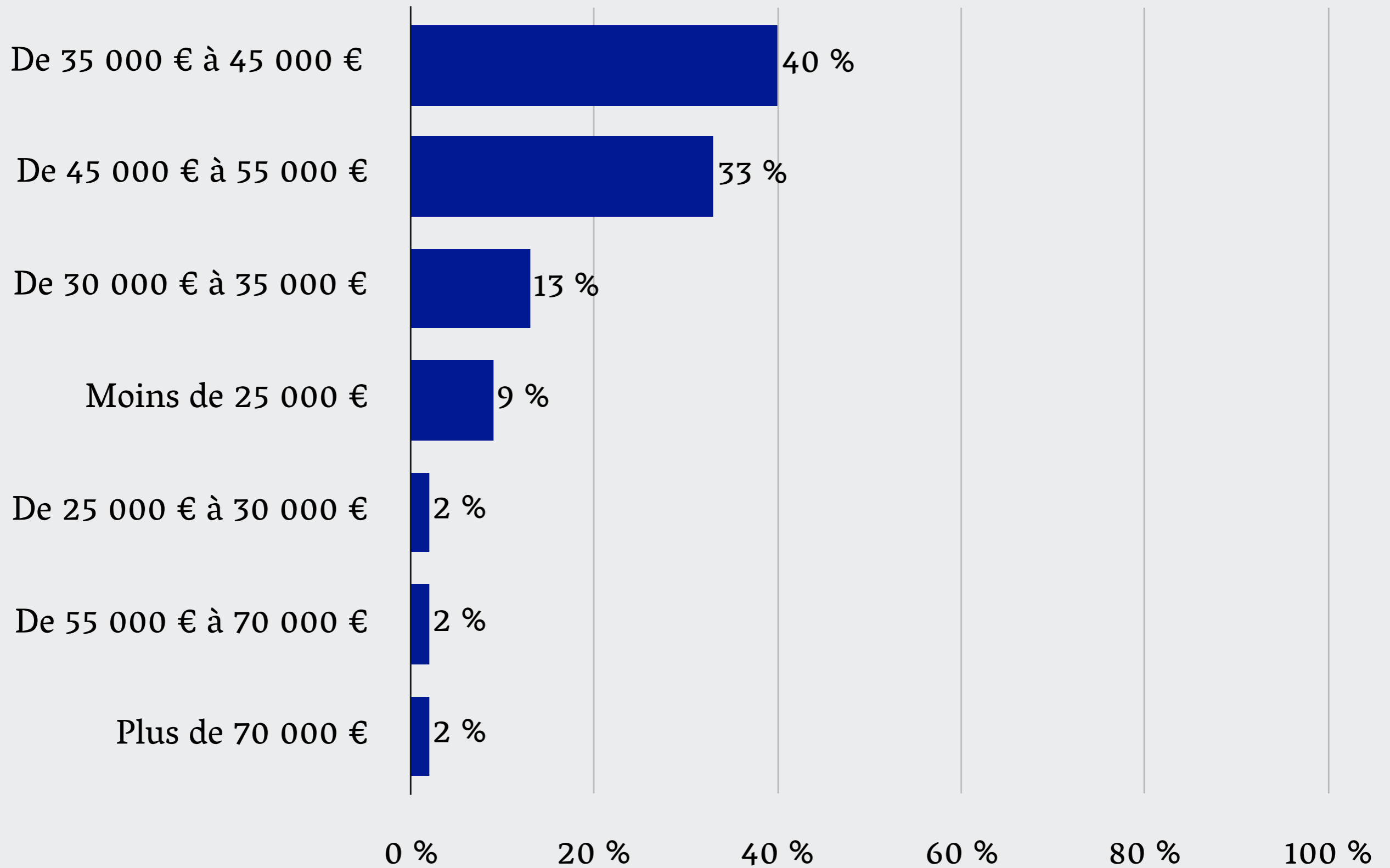
Designers interactifs **seniors**
toutes expertises confondues



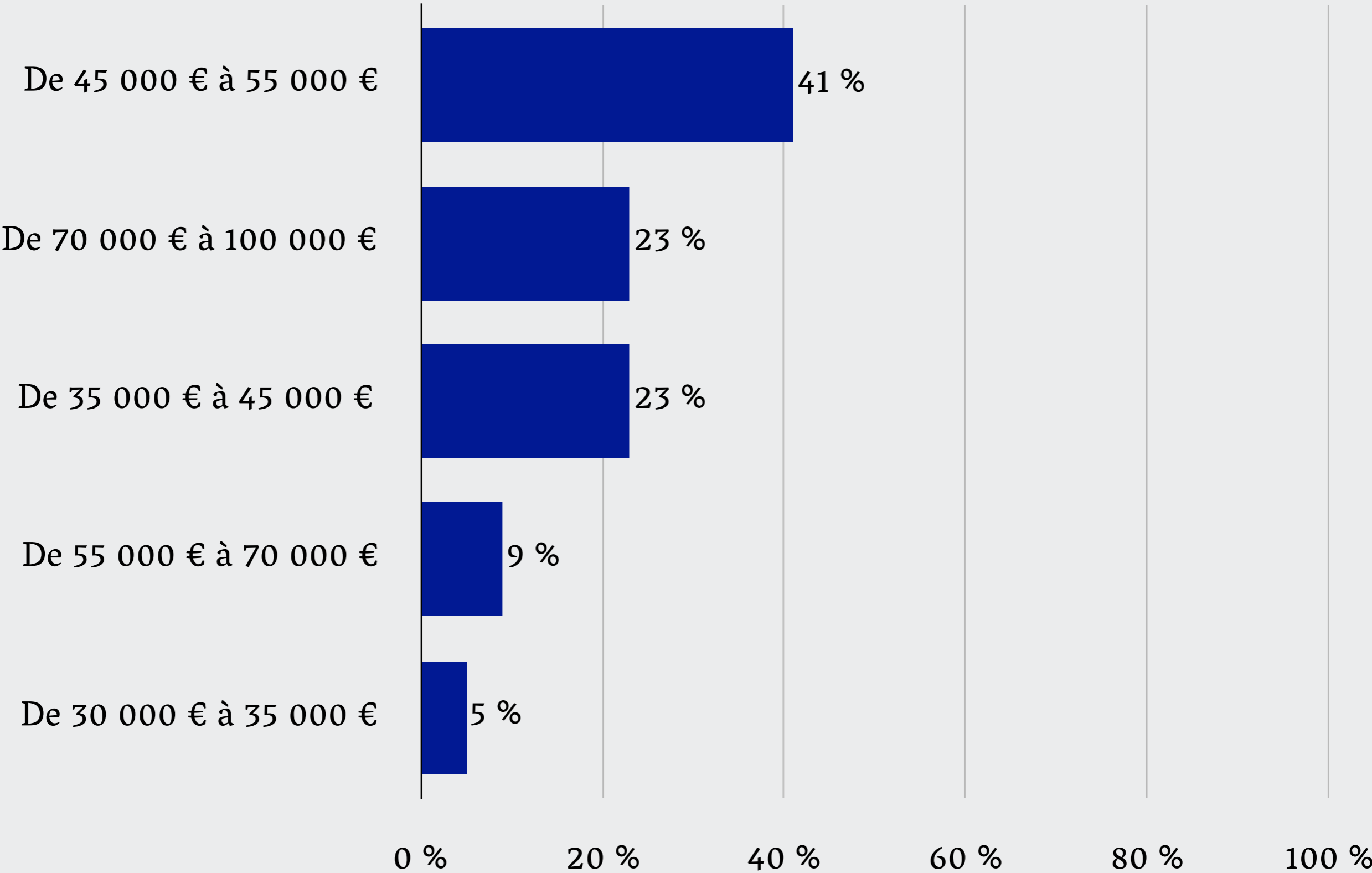
DESIGNER UX JUNIOR



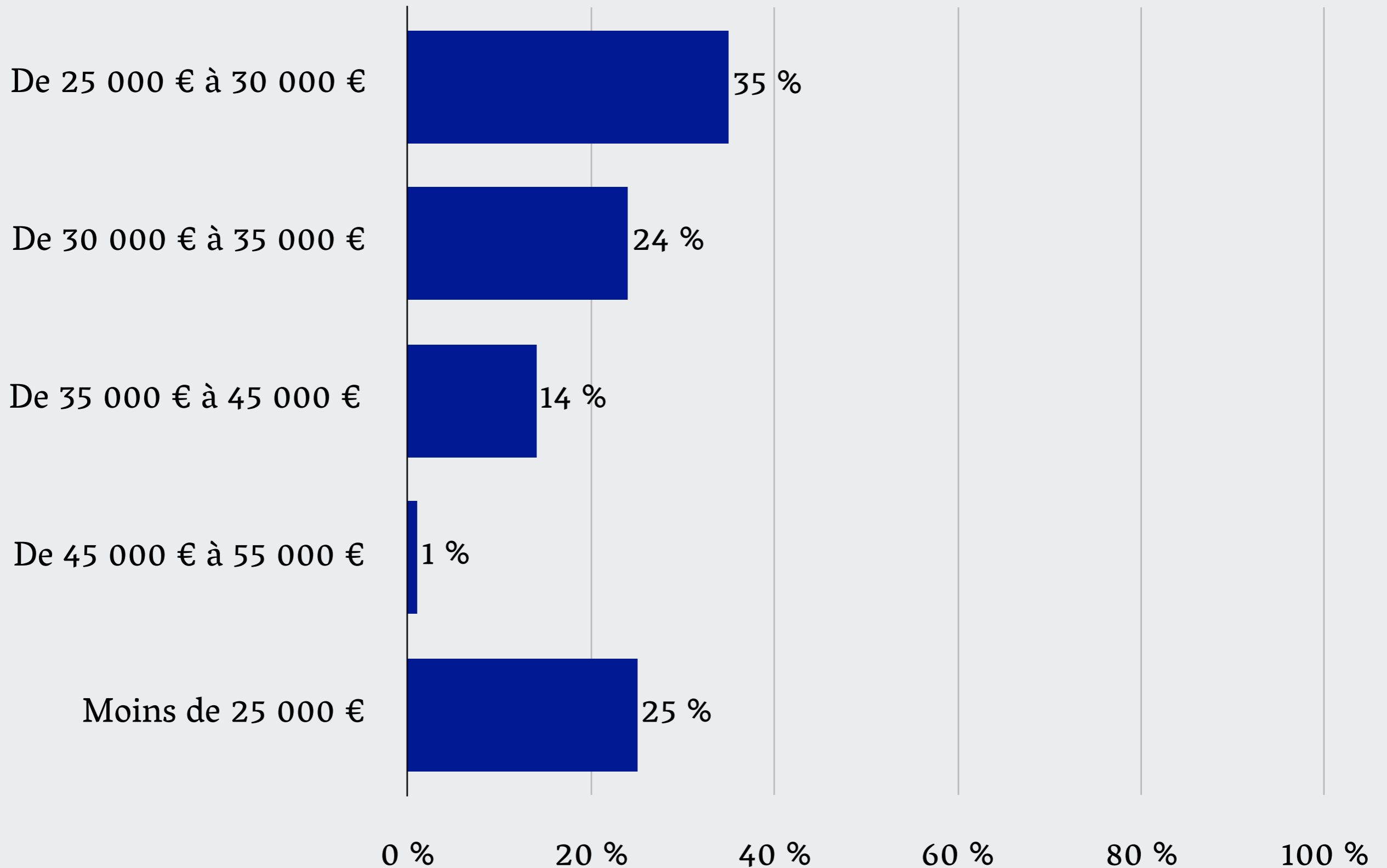
DESIGNER UX CONFIRMÉ



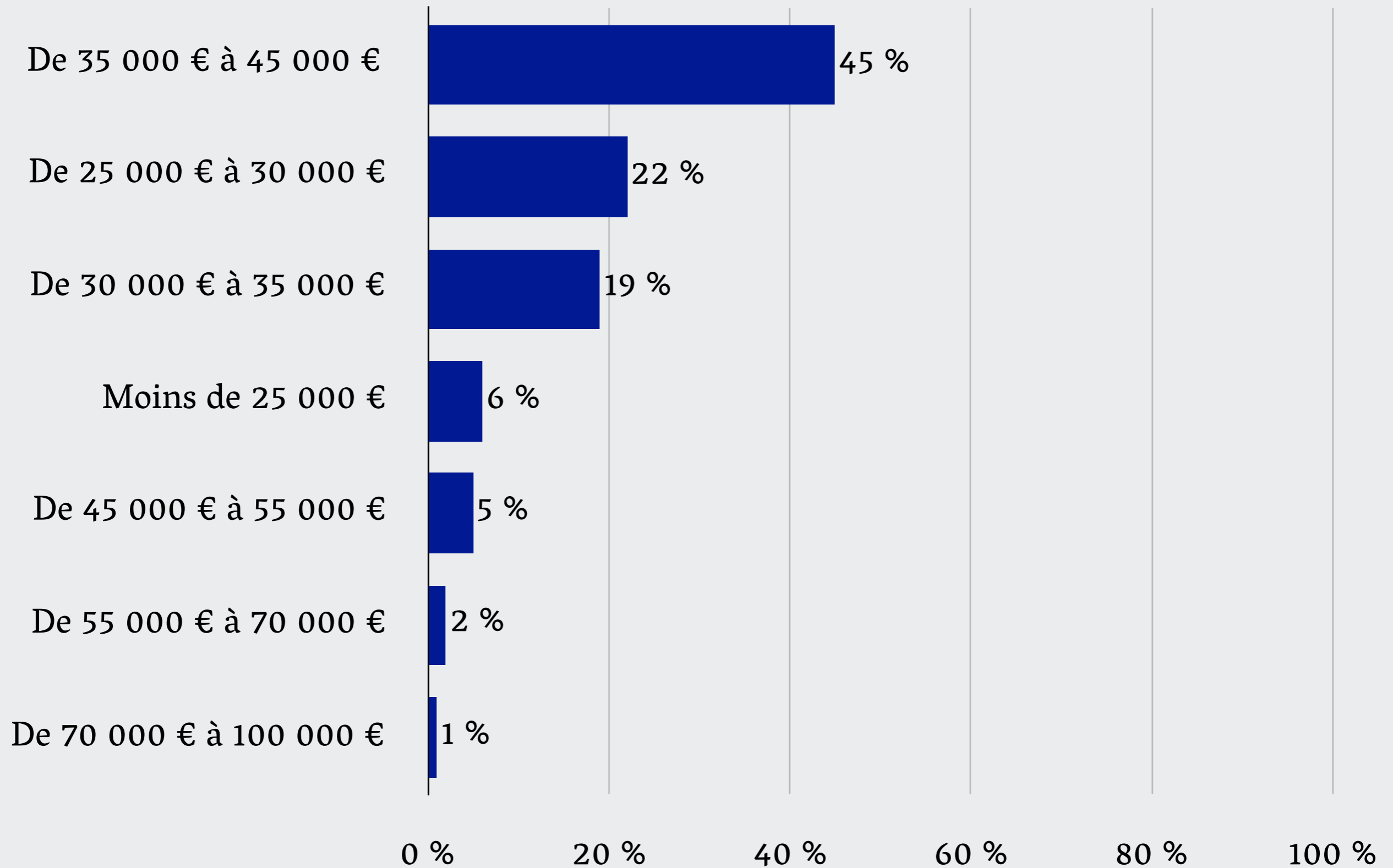
DESIGNER UX SENIOR



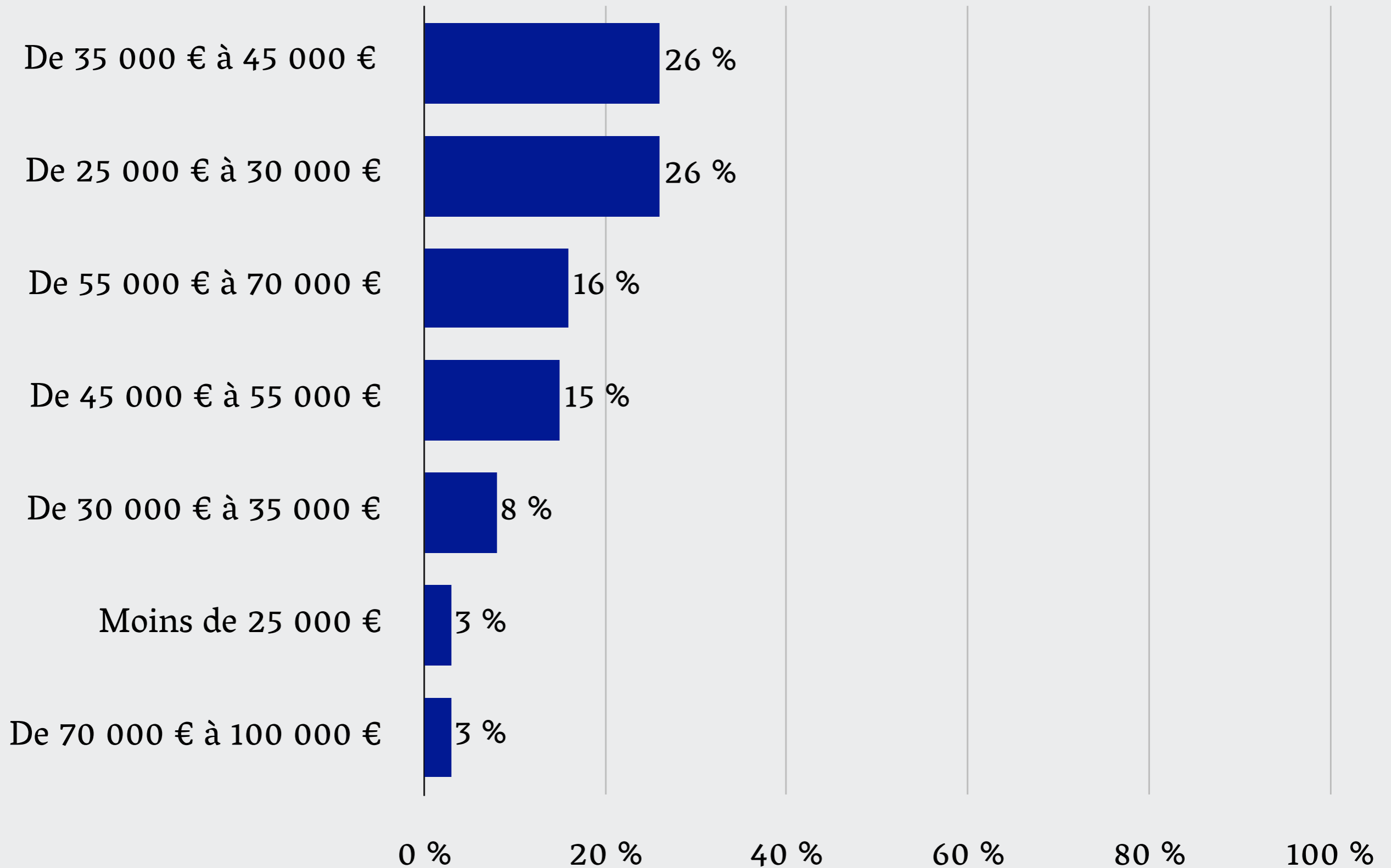
DESIGNER UI JUNIOR



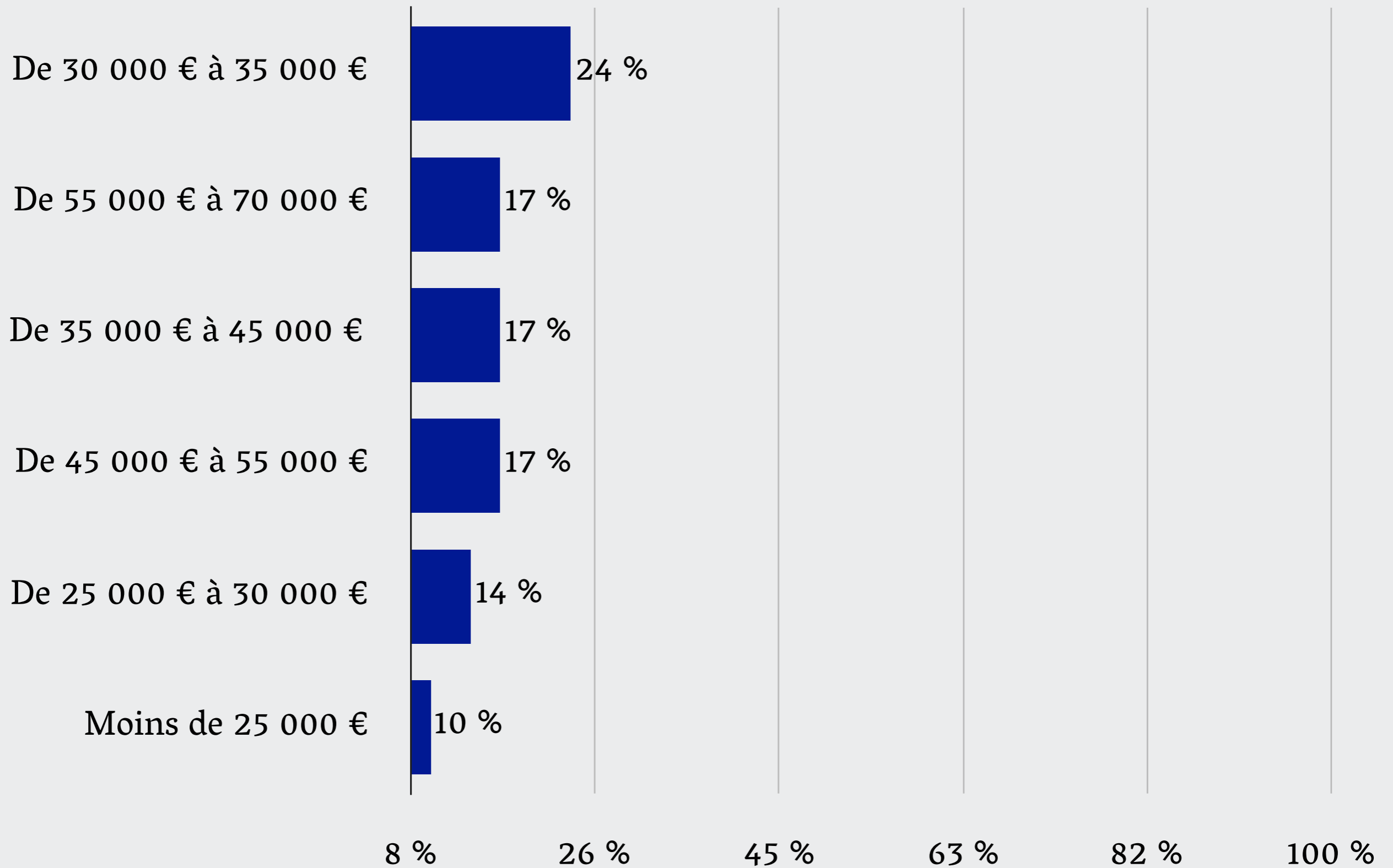
DESIGNER UI CONFIRMÉ



DESIGNER UI SENIOR



DESIGNER D'INTERACTIONS



PRÉOCCUPATIONS PRINCIPALES DES DESIGNERS EN 2016

- le niveau des budgets consacrés aux projets
- la rapidité d'exécution exigée dans des cycles de projets plus courts
- la compréhension que les clients ont des apports de la démarche de design
- l'appropriation de nouvelles expertises/techniques : UX design, responsive, mobile
- le souhait d'intégrer une démarche d'innovation dans les projets
- l'intégration du point de vue de l'utilisateur dans la démarche de conception
- la place du prototypage dans la démarche projet
- le positionnement plus stratégique du design dans les entreprises
- la difficulté de la définition du besoin client

ÉVOLUTION DE LA DEMANDE DES CLIENTS EN 2016

« Les demandes se structurent et la plus-value de l'UX commence à être reconnue. »

« Plus d'intérêt concernant la valeur ajoutée d'une réelle étude des besoins et usages clients. »

« Demande d'acculturation au design et demande grandissante d'intégrer la réflexion et méthode design en amont des projets. »

