Le design pour tous : attrayant et utile

Mathias Knigge

Les produits, l'architecture et les prestations peuvent être difficiles à utiliser en raison des changements liés à l'âge. L'évolution démographique exige en effet une nouvelle approche : à la place de solutions spéciales/orientées sur les déficiences pour un petit nombre de consommateurs, qui sont fréquemment ressenties comme stigmatisantes, il est judicieux de créer des plus-values claires pour de grands groupes. Le concept « Design pour tous » propose en ce sens une démarche afin de développer des offres attractives indépendamment de l'âge ou du handicap.

L'inclusion : une chance pour les entreprises

Notre société change. Les fabricants, les prestataires de service, le commerce et le tourisme auront de plus en plus à l'avenir des clients âgés ou handicapés face à eux et devront aborder leurs besoins spécifiques. Les offres attrayantes sont tout d'un coup celles qui non seulement ont une belle apparence mais qui convainquent également par leur facilité d'utilisation sans être considéré comme produit ou accessoire pour seniors. Ainsi l'*inclusion* et l'*évolution démographique*, avec toutes les difficultés que cela pose, représentent une grande opportunité pour les entreprises de se positionner avec les solutions correspondantes à l'écart des produits spécialement conçus pour les seniors.

Les solutions orientées sur les déficiences n'ont aucune chance auprès de la majorité

Ce qu'illustrent bien les salles de bain accessibles par exemple. Lorsque seuls les aspects fonctionnels pour éviter les barrières sont pris en compte, on voit apparaître des pièces d'eau moins attrayantes avec des poignées rabattables grossièrement dimensionnées et des cuvettes de toilettes placées loin devant. Ce qui suscite des réserves et pas uniquement chez les consommateurs âgés. Rien qu'avec leur connotation de « Bien-être/Hôtel », des solutions bien conçues, comme les douches au niveau du sol, sont attrayantes pour de nombreuses personnes. Elles permettent l'accessibilité en fauteuil roulant ou en déambulateur et constituent ainsi une plus-value importante pour les personnes âgées ou handicapées. (Knigge 2011a,b ; 2013)

Exemples de solutions attrayantes

de « Design pour tous » sur le terrain

Le musée d'art *Kunsthalle Emden* a développé un concept démographique qui a pour objectif de supprimer les barrières et de créer un confort attrayant lors de la contemplation artistique avec un accès en rez-de-chaussée, des inscriptions lisibles mais également des sièges en hauteur. *grauwert* a assisté le musée dans la réalisation à long terme de ces adaptations avec un guide de planification. Afin de rendre accessibles les manifestations culturelles, même en cas de limites auditives ou visuelles, les applications pour smartphone « *MobileConnect* » et « *CinemaConnect* » ont été développées. Ces applications offrent une assistance auditive aux malentendants au théâtre ou au cinéma. Pour les malvoyants, une description scénique (audiodescription) est disponible permettant l'accès aux sous-titres et aux différentes versions (version originale) dans les salles de cinéma. L'utilisation de l'application peut alors être individuelle et discrète, ce qui est particulièrement important pour les autres spectateurs. (Knigge, 2014) Une plus-value attrayante fournie par « *Design pour tous* ».

Avec le parcours de santé *Giro Vitale*, une possibilité attrayante de promotion de la santé a vu le jour dans l'espace public. L'offre n'est pas exigeante et invite à faire de petits exercices : vélo, planche d'équilibre ou patins à roulettes nordiques offrent une bonne possibilité de s'automotiver et de faire quelque chose pour sa santé. Cette offre connaît le succès depuis de nombreuses années dans les parcs et en milieu résidentiel. Ainsi, une contribution importante est apportée au maintien de la santé jusqu'à un grand âge. Une plus-value qui a pu être prouvée dans une étude de *Charité Berlin* (Blümke, 2014). Actuellement, *grauwert* examine si cette offre d'exercices physiques en utilisation autonome à la clinique ou dans les centres de rééducation pour les patients en rééducation, peut compléter de manière judicieuse les offres classiques comme l'ergothérapie et la physiothérapie. Cette démarche informelle permet de combiner des installations extérieures attrayantes à une plus-value pour la santé : c'est ce à quoi peut ressembler la promotion de la santé de « *Design pour tous* ».

Des progrès qui associent des solutions attrayantes

à une utilisation accessible

Pour amener les entreprises à adhérer à ce sujet, l'auteur, en partenariat avec le réseau de compétences « *Design pour tous Allemagne* » (Design für Alle Deutschland, EDAD) a rédigé une étude pour le *Ministère fédéral de l'économie et de l'énergie* (BMWi) (Neumann, 2014). Cette étude montre à quel point il est sensé de changer la perspective en termes de déficience à la perspective de gain d'une plus-value. A cela il faut rajouter que ce changement de perspective face à l'évolution démographique renferme des potentiels économiques attrayants et peut se traduire par une situation gagnant-gagnant pour l'économie et la société.

De l'expérience pratique de l'auteur, des conseils détaillés sont nécessaires pour un tel changement de perspective. Ces conseils vont des analyses de situation concrète et de tests utilisateur à l'accompagnement au développement en passant par les concepts. La base des modifications correspondantes est très fréquemment constituée par les formations et les mesures de sensibilisation. Pour cela, le costume de simulation fourni par *grauwert* par exemple avec la sensation ressentie des divers besoins de l'utilisateur apporte ce qui est justement important pour les jeunes développeurs afin de leur permettre d'expérimenter directement eux-mêmes le potentiel d'un « Design pour tous » (Knigge 2011).

Littérature :

- Blümke, C., Leppert, U. & Ramirez J.P. (2014) SNAP – Studie zum Nutzungsverhalten des Bewegungs-Parcours Giro Vitale durch Senioren. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 47(1), 150.
- Knigge, M. (2013) Produktentwicklung für Alt und Jung. Extrait de : Schirmacher : *Chancen des demographischen Wandels für Konsum und Finanzen*. Francfort : Frankfurter Allgemeine Buch.
- Knigge M. & Erkau J. (2014) Cinema and Theatre : Accessible Entertainment, with Benefits for All. Extrait de : UD 2014, *Proceedings of the international conference on Universal Design 2014*, Lund. Amsterdam : IOS Press, 421-422.
- Neumann P., Knigge M., et.al (2014) *Entwicklung Handlungsleitender Kriterien für KMU zur Berücksichtigung des Konzepts Design für Alle in der Unternehmenspraxis*. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (vorm. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie), Hamburg/Münster : BMWi.

Une littérature plus exhaustive peut être obtenue auprès de l'auteur.

Auteur : Mathias Knigge a créé en 2004 « grauwert, bureau pour l'inclusion et les solutions solides sur le plan démographique » (www.grauwert.info). Il est membre du directoire de l'EDAD (Design für Alle Deutschland e.V.).

Contact : m.knigge@grauwert.info