



1

## Éclairage de Monique Large, directrice de Pollenconsulting, agence de conseil en innovation et créativité



### Le renouveau des formes et des usages au-delà des générations.

« Initiateurs de la culture jeune dans les années 1968, les seniors ne peuvent se voir stigmatisés "vieux". Pourtant, avec l'âge, de nouvelles exigences en termes de confort et d'aide physique se font ressentir. Le défi des créations consiste donc à concilier une ergonomie adaptée à l'âge et une image jeune. L'exemple le plus emblématique est l'iPad, un moyen simple et adaptable (on peut grossir les caractères) pour accéder à Internet tout en étant avant tout un objet de désir pour les jeunes. L'iPad n'a pourtant pas été conçu spécifiquement pour la cible des seniors, il s'agit là plutôt d'un effet secondaire. À l'inverse, le métro parisien avait édité deux plans, l'un en format poche, l'autre en grand format baptisé "senior" : c'est ce dernier qui, de loin, est le plus distribué, car plus pratique à lire pour tout le monde ! »

### Répondre aux spécificités d'un handicap pour en faire un produit désirable par tous est le propre de l'Universal Design.

« De cette approche, il résulte des propositions de formes et usages qui profitent à tous : un fauteuil à bascule qui permet de se lever plus facilement aura aussi une touche fun transgénérationnelle ; l'incurvé du lavabo conçu pour répondre à l'accès en fauteuil roulant se révèle également une esthétique nouvelle apportant plus de douceur dans la salle de bains. Gageons même que ce lavabo pourra être plébiscité par tous, car il permet de s'approcher davantage du miroir pour se maquiller et se raser. »