« Après une vraie prise de conscience de l'importance de l'expérience utilisateur, je remarque un début de déclin pour cet intérêt : il y a une crainte que cette partie du process est un "blocker", que la recherche prend trop de temps. »

« Nos clients sont de plus en plus demandeurs de nouvelles méthodes de conception et d'évaluation des interfaces. »

« De plus en plus de méthode agile avec le client. »

ÉVOLUTION DE LA DEMANDE DES CLIENTS EN 2016

« Je remarque une plus grande réceptivité aux démarches de recherche utilisateurs et de co-création. La dimension itérative est mieux comprise. »

« La performance de l'interface devient un indicateur de succès du projet. »

« La simplicité est de plus en plus recherchée, là où la beauté et la complexité étaient demandées précédemment. »

« Le design tend de plus en plus à travailler en amont projet et participe au management de l'innovation. »

« La dimension culturelle tend à prendre autant d'importance que la dimension opérationnelle : l'intégration culturelle du design dans les entreprises et leurs process est aujourd'hui une attente forte des clients. »

« la confusion entre les expertises UI et UX va perdurer »

« En région, les clients commandent toujours de l'IHM "au poids" c'est à dire à l'écran, sans se soucier du recueil de feedbacks utilisateurs »

« Certains clients deviennent plus matures mais certains ne demandent toujours qu'une couche graphique pour faire plus joli... »

« Les clients exigent que nous travaillions dans des délais serrés et dans des budgets de plus en plus contraints »

LA SITUATION EN 2016

« Le besoin de mettre en œuvre des maquettes interactives simplement tout en permettant de représenter des interactions complexes. »

« Il faut être toujours plus polyvalent. »

« Difficulté à imaginer des stratégies globales, projets initiés par une solution technique et pas par un besoin identifié »

« On me demande souvent de créer l'expérience utilisateurs sans même que je puisse connaître les utilisateurs. »

« Qualité du travail assez souvent compromise par des objectifs mal déterminés, et des délais parfois trop courts. »

« Augmentation du nombre de designer UX entrant sur le marché. »

LA SITUATION EN 2016

« Manque de liberté dans la création, manque de confiance en l'expertise. »

« Le manque de culture design des autres acteurs de la chaîne de conception freine l'innovation. »

« De plus en plus de grands acteurs prennent des ressources UX en interne. »

« La situation est très paradoxale, avec une maturité de la demande mais également des clients qui ne sont pas formés aux tenants et aboutissants du design »

« Ce sont souvent les désirs du client qui passent avant les besoins de l'utilisateur. »

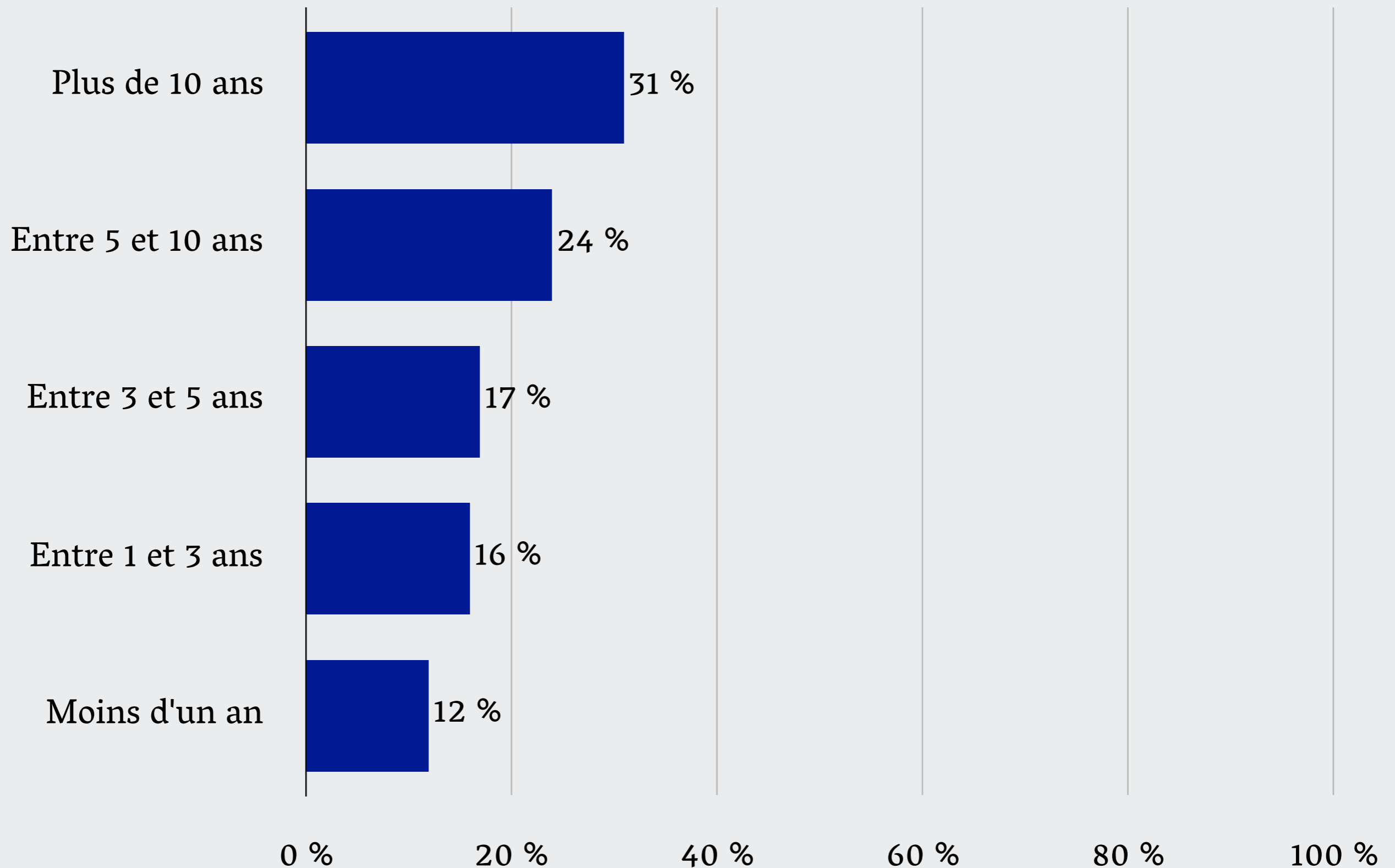
« Tout est à faire dans l'urgence ! »

« La maturité des clients face au digital est relativement inégale. Il est difficile de se faire entendre lorsque certains s'improvisent connaisseur de leurs utilisateurs et font des choix spécifiques à leur métier et perdent alors les codes et usages connus de tous. »

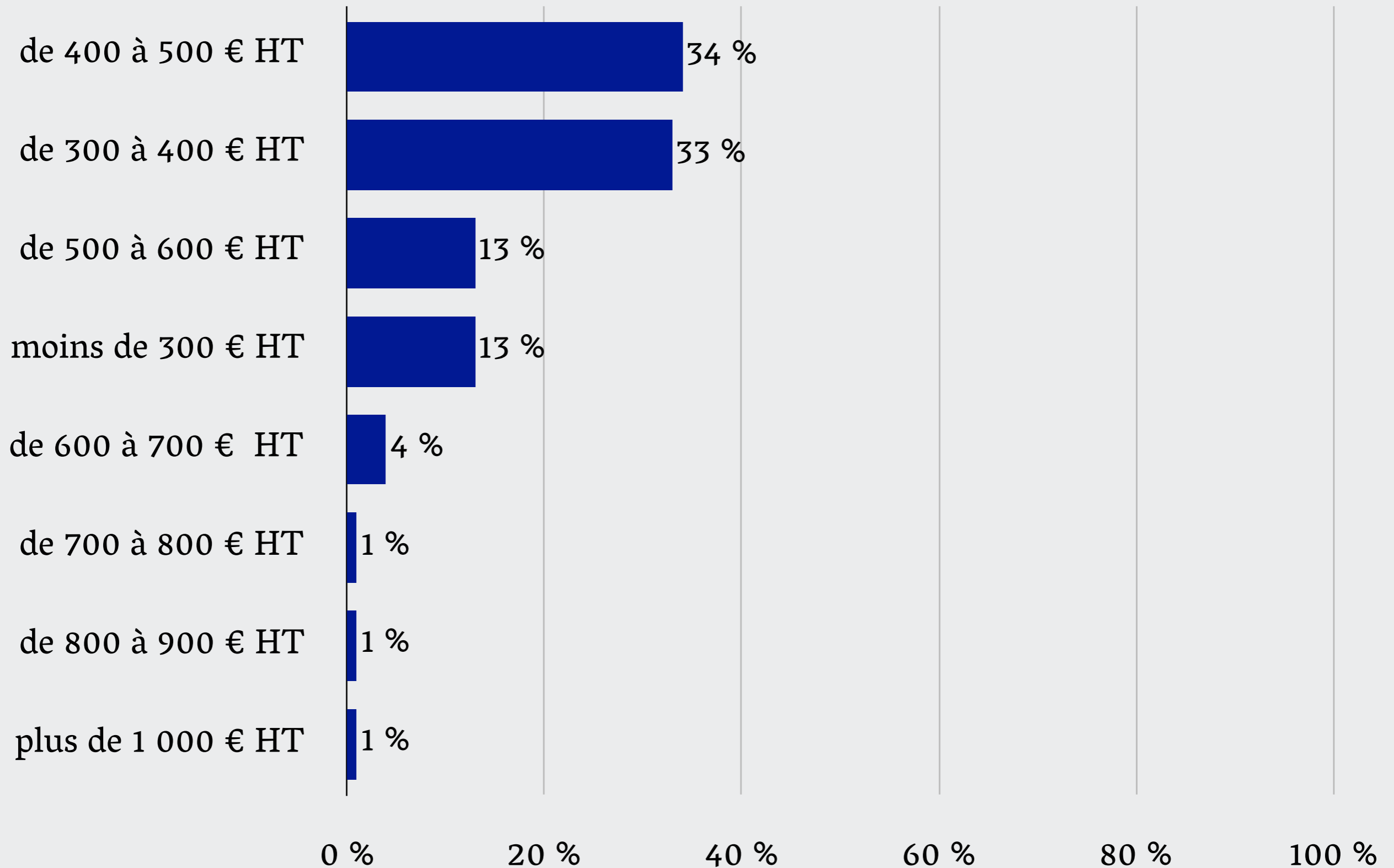
3

DESIGNERS INTERACTIFS FREELANCES

DEPUIS COMBIEN DE TEMPS EXERCEZ-VOUS VOTRE ACTIVITÉ ?

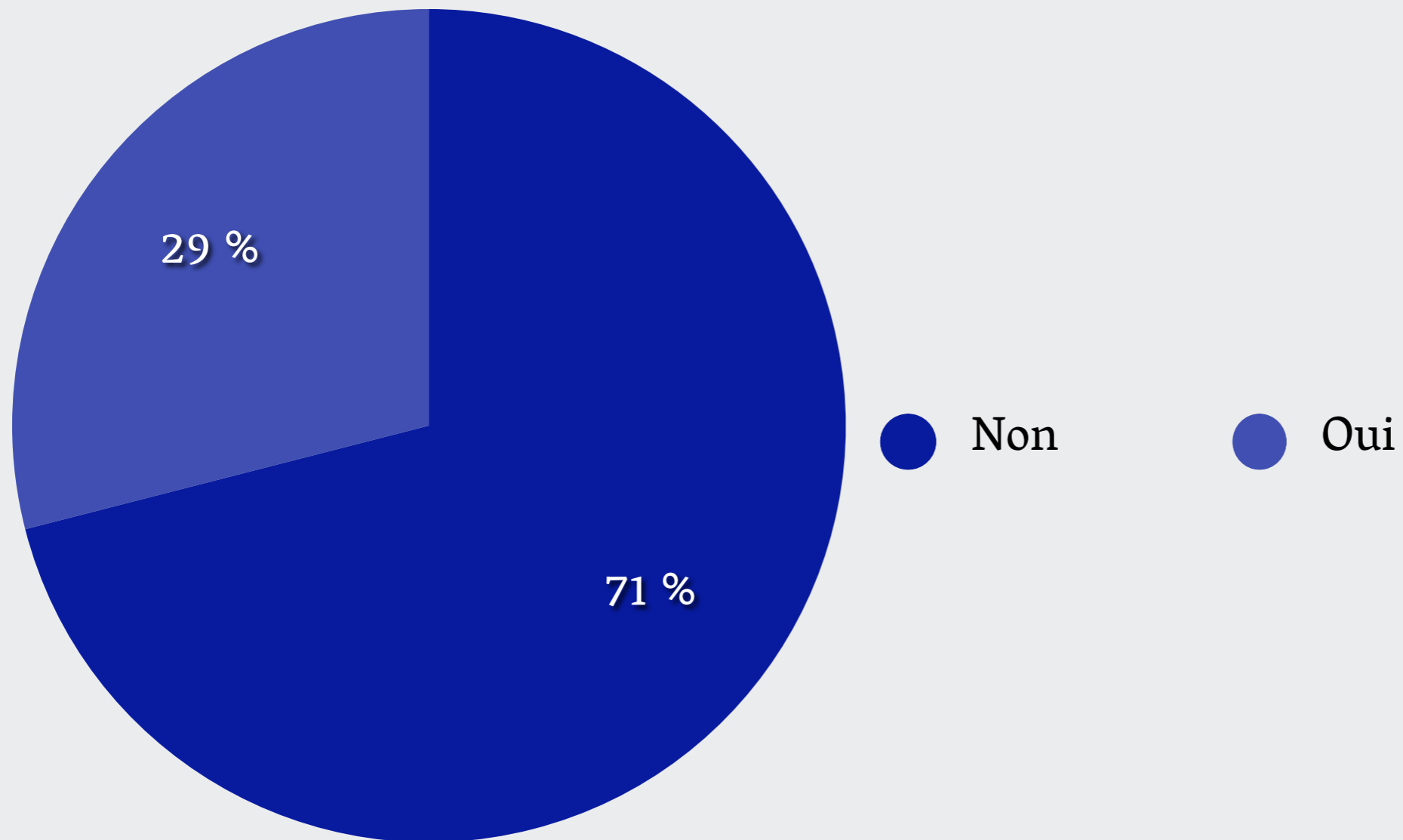


PRIX J/H MOYEN HT FACTURÉ

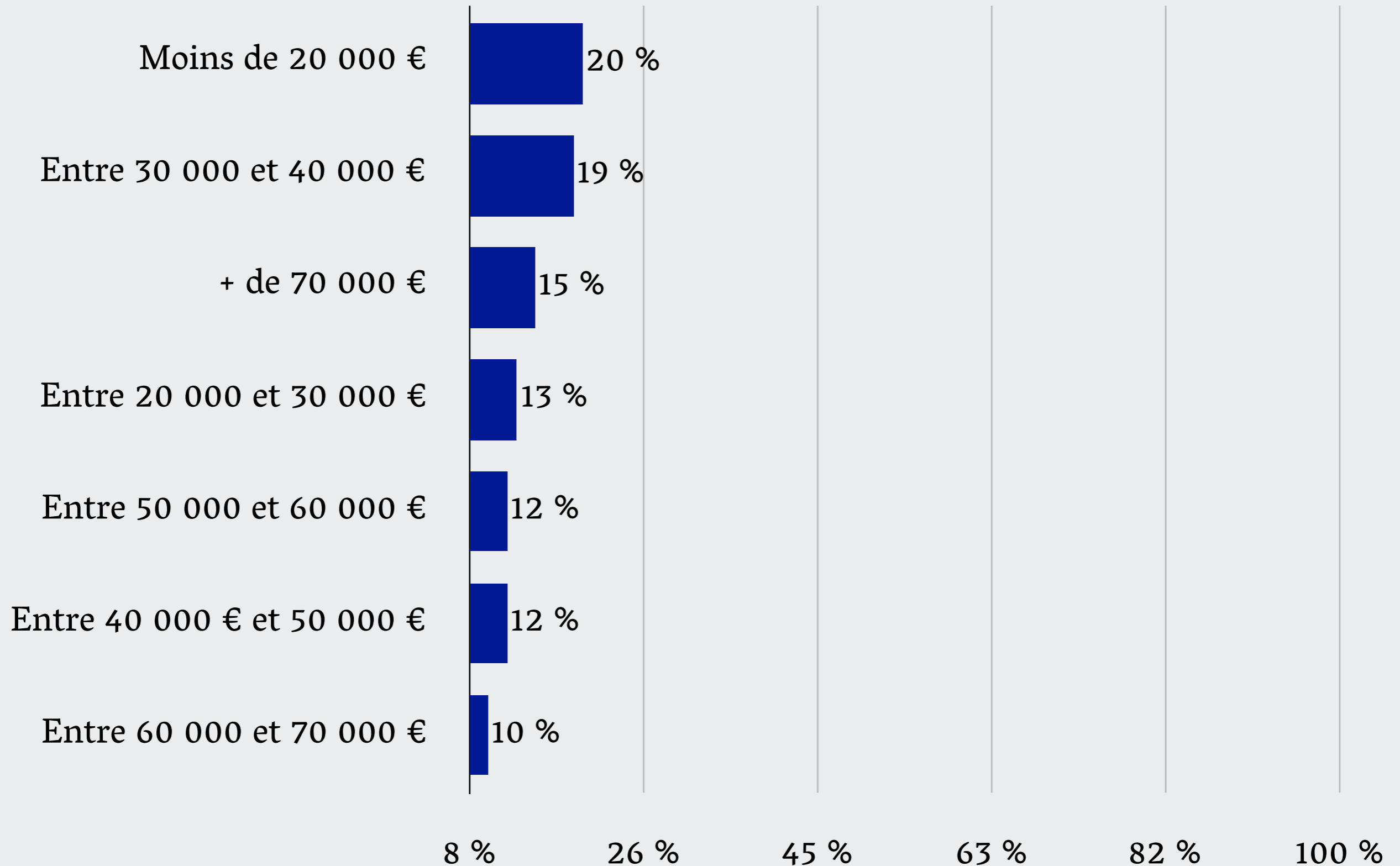


RÉMUNÉRATION

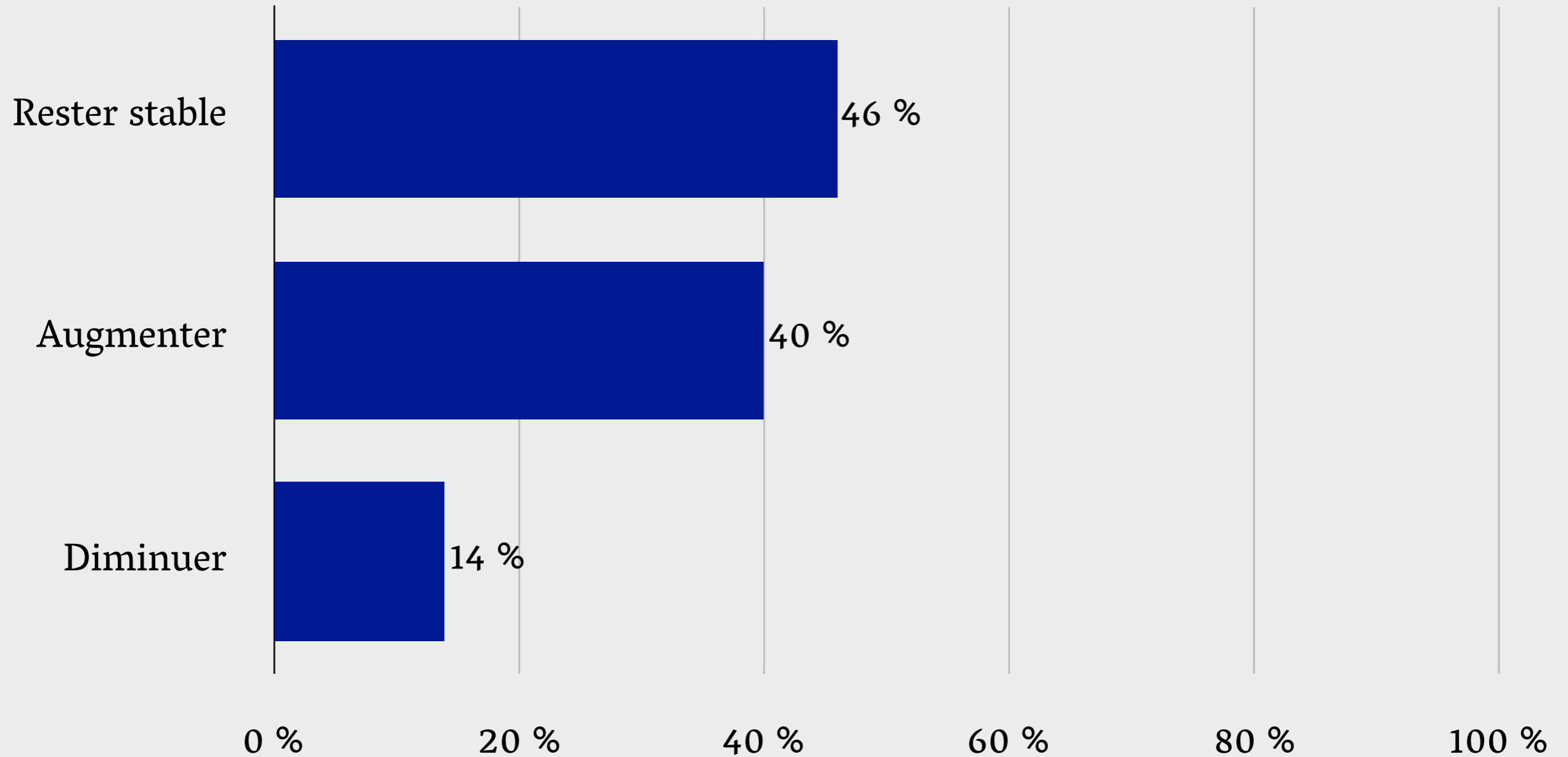
Avez-vous augmenté votre prix journalier récemment ?



