

The background features large, dark, stylized letters 'COMPT' in a bold, sans-serif font, arranged diagonally across the page. The letters are semi-transparent, allowing the dark blue background to show through.

BACCALAURÉAT DESIGN DE PRODUITS

COMPENDIUM
DE DESIGN

ÉDITION
2019

UNIVERSITÉ
LAVAL

PROJETS FINISSANTS CUVÉE 2019

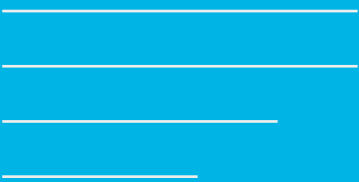


TABLE DES MATIÈRES

7	Mot de la direction
9	Myriam Maguire, la marraine
12-27	Plein air, sports et loisirs
30-41	Nouveaux modes de vie et rituels
44-51	Consommation responsable
54-65	Inclusion et dignité des personnes
68-79	Bien-être, saines habitudes et milieu de vie
82-101	Milieu de vie, changements climatiques et mobilité durable
103	Remerciements aux commanditaires



COMMONWEALTH OF MASSACHUSETTS

1885-1911

Cher.e.s étudiant.e.s,
cher.e.s lecteur.rice.s,

Voilà réunis dans ce recueil, des projets qui ont presque tous la particularité de considérer le design comme une démarche créative au service des problématiques les plus criantes de la société actuelle à savoir la dignité des personnes vulnérables, la réduction des déchets, la mobilité durable et active, l'inclusion et les changements climatiques dans un souci de bien-être des personnes et de pérennité environnementale.

À travers eux, nous voyons l'incarnation d'une nouvelle génération de designers qui veulent faire une différence dans un

monde aux défis complexes. Le design a émergé d'une réaction face aux effets néfastes de la révolution industrielle en visant l'amélioration du quotidien des personnes avant tout. Il est fortement ancré dans un idéal d'une société à la fois plus juste et plus belle avec une volonté certaine d'équilibrer les forces du marché. Ces projets démontrent que la cohorte 2019 poursuit avec enthousiasme et optimisme ce noble dessein d'un monde meilleur par le design.

Nous souhaitons à tous ces étudiants de poursuivre avec conviction cette ambition,

Michel Fleury, Ph.D.

Directeur
École de design

Caroline Gagnon, Ph.D.

Directrice de programme | Professeure agrégée | Baccalauréat en design de produits
Groupe de recherche | design, innovations et humanismes



MAGUIRE

SAGITTARIUS

Le design comme acteur de changement

Lorsqu'on m'a demandé de devenir marraine de l'exposition des finissants en design de produits, ma réaction a tout suite été : pourquoi moi ? J'avais l'impression d'être trop jeune pour ce rôle et, surtout, de ne pas avoir accompli suffisamment de choses pour mériter cet honneur.

Si vous voulez la vérité, comme entrepreneure en phase de démarrage, je me sens très souvent dans la peau d'une finissante, dans votre peau. Chaque jour nous faisons un pas vers l'avant en ne sachant pas où ces efforts nous mèneront. C'est à la fois extrêmement stimulant et effrayant quand tout est possible, mais que tout est à faire.

Avec les années, j'ai réalisé que ma formation en design m'a aidée à prendre un jour à la fois et surtout à résoudre un problème à la fois. Lorsque j'étais à l'école, j'avais souvent l'impression que les professeurs ne nous donnaient pas suffisamment de réponses. Aujourd'hui, je réalise que leur rôle était en fait de m'outiller et de me donner confiance

afin de trouver ces réponses par moi-même. Cette formation nous pousse à questionner le statu quo et à être un acteur de changement. C'est le rôle majeur que nous devons prendre dans la société comme designer.

N'oubliez jamais cette façon de penser à travers le temps, c'est votre plus grande valeur. En créant une compagnie qui a le design au coeur de ses préoccupations, cela me pousse à rester créative, à toujours continuer d'innover et à toujours douter.

Alors en terminant, je vous dirais de prendre chaque jour de votre carrière comme un nouveau départ. Soyez curieux et restez à l'affût des nouvelles tendances, de l'actualité, de l'art, ici comme ailleurs. Et si un jour vous avez l'impression d'être au sommet de votre art, c'est peut-être le signe qu'il est le temps de vous questionner et d'opérer des changements. Parce que le monde est à refaire chaque jour.

Bonne continuation à tous et à toutes!

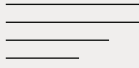
Myriam Maguire

Marraine du Compendium de design pour le Baccalauréat en Design de produits

**PLEIN AIR, SPORTS
ET LOISIRS**

CADENE

Siège de paddleboard adapté



Anaël Fournier
anael.s.fournier@gmail.com

Laurie Martel
laurie.martel160@gmail.com

Sébastien Robitaille
s_robaille@hotmail.com



Équipe

Rassemblant leurs forces en développement technique, en conception graphique et en contextualisation, les membres de l'équipe se penchent sur un intérêt commun; les sports de plein air. Visant à aider les personnes ayant besoin d'adaptation pour la pratique des sports d'extérieurs, ils s'associent avec l'organisme Adaptavie dans le but de promouvoir la santé physique des personnes avec limitations fonctionnelles.



Contexte

Les personnes à mobilité réduite font quotidiennement face à des problèmes d'accessibilité. Les activités sportives, de plein air et nautiques, comportent généralement des aspects contraignants pour ces gens. Les activités possibles sont réduites et l'adaptation ou la modification des équipements est alors nécessaire afin de permettre à ces participants de vivre une expérience positive. C'est pourquoi l'équipe s'est attaquée à rendre possible une activité de paddleboard adapté pour les personnes avec limitations physiques au niveau du bas du corps.

