

Figma s'installe à Paris pour se rapprocher des startups françaises

Figma a été créé il y a dix ans, par deux américains, Dylan Field et Evan Wallace. Il y a quelques semaines, la startup préférée des designers a ouvert un bureau en France. Entretien avec Pierre Berlin, directeur général de Figma Europe et Lucie Bordelais, directrice générale de Figma France.

Temps de lecture : minute

3 août 2022

Comment faire oublier l'idée qu'un designer travaille en solitaire, derrière son écran ? C'est toute la promesse d'un logiciel collaboratif comme Figma, qui veut rendre le design accessible à tout le monde. En s'adressant aux startups, il espère, à court terme, séduire les plus grandes entreprises.

Créé il y a dix ans, par deux américains par Dylan Field et Evan Wallace, la solution a été monétisée il y a seulement cinq ans. Si ce logiciel de design, 100% web, enregistre déjà des millions d'utilisateurs dans le monde, 83% d'entre eux sont en dehors des États-Unis. *"Voilà pourquoi un bureau a ouvert à Londres, il y a deux ans et demi"*, explique Pierre Berlin, le directeur général de Figma Europe. L'entreprise s'installe désormais en France, et en Allemagne. Juste après s'être installée à Tokyo.

Que peut faire Figma pour les startups

françaises ?

Les clients français de Figma, sont des acteurs de la FrenchTech par exemple, mais aussi des plus grands acteurs comme Carrefour ou Decathlon, souligne Lucie Bordelais. *“Le monde change de façon drastique, le design numérique devient le sujet de tout le monde, qui était encore un sujet de niche, il y a quelques années”*.

Paris semblait naturel pour Figma, puisque l'entreprise a constaté une accélération de la taille de la communauté en France, il y a plusieurs mois déjà. *“C'est certainement lié à notre présence à Londres”*, explique Pierre Berlin. *“Le design est un langage mondial, pour autant, il y a quand même des spécificités sur chaque marché”*, ajoute-t-il. Pour Lucie Bordelais, le marché français est multiple. *“La communauté, c'est effectivement les designers individuels, il y a également énormément d'agences, mais aussi des grands groupes qui ont des designers internes, mais qui font aussi appel à des designers externes”*. L'enjeu pour Figma sera de s'intégrer à l'écosystème, pour répondre aux besoins de tous ces différents acteurs. *“Il faut souligner que dans le monde des startups, il y a les designers, mais il y a aussi les product owner, et les gens qui travaillent au développement, ces mondes travaillent fortement ensemble”*. Figma veut donc parler à différentes communautés : *“nous pensons que nous devons animer, au-delà des designers, ces trois communautés, ensemble”*.

Et pour réussir ces nouveaux lancements, l'entreprise mise sur la communication avec ses clients. *“Ils nous demandent déjà des choses, des rencontres, des événements”*, explique Lucie Bordelais. *“Nous devons nous adapter au marché, et apprendre avec eux”*. Pour le moment, la directrice générale parle de se rapprocher de personnes qui font déjà des événements, pour travailler avec eux. *“Et il y a une approche presque affective. Certains de nos clients nous ont demandé de venir visiter nos bureaux, l'intégration à l'écosystème va passer par là aussi”*.

Pourquoi Figma est une référence ?

Le directeur général de Figma Europe parle de deux atouts particuliers qui expliquent le succès de la solution. Il souligne son aspect collaboratif. *“L’outil permet vraiment d’aider les équipes de nos clients à mieux collaborer visuellement, un peu comme un Google Drive du design”*, explique le directeur général Europe. Les marketeurs, les développeurs, et les autres professionnels peuvent arriver dès le début du processus pour collaborer et contribuer au design.

Autre raison du succès de Figma, le logiciel couvre le processus du design, de bout en bout. *“Avant, le designer pouvait utiliser six ou sept outils différents, Figma part de la partie brainstorming, jusqu’à la construction du produit”*. Grâce aux retours des clients, Pierre Berlin peut aussi souligner la simplicité d’utilisation du logiciel comme d’un atout. *“Plus de deux tiers des utilisateurs ne sont pas designers, et pourtant, c’est un outil de design”*.

Lucie Bordelais, directrice générale de Figma France, a rejoint Figma récemment, justement pour gérer le lancement à Paris. Elle souligne l’importance de la communauté, au sein de l’entreprise, mais aussi entre les clients Figma. *“Le monde des designers est un monde qui partage énormément, les acteurs se nourrissent beaucoup du reste de la communauté. C’est aussi pour ça que c’est intéressant d’ouvrir des bureaux régionaux”*.