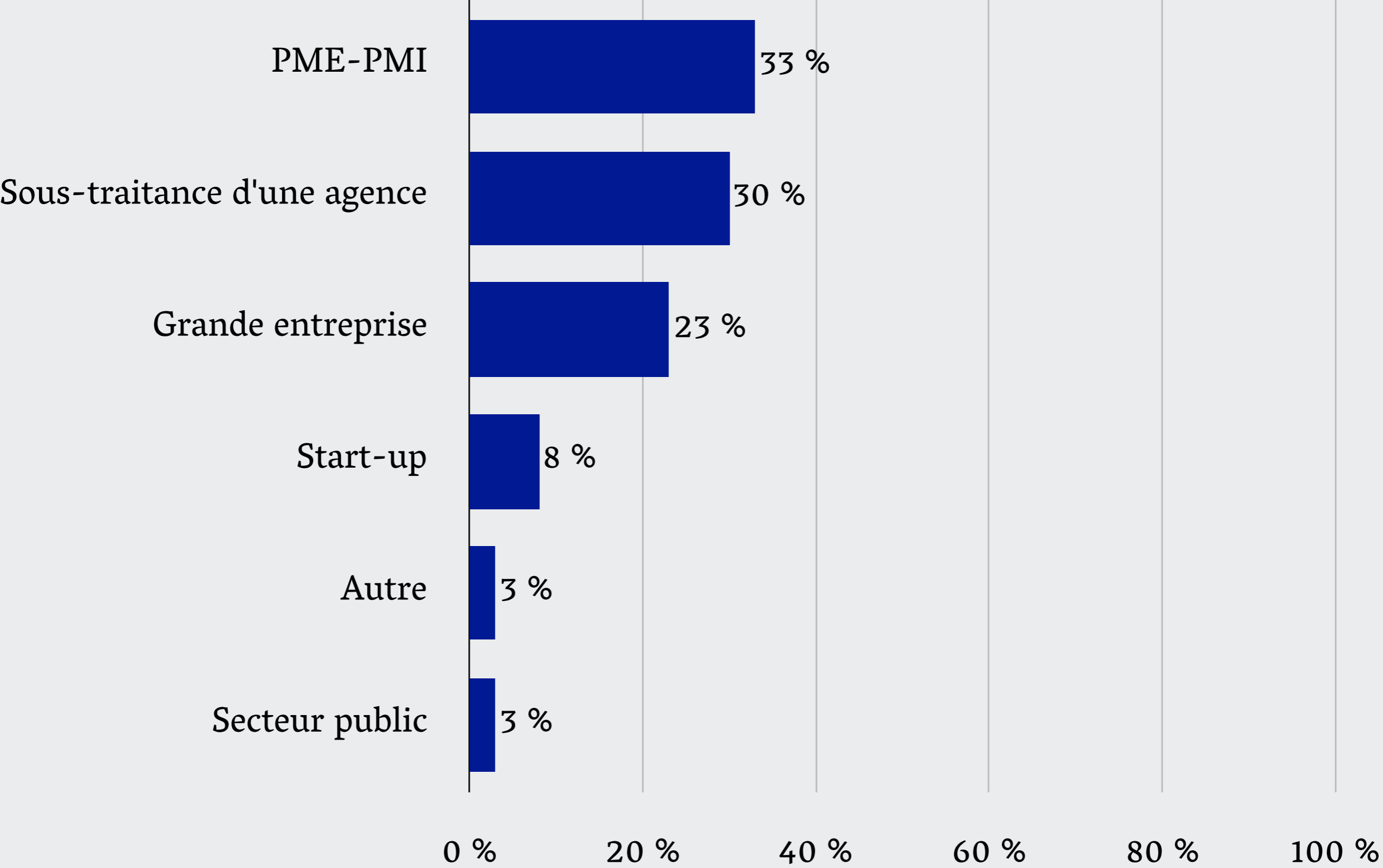
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL BRUT MOYEN



POUR L'ANNÉE EN COURS, CE CHIFFRE DEVRAIT

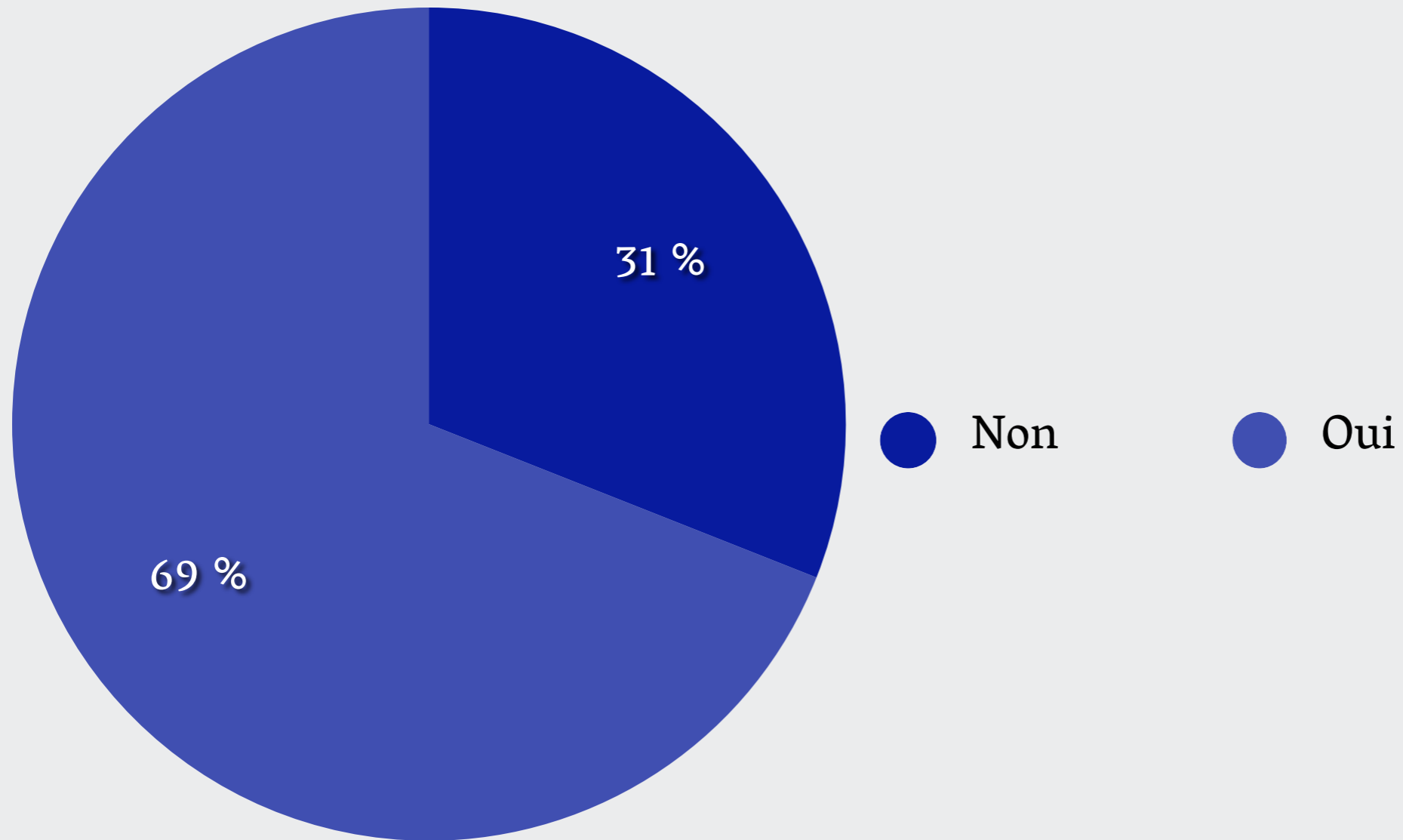


QUI SONT VOS CLIENTS ?



SATISFACTION GLOBALE

Êtes-vous satisfait de votre situation professionnelle actuelle ?



PRÉOCCUPATIONS PRINCIPALES DES FREELANCES EN 2016

- le manque de temps consacré à la réflexion dans les projets
- le manque de maturité des clients
- le caractère abusif des appels d'offres
- le caractère de plus en plus concurrentiel du marché
- la clarification auprès des clients de la distinction entre les expertises
- la sensibilisation des clients à une démarche projet structurée
- la difficulté à développer son portefeuille client en tant qu'indépendant
- la difficulté à développer une activité en région

ÉVOLUTION DE LA DEMANDE DES CLIENTS EN 2016

« Je pense que les clients vont se diriger vers de la qualité. Le low cost devrait mourrir à court ou moyen terme. »

« La demande est plus axée sur les micro-interactions et une immersion plus importante dans l'écosystème du client. »

« Le prototypage est de plus en plus demandé, il vient de plus en tôt dans la démarche et permet au client de se projeter plus efficacement qu'avec des maquettes statiques. »

« En France, je ne vois pas évoluer la demande de Design dans le bon sens du terme malheureusement. Les clients sont exigeants, mais pas matures. Les clients sont directifs mais ne veulent pas payer pour des prestations....»

ÉVOLUTION DE LA DEMANDE DES CLIENTS EN 2016

« Un graphiste indépendant est de plus en plus souvent en concurrence direct avec des agences. »

« Les temps de prise de décision des clients pour lancer les projets s'allongent, avec des annulations à la clé. »

« Il y a forte demande d'expertise UX. »

« Moins de conception détaillée, plus de stratégie UX et de recherche utilisateur (tests utilisateurs, etc.) »

« Plus d'interactions avec les utilisateurs (études, ateliers de créativité, prototypages, tests). »

« Un manque de visibilité à court et moyen terme sur l'activité et l'évolution du marché »

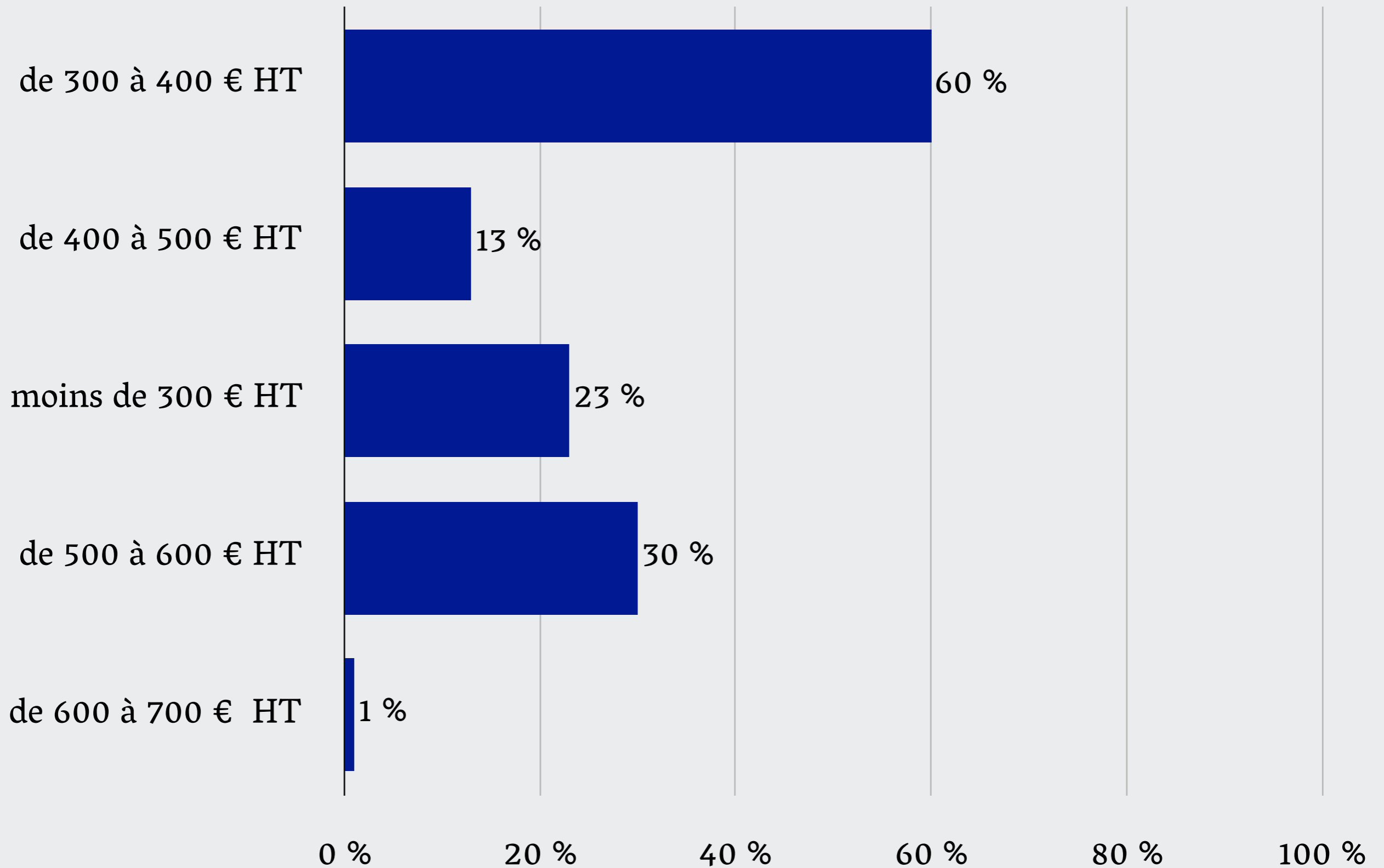
« Il est difficile d'expliquer à certains clients qu'imposer leur vision aux utilisateurs n'est pas forcément la bonne solution. »

« Une activité qui nécessite toujours beaucoup de pédagogie auprès du client avant même de commencer à réfléchir sur le projet. L'accompagnement et la patience prennent place au détriment du temps passé à la conception des projets en eux-même. »

4

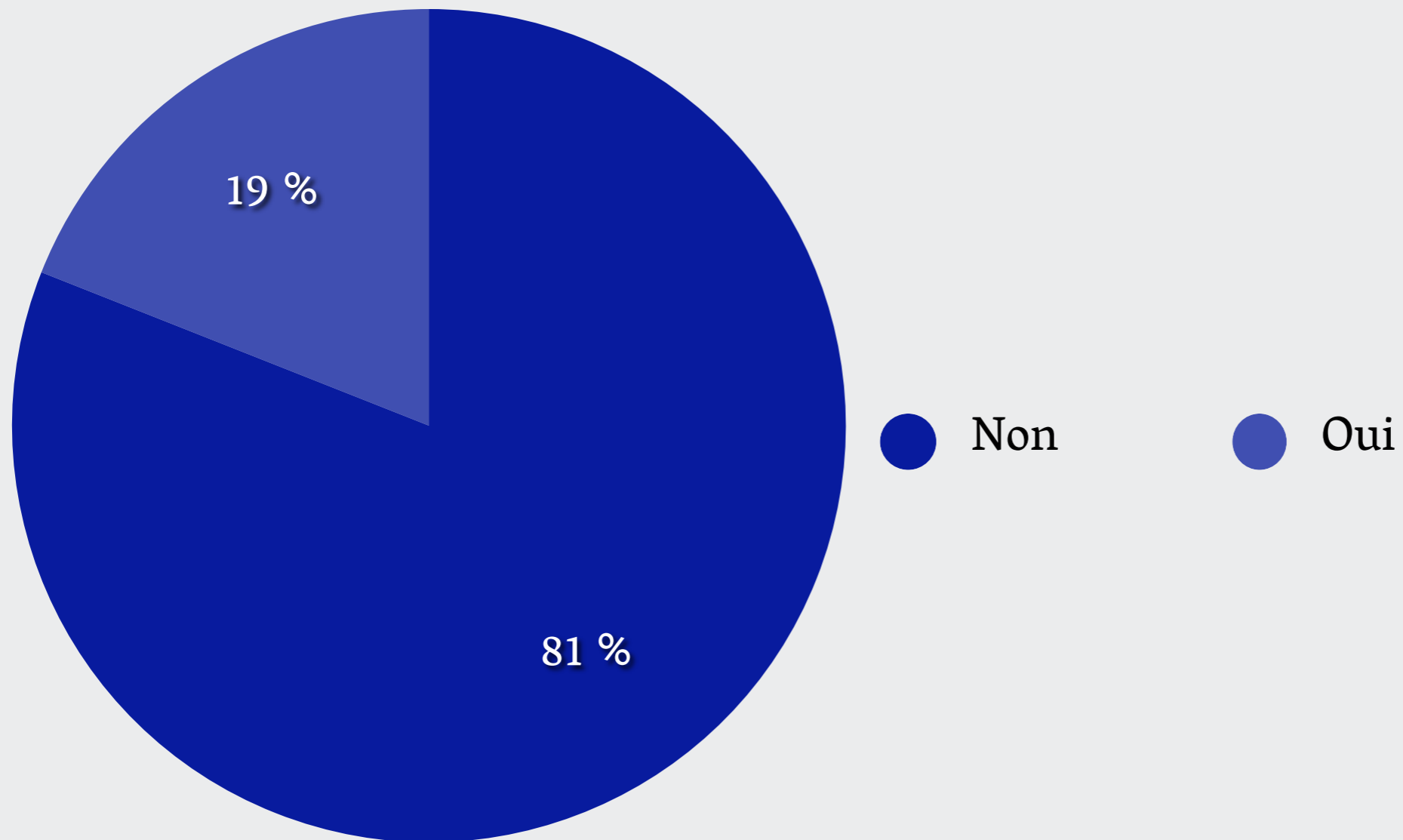
AUTO-ENTREPRENEURS

PRIX J/H MOYEN HT FACTURÉ

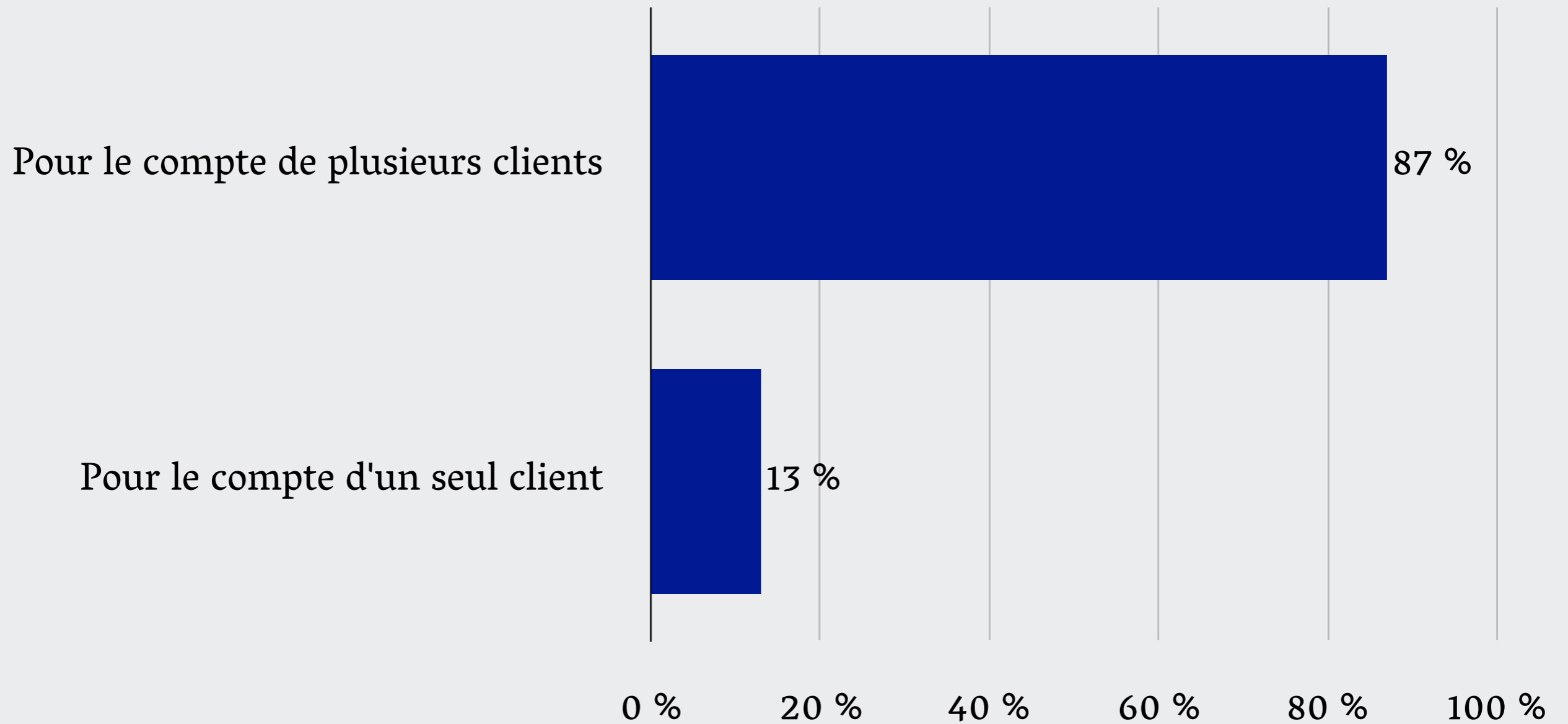


RÉMUNÉRATION

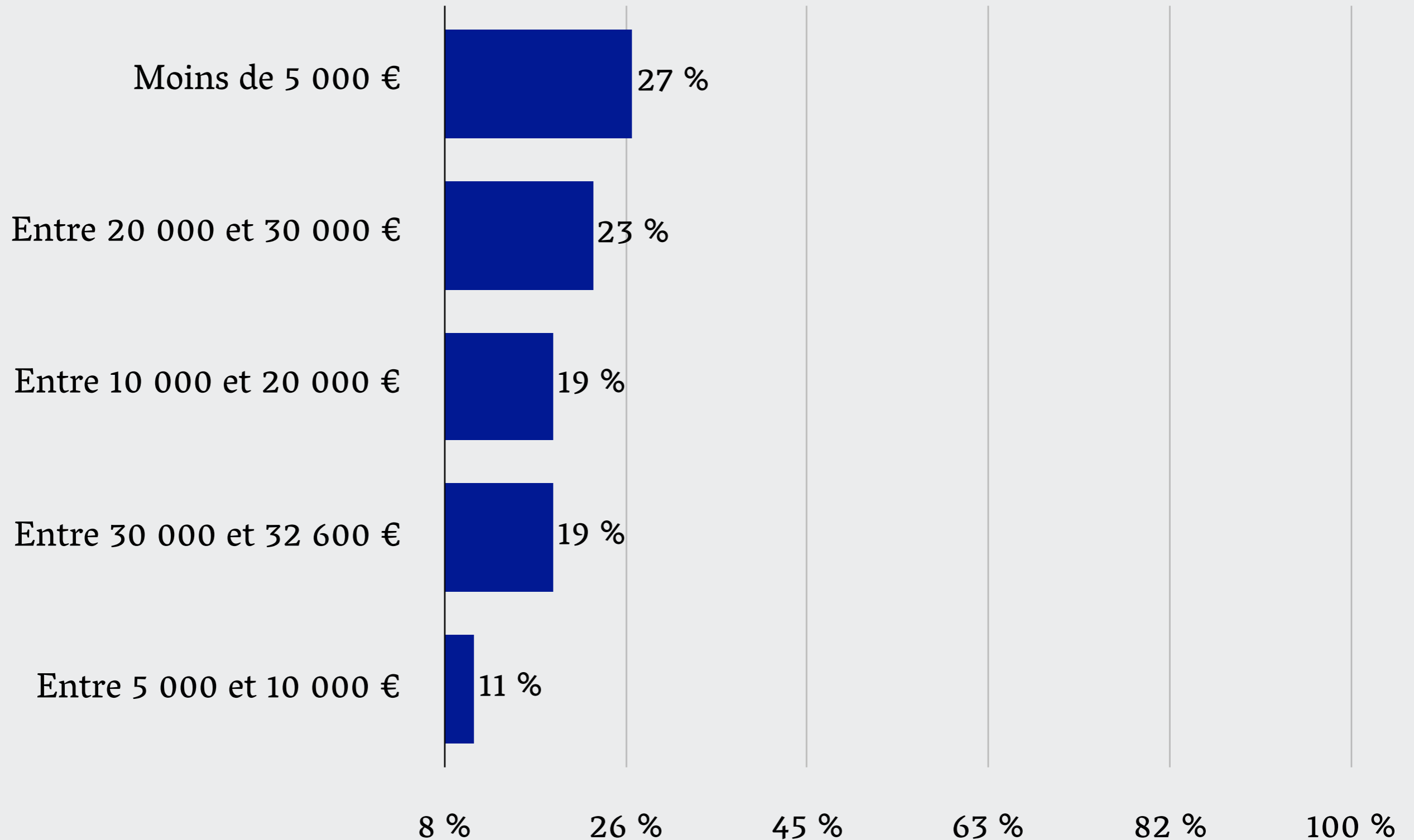
Avez-vous augmenté votre prix journalier récemment ?



