

07 EIDD Design for All Europe

Cluster BEDA Design All Europe



Design
and Architecture
Norway



Royal College of Art
Postgraduate Art and Design

Le BEDA (The Bureau of European Design Associations) a été créé en 1969 afin d'assurer une liaison permanente entre tous ses membres (centres de promotion du design, organismes et associations professionnels, et organismes de design connexes) et l'Union Européenne. Il représente une plateforme de communication et de promotion des valeurs du design et de l'innovation pour la culture, l'économie, l'environnement, la société et la gouvernance en Europe. Le BEDA aujourd'hui, c'est 47 organismes membres issus de 27 pays européens. Des centaines de milliers de designers à travers toutes les disciplines, du design industriel et intérieur au design numérique et au branding sont représentés par ces associations professionnelles.

Pour le BEDA, le design sert d'approche créative à la résolution de problèmes pouvant être appliquée aux secteurs privés et publics afin de stimuler l'innovation dans les produits, les services, la société et même la mise en place des politiques. Afin de répondre au mieux aux besoins des utilisateurs, le design prend en compte les aspects fonctionnels, émotionnels et sociaux. Cependant, certains publics réduisent encore la compréhension du design en termes d'esthétique et de style alors qu'il peut permettre l'apport d'une valeur ajoutée à chaque étape du processus de développement des produits et des services. Plus il sera intégré tôt au processus et meilleurs seront les résultats. En somme, le design permet de développer les produits et services avec une qualité supérieure. Considéré comme une approche à la résolution de problèmes, il peut contribuer à faire en sorte que la mise en

place de politiques corresponde au mieux aux attentes des citoyens en prenant en compte les points de vue de chaque partie prenante.

Cette journée était dispensée par le programme Innovation for All mis en place par le Centre Norvégien de Design et d'Architecture (DogA) et le Helen Hamlyn Centre for Design (HHCD), destinée aux membres de l'EIDD et du BEDA dans le cadre de la 10e Biennale Internationale Design Saint-Étienne.

L'atelier comportait à la fois des cours théoriques et des séances d'exercices incluant des phases d'expérimentation et des leçons pratiques basées sur des mises en situation. Conciliant information et inspiration, cet atelier avait pour but d'établir un transfert de connaissances efficace et d'habiliter les participants à utiliser plus efficacement le design au sein de leurs organisations respectives. L'objectif principal était de donner aux participants membres de l'EIDD et du BEDA la confiance et les informations nécessaires pour devenir des ambassadeurs du design ainsi que pour apprendre à mieux utiliser le *design thinking* au quotidien.

Ressources

- 1 Ouvrage: *Innovating with People: the Business of Inclusive Design*. Manuel sur le développement d'un comportement centré sur l'utilisateur dans le design.
- 2 www.designingwithpeople.org: site internet offrant conseils pratiques, outils et informations pour mieux prendre en compte chaque utilisateur dans le processus de conception.
- 3 www.inclusivedesign.no: site internet traitant de la conception universelle pour designers et entrepreneurs.

Le Helen Hamlyn Centre for Design

Le Helen Hamlyn Centre for Design du Royal College of Art conduit des recherches et des projets dans le domaine du design en lien avec l'industrie. Ces recherches et projets visent à améliorer le quotidien de chacun. Le HHCD est le plus grand et le plus ancien centre de recherche en design du RCA de Londres, lui-même l'une des plus grandes écoles supérieures d'art et de design au monde.

Travaillant avec plus de 250 organisations internationales, le HHCD occupe une position de choix pour promouvoir une meilleure approche du design auprès des entrepreneurs, des designers, des chercheurs, des universitaires, des décideurs politiques et des fonctionnaires, aux différents niveaux de leurs entreprises respectives. Quelques exemples d'entreprises ayant collaboré avec le HHCD : Audi, B&Q, British Airports Authority, BlackBerry, British Heart Foundation, Dyson, Ford, GlaxoSmithKline, Heal's, Hewlett-Packard, Orange, Megaman, le NHS, Nokia, Samsung, Sony, Toyota, Transport for London et Unilever.

DogA

Le DogA est l'organisme stratégique national de promotion du design en Norvège. Il est financé par le Ministère du commerce, de l'industrie et de la pêche. Son objectif est d'améliorer la

compréhension, les connaissances et l'utilisation du design des entreprises norvégiennes. Il encourage l'utilisation du design comme outil d'innovation permettant d'engendrer un avantage concurrentiel pour les entreprises, afin de créer encore plus de valeur ajoutée dans le commerce et l'industrie en Norvège, et donc de rendre le secteur public plus efficace.