Produit

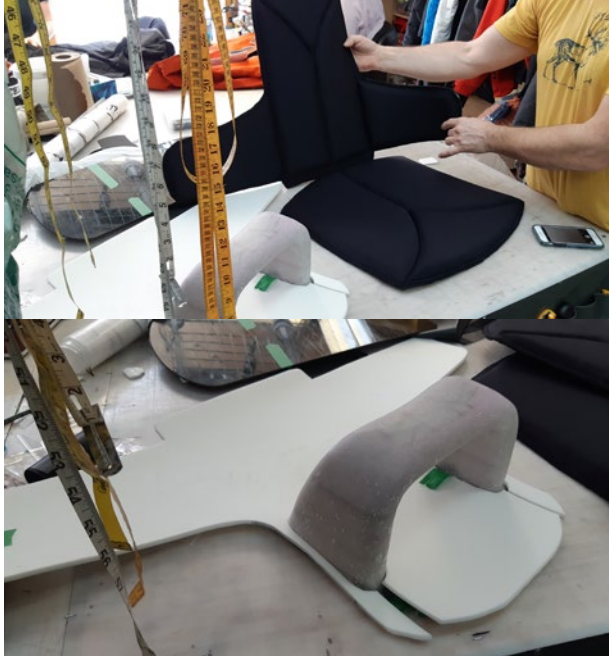
CADENE est un siège de paddleboard adapté permettant aux usagers vivant avec une limitation physique, des problèmes d'équilibre ou de motricité à s'adonner à la pratique d'un sport nautique. Le siège permet de s'asseoir sur un paddleboard et rend accessible et sécuritaire, la pratique de cette activité nautique pour les gens rencontrant certaines limitations.

Par ses nombreuses valeurs ajoutées, comme la plaque de soutien dorsal et la barre de transfert, CADENE est un produit polyvalent visant la démocratisation du paddleboard tout en dégageant une esthétique sportive attrayante.



Démarche

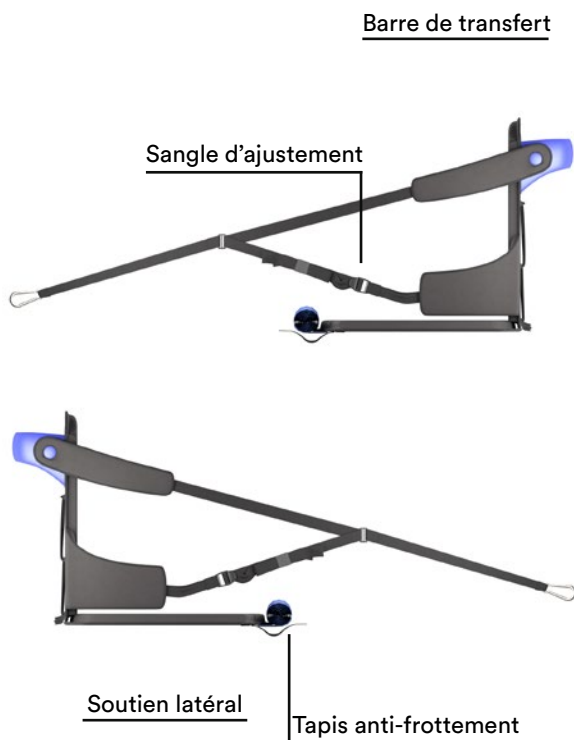
Le projet a pris naissance à la suite d'une rencontre avec l'organisme Adaptavie. L'équipe a alors débuté un partenariat avec cet organisme sans but lucratif, ayant pour objectif le redesign d'un équipement existant, mais comportant plusieurs lacunes. Au cours de la dernière année, un travail de validation en continu avec des usagers et l'équipe de spécialistes de l'organisme a permis de créer CADENE. Les détails d'utilisation ont été conceptualisés et testés lors des différentes rencontres afin d'aboutir à un projet convenant aux usagers et à leur pratique. Le produit final permet la pratique sécuritaire du paddleboard, en faisant abstraction du cadre des limitations physiques, tout en créant une expérience significative et positive.



Entreprise

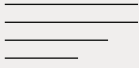
S'attaquant à plusieurs sports adaptés comme le rugby, le hockey et le vélo, Adaptavie offre les services de prêts, d'entretien et de transport des équipements requis. Le fort engouement pour les sports de plein air, plus précisément les sports nautiques, combiné au manque d'options adaptées sur le marché crée une occasion de développements de produits tels que CADENE.

Les gens vivant avec des limitations forment un réseau qui utilise les événements, la collaboration et le bouche-à-oreille pour partager les innovations telles que les nouveaux équipements. Débutant avec la vente directe, le siège pourra ensuite être acquis par le biais des canaux de distribution d'un fournisseur partenaire tel que TAIGA. CADENE est un produit universel qui étend le marché potentiel aux adeptes de plein air qui souhaitent plus de commodités, permettant une démocratisation du concept.



Narval

Chaussures pour le canot à glace



Olivier Rousseau
contact@olivierrousseau.design



Équipe

Ce projet a été abordé par Olivier Rousseau et Nicolas Douville, car ils étaient intéressés par le défi que présentait la conception d'un produit répondant aux rigueurs du sport. Cependant, Nicolas a dû se retirer du projet en cours de route pour des raisons de santé. Malgré cela, Olivier, qui a toujours été passionné par les chaussures, a pu mettre à l'œuvre ses connaissances en modélisation et impression 3D pour mener ce projet à terme.

Contexte

Le canot à glace est un sport de niche dont la pratique implique la traversée du fleuve St-Laurent l'hiver pendant la dérive des glaces. Durant les courses, les canotiers rament, courent ou trottent à toute vitesse sur la banquise en poussant leur canot. Exécuter ces tâches requiert des souliers adaptés et les canotiers doivent fabriquer cet équipement eux-mêmes ou modifier de l'équipement conçu pour d'autres sports. Alors comment peut-on favoriser la pratique du canot à glace à l'aide de chaussures adaptées à ce sport ?



Produit

Chaque paire de souliers Narval est faite sur mesure à partir d'une numérisation 3D des pieds d'un canotier. Le dessus du soulier est composé de polyuréthane flexible qui bouge avec l'athlète et lui offre ainsi une plus grande liberté de mouvement. La semelle rigide protège le pied des impacts et du terrain accidenté. Un point d'ancrage situé sous la semelle permet au participant de fixer son pied solidement dans le cale-pied du canot. Cela facilite la rame, car le canotier peut alors pousser de toutes ses forces sans risquer que ses pieds dérapent.

Une palme se trouve sur le côté du soulier, pour faciliter la tâche lorsqu'ils ont à patauger dans de la glace trop dense pour leur permettre de ramer, mais ne pouvant pas supporter leur poids.