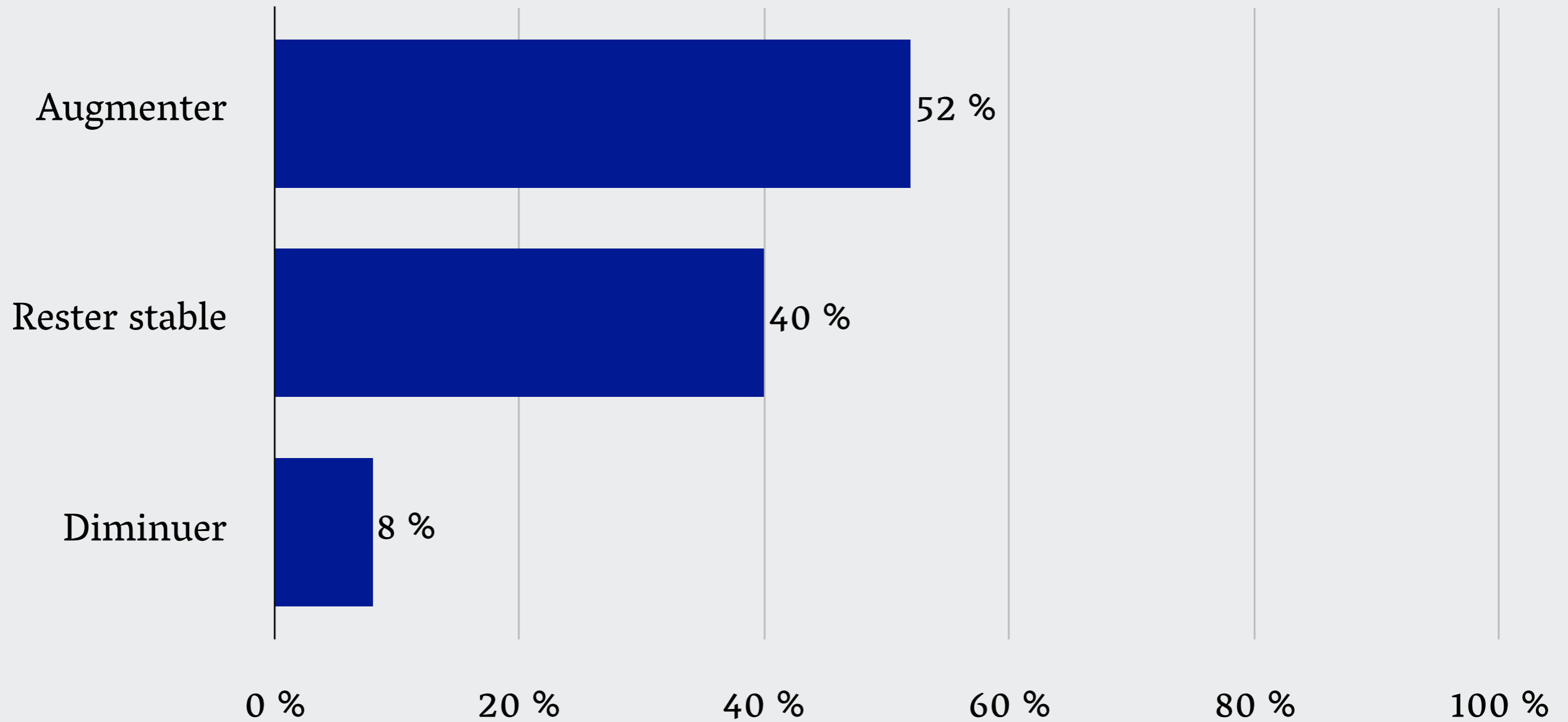
VOUS TRAVAILLEZ



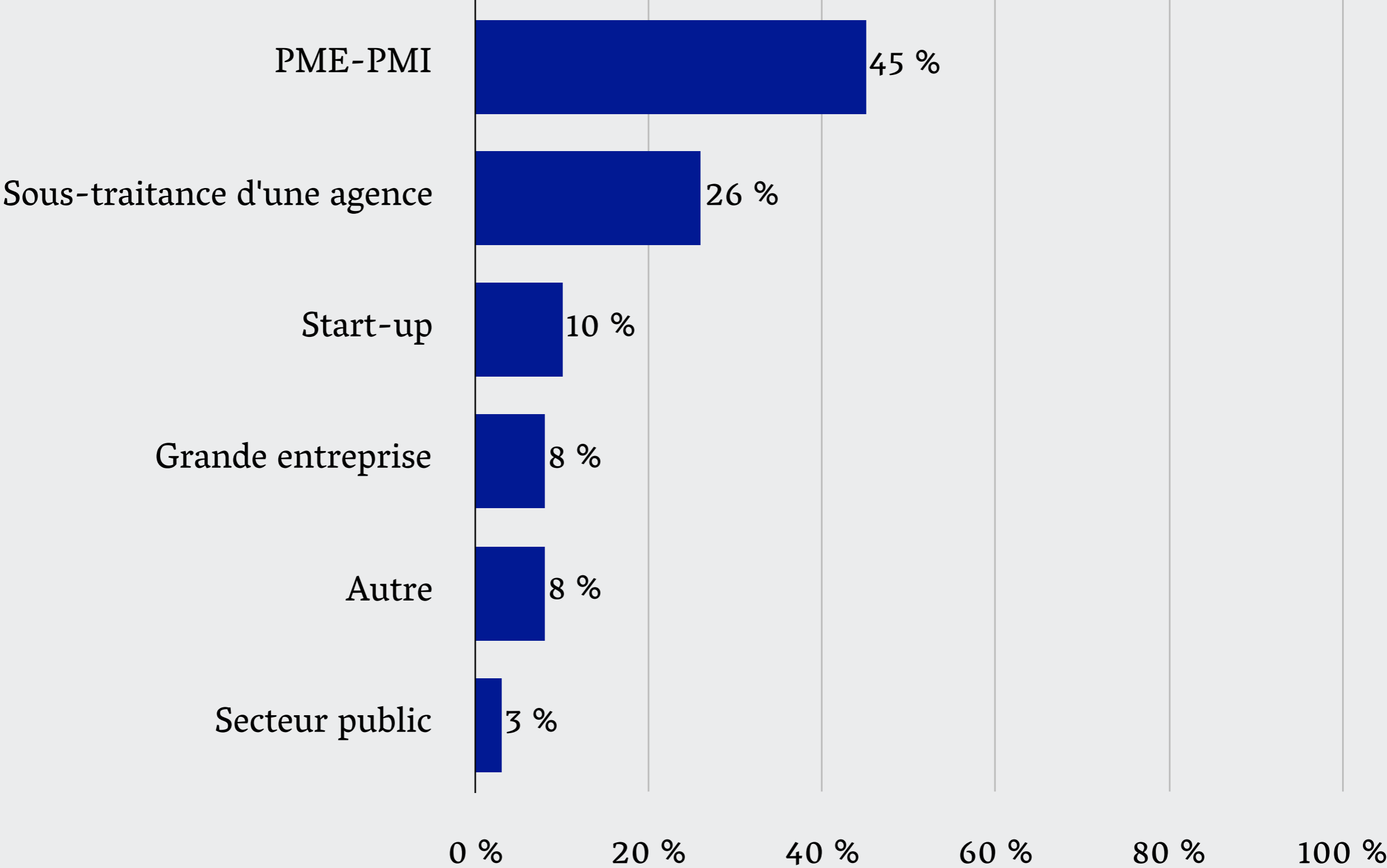
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL BRUT MOYEN



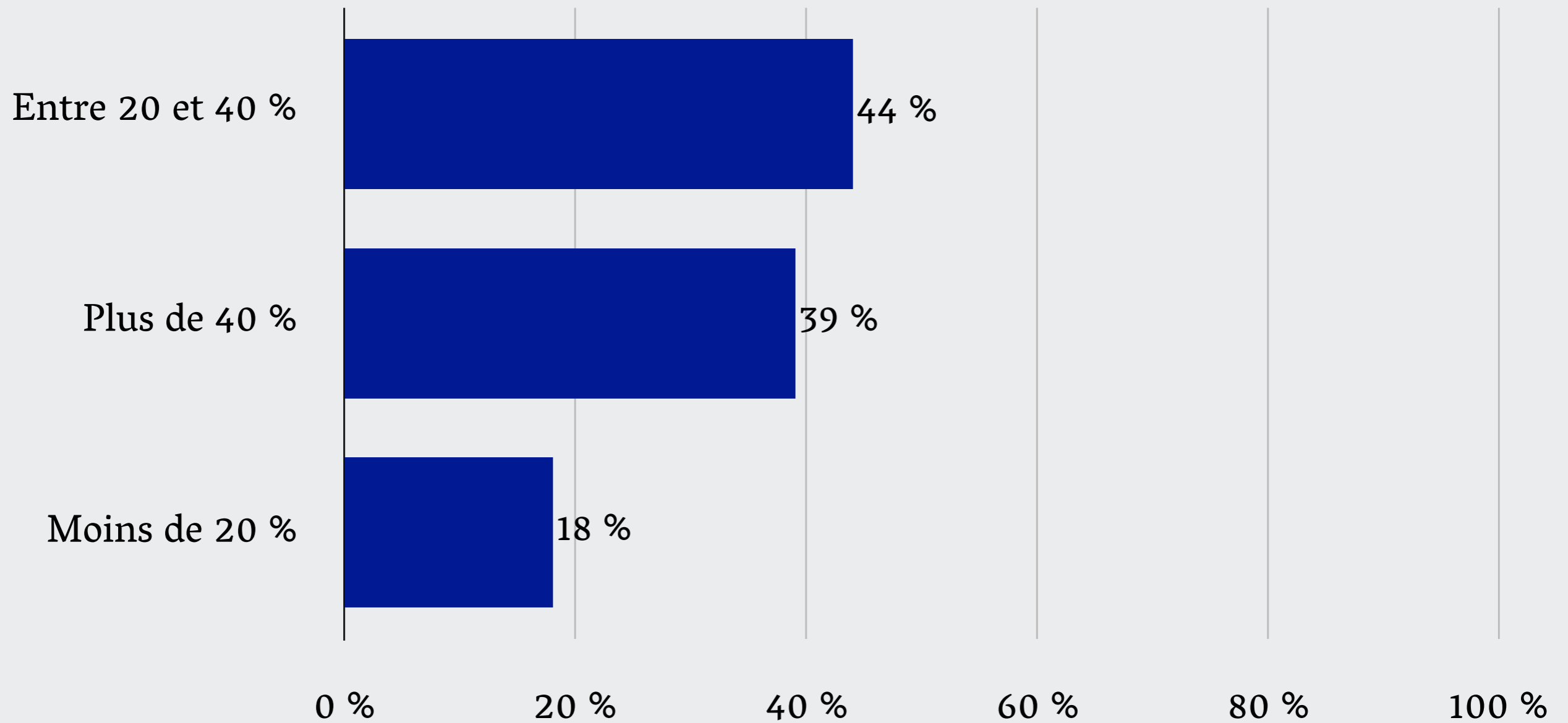
POUR L'ANNÉE EN COURS, CE CHIFFRE DEVRAIT



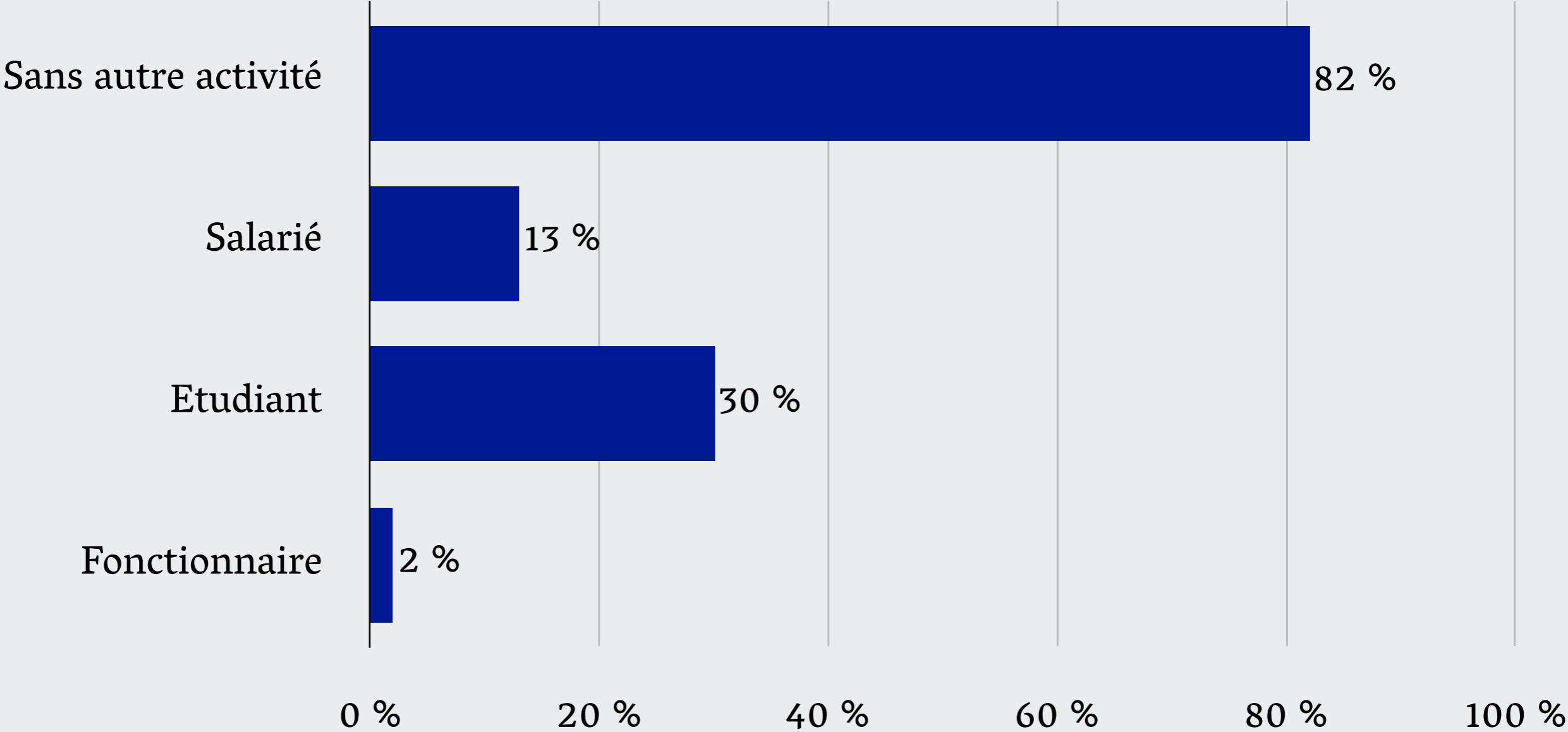
QUI SONT VOS CLIENTS ?



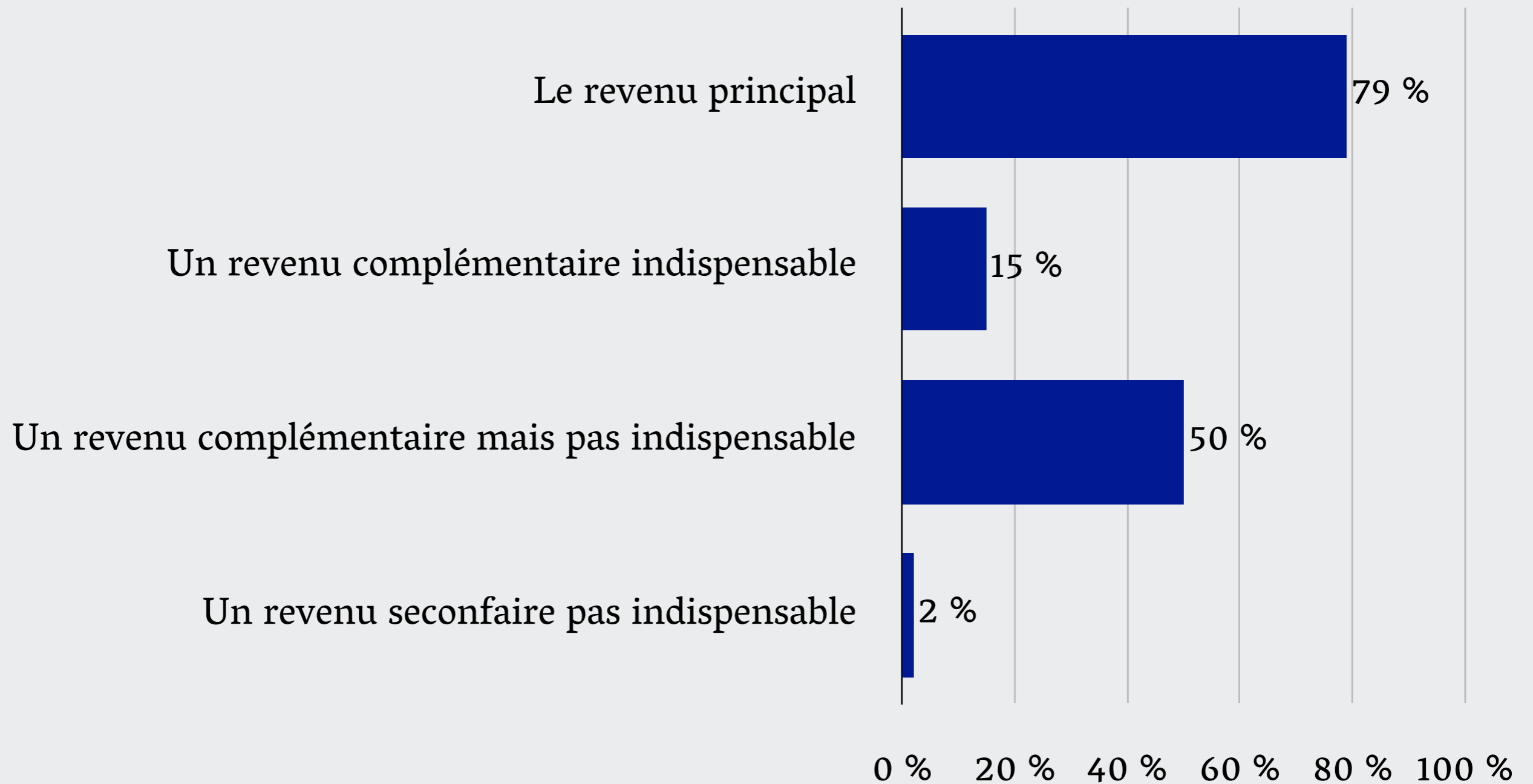
POURCENTAGE D'ACTIVITÉ DU PLUS IMPORTANT CLIENT



EN PARALLÈLE, VOUS ÊTES ÉGALEMENT...

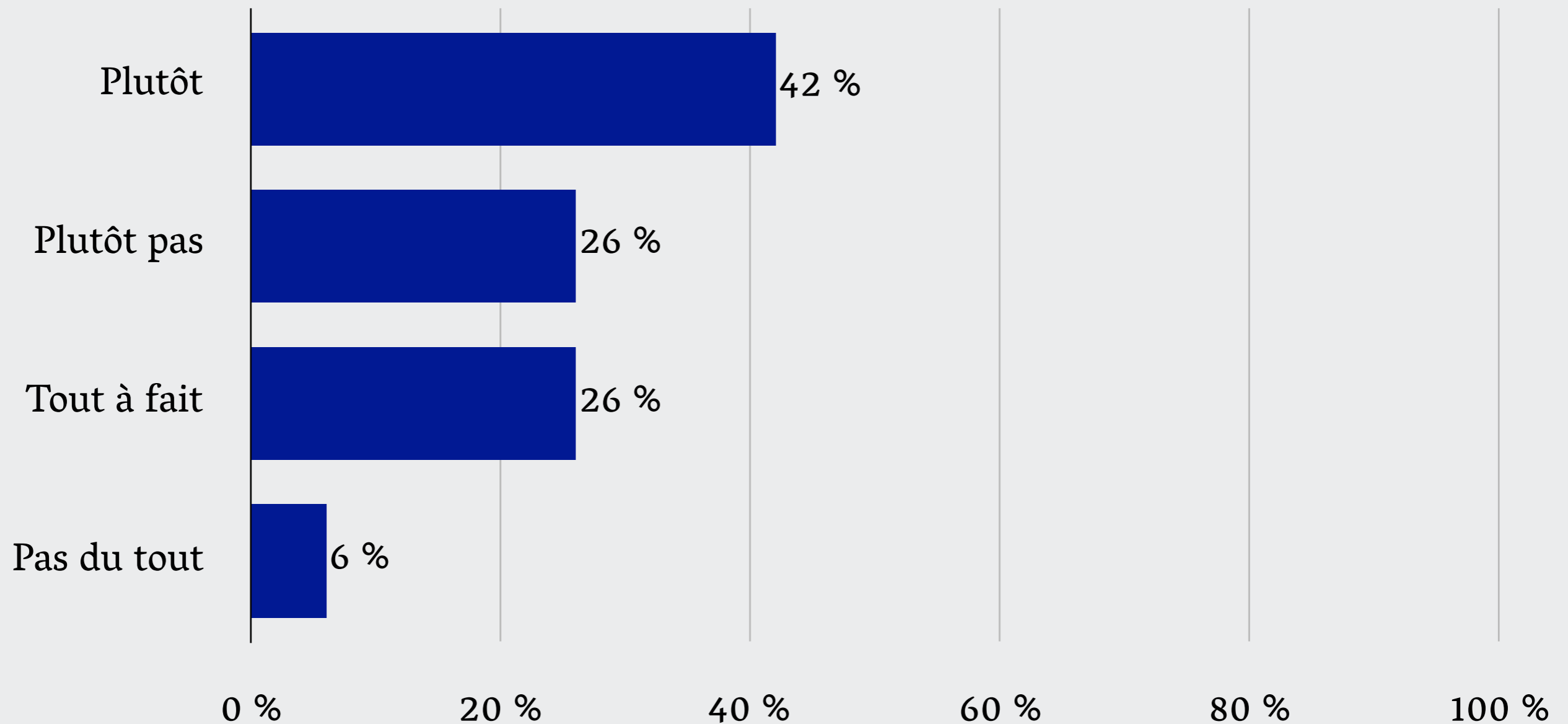


LE REVENU APPORTÉ PAR CET AUTO-ENTREPRISE EST



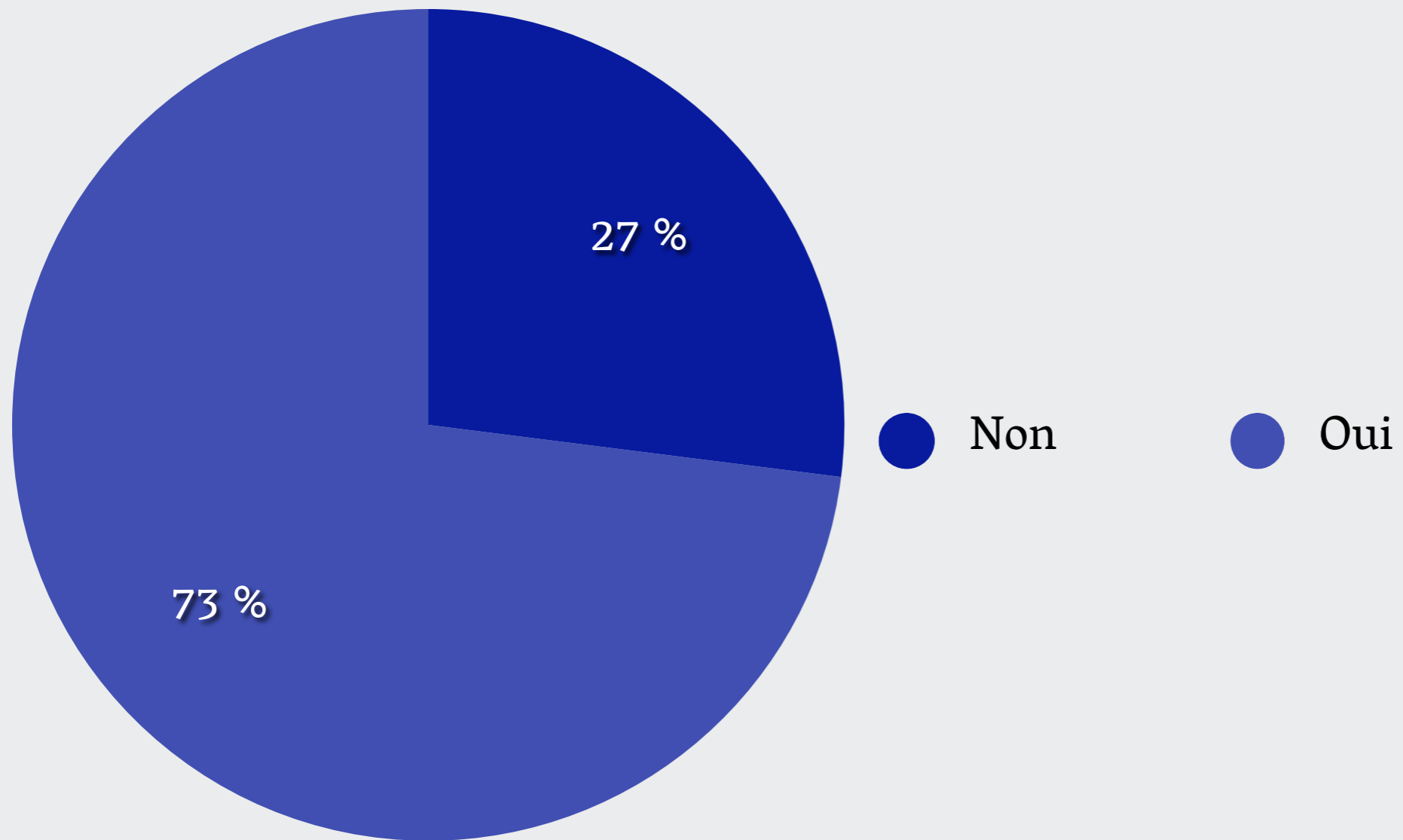
STATUT

Le régime d'auto-entrepreneur est-il adapté à votre activité ?