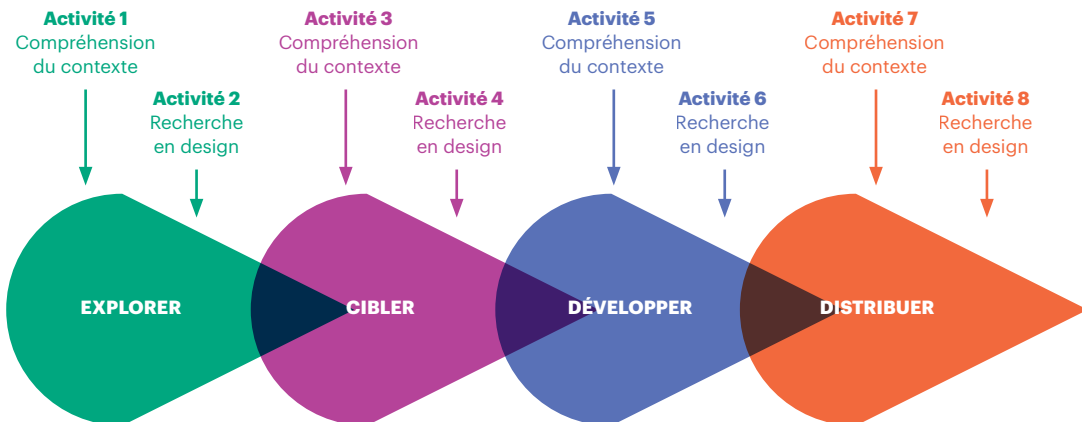
Le programme Innovation for All du DogA a été lancé en 2005 dans le cadre du plan d'action pour la conception universelle du gouvernement norvégien. Depuis, le DogA est partenaire du gouvernement dans ce domaine.

Ce programme encourage la conception universelle et l'affiche comme stratégie efficace pour l'innovation auprès de ses principales cibles : le commerce et l'industrie, le design, la recherche et les institutions publiques.

Le DogA travaille en étroite collaboration avec les utilisateurs, les universitaires, les chercheurs, les designers, les architectes, les urbanistes, les entreprises et le gouvernement.

Modules proposés lors de l'atelier

Les modules proposés étaient basés sur les notions présentées dans le schéma ci-dessous. Relevant du design centré sur l'utilisateur, ces notions peuvent être prises en compte dans tout processus d'innovation.



Lors de cette journée, les exercices et les activités ont couvert le module suivant :

Appréhender les besoins des utilisateurs:

Mise en contexte

Améliorer les compétences en design grâce aux stratégies centrées sur l'utilisateur

Ce module insistait sur le fait de considérer le design centré sur l'utilisateur comme une stratégie d'innovation. Il mettait en évidence la valeur de l'approche d'une position à la fois créative et corporative. Il s'adressait à toute personne souhaitant accroître son potentiel d'innovation par le biais d'une approche centrée sur l'utilisateur, notamment les designers, les éducateurs, les professionnels du marketing et les entrepreneurs. Plus qu'une formation pour les designers, cet atelier sur le *design thinking* a permis aux participants d'apprendre des méthodes efficaces pour utiliser le design comme stratégie créative en impliquant l'utilisateur final ou le client.

Des études de cas internationales ont été présentées afin de démontrer la pertinence et la valeur de l'innovation. Un équilibre entre apprentissage individuel et exercices de groupe a été constitué afin de rendre les participants opérationnels dès la fin de l'atelier. La session conciliait information (statistiques, méthodes, conférences courtes) et inspiration (exercices, travail de groupe, expérience concrète).

L'état concurrentiel du marché aujourd'hui est tel qu'il était essentiel pour les participants de comprendre au mieux le contexte dans lequel ils évoluent. Le point de vue du client est de plus en plus important. Pour réussir, les innovateurs n'ont d'autre choix que de créer un produit qui répond à ses besoins et à ses aspirations. Ce module permettait donc de montrer comment cartographier les différentes parties prenantes et les utilisateurs, en s'appuyant sur la notion de lead users (utilisateurs pilotes). Les participants ont donc appris comment adopter la perspective idéale pour leur organisation et ainsi s'assurer que leurs idées premières sont pertinentes pour le monde qui les entoure.

