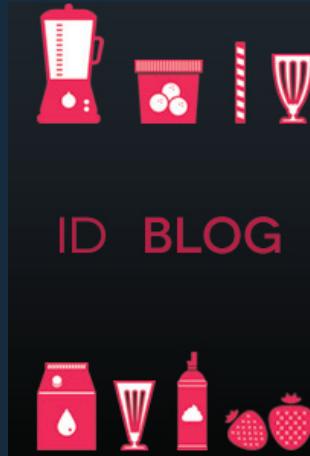


LE DESIGN THINKING : DE LA « BOÎTE NOIRE » DU DESIGNER À LA BOÎTE À OUTIL DE L'INNOVATEUR

Publié le **2012-09-24 09:00:00** dans la catégorie .

«Anybody can be creative. You just have to learn how. »David Kelley, 2011

Par Catherine Elsen (LUCID-ULg) et Adeline Cornet (ID CAMPUS)



ID BLOG

Succes stories

Pourquoi l'Ipod, qui n'est ni le premier lecteur MP3 performant ni le moins onéreux, est-il devenu l'incontestable référence en matière de lecteur de musique portable ?

Et pourquoi le *Aravind Eye Care System*, créé, en Inde, par le Dr. Venkataswamy, est-il, entre autres, en capacité d'offrir aux plus démunis des lentilles de vue adaptées pour moins de 4\$, chose tout à fait impensable dans nos pays occidentaux ?

L'Ipod et les lentilles, ces produits de consommation fonctionnels, créatifs et innovants, sont tous deux le résultat d'une approche avant tout intégrée et holistique, qui a su répondre tant aux besoins réels d'un public cible qu'à ses envies. Une démarche qui sait faire vibrer à la fois nos cordes rationnelles et émotionnelles^[1] : le *Design Thinking*.

Le Design Thinking : une réponse à une société en mal d'innovation ?

Dans nos sociétés, la nouveauté, en tant que telle, ne suffit plus. Pour rencontrer un succès commercial, l'efficacité et l'attractivité, les produits, services, systèmes ou applications doivent plus que jamais être abordés au travers d'une approche innovante et créative qui dépasse largement le simple concept d'originalité.

Approcher le renouveau sociétal, commercial, économique, culturel ou artistique par l'indispensable intermédiaire de l'innovation et de la créativité est devenu l'un des challenges de notre époque. En réponse à ce challenge, de nouvelles manières de penser la création et la nouveauté ont émergé, parmi lesquelles l'approche du *Design Thinking*.

Naissance et développement du Design Thinking

Développée outre-Atlantique par Rowe, Kelley ou encore Brown, l'approche du *Design Thinking* est aujourd'hui adoptée par les leaders du marché de l'innovation, tant dans le monde de la consultance que dans celui de la production de masse (IDEO ou Apple, pour ne citer que les plus populaires). Elle se répand peu-à-peu à d'autres continents, colore les programmes de nombreuses institutions d'enseignement et s'applique à la production d'objets mais aussi aux services, l'IT, l'architecture ou encore à l'ingénierie.

Le *Design Thinking* peut être défini au sens large comme une démarche, ou peut-être même une philosophie. Elle peut être embrassée par tous les niveaux de l'entreprise : elle ne concerne plus seulement les acteurs traditionnellement convoqués lors de la mise en oeuvre d'une « solution innovante » (designers, membres du marketing et leaders stratégiques), mais invite justement d'autres protagonistes à se frotter à l'exercice créatif (ou à ce que les anglo-saxons appellent « the abductive reasoning », la possibilité d'imaginer *ce qu'il pourrait se passer*). Si le designer reste la clé de voûte du processus conceptuel, le *Design Thinking* favorise une approche centrée « solution » et centrée « utilisateur » auquel tout un chacun peut contribuer. C'est une démarche empathique, collaborative et multidisciplinaire. L'objectif est de démystifier le « problème », afin qu'il devienne au contraire un facteur crucial, l'opportunité d'atteindre une réponse innovante mais aussi, et avant tout, réaliste.

L'approche repose sur une boîte à outils largement fondée sur des méthodes ethnographiques et qualitatives qui font sa force. En fonction des nécessités et du contexte, certaines méthodes pragmatiques et analytiques plus répandues peuvent y être associées (benchmarking, matrices et diagrammes pour l'analyse factuelle et la délimitation de la niche etc.). Le *Design Thinking* ne rejette aucun procédé et préfère au contraire articuler toute initiative favorable à l'innovation autour de ses trois phases fondamentales : l'inspiration, l'idéation et l'implémentation.

Le *Design Thinking* et ses trois étapes fondamentales seront à découvrir dans le prochain article. Rendez-vous mi-octobre !

[1] L'Ipod est inscrit dans un système global où l'on retrouve, entre autres le logiciel iTunes - permettant de gérer une grande base de données de MP3, de les partager et d'extraire, sous ce format, les morceaux sur support physique (cd, ...) - et l'Appel Store - plateforme numérique permettant, notamment, l'achat de morceaux de musique MP3 à la pièce (c'est-à-dire sans contraindre à l'achat d'un album complet).

Les lentilles et l'ensemble des soins de santé du Aravind Eye Care System visent l'éradication de la cécité sur l'ensemble du territoire indien, et principalement dans les campagnes pauvres et reculées. Le système global de soins ophtalmologiques et de traitement des troubles de la vue comporte aujourd'hui 5 hôpitaux, des camps mobiles de soins, des bus pour y transporter les patients, une usine de fabrication de produits ophtalmologiques, une fondation et un centre de formation.

CATÉGORIES

> Toutes les nouvelles

> Formation

> Projets

> Recherche

