

" Développez l'innovation et la créativité avec les 7 principes de l'Universal Design"

Présentation

L'Universal Design (conception universelle) est un processus innovant de conception de produits, d'aménagements, d'environnements, de programmes et de services commercialisables auprès d'un large public sans nécessiter d'adaptations spécifiques.

La formation a pour objet de présenter la conception universelle et ses 7 principes clés. Elle propose une première partie théorique, s'appuyant sur de nombreux exemples et études de cas ; et une seconde partie pratique, au cours de laquelle les participants mettent en application les 7 principes UD.

Objectifs

- Développer l'innovation et la créativité au sein de votre entreprise
- En intégrant les 7 principes de l'Universal Design au processus de conception de vos produits et services, vous stimulez la créativité de vos équipes R&D et offrez des réponses mieux adaptées aux besoins de vos clients tout en vous positionnant sur un marché plus large.
- Augmenter la valeur ajoutée de vos produits et services
- Des produits plus intuitifs,
 - Un confort d'utilisation accru,
 - De plus grandes fonctionnalités,
 - Des usages plus sécurisés

Résultats pour votre entreprise

- Innovation dans la production de vos produits
 - Plus besoin d'adaptation ou de modification de vos produits pour des cibles différencierées : amélioration des processus de production, rationalisation.
- Innovation marketing, communication et vente
 - Insufflées dès le processus de conception de vos produits, l'innovation et la créativité vont s'étendre à l'ensemble des acteurs de l'entreprise.
- Des produits et services pouvant être primés dans différents concours internationaux
 - Da Vinci Awards (USA), Universal Design Award (Allemagne)...
- Innovation en terme de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)
 - L'Universal Design a pour objectif d'améliorer le lien et la participation sociale, le confort, la santé, le bien-être et l'autonomie de l'ensemble des membres d'une société, sans discrimination ni stigmatisation.
 - En répondant à ces objectifs, vous renforcez l'image institutionnelle de votre entreprise auprès de l'ensemble de vos partenaires en France et à l'étranger (futurs collaborateurs, clients, fournisseurs, partenaires commerciaux et institutionnels, investisseurs).

Votre formateur :

Jean-Yves Prodel

Jean-Yves Prodel est diplômé de l'Université de l'Illinois. Après un long séjour aux Etats-Unis, il se rend au Canada, au Brésil, en Chine ainsi que dans les grandes capitales Européennes afin de mesurer la dimension universelle et internationale de l'Universal Design.

Designer, formateur et consultant en Universal Design, il conseille et propose des formations aux entreprises souhaitant intégrer ce processus innovant dans la conception de projets architecturaux, de produits, de packagings et d'environnements.

Jean-Yves Prodel a reçu de nombreux prix internationaux :



JYP Conseils
41, 6ème Avenue
60260 Lamorlaye
Tél. 06 50 65 75 91
jy.prodel@jyp-conseils.fr



LES PRINCIPES D'UNIVERSAL DESIGN

CONCEPTION UNIVERSELLE

UNIVERSAL DESIGN : (processus de) conception de produits, d'équipements, de programmes et de services utilisables par le plus grand nombre de personnes sans adaptation spécifique.

L'Universal Design est le fruit de la collaboration d'architectes, de concepteurs de produits, d'ingénieurs et de chercheurs en conception d'environnements. Elle intervient dans de nombreux domaines y compris la conception d'environnements, de produits et d'outils de communication.

Les 7 principes d'Universal Design permettent d'évaluer des modèles existants, de structurer les processus de conception, et de sensibiliser les concepteurs et les consommateurs aux caractéristiques de produits et d'environnements optimisés pour être plus largement utilisés.

1 ÉQUITÉ - UNIVERSALITÉ

Conçus pour tous les usagers, quelles que soient leurs capacités, les produits et services ainsi créés sont utilisables par tous et commercialisables auprès d'un large public.

2 SOUPLESSE

La conception prend en compte les préférences ainsi que les capacités physiques et intellectuelles des utilisateurs.

3 SIMPLICITÉ

L'utilisation du produit ou du service doit être facile à comprendre indépendamment des connaissances, des compétences linguistiques ou du niveau de concentration de l'usager au moment de l'utilisation.

4 INTUITIVITÉ

Dès la conception, l'usage et le mode d'utilisation du produit ou du service doivent être évidents et facilement lisibles pour l'utilisateur quelles que soient ses capacités sensorielles ou les conditions ambiantes.

5 SÉCURITÉ

Le produit ou service est conçu pour minimiser les dangers et les conséquences néfastes pouvant résulter d'une action accidentelle ou involontaire.

6 CONFORT

Les produits et services sont conçus pour une utilisation efficace et confortable, générant une fatigue minimale.

7 ACCESSIBILITÉ

Les espaces et environnements sont conçus pour permettre l'accès, la manipulation et l'usage quelles que soient la corpulence, la posture ou la mobilité des usagers.



LES 7 PRINCIPES D'UNIVERSAL DESIGN

1

ÉQUITÉ

Conçus pour tous les usagers, quelles que soient leurs capacités, les produits et services ainsi créés sont utilisables par tous et commercialisables auprès d'un large public.



1a – Ils sont utilisables par tous et de la même façon, dans la mesure du possible.

1b – Faciles à utiliser, ils sont plus attrayants pour les consommateurs et les usagers.

1c – Ils préservent l'intimité, la sécurité et la sûreté de tous les utilisateurs,

1d – Ils évitent tout sentiment de stigmatisation ou de ségrégation.