Démarche

Ce projet a débuté par une phase de recherche menée auprès des canotiers. Des dizaines d'entre eux, d'âges et niveaux d'expertise variés, ont été rencontrés. Ces entrevues ont servi à mieux comprendre l'expérience vécue par les athlètes et les problèmes rencontrés lors des courses. De plus, ces rencontres ont permis de déterminer l'éventail d'équipement fabriqué et modifié par les canotiers. Plusieurs entraînements et courses ont aussi été observés afin d'analyser les mouvements des canotiers.

Le développement du soulier a été fait en collaboration avec l'équipe Le château Frontenac/Le soleil, car elle domine le canot à glace depuis plusieurs années et ses membres ont beaucoup contribué au développement de l'équipement utilisé à l'heure actuelle par les canotiers. Leur vaste expérience a guidé l'évolution du concept. La fabrication de maquettes a ensuite permis de tester et de raffiner certains aspects du produit.



Entreprise

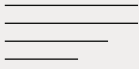
La mise en marché des souliers Narval se fera en deux étapes. L'hiver prochain, ces souliers seront portés exclusivement par les membres de l'équipe Le château Frontenac/Le Soleil. L'utilisation des souliers par cette équipe tiendra lieu de promotion. Durant cette période d'exclusivité, les autres canotiers pourront précommander les chaussures Narval et faire mesurer leurs pieds. Ils recevront leurs souliers l'automne suivant soit au début de la période d'entraînement pour le canot à glace. Par la suite, l'achat des chaussures sera ouvert à tous.

Les souliers Narval sont le projet pilote d'une entreprise dédiée à la conception d'équipement sur mesure pour les athlètes pratiquant des sports de niche en collaboration avec ces derniers.



Explore 3,5 L

Dispositif de transport d'équipement en vélo de montagne



Nicolas Dion
nicolas.dion.95@hotmail.com

Bruno-Pierre Minier
bruno-p_minier@hotmail.com

Alexis Rugwizangoga
alexis.rugwiza@gmail.com



Équipe

Adhérent à des modes de vie axés sur l'activité physique, la mode et les interactions sociales, l'équipe avait pour but de trouver une occasion de design dans un milieu réunissant l'ensemble de ces intérêts. Dans le monde convivial du vélo de montagne, il a été possible de cerner des aspects y répondant. L'objectif principal est donc de concevoir un produit qui facilitera l'expérience des usagers tout en s'agençant avec leur personnalité et leur style.

Contexte

Les adeptes de vélo de montagne doivent apporter un éventail d'équipement pour maximiser les chances d'une sortie réussie. Les adeptes de sensations fortes se rejoignent pour pratiquer leur sport au travers de descente rapide sur des terrains accidentés tout en se soumettant à plusieurs chocs, chutes et blessures. Le transport du matériel essentiel ainsi que du vélo lui-même dans certaines situations difficiles peuvent donc s'avérer désagréables pour l'utilisateur. L'équipe s'est penchée sur la manière de faciliter le transport d'équipement en vélo de montagne pour permettre aux usagers de mieux s'adapter aux différentes situations rencontrées lors de leur parcours.



Produit

L'Explore 3,5L est un dispositif de transport ajustable qui revoit la façon de transporter son équipement en vélo de montagne. Il offre tout l'espace pour ranger le matériel nécessaire lors d'une randonnée. L'espace de rangement situé à l'avant vient faciliter la manipulation du matériel requis. N'ayant que le sac d'hydratation à l'arrière, il permet de diminuer grandement la zone de contact avec l'utilisateur. De plus, son système de pastilles d'espacement situé à la fois sur les poches avant et arrière, permet d'assurer une meilleure circulation de l'air et ainsi évacuer de la chaleur.

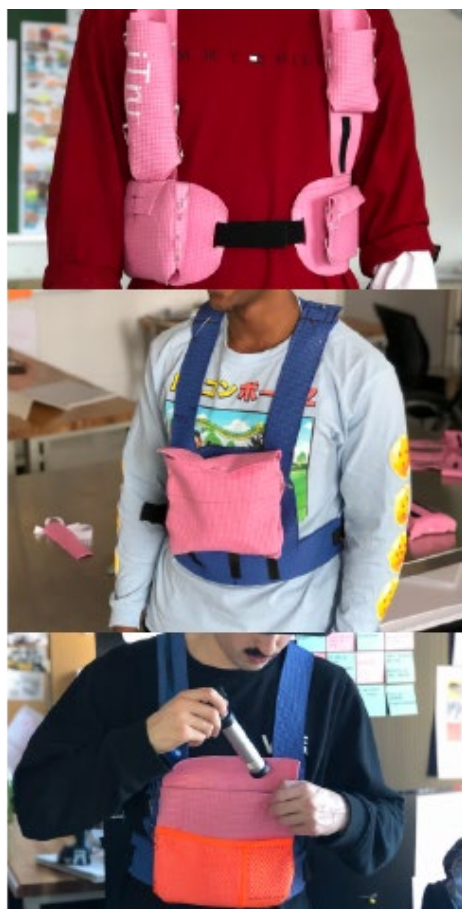
L'Explore 3,5L présente une caractéristique innovante permettant de faciliter le portage du vélo en terrain accidenté. En effet, le haut des bretelles est adapté et rembourré afin de venir protéger les points de pressions lors du portage.



Démarche

Dans un premier temps, une longue période d'observations ainsi que plusieurs entretiens ont permis de dresser un inventaire des produits offerts sur le marché, des différents matériaux utilisés dans cette industrie. Les irritants vécus par les usagers sont apparus clairement. Ensuite, notre équipe a dressé une liste de tout le matériel essentiel afin de déterminer la quantité de rangement nécessaire. L'étape suivante consistait à analyser les méthodes de portage du vélo les plus utilisées.

À la suite de ceci, notre équipe s'est penchée sur l'emplacement du rangement tout en s'assurant de minimiser les zones de contacts avec les usagers. De nombreuses expérimentations ont donc été effectuées à l'aide de plusieurs maquettes. Parmi celles-ci, certaines de type fonctionnel ont pu être utilisées afin d'effectuer des essais dans des mises en situations avec des usagers.