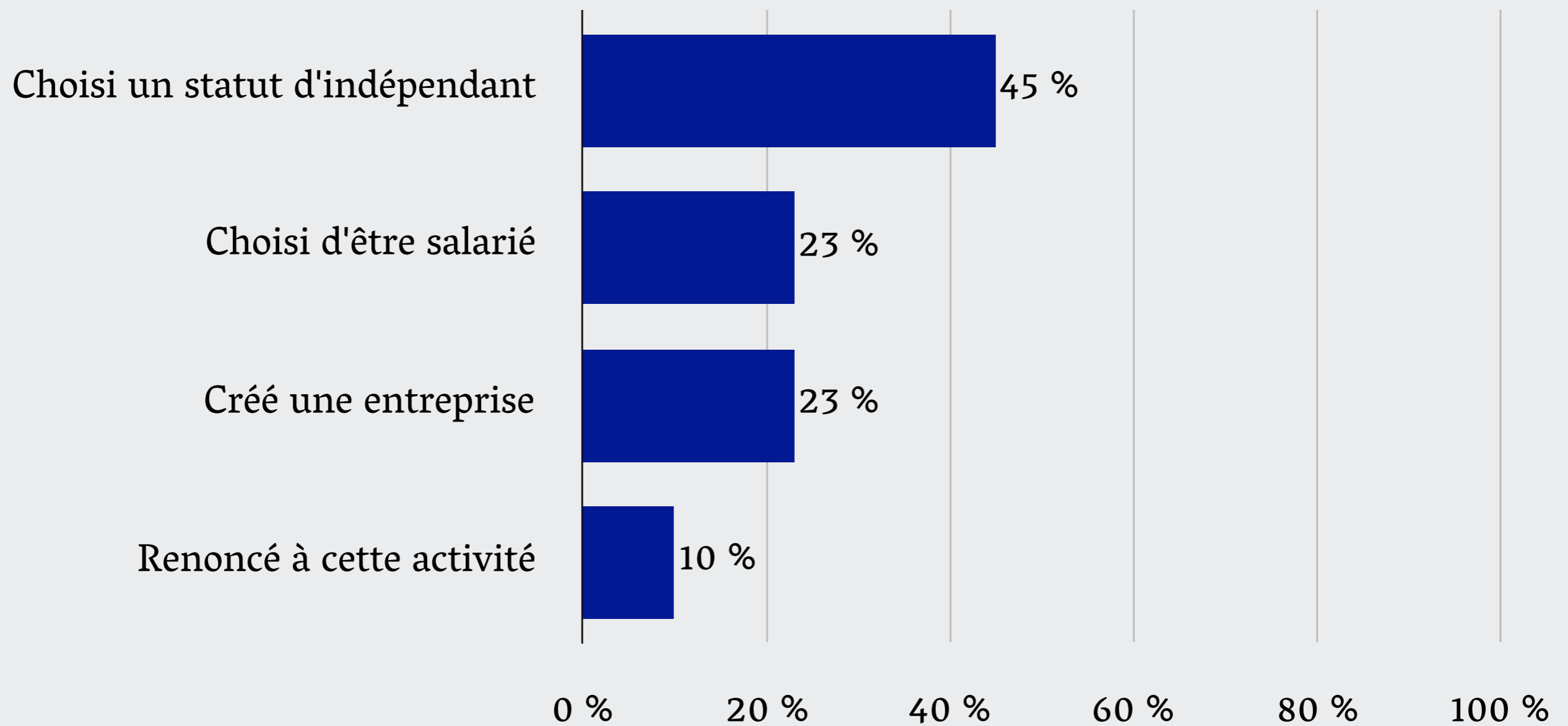
STATUT

Pensez-vous faire évoluer votre auto-entreprise vers un autre statut ?



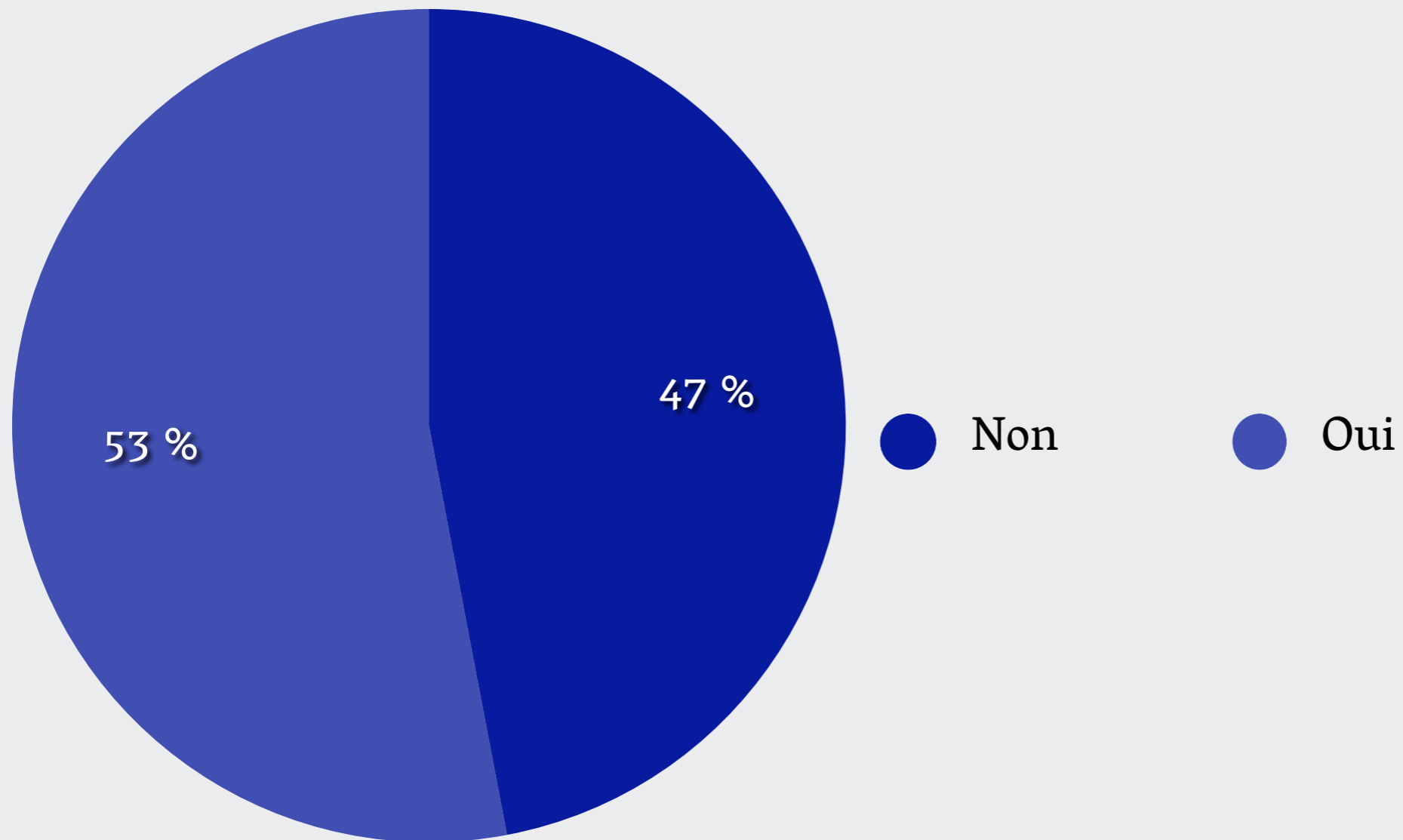
STATUT

Si le régime d'auto-entrepreneur n'avait pas existé, vous auriez...



SATISFACTION GLOBALE

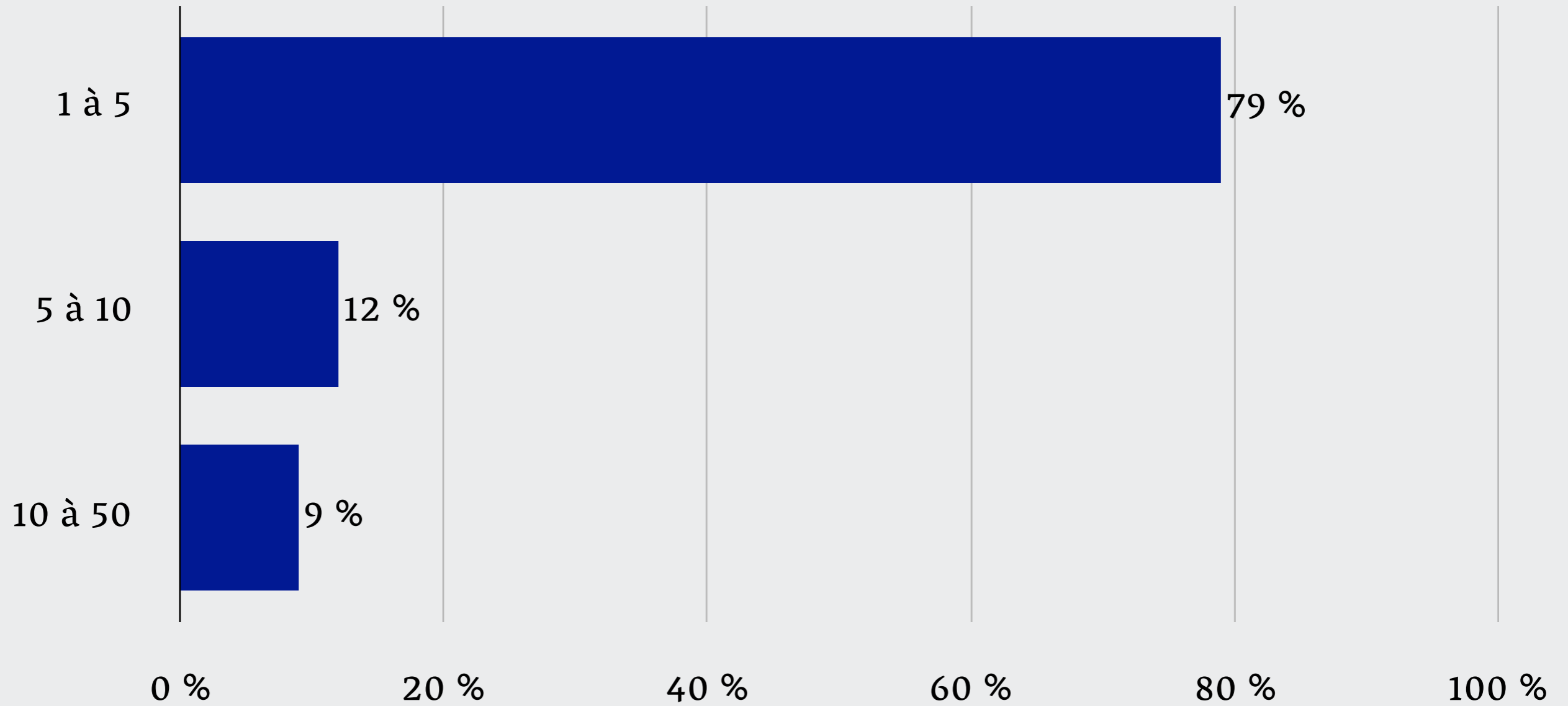
Êtes-vous satisfait de votre situation professionnelle actuelle ?



