

# Richard Montoro : un designer au cœur de l'innovation

*Ancien élève de la réputée Daumus Académie, Richard Montoro s'est installé au cœur de l'Ardèche en 1988 comme designer industriel. Ses domaines d'intervention : le packaging le graphisme et le design produit. Des domaines aux champs d'application multiples pour le compte desquels ses prestations vont jusqu'à conditionner le fonctionnement des entreprises pour le compte desquelles il intervient au nom de l'innovation.*

**D**'aucuns se plaisent à évoluer en permanence sur le fil du rasoir, trouvant un malin plaisir à repousser les limites d'un équilibre qui, pour être digne d'intérêt, se doit d'être précaire, fragile, incertain.

Richard Montoro reconnaît lui évoluer aux frontières de l'ingénierie, aux confins de l'industrie et des services, dans un milieu, l'économie de marché, qui veut ou plutôt qui exige, qu'un produit soit novateur pour s'imposer sous peine de se fondre dans un anonymat, dans une masse, qui irrémédiablement, ne l'absorbera pas mais au contraire, le rejettera.

Cette impérieuse nécessité fait aujourd'hui du design, une stratégie prisée par de nombreux industriels qui cherchent par ce biais à communiquer autour de leur savoir-faire, et à mettre en avant leur capacité à innover.

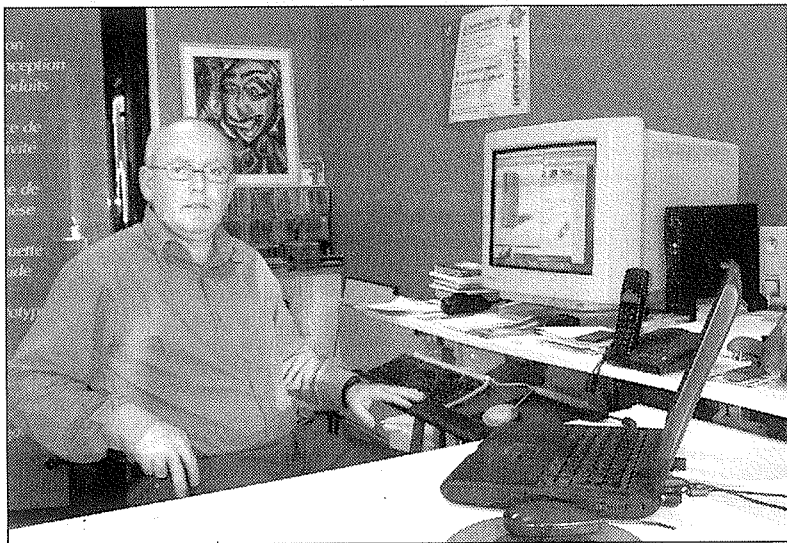
Dire dans ces conditions que le design sert de faire valoir n'a donc rien d'insultant pour Richard Montoro, même si ce dernier l'assure : *"derrière une action de design se cache la plupart du temps un véritable projet industriel avec tout ce que cela induit en terme d'études de marchés et d'investissements productifs, a fortiori si l'on est amené à intervenir sur le matériau ou sur une fonction".*

## De Milan à Saint-Etienne-de-Fontbellon

Diplômé de l'École Nationale d'Arts et Technique de St Etienne, Richard Montoro découvre le design industriel en Italie et plus précisément à Milan où il suit les cours de la réputée Daumus Académie.

Mais si de l'autre côté des Alpes, il est de coutume d'associer les designers à l'élaboration d'un produit industriel, la mentalité française est tout autre : *"en Italie, les designers sont considérés comme des artistes avec tout ce que cela laisse supposer en terme de liberté de création. Ils travaillent sous couvert de droits d'auteur et souvent sur les produits alors qu'en France où nous sommes considérés comme des prestataires de services, nous sommes sollicités pour répondre à un cahier des charges précis qui souvent se limite au packaging".*

Lorsqu'il revient s'installer en Ardèche d'où il est originaire à la fin des années 80, Richard Montoro en fait l'amère découverte : *"On était loin de ce qui se passait en*