En terminant ce module, les participants ont directement été en mesure d'évaluer le contexte dans lequel ils évoluent afin de s'adapter en conséquence. Une base pour mener des recherches auprès des utilisateurs ainsi que des moyens pour les mettre en pratique ont été fournis aux participants. Cela leur a ainsi permis de développer des critères de sélection pour les utilisateurs/clients pris en compte dans leurs recherches et de comprendre les défis auxquels chacun peut faire face selon son âge et ses capacités.

Ce module présentait les techniques de base d'observation et d'entretien, qui sont au cœur du *design thinking* centré sur l'utilisateur.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mesurer précisément sa créativité personnelle et son niveau d'innovation grâce à des exercices d'introduction.
- Mieux comprendre les méthodes de design de pointe et de *design thinking*.
- Mener des expérimentations sur l'utilisation de différentes méthodes de design.
- Améliorer les techniques de brainstorming, en groupe et à titre individuel.
- Mieux appréhender les besoins, les émotions et les aspirations des clients.
- Donner une valeur commerciale à chaque point de vue pris en compte.
- Mieux définir les déplacements des clients selon leur temps et la qualité de leur expérience.
- Trouver les sources de mécontentement des clients et les transformer en valeur commerciale.
- Mieux comprendre la notion de lead users.
- Apprendre à créer et concevoir une idée originale en trois heures ou moins.
- S'exercer en groupe pour améliorer le niveau de créativité de chacun.
- Mieux concevoir la valeur [ndt : *de l'innovation*] par l'analyse d'études de cas réels.
- Apprendre grâce aux retours individuels et collectifs des animateurs.



Rama Gheerawo

Directeur du Helen Hamlyn Centre for Design, RCA.
Figure internationalement

reconnue, Rama Gheerawo travaille dans les domaines du design, des affaires et de l'innovation depuis près de 20 ans. Innovateur très prolifique dans la technologie, les produits, les services et les transports, il compte plus de 100 projets à son actif. Il travaille auprès de gouvernements, de l'industrie et du secteur public et compte parmi ses clients Samsung, Toyota, Procter & Gamble, Panasonic, Sony, Arthritis Research UK, ainsi que les gouvernements britanniques et de Hong Kong, pour qui il forme près de 400 fonctionnaires sur la créativité et le leadership. Il est actuellement co-responsable de la refonte des taxis londoniens, l'un des projets les plus importants au monde, et a initié et livré des travaux novateurs dans de nombreux secteurs.

Directeur du Helen Hamlyn Centre for Design, il a obtenu un poste de lecteur académique au RCA grâce à son travail dans les domaines du design et des affaires. Il s'intéresse au design centré sur l'utilisateur, à l'innovation et à l'esprit d'entreprise, en examinant comment le design peut résoudre certains des problèmes parmi les plus difficiles de la société. Conférencier très demandé sur la scène internationale, il publie, organise des expositions et anime des ateliers pour des auditoires composés d'étudiants comme de dirigeants d'entreprises. Au cours de la dernière décennie, ses ateliers ont permis à des entreprises et à des particuliers d'accroître leur valeur d'innovation et d'élaborer de nouvelles stratégies commerciales. Ses publications ont été présentées dans la presse académique, notamment dans Routledge, Springer et Tapir. Il a également publié des articles dans Volume magazine, New Design et le Journal of Design Philosophy Papers.



Onny Eikhaug

Directrice de programme au Centre Norvégien de Design et d'Architecture

Onny Eikhaug est responsable des activités dans le domaine de la conception universelle et centrée sur l'utilisateur. Elle est également responsable du programme financé par le gouvernement, Innovation for All, qui présente la conception universelle auprès des entreprises et du secteur public comme une stratégie efficace pour l'innovation. Elle écrit, publie et donne des conférences en Norvège et à l'étranger, organise des expositions et travaille en étroite collaboration avec des designers, des professionnels de l'enseignement, des centres de recherches, l'industrie et le gouvernement. Elle est à l'origine du livre « Innovating with people: the Business of Inclusive Design », utilisé dans le monde entier dans les programmes scolaires de design. Ce livre sert également de plate-forme pour le concept « Executive Education in Inclusive Design ».

Onny Eikhaug dispose d'une vaste expérience en gestion d'entreprise internationale, en marketing, en ventes, en innovation, en développement de produits et en gestion du design. Elle est titulaire d'un MBA (Master of Business Administration) de la Norwegian School of Economics and Business Administration. Lors de la conférence Include 2015 au Royal College of Art de Londres, elle a reçu le Inclusive Design Champion Award, décerné par un jury international. En avril de cette même année, elle a été élue Présidente d'EIDD Design for All lors de l'assemblée générale de Saint-Étienne.