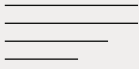
Entreprise

L'entreprise Explore mise sur une campagne de sociofinancement sur la plateforme Kickstarter pour lancer le dispositif de transport Explore 3,5L. Ce type de financement permettra rapidement une visibilité à l'international tout en permettant l'accumulation des fonds nécessaires pour passer en mode production. Une présence sur les réseaux sociaux augmentera également notre visibilité tout en ouvrant la porte à des partenariats avec des influenceurs et professionnels du milieu. Une fois ces étapes bien entamées, le lancement du site web de l'entreprise utilisera cette visibilité afin de rejoindre au maximum notre clientèle. Les réseaux sociaux de l'entreprise devront faire appel aux services de promotion offerts par ses applications afin d'atteindre directement la clientèle cible. Enfin, l'objectif principal d'Explore est de s'associer avec des entreprises ayant déjà fait leurs preuves sur le marché afin de collaborer sur une éventuelle version améliorée du produit ainsi que sur des projets à venir.



Ossek

Le sac au sec alimentaire réutilisable et remarquable



Laurent Gauthier-Pelletier
laurentgauthierpelletier@outlook.com
www.laurentgauthierpelletier.com

Émile Méthot
emilemethot@hotmail.com
behance.net/emilemethot



Équipe

Après trois ans de collaboration, Laurent et Émile ont travaillé conjointement à l'élaboration de leur projet de fin d'études. Ce duo aime se lancer des défis et collaborer sur des projets qui rejoignent leurs valeurs. Ayant un intérêt commun pour le développement durable et pour la pratique du plein air, l'équipe a misé sur la combinaison de ces deux passions pour s'attaquer à la problématique ciblée.



Contexte

Une grande proportion des emballages alimentaires produits est simplement jetée à la poubelle après une seule utilisation. Le but de ce projet est de réduire, voire d'éliminer au quotidien la création de ce type de déchet en s'inspirant de la randonnée. L'environnement de la randonnée pédestre permet de prendre en compte des contraintes plus exigeantes et de les transposer dans un autre domaine dans l'objectif de conscientiser l'humain urbain à des valeurs environnementales et à des habitudes responsables de consommation alimentaire. En ce sens, comment dans un contexte de randonnée, réduire les déchets liés à l'alimentation tout en simplifiant sa gestion ?

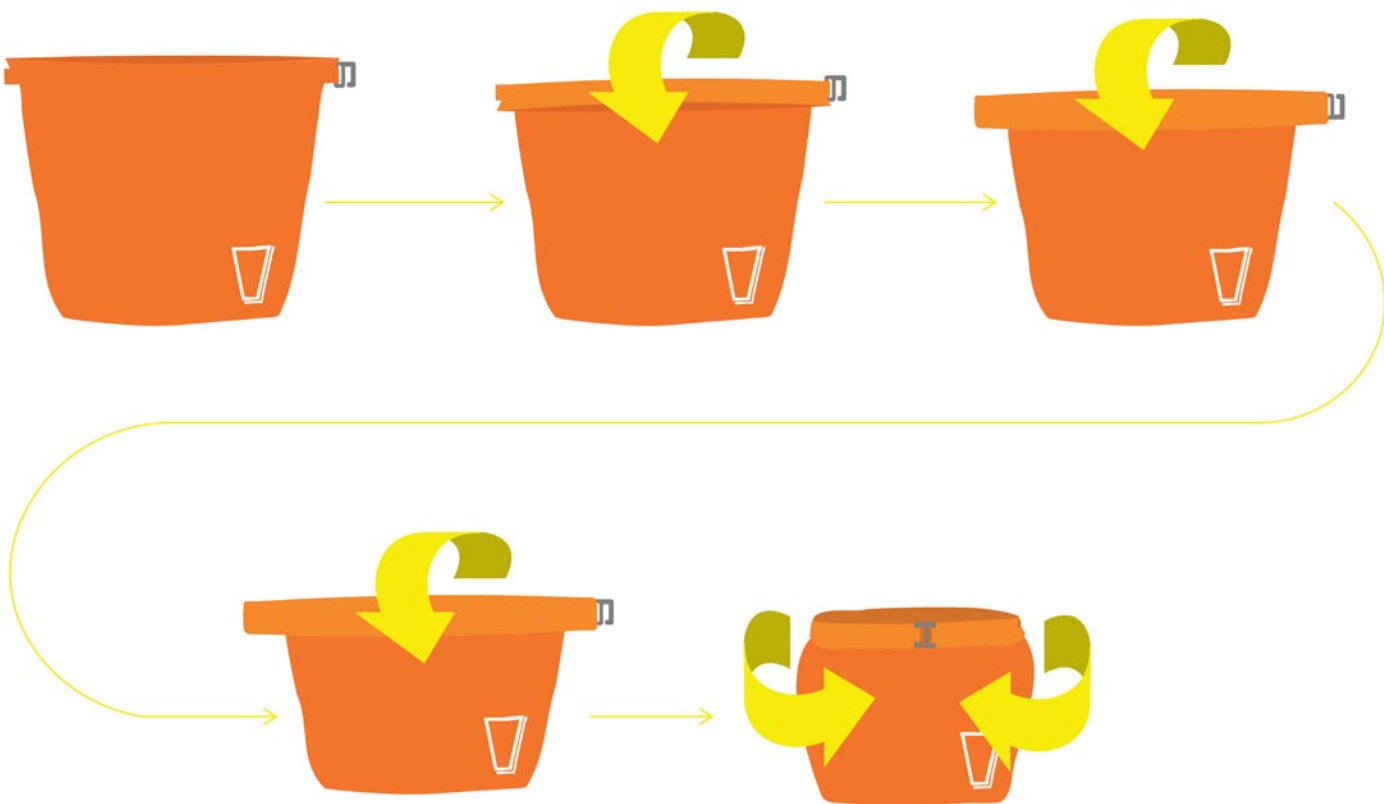
Produit

Le sac Ossek est un sac de transport alimentaire qui a pour objectif de remplacer les sacs refermables à usage unique.

Il utilise le même système d'étanchéité qu'un sac au sec conventionnel, ce qui le rend complètement étanche, permettant ainsi un transport en toute quiétude. De plus, à la différence d'un sac refermable traditionnel il tient debout, cela facilite le remplissage, le nettoyage et le séchage, encourageant sa réutilisation.