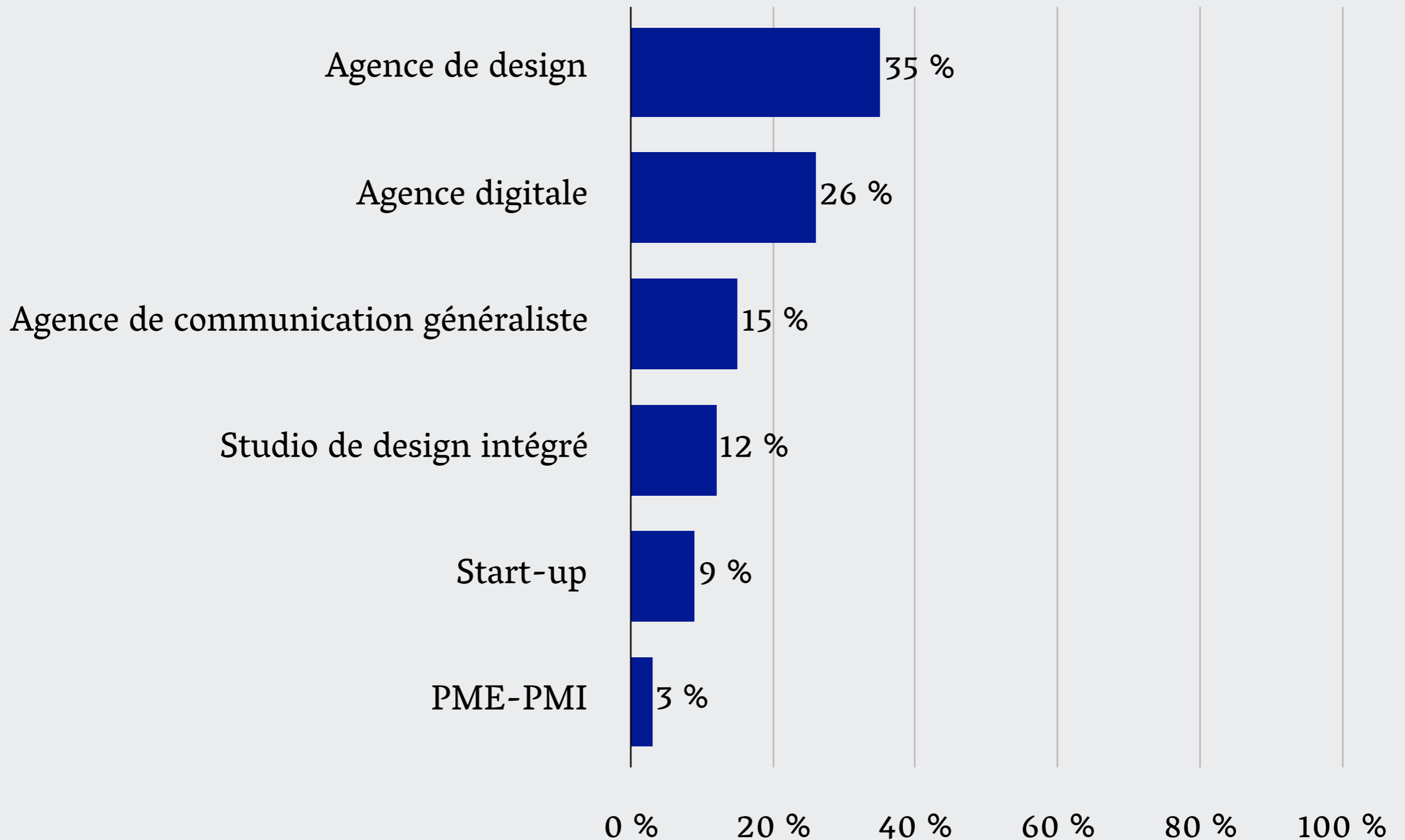
5

ENTREPRISES

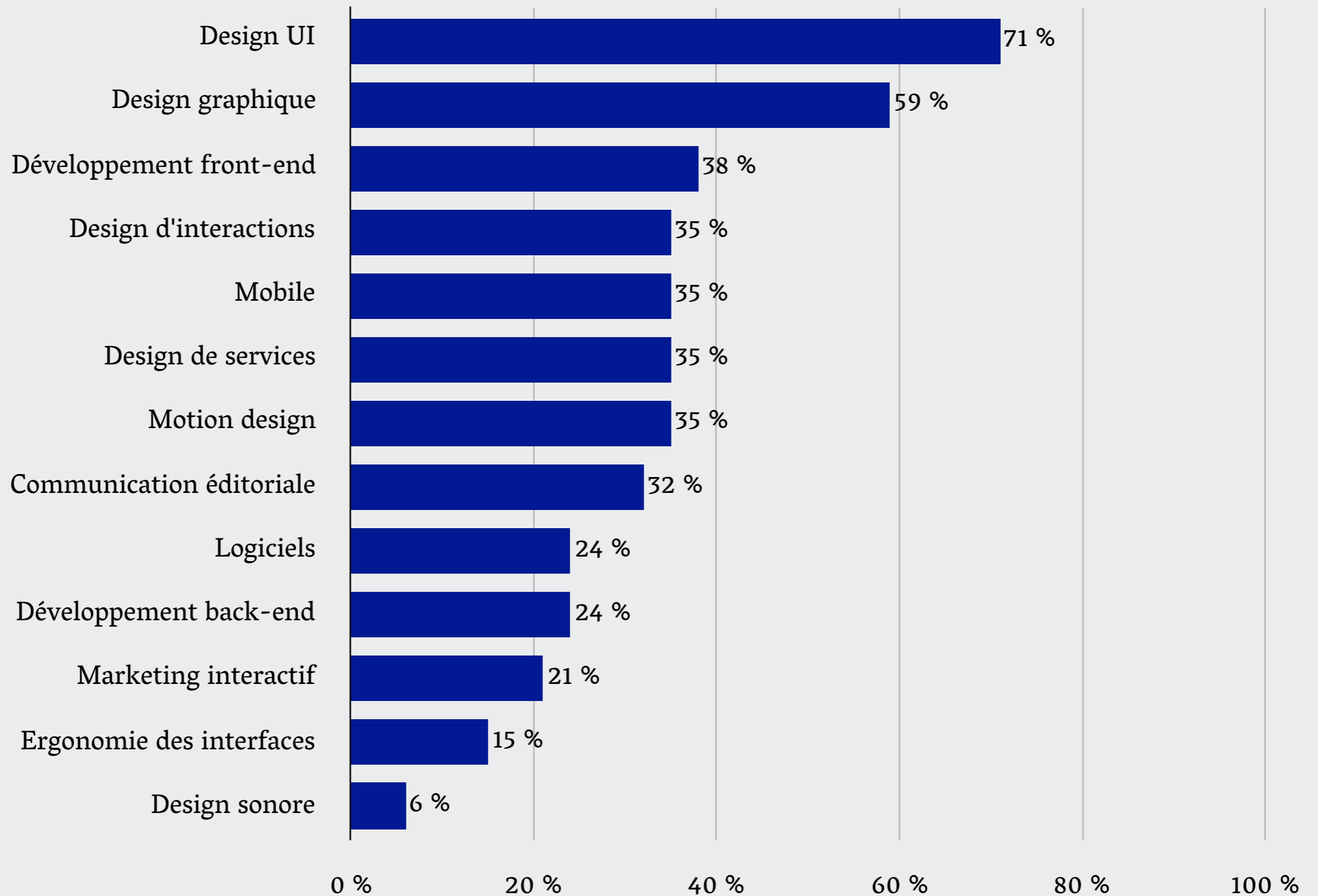
NOMBRE DE COLLABORATEURS



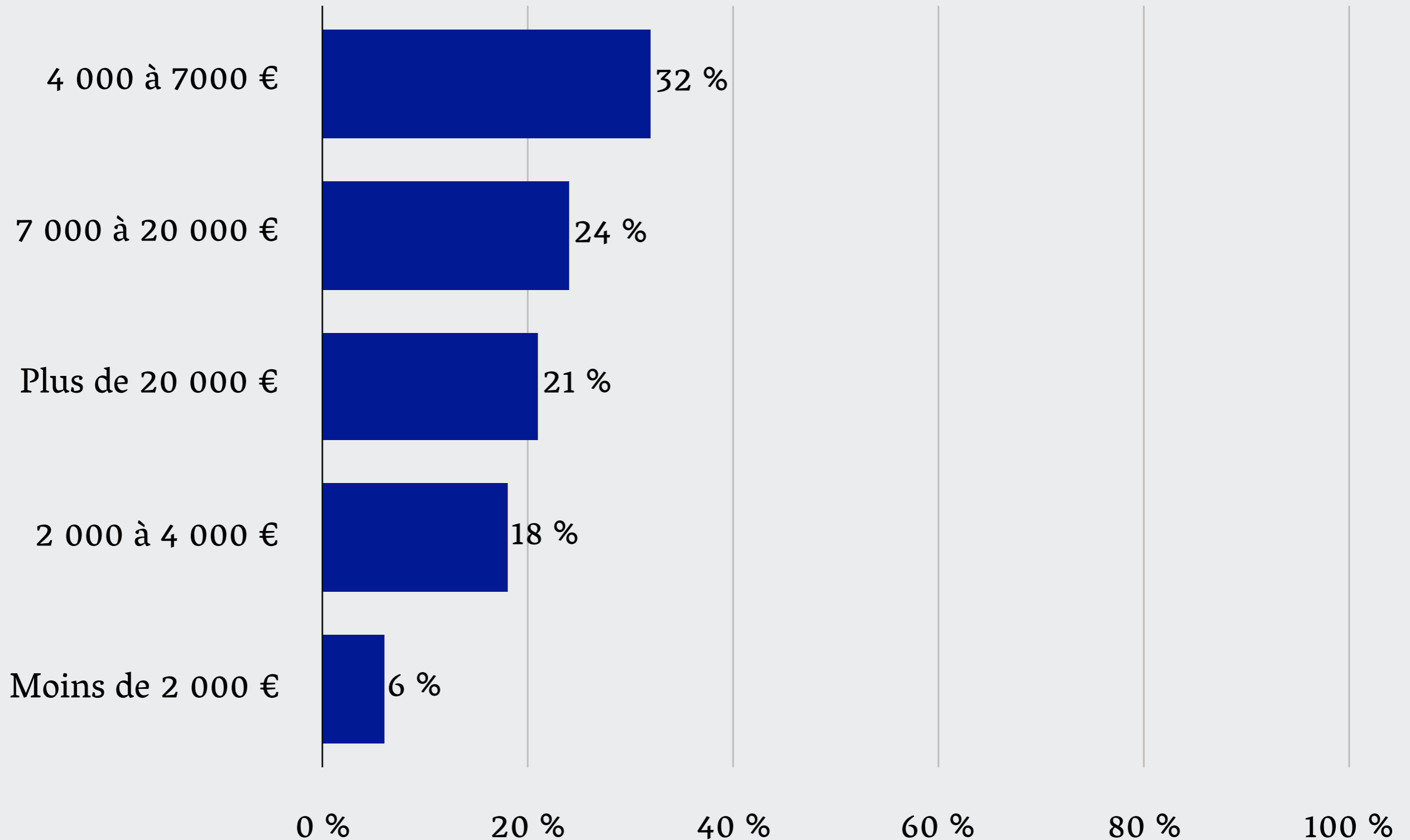
TYPE DE STRUCTURE



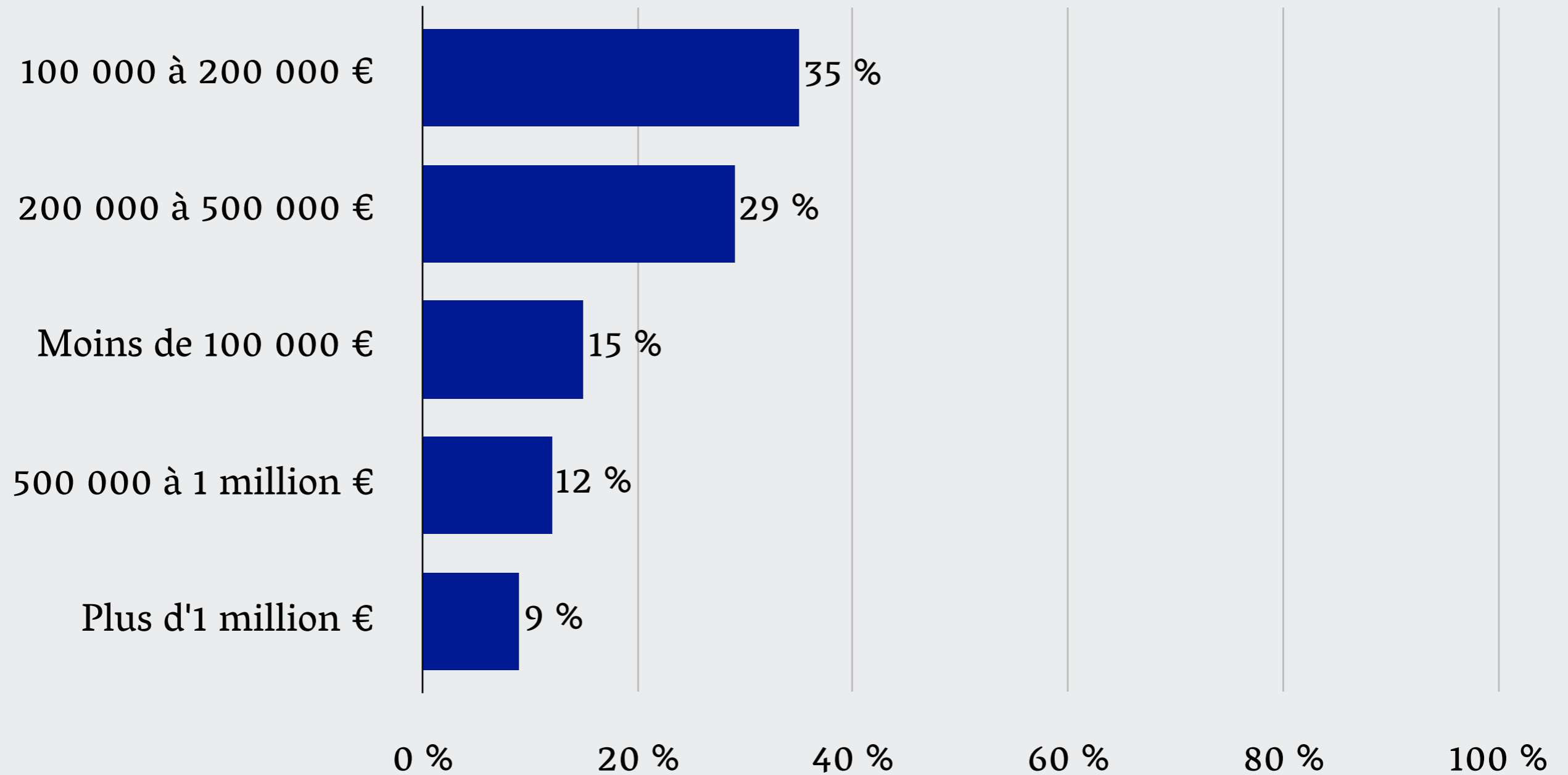
DOMAINES D'INTERVENTION



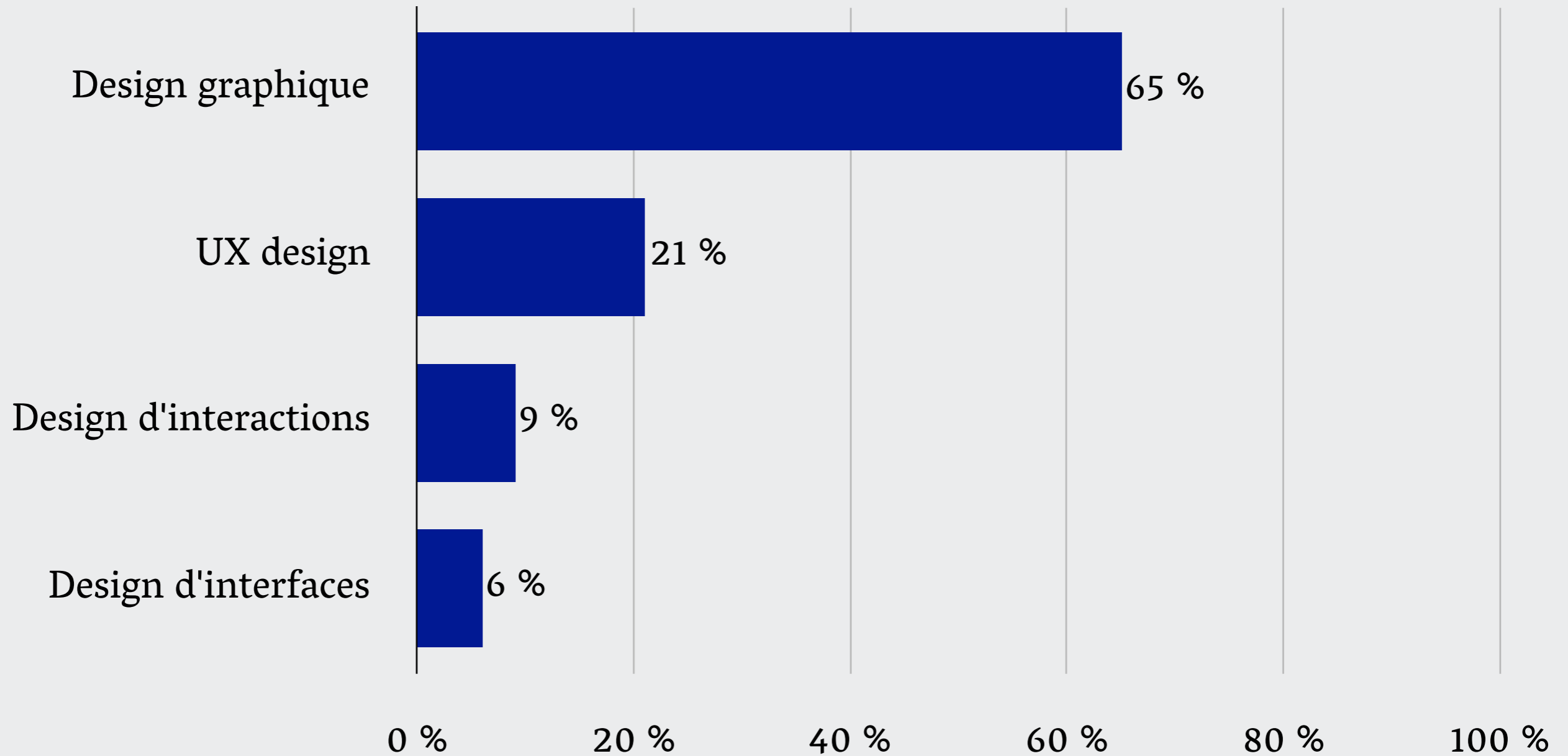
MONTANT MOYEN HT FACTURÉ PAR PRESTATION



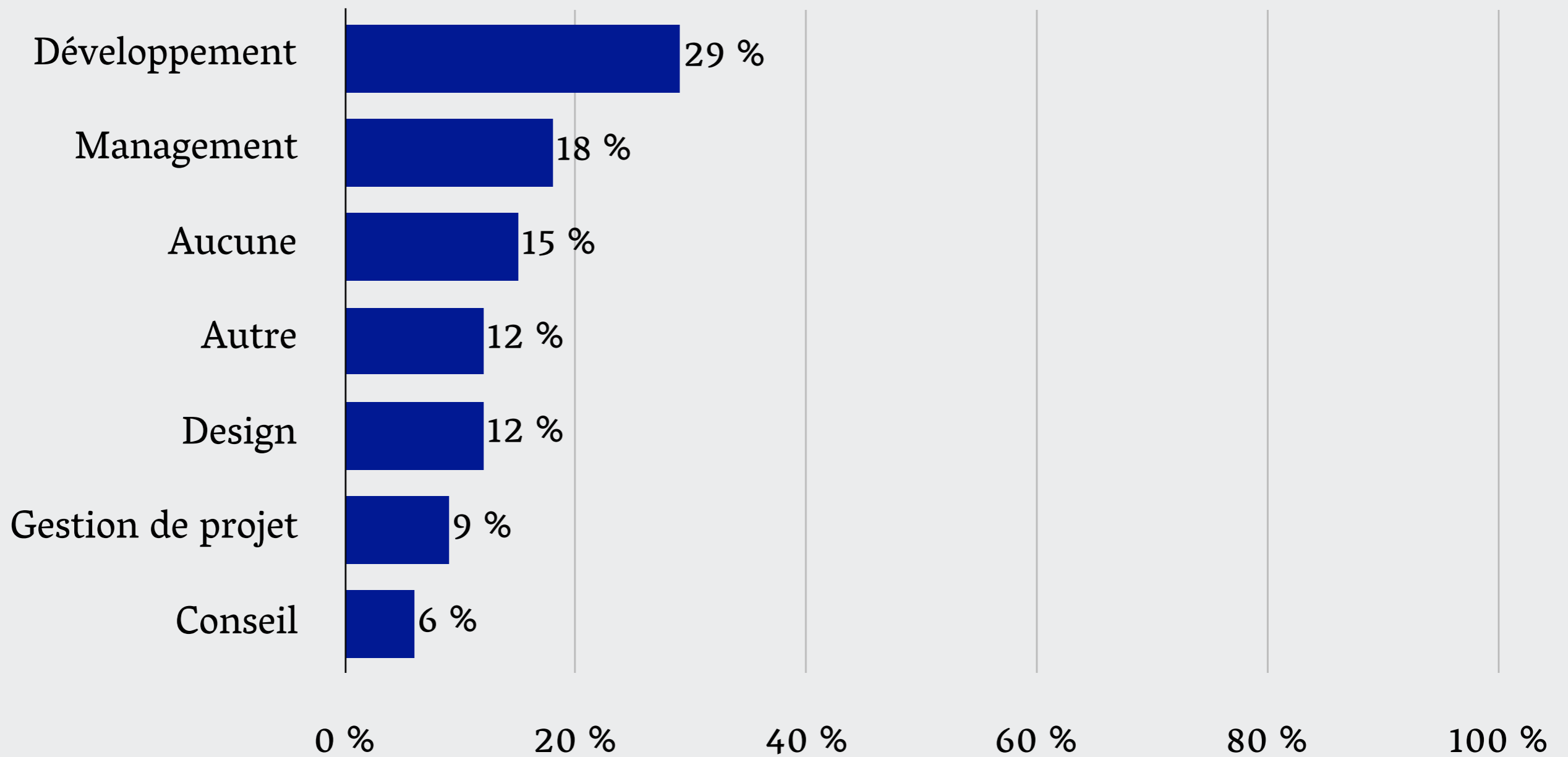
CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN HT



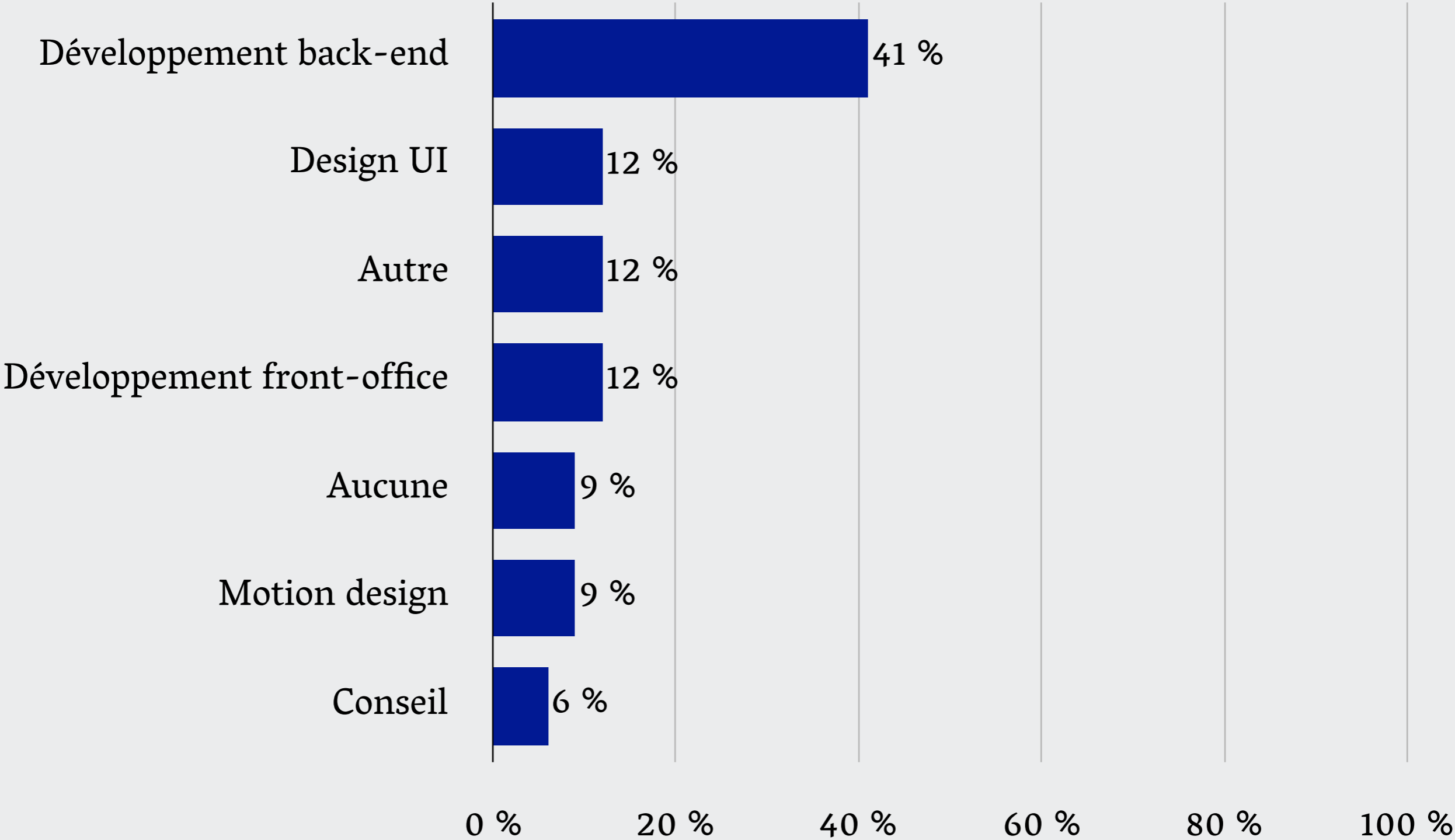
EXPERTISES DE DESIGN EMPLOYÉES DANS LA STRUCTURE



COMPÉTENCES FAISANT DÉFAUT DANS LES STRUCTURES

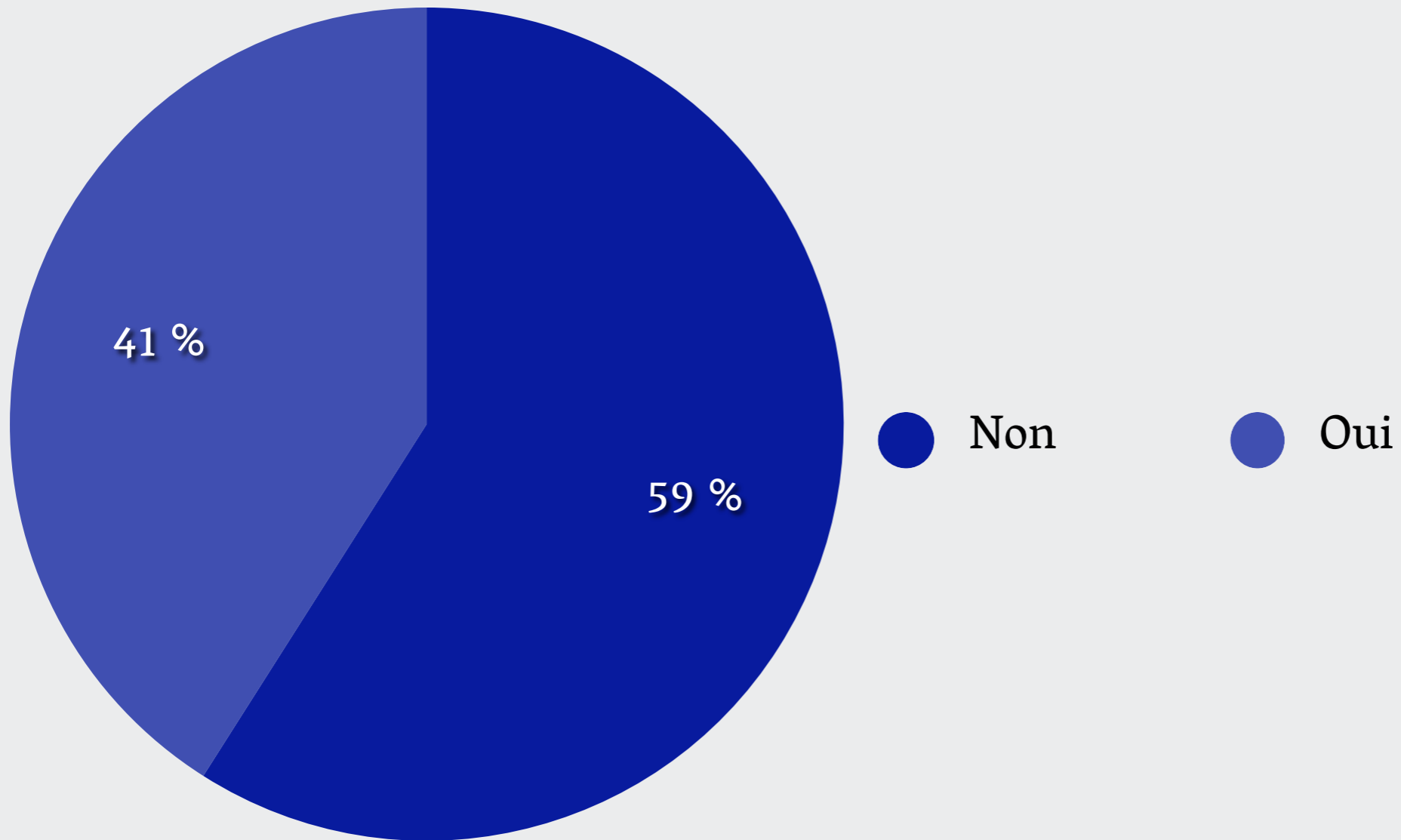


EXPERTISES FREELANCES LES PLUS SOLLICITÉES



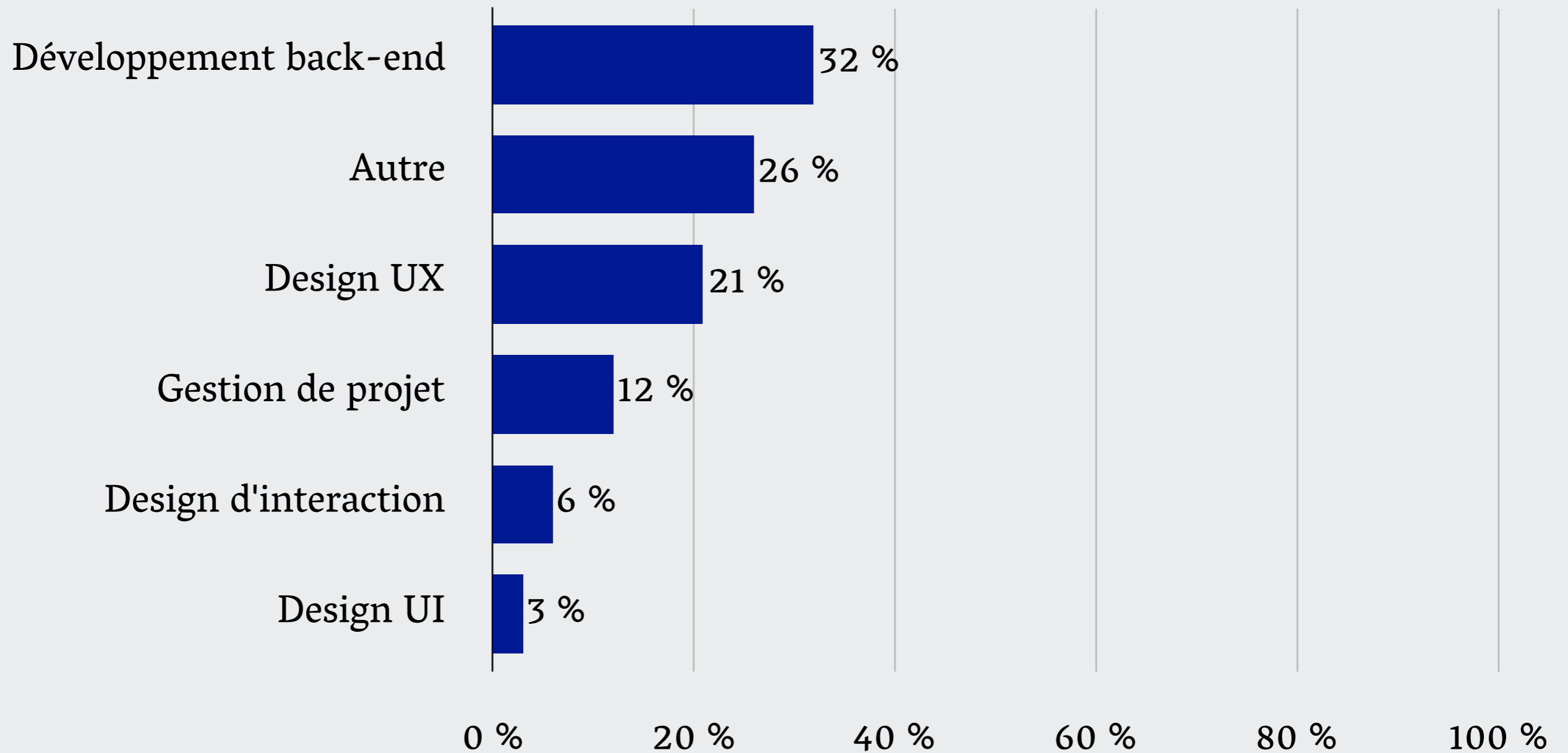
RECRUTEMENT

Avez-vous recruté en 2015 ?