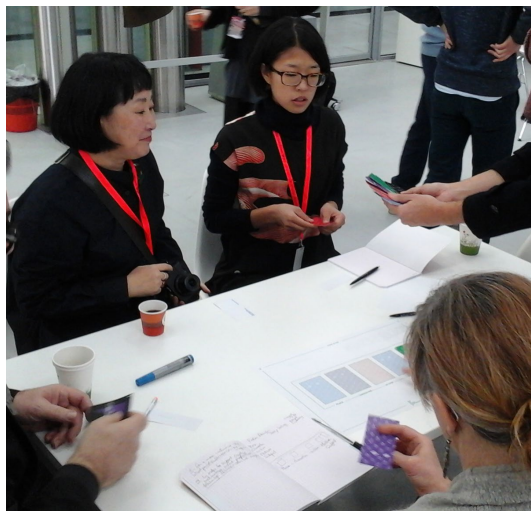
Les apports aux participants

- Un mélange de cours théoriques et de séances d'exercices actifs.
- Des conférences pour développer son expertise personnelle et glaner de nouvelles informations.
- Des exercices individuels pour en apprendre plus sur soi-même.
- Une feuille de route pour aider à se développer sur les plans personnel et organisationnel.
- Des exercices à réaliser en équipe pour gagner en connaissances.
- Des activités de groupe nécessitant une implication totale.
- Un accompagnement individuel et collectif et des retours des animateurs.

Les participants disposaient d'un lieu pour apprendre, expérimenter de nouvelles idées et augmenter leur valeur créative personnelle et organisationnelle. Ils devaient faire preuve d'ouverture d'esprit et de cœur, être prêts à relever des défis plus ou moins importants et se soutenir mutuellement. Malgré la présence des quatre animateurs, chaque participant devait enseigner et apprendre les uns des autres.

Le but était que tous créent un environnement d'apprentissage ouvert. Leur ont été transmis des outils pouvant leur servir dès la fin de l'atelier, et, surtout, la confiance et l'expérience pour les utiliser avec audace. À la fin de l'atelier, chacun est reparti avec une réflexion plus créative, une capacité à communiquer cela autour de soi et un meilleur esprit de cheminement pour développer son propre esprit d'entreprise. Cet atelier porte sur l'enseignement, l'apprentissage et l'expérimentation par la pratique.

« Apprendre c'est découvrir ce que tu sais déjà. Faire, c'est démontrer que tu le sais. Enseigner c'est rappeler aux autres qu'ils savent aussi bien que toi. Vous êtes tous apprenants, faisant, et enseignants. » - Richard Bach, *Illusions*.



L'atelier **Design for All** organisé par le **BEDA et EIDD** s'inscrit dans le cadre du projet Design Europe 2021, cofinancé par le programme Europe Créative de l'Union Européenne. Le projet Design Europe 2021 – Design for Cultural and Creative Growth vise à renforcer le secteur du design en Europe. Plus d'informations sur www.beda.org.

EIDD Design for All Europe

Cluster BEDA

Design All Europe

BEDA (The Bureau of European Design Associations) was established in 1969 to ensure permanent liaison between its members (design promotion centres, professional bodies, trade associations and related design entities) and the authorities of the European Union in order to communicate and promote the value of design and innovation to European culture, economy, environment, society and governance. Today, BEDA boasts 47 members from 27 countries in Europe. Those professional associations represent hundreds of thousands of designers in every discipline of work from industrial design and interiors to digital design and branding.

For BEDA, design is a creative approach to problem-solving that can be applied across the private and public sectors to drive innovation in products, services, society and even policy-making. Design integrates functional, emotional and social aspects in response to user needs. However, among certain audiences, design is still understood narrowly in terms of aesthetics and styling whereas, in fact, it can add value to every stage of the product and service development process. The earlier design is part of the process the better the results – the right things done with increased quality. As an approach to problem-solving, design can contribute to making the policy process better correspond to citizens' expectations by capturing insight from diverse stakeholders.

This document outlines the 1-day course delivered by the Innovation for All programme by Design and Architecture Norway and The Helen Hamlyn Centre for Design (HHCD). This was for EIDD and BEDA participants as part of the 10th International Biennale of Cite du Design's event.

The workshop had both classroom learning and exercises with experiential elements and practical lessons based in 'real world' contexts. It balances information with inspiration, aiming to create effective knowledge transfer and empower people to use design more effectively within their organisations. A key element is to give EIDD/ BEDA participants the confidence and the material to become design ambassadors and use design thinking effectively within their daily practice.