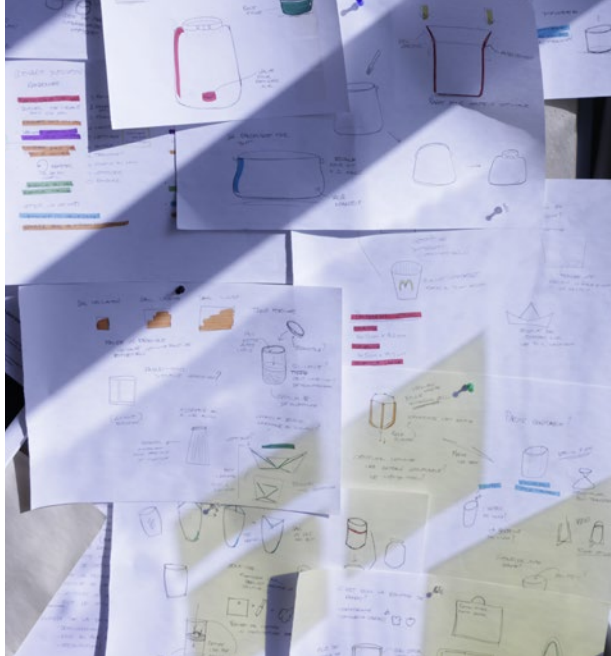
Il est fabriqué à partir de polyuréthane thermoplastique (TPU), un matériau léger et compact qui ne contraint pas le randonneur dans son activité. Ossek se referme aisément à l'aide d'un crochet d'aluminium, simplifiant le nettoyage de son attache.

Le sac intègre aussi une échelle graduée qui permet d'ajouter la bonne quantité d'eau aux préparations. Il est l'atout parfait pour toute randonnée en sentier ou en ville il vous suivra partout et pour plusieurs années.



Démarche

L'achèvement du produit est d'abord passé par une recherche de l'impact de la randonnée sur l'environnement. En accord avec les principes de pratique de l'activité établie par Sans Trace Canada, les randonneurs respectent le territoire et rapportent avec eux les déchets alimentaires produits. La démarche empruntée voit à prévenir la production même de ceux-ci en apportant une solution réutilisable et non contraignante aux activités. Le produit se doit d'offrir les mêmes avantages que sa contrepartie jetable tout en optimisant sa réutilisation. Dans cette optique, Ossek s'est concentré sur des caractéristiques précises : le poids, le volume, l'étanchéité et la lavabilité. C'est ce qui a dirigé le produit vers ce qu'il est aujourd'hui en lien avec l'intégration des matériaux, les fonctionnalités et techniques de fabrication. Tout cela a été réfléchi dans la perspective d'une solution dépourvue de superflu en accord avec la mentalité d'un randonneur.



Entreprise

Produit de lancement de la compagnie Vore, Ossek est un premier pas dans le marché des emballages durables. L'entreprise entamera une campagne de sociofinancement sous la forme de précommandes pour lancer le produit. Par le fait même, une communauté de passionné du plein air viendra apporter son expérience au développement de la gamme. Vore prévoit aussi offrir un service de collecte des sacs en fin de vie pour les recycler et les remettre en circulation. L'entreprise a pour objectif de prendre en charge le cycle de ses produits du début jusqu'à la fin pour avoir un réel impact dans la bonne direction. La pertinence d'Ossek ne se limite pas au plein air, c'est pourquoi Vore prévoit prochainement l'expansion de son utilisation quotidienne pour soutenir un style de vie zéro déchet. L'entreprise souhaite prêter main-forte à l'environnement et mise sur le grand nombre de sentiers qu'il reste à explorer pour le faire.



NOUVEAUX MODES DE VIE ET RITUELS

Lia

Batterie de cuisine compacte et auto-chauffante
pour voyageurs



Antoine Bégin
antoinebegin@hotmail.com

Maxime Brisset
maxime_brisset@outlook.com

Pierre-Luc Frattin
pierrelucfrattin@live.fr



Équipe

Antoine Bégin, Maxime Brisset et Pierre-Luc Frattin partagent un point central dans leur vision du design: tous les trois croient fermement que cette discipline peut servir à assouvir des désirs, en rendant plus agréables les rituels qui habitent nos journées. Ils plongent donc dans cette mission les coudes serrés par le biais du domaine du plein-air récréatif. C'est un univers qui selon eux permet de revenir aux sources en nous connectant au milieu naturel.



Contexte

Caractéristique des années 1960 la vanlife est encore populaire aujourd'hui, notamment en raison du mode de vie qui s'y rattache. Bien qu'associé à la nature et à la liberté, ce mode de vie ou de voyage comporte son lot de défis. Certains d'entre eux sont reliés à la conception de l'intérieur de véhicules et de ses accessoires. La maintenance de l'ensemble de l'équipement de cuisine et l'encombrement du véhicule sont aussi des irritants majeurs. Alors, comment favoriser la transition du matériel de cuisson de l'intérieur du véhicule vers l'extérieur pour rapprocher l'utilisateur de son mode de vie nomade?

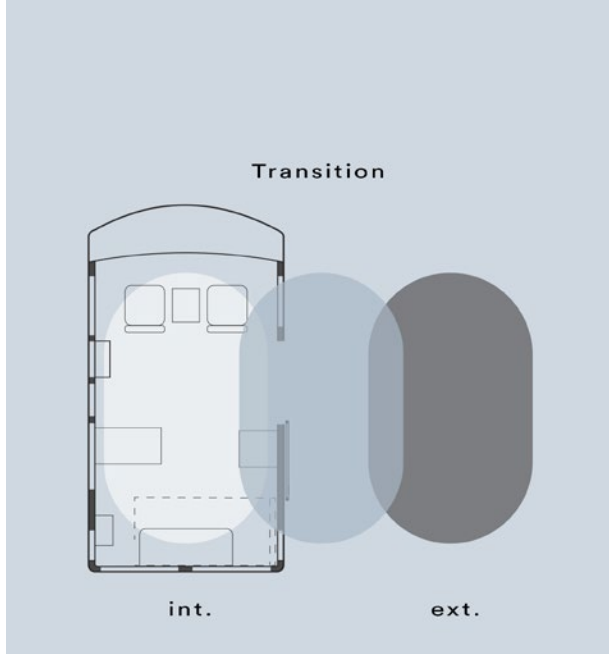
Produit

Lia consiste en un ensemble de poêlons et de chaudrons compacts et autochauffants, visant une transition plus facile entre l'intérieur et l'extérieur du véhicule récréatif. Ils permettent de remplacer les fours, les brûleurs, les bonbonnes de gaz et la batterie de cuisine, afin d'économiser de l'espace et réduire le nombre de manipulations. Chaque chaudron est muni d'un contenant ainsi que d'une poignée amovible intégrant le système de piles rechargeables. Lia vise à aider les usagers à se libérer du véhicule et s'appropriier la nature environnante, grâce, entre autres, à sa facilité d'utilisation et sa polyvalence.