Exemples :

- Portes automatiques équipées de capteurs facilitant l'entrée et la sortie des usagers.
- Sièges conçus pour tous les usagers et intégrés dans les lieux publics, les stades et les salles de spectacles.

2

SOUPLESSE

La conception prend en compte les préférences ainsi que les capacités physiques et intellectuelles des utilisateurs.



2a – Proposer plusieurs possibilités et méthodes d'utilisation.

2b – S'adapter pour les droitiers et les gauchers.

2c – Faciliter une utilisation exacte et précise.

2d – Prendre en compte le rythme de chacun.

Exemples :

- Des ciseaux utilisables que l'on soit droitier ou gaucher.
- Un distributeur automatique comprenant un dispositif visuel, tactile et sonore, une zone d'insertion de carte de crédit en relief et un repose main.

3

SIMPLICITÉ

L'utilisation du produit ou du service doit être facile à comprendre indépendamment des connaissances, des compétences linguistiques ou du niveau de concentration de l'usager au moment de l'utilisation.



3a – Eliminer les complexités inutiles.

3b – Etre cohérent avec les attentes des utilisateurs.

3c – S'adapter à différents niveaux d'alphabétisation et de compétence linguistique.

3d – Permettre un contrôle et un retour d'informations efficace pendant et après utilisation.

Exemples :

- Un tapis roulant ou un escalier mécanique dans un espace public.
- Un manuel d'instruction comprenant uniquement des schémas.
- Un tableau de bord permettant de visualiser (et entendre) le comportement des différents éléments d'une perceuse (mise sous tension, bonne mise en place de la mèche, surchauffe moteur).

4

INTUITIVITÉ

Dès la conception, l'usage et le mode d'utilisation du produit ou du service doivent être évidents et facilement lisibles pour l'utilisateur quelles que soient ses capacités sensorielles ou les conditions ambiantes.



4a – Proposer différents modes de mise en valeur des informations essentielles (symboles, formes tactiles, éléments sonores).

4b – Maximiser la lisibilité de l'information.

4c – Différencier clairement les éléments de manière à ce qu'ils puissent être décrits séparément (facilitant ainsi la compréhension des instructions ou des directives).

4d – Être compatible avec les dispositifs utilisés par les personnes ayant des déficits sensoriels.

Exemples :

- Un thermostat pourvu d'un dispositif tactile, visuel et auditif.
- Une signalétique unifiée dans les gares, les aéroports et les stations de métro.

5

SÉCURITÉ

Le produit ou service est conçu pour minimiser les dangers et les conséquences nfastes pouvant résulter d'une action accidentelle ou involontaire.



5a – Assembler les éléments de manière à limiter les risques et les erreurs. Les éléments les plus utilisés sont rendus plus accessibles et les éléments à risque sont éliminés, isolés ou protégés.

5b – Alerter en cas de danger ou d'erreur.

5c – Intégrer un dispositif de sécurité.

5d – Empêcher toute action involontaire lors d'utilisations nécessitant une vigilance accrue.

Exemples :

- Une clé de voiture à double panneton symétrique pouvant entrer dans la serrure dans un sens ou dans l'autre.
- Un bouton « annuler » prévu dans les logiciels permettant aux utilisateurs de corriger leurs erreurs sans risques de perdre des données.

6

CONFORT

Les produits et services sont conçus pour une utilisation efficace et confortable, générant une fatigue minimale.



6a – Permettre à l'utilisateur d'adopter une position confortable.

6b – Nécessiter une force raisonnable.

6c – Eviter les mouvements répétitifs.

6d – Réduire les efforts physiques soutenus.

Exemple :

- Faciliter l'installation d'un siège enfant dans une voiture.
- Des poignées de portes ergonomiques.

7

ACCESIBILITÉ

Les espaces et environnements sont conçus pour permettre l'accès, la manipulation et l'usage quelles que soient la corpulence, la posture ou la mobilité des usagers.



7a – Tous les éléments importants doivent être visibles, que la personne soit debout ou assise.

7b – Permettre un accès facile et confortable à tous les utilisateurs, qu'ils soient debout ou assis.

7c – Tenir compte des différentes tailles la main et des différentes capacités de préhension.

7d – S'assurer qu'il existe un espace suffisant pour une utilisation confortable ou une assistance adéquate.

Exemples :

- Panneaux de contrôles facilement accessibles
- Espaces libres autour des appareils ménagers, boîtes aux lettres, poubelles et autres éléments de la vie quotidienne.
- Large portes permettant à tous les usagers de monter dans le métro.

conseils & coaching



UNIVERSAL
DESIGN

NOTE :

Les principes d'Universal Design ne sont pas exhaustifs. Ils ont seulement pour objectif de permettre de concevoir des produits, des services, des environnements utilisables par tous. D'autres critères entrent également en ligne de compte, comme l'esthétique, le coût ou la pertinence culturelle.

LES 7 PRINCIPES UD ONT ÉTÉ PRÉCONISÉS PAR LES DÉFENSEURS DE LA CONCEPTION UNIVERSELLE :

Betty Rose Connell, Mike Jones, Ron Mace, Jim Mueller, Abril Mulick, Elain Ostroff, Jon Sanford, Ed Steinfield, Molly Story et Gregg Vanderheiden.
NC State University, Center for Universal Design, College of Design, 1997.

TRADUCTION ET INTERPRÉTATION FRANÇAISE PAR :
Jean-Yves Prodé et Anne Serin-Reyl
JYP Conseils, 2014