Resources

- 1 **Book: Innovating with People: the Business of Inclusive Design.** A manual on developing a people-centred attitude to design
- 2 www.designingwithpeople.org Website giving practical advice, tools and information on working with people in the design process
- 3 www.inclusivedesign.no Inclusive Design site for designers and business people

The Helen Hamlyn Centre for Design

The Helen Hamlyn Centre for Design at the Royal College of Art undertakes design research and projects with industry that will contribute to improving people's lives. We are the largest and longest-running centre for design research at the Royal College of Art, London, which is one of the world's leading postgraduate art and design schools.

Our track record of dealing with over 250 international organisations places us in a good position for communicating a design approach to business people, designers, researchers academics, policy makers and civil servants at various levels in the company. Companies have included: Audi, B&Q, British Airports Authority, BlackBerry, British Heart Foundation, Dyson, Ford, GlaxoSmithKline, Heal's, Hewlett-Packard, Orange, Megaman, the NHS, Nokia, Samsung, Sony, Toyota, Transport for London and Unilever.

DOGA

Design and Architecture Norway (DOGA) is the national strategic body for design in Norway, funded by the The Ministry of Trade, Industry and Fisheries. The aim is to increase Norwegian businesses' understanding, knowledge and use of design. We promote the use of design as a tool for innovation and competitive edge, in order to achieve greater creation of value in Norwegian trade and industry and a more effective public sector.

DOGA's Innovation for All Programme was initiated in 2005 as part of the Norwegian Government's Action Plan for Universal Design. DOGA has since been a government partner within the field of Design for all.

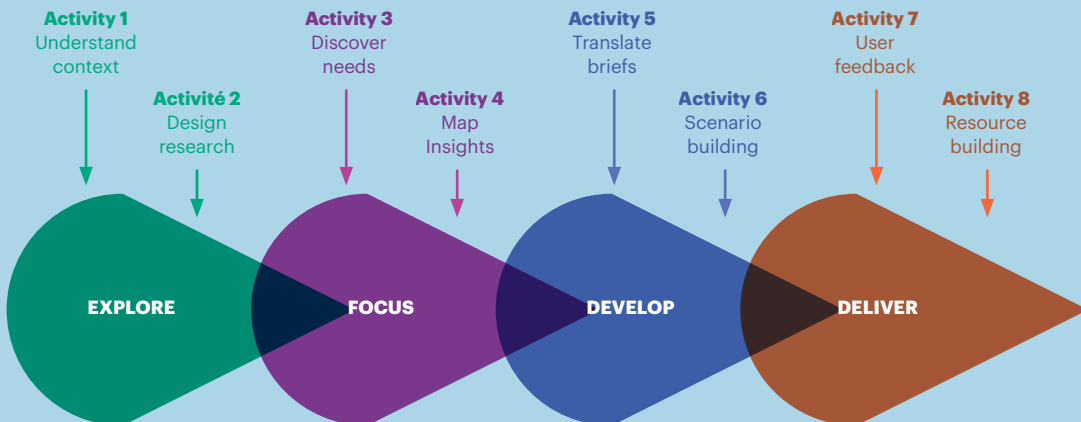
The programme promotes Design for All as an effective strategy for innovation to its main target groups; trade and industry, design, research and public institutions.

We work closely with users, academics, researchers, designers, architects, urban planners, business and government.

Workshop modules

Modules are based around the following people-centred design activities that can be added to any innovation process:

Discover User Needs: Setting the Context



Growing design competency using people-centred strategies

This module focuses on people-centred design as a strategy for innovation. It demonstrates the value of the approach from both a creative and corporate position. It is relevant to anyone wanting to increase their innovation potential through a people-centred approach, including designers, educators, marketers and business people. This is not just a course for designers but is about 'design thinking' - it will teach methods for using design as a strategy for creativity through involvement of the end user or customer.

Case studies from across the globe will be used to demonstrate relevance and innovation value. The module will balance individual learning with group exercises aiming to give you material that you can put into practice the next day. The session will balance information (statistics, methods, short lectures) with inspiration (exercises, group work, first hand experience).

In today's competitive market, it is important to understand the context in which you are operating. Customer perspective is increasingly important and successful innovators create something that meets customer needs and aspiration. This module will show you how to map

stakeholders and users, introducing the concept of ‘lead users’. It will help you to build a good vision for your organisation, and ensure that your initial ideas have relevance to the real world.