Démarche

D'abord, les aspirations, les habitudes, le type de voyages entrepris et les différents environnements ont été explorés afin de s'immerger dans ce mode de vie. Ensuite, des contextes plus spécifiques ont été cernés pour faire ressortir des scénarios récurrents comportant certains problèmes et difficultés pour les voyageurs. Des itérations et des validations auprès des usagers ont été utiles pour s'assurer que le fruit des recherches et des observations soit en symbiose avec les valeurs liées au nomadisme, comme la liberté. Tout au long du processus, tant technique qu'esthétique, l'idée de rapprocher l'humain de la nature a été une partie immuable, qui a fini par se transposer dans la batterie de cuisine Lia.



Entreprise

Étant donné la complexité technique du produit, il sera important pour l'équipe de designers de s'entourer de personnel complémentaire en matière de connaissances. Une équipe d'ingénieurs devra notamment travailler sur l'alimentation de la pile afin de s'assurer de l'exactitude des composants techniques. Pour commencer, avant même la phase de production, il sera nécessaire d'aller chercher du financement, notamment par des bourses qui soutiennent des projets novateurs et des plateformes de socio-financement. La commercialisation de Lia se fera de manière assez conventionnelle, en magasin, comme MEC ou Sail, détaillants de produits de plein-air, mais il sera aussi vendu dans des salons ou événements regroupant des amateurs de plein-air. Il est également prévu que Lia soit offert en option lors d'achats de véhicules récréatifs, directement dans les concessionnaires automobiles, tels Safari condo, New-West et autres.



Uni

Soutenir le contrôle et l'organisation du rangement de la cuisine commune



Keven Rodrigue
keven.rodrigue139@gmail.com

Samuel Gauthier
sg.altera.domi@gmail.com



Équipe

Keven Rodrigue et Samuel Gauthier ont l'habitude de plonger dans des problématiques de taille qui les mènent souvent à la question "Pourquoi faire simple quand on peut faire compliqué?". La réponse est que les deux designers aspirent à l'innovation sociale par la synergie entre le concept du modèle d'affaires, le développement durable et le design responsable. Pour eux, la valeur du design se trouve dans cette capacité d'intégration de la complexité dans une solution significative pour les usagers. Leur projet final, améliorer la désirabilité de la cohabitation à grande échelle, est à l'image de leur parcours.

Contexte

L'aménagement et l'utilisation des espaces actuels de cohabitation sont influencés par la réticence des usagers à utiliser l'espace commun comme une prolongation du chez-soi. Ainsi, les espaces privés, essentiellement composés de la chambre, se transforment en micro-milieu de vie. Ce phénomène diminue la qualité de vie des résidents par la surutilisation d'un espace restreint. L'objectif du Sens Commun est de nuancer l'utilisation des espaces en donnant un contrôle sur l'accessibilité et l'organisation de rangements personnels dans l'espace commun aux résidents. Bref, épurer l'espace privé et maximiser l'utilisation de l'espace commun pour rendre la cohabitation à grande échelle plus désirable.



Produit

Uni est la réponse du Sens Commun à l'aménagement de la cuisine en contexte de cohabitation de masse. Bien que les usagers en aient fait le choix de la cohabitation à grande échelle, le partage à outrance peut s'avérer un enjeu qui affecte le sentiment de chez-soi. Uni propose la tranquillité d'esprit et l'encadrement de ce partage par le contrôle numérique d'un rangement personnel centralisé complet dans la cuisine commune. L'accessibilité est contrôlée par la proximité de son propriétaire et partageable par ce dernier.

Uni regroupe les aliments tempérés, les aliments réfrigérés et les accessoires de cuisine des résidents tout en offrant une organisation personnalisable à visibilité et accessibilité accrue.

Uni suggère une logique d'aménagement des cuisines communes qui regroupe les utilisations. Uni prend en charge la logistique du rangement personnel dans l'espace commun de manière modulable et facilement personnalisable pour permettre aux architectes de se concentrer sur l'aménagement général offrant ainsi une cuisine fonctionnelle et agréable d'utilisation.



Démarche

La période d'immersion des designers dans le contexte de cohabitation à grande échelle a permis de développer une sensibilité accrue au quotidien des résidents ainsi qu'une empathie à leur égard. Cependant, la dissociation entre le client et l'usager a guidé les designers vers une approche plus large que celle centrée uniquement sur les usagers. Les promoteurs, les architectes et les résidents ne partagent pas les mêmes besoins, désirs et contraintes face au produit, ce qui a multiplié les critères à intégrer dans la solution. Afin de rendre le produit significatif et désirable pour toutes les parties, une collaboration continue à travers des activités de validation avec chacun des acteurs a eu lieu lors du développement de produit pour guider les designers dans leurs choix. L'équipe du Sens Commun tient à remercier Mathieu Gagnon, directeur du service des résidences de l'université Laval, Louis Quimper, associé chez Planidesign et les résidents du pavillon Alphonse-Marie Parent pour leur temps et leur collaboration dans le projet.



Entreprise

La vision du Sens Commun est de rendre la cohabitation désirable sur les plans humain, communautaire et durable en devenant la norme en matière de logique d'aménagement des espaces de cohabitation de masse par sa gamme de produits architecturaux. La stratégie du Sens Commun est simple, s'imposer comme un choix évident pour les promoteurs dans la rénovation ou construction de cohabitation à grande échelle avec l'argument de la rentabilisation et la valorisation du pied carré. Dans les prochaines années, le Sens Commun se concentrera sur le développement de précédents dans l'industrie en visant la moitié des résidences étudiantes qui nécessitent ou envisagent des rénovations au Canada. Pour prouver le concept, les designers désirent élaborer un projet pilote avec la collaboration du service des résidences de l'Université Laval. Dans une démarche similaire, le Sens Commun visera le marché de la cohabitation (co-living). Ce type d'habitation qui vise pour l'instant, les entrepreneurs nomades est en pleine effervescence.