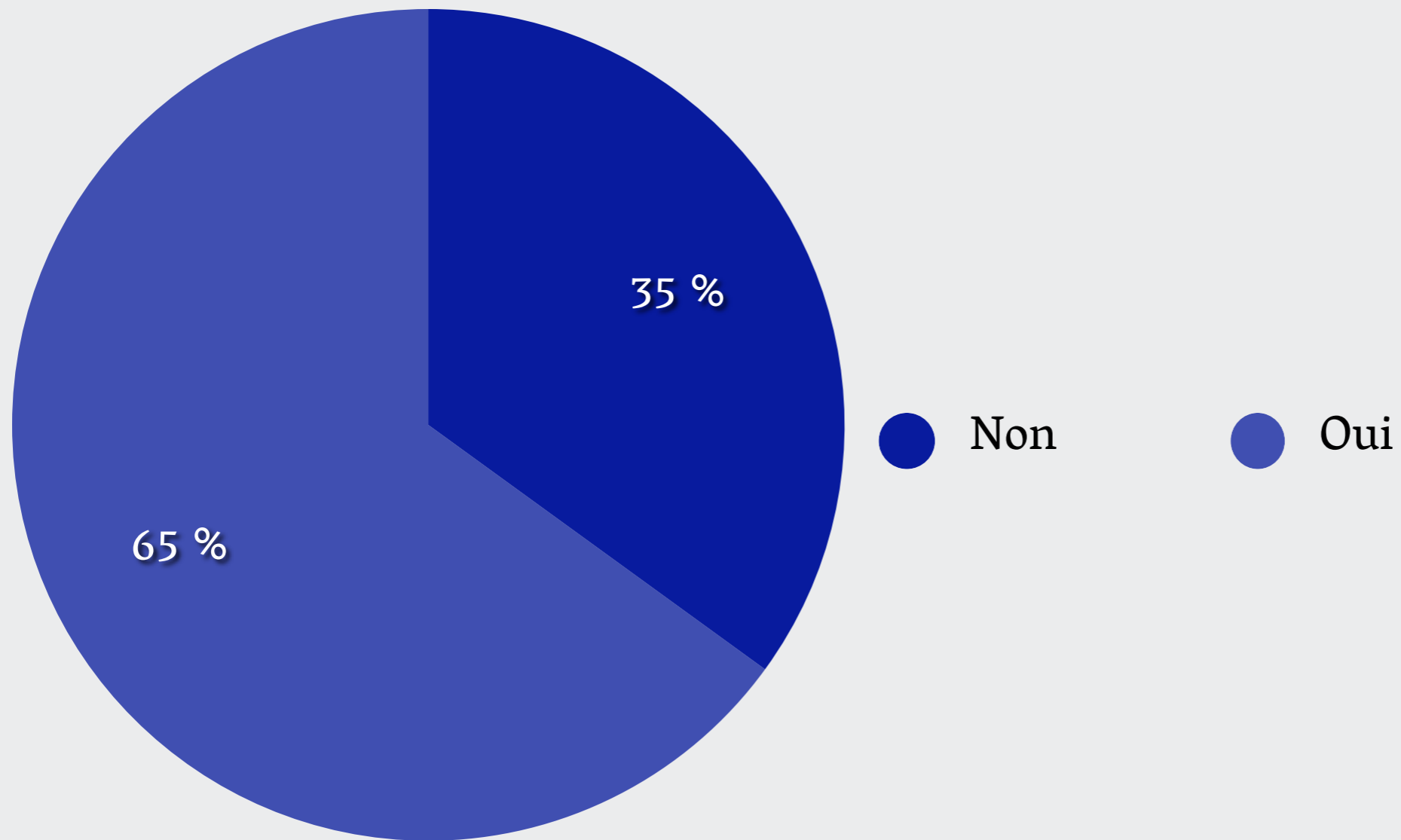
RECRUTEMENT

Quel type de profil ?



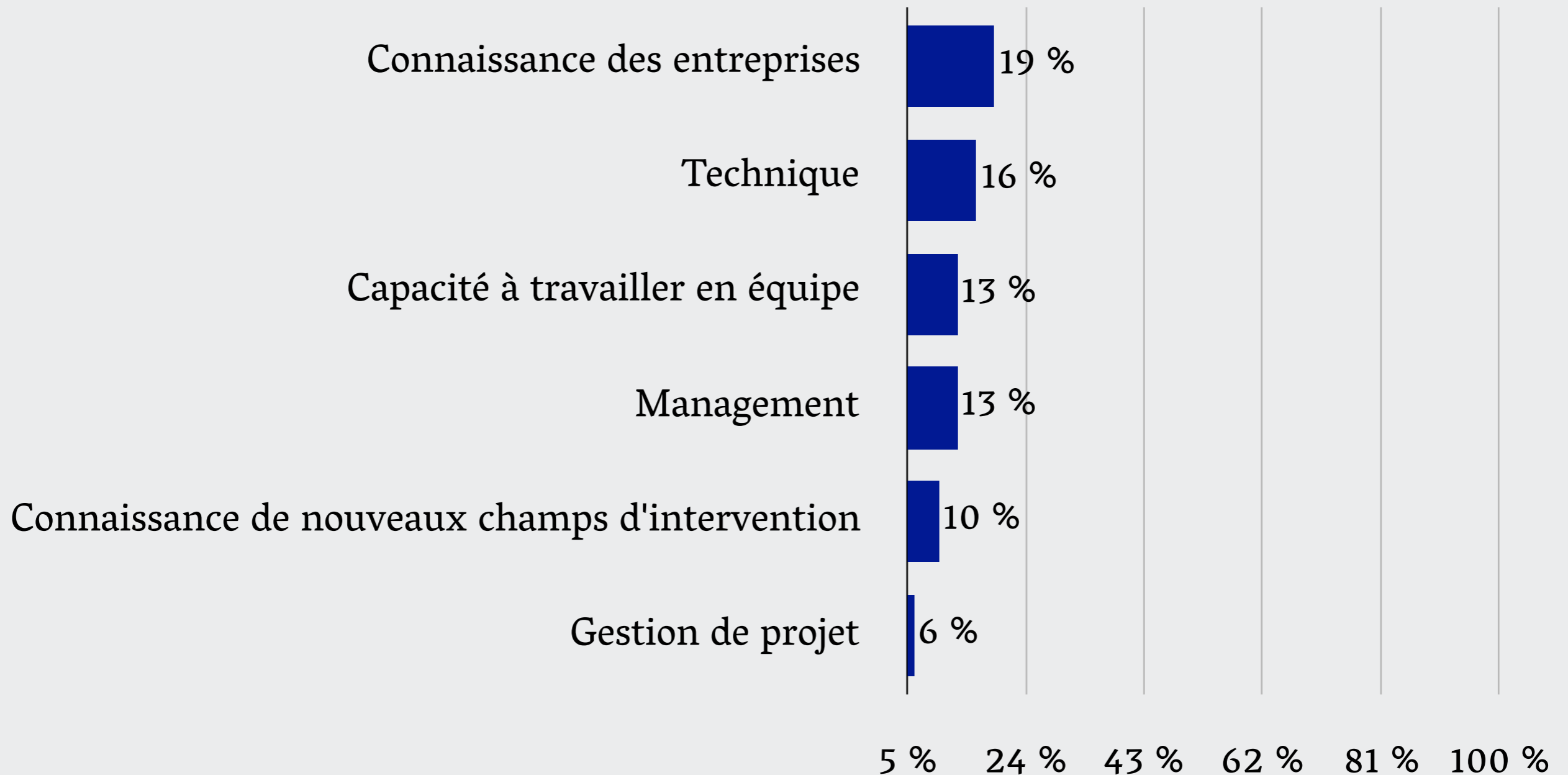
RECRUTEMENT

Êtes-vous satisfait de leur formation ?



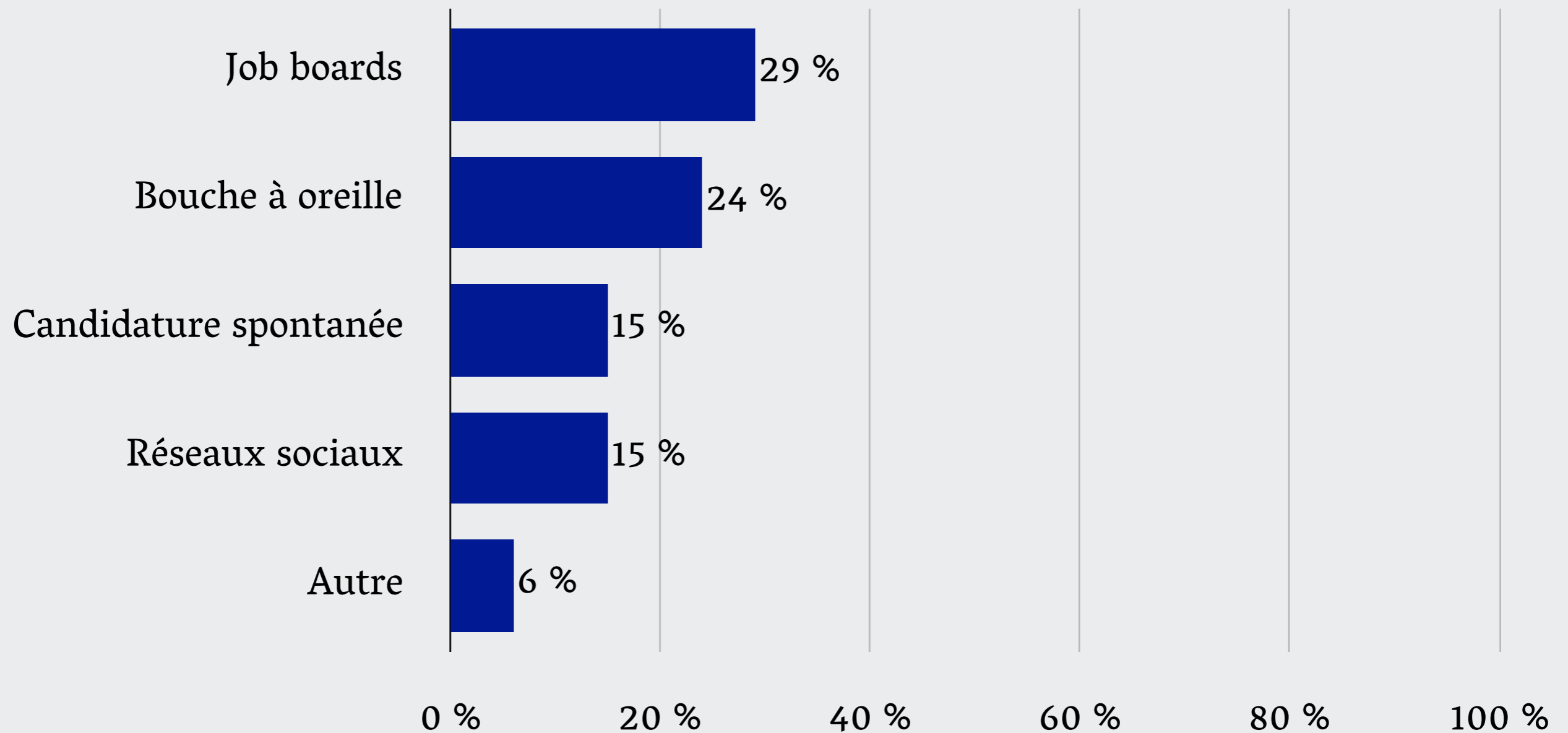
RECRUTEMENT

Quels sont les manques dans leur formation ?



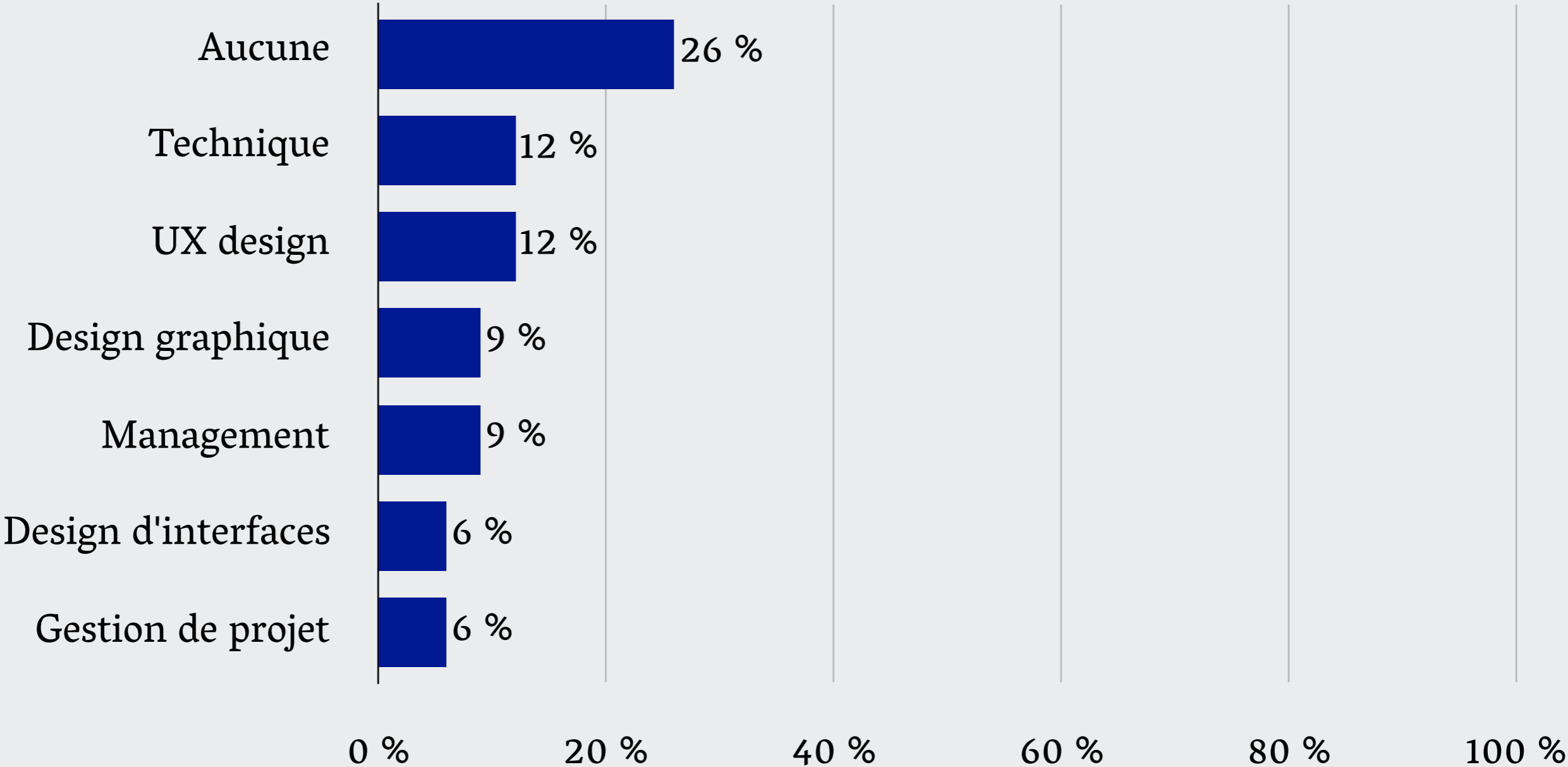
RECRUTEMENT

Quels sont les canaux de recrutement que vous privilégiez habituellement ?

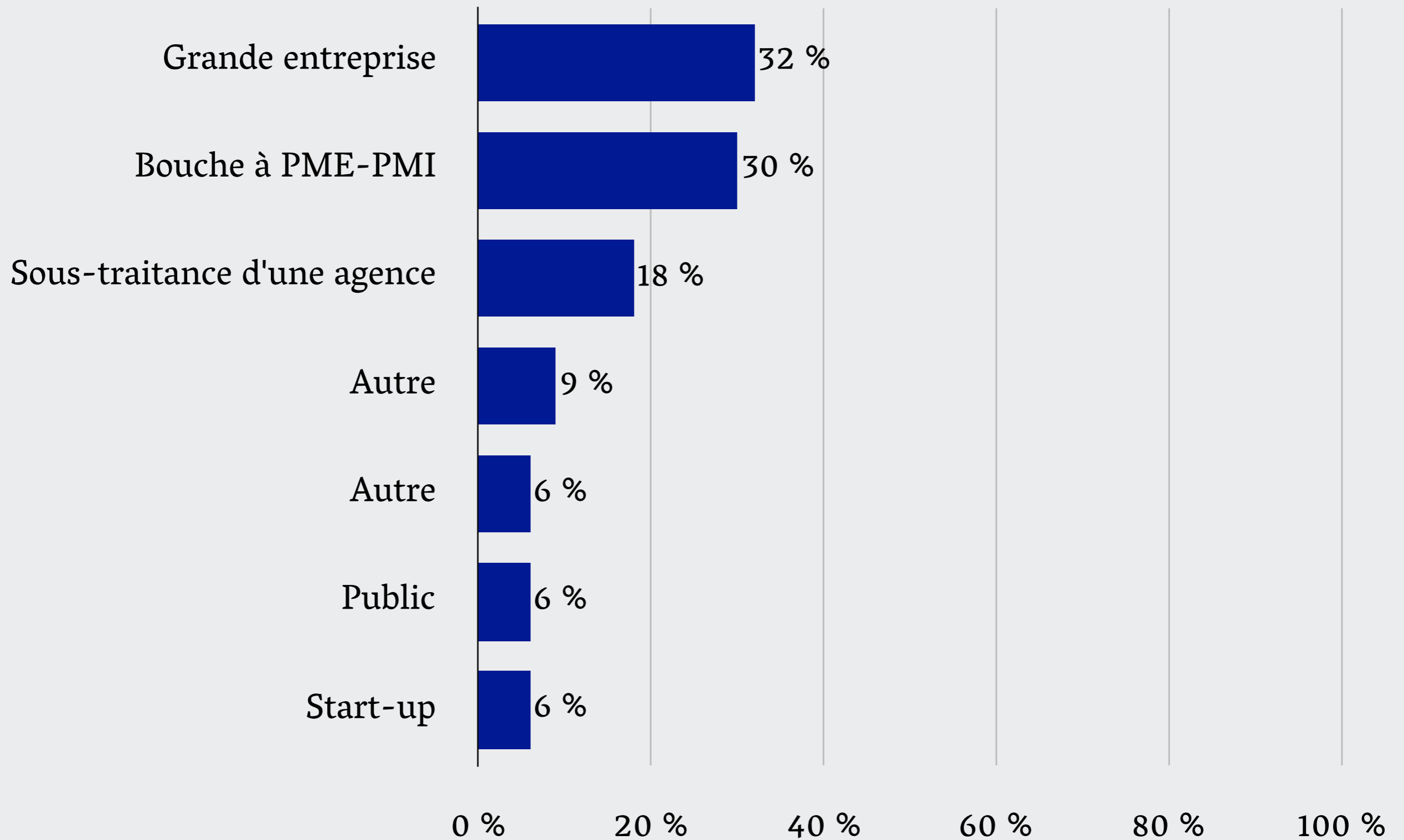


FORMATION

Quelles sont les thématiques pour lesquelles vous envisagez de vous former ou de former vos collaborateurs ?

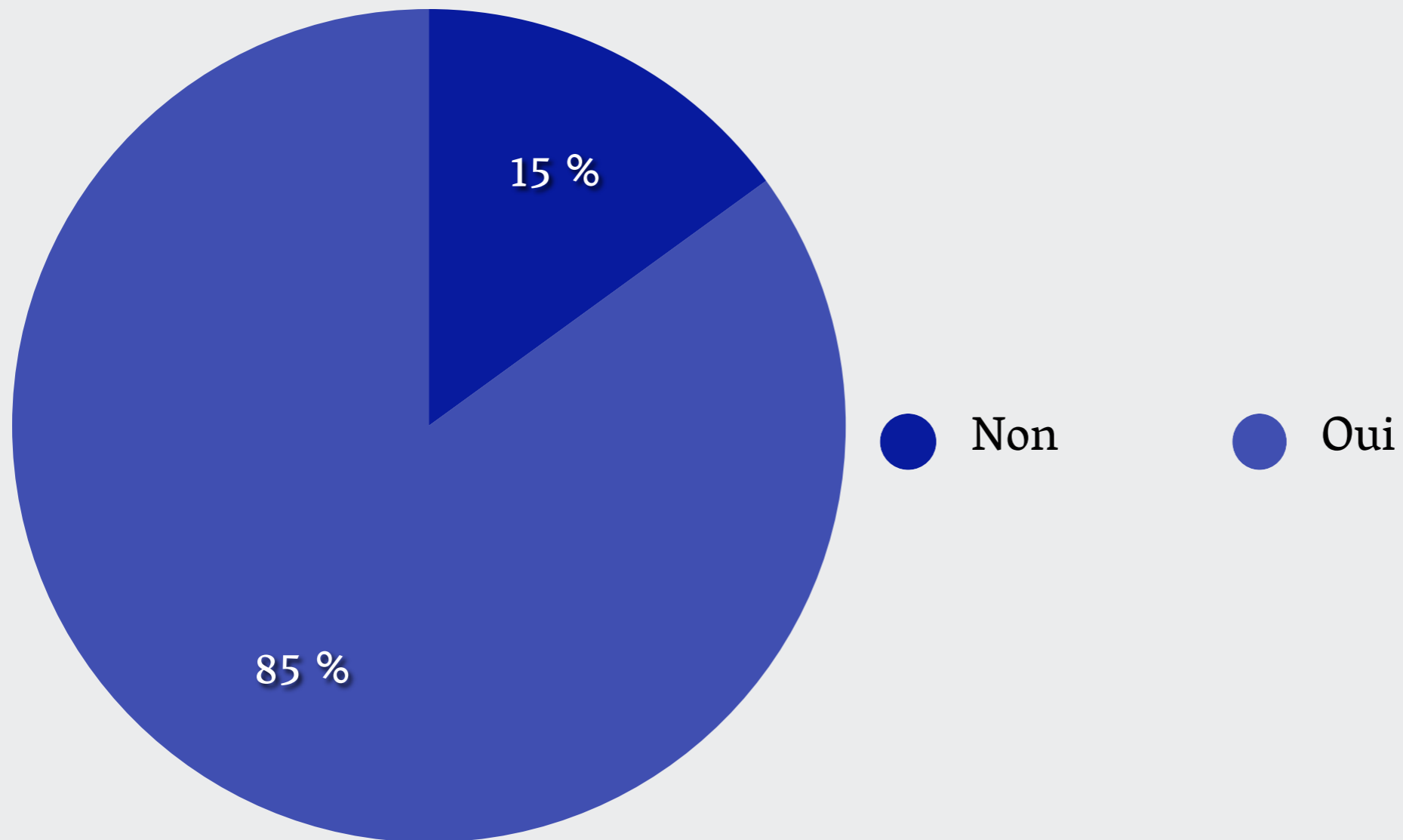


QUI SONT VOS CLIENTS ?



SATISFACTION GLOBALE

Êtes-vous satisfait de l'activité de votre entreprise ?