By completing this module you will be able to assess your context and adjust accordingly. You will have a basis for conducting research with people and a way of taking this forward. You will develop criteria for selecting users/customers for your research and have a first hand understanding of what it is like to be of a different age or have different abilities.

This module will give an introduction to the techniques of ‘observation’ and ‘interviews’ which form a central part of people-centred design thinking and are two foundation methods.

LEARNING OUTCOMES

- Ice-breaking exercises to gauge personal creativity and innovation level
- Understanding of cutting-edge design methods and design thinking
- Practical experience of using design methods
- Innovative ways to brainstorm in groups and as an individual
- Methods for understanding customer needs, emotions and aspirations
- Gathering insights and turning them into business value
- Mapping customer journeys according to time and quality of experience
- Finding customer ‘pain-points’ and turning them into business value
- Understanding the concept of ‘lead users’
- How to create and design a novel idea in three hours (or less)
- Group exercises to raise your personal level of creativity
- Demonstration of the value through dissection of ‘real life case studies’
- Individual and group feedback from facilitators



Rama Gheerawo

Director, the Helen Hamlyn Centre for Design, RCA. Rama Gheerawo

is an international figure within design, business and innovation with nearly two decades of experience as. He is a serial innovator in the fields of technology, products, services and transport with over 100 projects to his name. He works with government, industry and the public sector with a client list that includes Samsung, Toyota, P&G, Panasonic, Sony, Arthritis Research UK and the UK and Hong Kong governments – training around 400 civil servants for the latter on creativity and leadership. He is co-leading a redesign of the London taxi, currently one of the most significant projects on the globe and has instigated and delivered ground-breaking work across a variety of sectors.

Rama is Director of the Helen Hamlyn Centre for Design and was awarded an academic Readership at the RCA for his work in design and business. His interest is in people-centred design, innovation and entrepreneurship, looking at how design can address some of society’s toughest issues. He is in high demand as a keynote speaker internationally, and writes, curates exhibitions and runs workshops for audiences that range from students to business executives. Over the last decade, these workshops have helped companies and individuals raise their innovation value and develop new business strategies. Rama has published chapters for the academic press such as Routledge, Springer and Tapir, and had articles published Volume magazine, New Design and the Journal of Design Philosophy Papers.



Onny Eikhaug

Onny Eikhaug is a Programme Leader at Design and Architecture

Norway. She is responsible for the organisation's activities in the field of people-centred, inclusive design. She is also responsible for the Centre's government funded Innovation for All programme promoting inclusive design to business and public sector as an effective strategy for innovation. She writes, publishes, and lectures both in Norway and internationally, curates exhibitions and works closely with designers, education, research institutions, industry and government. She is responsible for the book «Innovating with people –The Business of Inclusive Design» - distributed worldwide as a design school curriculum and the platform for the Executive Education in Inclusive Design concept.

She has a broad experience in international business management; marketing, sales, innovation, product development and design management and holds an MBA from the Norwegian School of Economics and Business Administration. Onny was in 2015 appointed Inclusive Design Champion Award by an international jury at the Include conference 2015 at the Royal College of Art in London. In April at the general assembly held in Saint-Étienne she was elected President of EIDD Design for All.

What to Expect as Participants

- A mixture of classroom learning and active exercises
- Lectures to develop expertise and deliver new information
- Individual exercises to gain personal insights into yourself
- A roadmap to help you develop personally and organizationally
- Group exercises working in teams to complete tasks that increase learning
- Group activities that will require full participation
- Group and individual coaching and feedback from facilitators

The participants had to learn, experience new ideas and raise their personal and organisational creative value. They had to bring an open mind and heart, to be ready for small and large challenges and to support each other. Although there are four facilitators in the room, the participants had to teach and learn from each other.

They have created together an environment of open learning. They have received tools that they can use the very next day and the confidence and experience to boldly use them. They have left the workshop with a more creative mindset, an ability to communicate this to others and a pathway to develop your own leadership. The workshop is about teaching, learning and experiencing through doing.

“Learning is finding out what you already know. Doing is demonstrating that you know it. Teaching is reminding others that they know just as well as you. You are all learners, doers, teachers.” – Richard Bach, *Illusions*.

The **Design for All Workshop** hosted by **BEDA and EIDD** is part of the Design Europe 2021 project, co-funded by the Creative Europe programme of the European Union. Design Europe 2021 – Design for Cultural and Creative Growth focuses on strengthening the design sector of Europe. Find out more information on www.beda.org.