Aroma

Réceptif avec gestion d'humidité servant à ranger
du cannabis



Francis Verreault
francisverreault11@hotmail.com

Anthony Emond
anthony.emond.1@ulaval.ca



Équipe

Francis et Anthony sont des designers qui apportent leur curiosité, leur passion et leur regard critique au design de produits technique. Sachant que l'inconnu fait progresser, le duo s'est lancé comme défi de revoir les produits de rangement du cannabis. Bien que ce sujet les sorte de leur zone de confort, ils ont attaqué le projet en conservant une vision du design axée sur la performance et l'expérience des utilisateurs.



Contexte

L'entreposage du cannabis est généralement la phase la plus négligée par les consommateurs. Elle représente l'étape la plus longue, puisque le cannabis y passe beaucoup de temps. Aussi négligée soit-elle, elle est primordiale puisqu'elle permet le maintien des propriétés chimiques de la plante. Le cannabis est périssable. S'il n'est pas entreposé dans un environnement avec un taux d'humidité entre 59% à 63%, où les échanges de température et d'oxygène sont minimes et où les rayons UV ne passent pas, il risque de se dégrader. Un mauvais entreposage engendre une perte de goût, un changement de couleur et une transformation de la texture de la plante.

Produit

Aroma est une proposition innovante qui prend en charge tous les facteurs favorisant le bon entreposage du cannabis. C'est un récipient permettant aux différents consommateurs de cannabis de ranger leur plante de façon sécuritaire et contrôlée. Il est doté d'un couvercle facile à ouvrir et à l'épreuve des enfants.

Muni d'un système de gestion d'humidité, le produit permet à l'utilisateur de contrôler de façon précise le niveau d'humidité à l'intérieur des trois sections du récipient. L'hygromètre placé à même le couvercle permet de constamment connaître le taux d'humidité intérieur sans avoir à ouvrir le récipient pour le réajuster.

L'entièreté des composantes du système d'humidité repose sur des pierres de faïence et des principes d'extraction et d'absorption. Il suffit de placer l'une des deux pierres dans l'eau et d'attendre dix minutes. Une fois le décompte terminé, la pierre restera gorgée d'eau durant tout le mois et elle redistribuera une partie de l'humidité absorbée au récipient.



Démarche

Pour la démarche de design, l'équipe s'est d'abord immergée dans le quotidien des consommateurs de cannabis afin d'y comprendre quelle place prenaient les produits de conservation dans leur rituel de consommation. L'analyse a démontré que la grande majorité des usagers n'étaient pas au courant de l'impact que joue l'entreposage sur la transformation physique et chimique de la plante. Par le fait même, il a été possible de vérifier qu'il y avait un réel intérêt chez les usagers quant à l'achat d'un produit qui permettrait de conserver le goût, l'odeur et la texture du cannabis, et ce, plusieurs semaines après son achat.

Pour ce qui est de l'approche scientifique, les designers ont réfléchi aux faiblesses des produits existant en discutant avec Normand Voyer, professeur de chimie à l'université Laval. L'exercice a permis de mettre en lumière, et ce de façon rigoureuse, les critères nécessaires pour une conservation optimale de cannabis.



Entreprise

L'offre actuelle pour les produits de rangements de cannabis est assez limitée. Il existe peu de produits qui permettent de gérer la totalité des facteurs qui influencent le vieillissement de la plante. Le projet Aroma a donc su saisir cette occasion d'affaires en créant un produit qui vise autant ceux qui consomment à des fins récréatives que médicinales.

La mise en marché du produit se décline en trois étapes. La première consisterait à établir un partenariat avec la SQDC afin d'y faire de la vente libre en succursale. La seconde étape serait d'utiliser la plateforme d'Amazon.ca afin de vendre le produit à l'étranger et surtout en plus grand volume. La dernière étape consiste à implanter le produit dans tous les autres magasins québécois qui vendent des objets en lien avec le cannabis, par exemple les Québec Mix.

**CONSOMMATION
RESPONSABLE**

L'auto.clave de La Panse.

Outils intelligents de mise en conserve conçus pour la vie quotidienne



Maxime Bouchard
maxime.bouchard25@gmail.com

Louis-Étienne Vallières Chabot
louisvchabot@gmail.com



Équipe

L'équipe de La Panse. est le fruit de l'union de deux designers aux forces complémentaires autour d'une préoccupation commune. Provenant du milieu de la conception et de l'usinage, Maxime Bouchard sait asseoir le projet sur des bases techniques robustes. Pour sa part, Louis-Étienne Vallières Chabot est à même de faire progresser les questionnements et les idées hors des cadres pré-conçus par sa formation empathique et éclectique.

Contexte

Il est estimé globalement que le tiers de tous les aliments produits pour la consommation sera gaspillé. Un constat aberrant en tenant compte des ressources investies dans la production, le transport et la conservation de ces aliments. Bien que ces pertes ne soient pas intentionnelles, elles sont grandement causées par des moyens de conservation inadéquats, le manque de connaissance et de gestion ainsi qu'une perception erronée de la valeur des aliments. L'équipe de La Panse. s'est ainsi interrogée sur les moyens matériels afin de sensibiliser et d'outiller les usagers pour réduire leur gaspillage alimentaire.

125 ml



750 ml



1500 ml



Produit

La plaque jumelée avec L'auto.clave forment un appareil autonome permettant la mise en conserve d'aliments et favorisant la réintégration de cette technique de conservation dans un mode de vie contemporain. La mise en conserve est une technique largement utilisée dans le domaine commercial. Elle permet une préservation économique et efficace des aliments sur le court et long terme tout en conservant les goûts et nutriments sans le besoin d'équipement de refroidissement et d'emballage jetable. L'auto.clave permet aux connaisseurs comme aux néophytes de réussir aisément leur mise en conserve par un contrôle automatisé de la température et de la

durée du traitement pour des résultats constants. Une amélioration considérable de la technique conventionnelle qui nécessite des connaissances et la présence constante de l'utilisateur.

De plus, L'auto.clave vient avec une gamme de trois contenants optimisés pour la mise en conserve de repas du quotidien. Les contenants Le mini, Le solo et Le familial permettent un entreposage sans tracas et possèdent un goulot large pour une consommation simple et agréable.