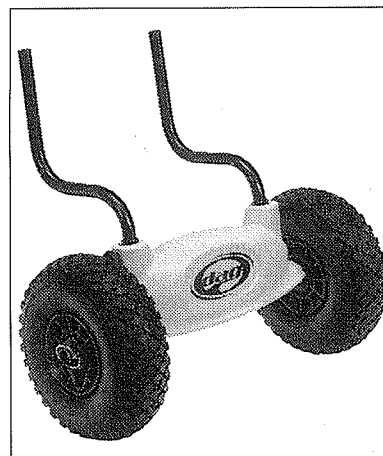
**Richard Montoro reconnaît évoluer aux frontières de l'industrie et des services puisque ses prestations vont du "simple" coup de crayon à la recherche de partenaires techniques en passant par la création de produits propres.**

*Italie. J'ai donc dû élargir le champ de mes compétences en proposant également du design packaging, ce qui, à l'époque correspondait plus à la demande".*

En intervenant sur les emballages pour les marchés hyperconcurrentiels de l'agroalimentaire, de la cosmétique, de la photographie, des loisirs créatifs ou bien encore des arts de la table, Richard Montoro va parvenir à faire prendre conscience de l'intérêt de soigner aussi la présentation des produits : *"Intervenir sur l'emballage permet de donner une image au produit sans avoir à intervenir sur celui-ci. L'impact sur le fonctionnement de l'entreprise est donc limité. A contrario, le design produit va lui nécessiter une réflexion sur les nouvelles fonctions à gérer et nécessite par conséquent de bien connaître l'entreprise pour le compte de laquelle le designer va intervenir. Il ne servira en effet à rien de développer un nouveau type de conditionnement ou de lancer une nouvelle version d'un produit si l'entreprise n'a pas les moyens techniques ou financiers pour assurer sa production".*

## Un acteur de l'innovation

Richard Montoro privilégie donc les actions sur le long terme avec les sociétés avec lesquelles il collabore partant du principe que d'une part, un produit doit évoluer



**La création de ce chariot pour le compte de l'entreprise DAG (St Jean le Centenier) dédié au transport de canoës illustre la notion de design produit.**

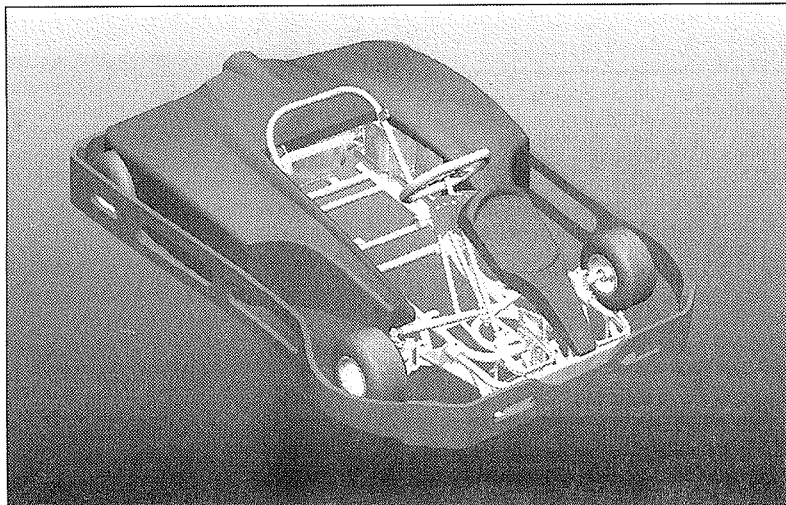
constamment s'il veut conserver son avance et générer de la plus value et que d'autre part, une innovation est souvent synonyme de mutation interne pour une entreprise.

Selon cette logique, il est amené à travailler en relation directe avec les bureaux d'études ou de méthodes internes, déchargeant l'entreprise de l'aspect design, encore souvent considéré comme une contrainte : *"le design n'est possible que si l'équipe de développement met en place une stratégie particulière sachant qu'aujourd'hui, rentabilité oblige, les pièces cachées prennent également une fonction".*

Se définissant comme "un acteur de l'innovation", Richard Montoro a élargi le champ de ses compétences puisqu'en plus de créer ou de modifier des produits ou des emballages, il s'occupe également des phases de prototypages, monte des dossiers de demande d'agrément, sélectionne des fournisseurs ou des partenaires techniques.

Des fonctions qui nécessitent logiquement de bien connaître les marchés et d'être réactif en plus d'être imaginatif, la notion de temps ayant dans le domaine de l'innovation, une signification particulière.

F. Rolland



**Richard Montoro a dessiné pour Loitsika (Donzère) la carrosserie de ce kart à propulsion électrique, travaillant dans une logique de co-conception avec le cabinet d'ingénierie qui a conçu le prototype.**