PRÉOCCUPATIONS PRINCIPALES DES DIRIGEANTS EN 2016

- les évolutions technologiques qui nécessitent une formation permanente des équipes**
- le niveau, jugé trop faible, des budgets qui place en concurrence le design avec des solutions de template**
- l’acquisition de profils expérimentés**
- le renforcement du niveau de conseil dispensé aux clients**
- l’objectif de montée en gamme des prestations**

ÉVOLUTION DE LA DEMANDE DES CLIENTS EN 2016

« Une intégration plus forte avec les équipes clients, une dynamique de collaboration plus poussée. »

« Beaucoup d'ateliers de co-création. »

« Réduction des budgets, forte demande de régie . »

« beaucoup d'accompagnement client pour expliquer le métier et pourquoi c'est indispensable. »

« Secteur très concurrentiel où l'on peut se retrouver en face de n'importe quel type de structure en face (petite agence, grosse agence, freelances, etc.). »

« Besoin d'une meilleure organisation pour mieux répondre à nos clients. »

« Une évolution de nos métiers et de nos pratiques, une prise en compte de la problématique design plus marquée de la part de nos clients. »

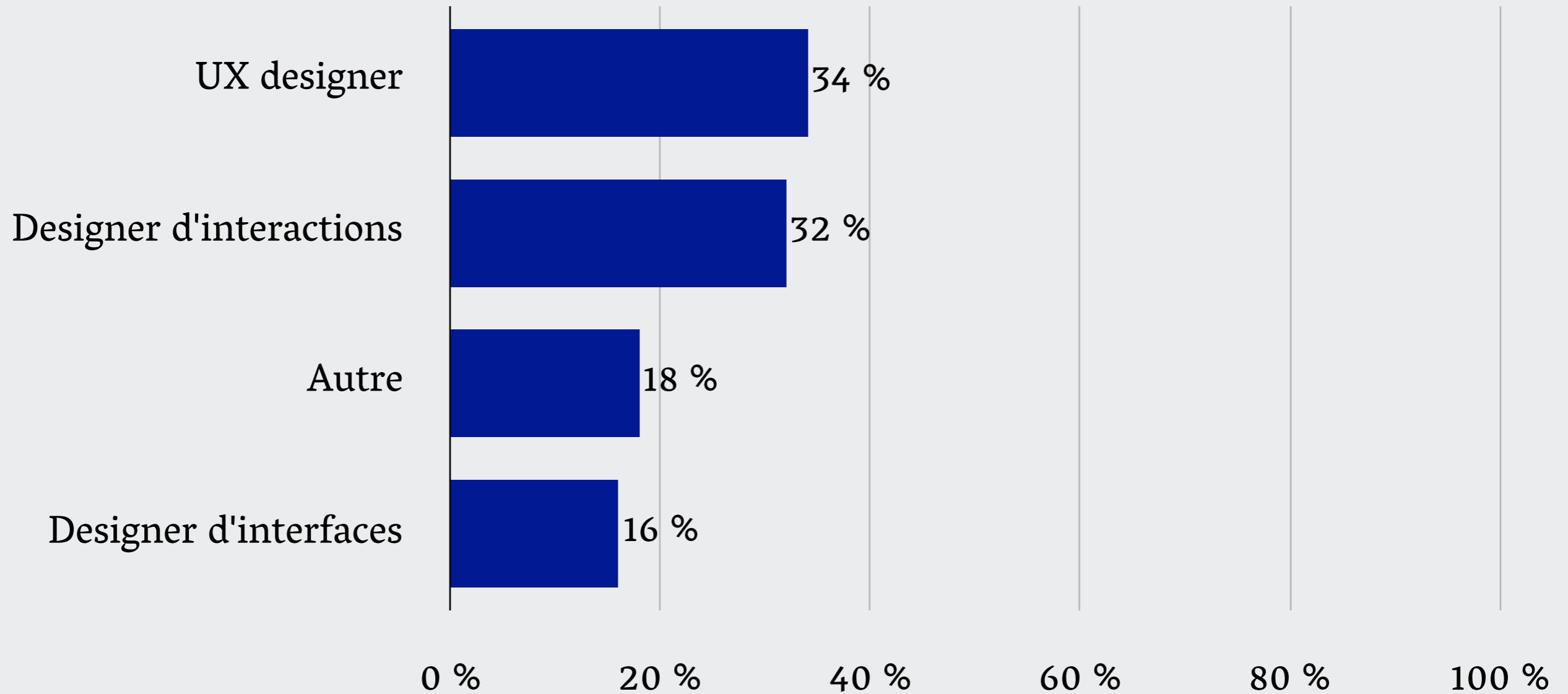
« Il n'est pas toujours facile de recruter des collaborateurs expérimentés et des freelances. »

6



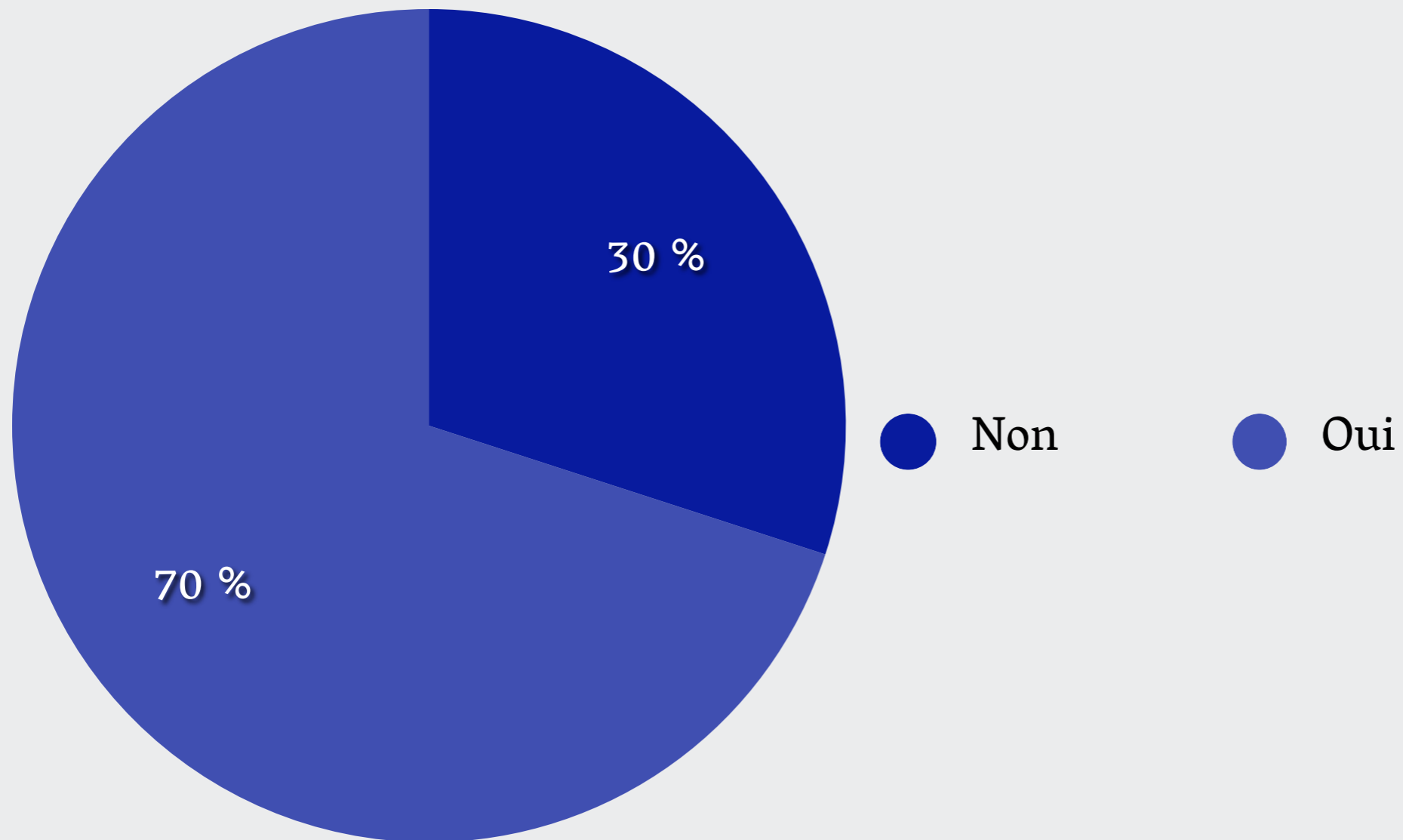
ÉTUDIANTS

À QUEL MÉTIER VOUS DESTINEZ-VOUS ?



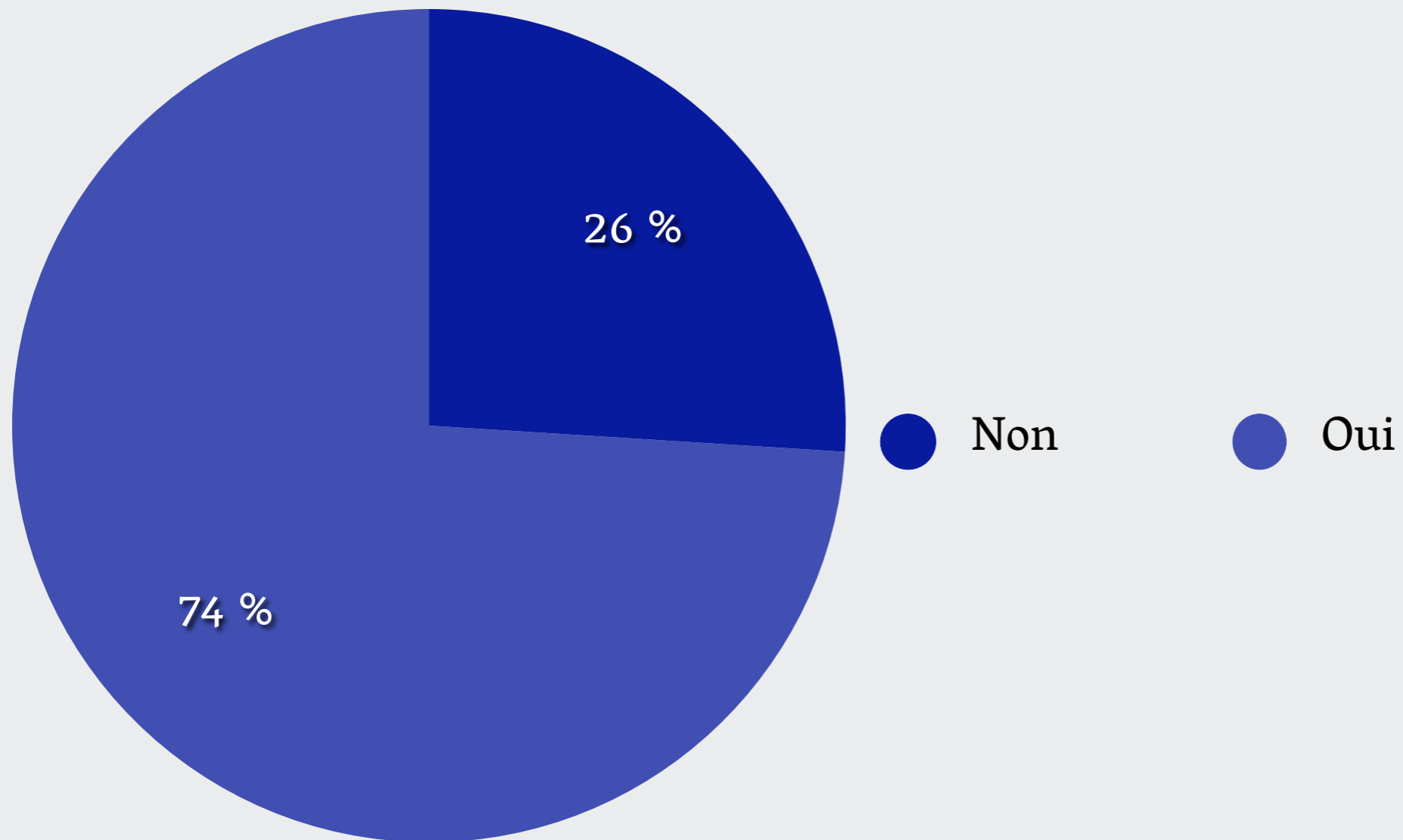
SATISFACTION GLOBALE

Estimez-vous être bien préparé dans votre école ?



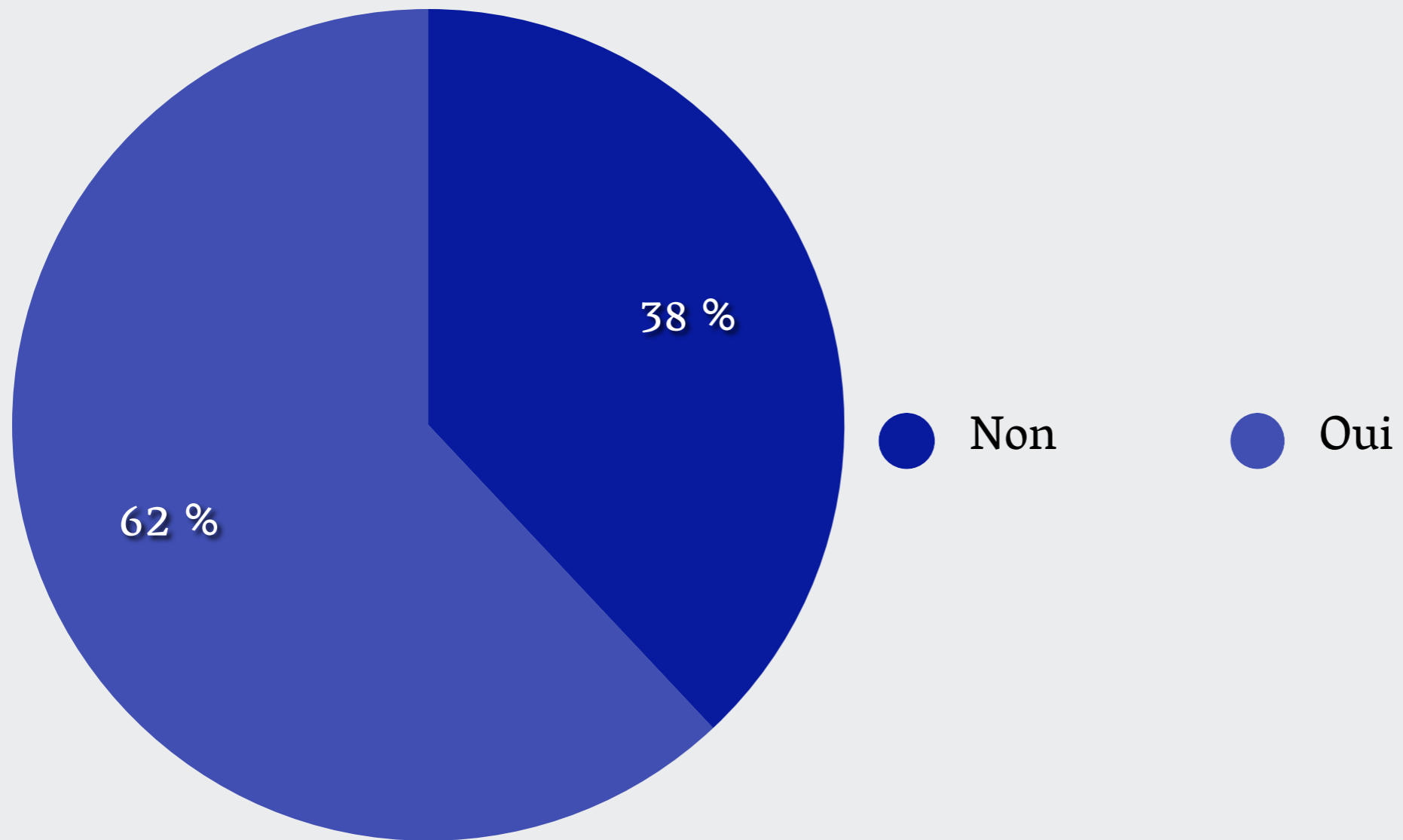
INDICE DE CONFIANCE

Etes-vous confiant sur vos perspectives d'emploi ?



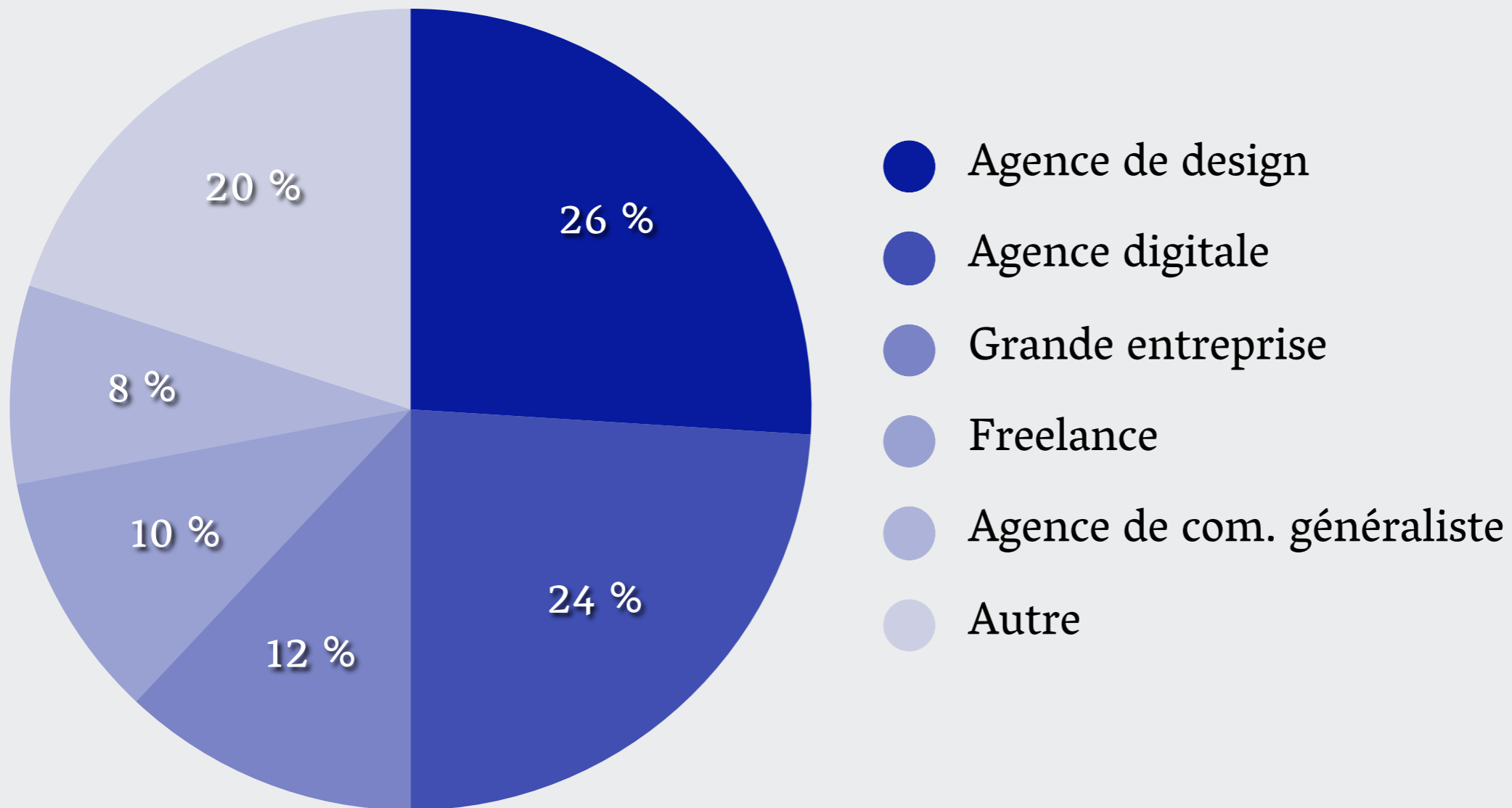
ACTIVITÉ

En parallèle de vos études, avez-vous un emploi ?



ACTIVITÉ

Quel type de structure vous attire le plus pour votre 1er emploi ?



COMMENT VOYEZ-VOUS VOTRE AVENIR PROFESSIONNEL ?

« Changer complètement de métier, sans cesse. »

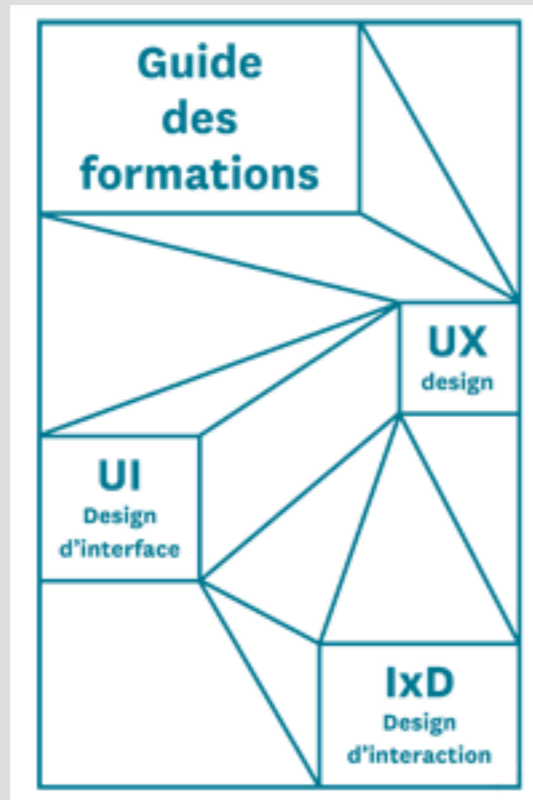
« Salarié dans une agence de design, pour la sécurité de l'emploi. »

« Salarié au départ et freelance ensuite, pas forcément en France. »

« Serein. Le numérique est un domaine d'activité en pleine croissance et qui ne cesse d'évoluer. »

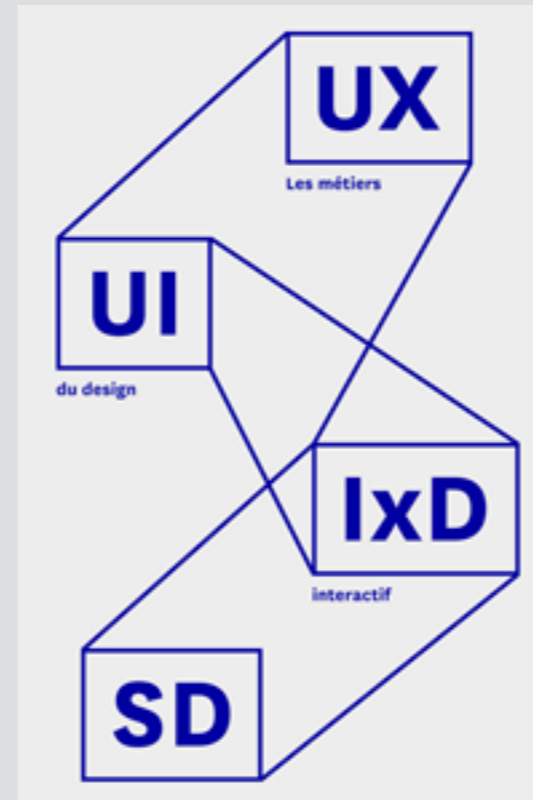
« Gravir les échelons petit à petit, même s'il faut commencer en bas de l'échelle. »

NOS AUTRES PUBLICATIONS



Guide des formations à l'UX design, au design d'interface et au design d'interactions

194 pages
9,90 €



Guide des métiers du design interactif

160 pages
Réservé aux abonnés



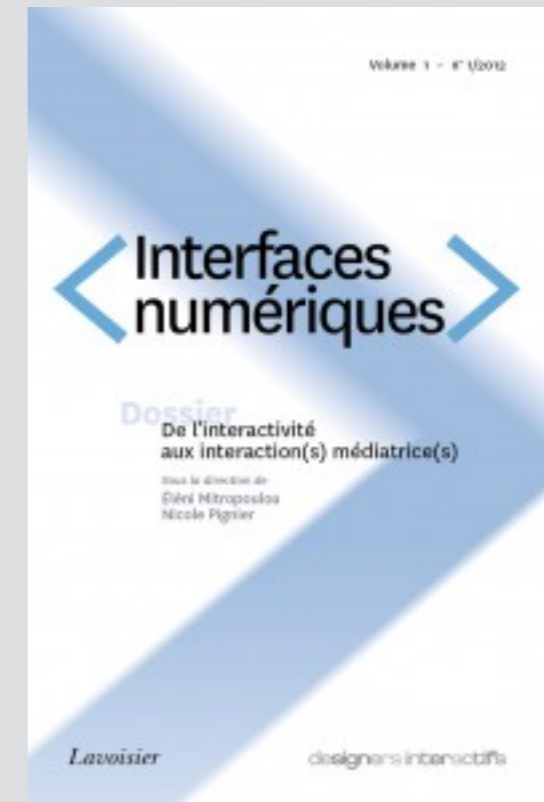
Design d'interaction - Panorama des réalisations françaises 2015

114 pages
Réservé aux abonnés

LA REVUE

Interfaces numériques est la première revue scientifique francophone dédiée au design numérique. Née en janvier 2012, elle a pour objectif de faire coopérer des professionnels, des chercheurs universitaires et des chercheurs en école de design sur des problématiques liées au design numérique que les sciences humaines (sciences de l'information-communication, anthropologie, sociologie, sémiotique, histoire de l'art, philosophie...) traitent avec une ouverture pluridisciplinaire réelle.

La revue Interfaces numériques est disponible par abonnement dans sa version imprimée, les trois livraisons par an pour la somme préférentielle de 60 € TTC, soit 20 € TTC par ouvrage (prix spécial de souscription, franco de port).



Une simple commande à l'adresse : abonnement@editions-design-numerique.fr, avec votre nom et vos adresse de livraison et de facturation suffit à déclencher l'abonnement pour lequel vous recevrez une facture.

S'ABONNER EN LIGNE

ENTREPRISES + DE 10
COLLABORATEURS

950 € / an

5 ex. x 3 publications imprimées
Invitation aux soirées de lancement
Offres d'emploi illimitées
Accès à l'espace membre

JE M'ABONNE

ENTREPRISES - DE 10
COLLABORATEURS

350 € / an

3 ex. x 3 publications imprimées
Invitation aux soirées de lancement
Offres d'emploi illimitées
Accès à l'espace membre

JE M'ABONNE

ÉCOLES

650 € / an

5 ex. x 3 publications imprimées
Invitation aux soirées de lancement
Versions électroniques pour vos étudiants
Accès à l'espace membre

JE M'ABONNE

PROFESSIONNELS

80 € / an

Toutes les publications en PDF
Invitation aux soirées de lancement
Accès à l'espace membre

JE M'ABONNE