Démarche

La démarche de design fut centrée sur l'étude matérielle reliée à l'univers de la cuisine résidentielle ainsi que commerciale. De plus, des explorations et validations récurrentes ont permis d'avoir un regard global sur la question. Au cours de cette familiarisation avec le gaspillage alimentaire résidentiel, l'équipe a catégorisé les pertes en quatre domaines critiques : la gestion, la transformation, la conservation et la fin de vie. Bien qu'étant interrelié, chaque domaine présente ses propres particularités. C'est ainsi que Les Outils Intelligents La Panse. ont su s'intégrer d'emblée à la démarche de design.



Entreprise

Comme il est impossible de produire un seul outil réduisant tous les types de gaspillage, La Panse. cherche donc à offrir une gamme de produits spécifiquement conçus pour les cuisines responsables de demain. Cette gamme Les Outils Intelligents La Panse. offre un hybride entre les électroménagers et les outils conventionnels actuels apportant ainsi un concept nouveau et exclusif sur le marché.

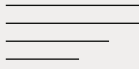
Après avoir réussi à créer un prototype fonctionnel, la désirabilité du produit sur le marché sera validée par une campagne de sociofinancement. Selon les résultats de cette campagne, le projet pourra passer à l'étape suivante.

Cette étape consiste à la vente du produit par l'entremise de magasins spécialisés en outils culinaires et du site internet de La Panse.. En parallèle, La Panse. planifie le développement de sa plateforme internet pour concentrer ses ventes sur ce canal de distribution. Pour se faire, elle entend augmenter le trafic en fidélisant et attirant une clientèle par la création d'une communauté qui pourra s'autoalimenter par l'ajout de contenu qui peut être facilement partagé sur les médias sociaux comme des recettes, nouvelles, conseils et du soutien entre les abonnés.



Gram

Service d'aménagement de vrac simplifié pour les épiceries



Catherine Charbonneau
cath.charb1@gmail.com

Xavier Barbeau-Arseneault
xavier.arseneault1@gmail.com

Marc-Antoine Landry
marca.landry13@gmail.com



Équipe

Soucieux de l'environnement et de l'impact du design au quotidien, Catherine, Xavier et Marc-Antoine se réunissent dans une volonté commune : repenser les rituels de consommation. Fort de leur complémentarité, ce trio impétueux allie des compétences fortes autant sur le plan de la recherche, la synthèse, la technique que de l'esthétique — le tout s'exprimant par le biais d'une démarche de design empathique et responsable, afin d'obtenir des concepts probants.

Contexte

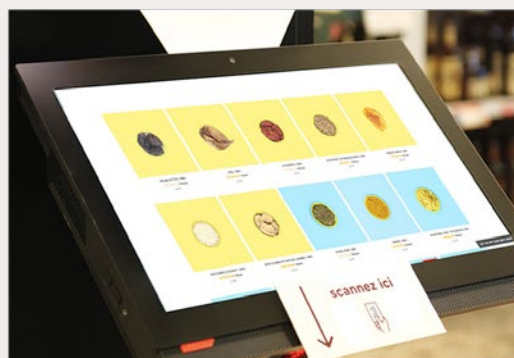
On dénombre aujourd'hui plus d'une dizaine d'épiceries zéro déchet au Québec. Depuis quelques années, les médias traditionnels y consacrent quelques lignes et sur les réseaux sociaux, plusieurs milliers de membres se regroupent afin d'y partager trucs et astuces. Or, cette pratique ne semble pas trouver écho dans les épiceries dominantes où les alternatives d'achats sans emballage peinent à s'installer. Souhaitant ainsi explorer l'écart entre ces deux marchés, l'équipe de designers construit son projet autour de la question suivante : comment réduire le décalage entre ces commerces en facilitant la séquence d'achats dans les épiceries de vrac et de zéro déchet ?



Produit

Le distributeur automatique FILL permet de distribuer des aliments en vrac en éliminant plusieurs étapes comme la pesée et l'attente à la caisse. Le distributeur intègre un système électronique gérant les composants tout en affichant le prix selon le poids en temps réel. L'utilisateur peut donc choisir la quantité d'aliments voulus tout en connaissant le montant total de son achat. Grâce à la technologie NFC, l'utilisateur n'a qu'à scanner sa carte à puce afin d'activer le distributeur. Celle-ci est ensuite présentée à la caisse pour le paiement, puisque les achats s'y enregistrent.

Le système recueille des informations sur les habitudes d'achat des usagers ainsi que l'état réel des stocks permettant de réduire le gaspillage et fournir un meilleur contrôle sur la rotation des produits. La fixation soutenant le distributeur permet quant à elle un remplissage facile des contenants, tout en limitant les dégâts.

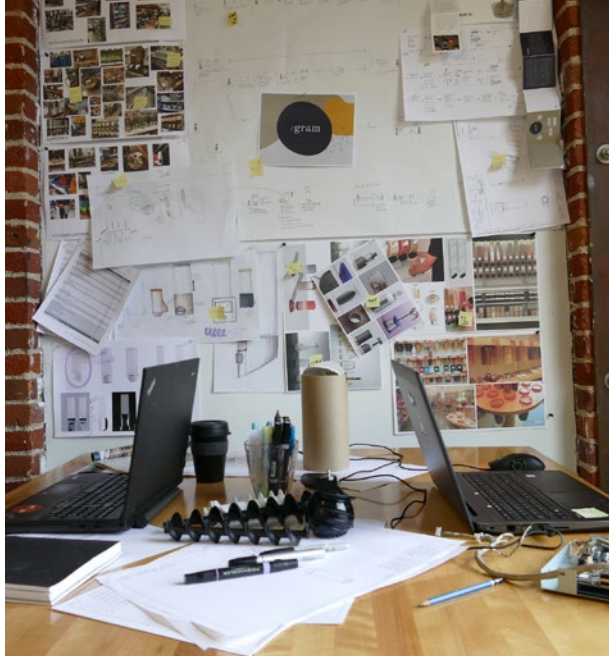


Démarche

La recherche s'est effectuée en deux temps. D'une part avec une recherche documentaire du domaine d'intervention afin d'établir une problématique porteuse et d'autre part à l'aide d'une recherche terrain avec une approche empathique afin de circonscrire des pistes de design pertinentes. Dans un contexte où s'oppose une volonté de créer un système d'achat plus adapté pour les citoyens et le constat d'une surabondance d'objets déjà existants, le projet s'est construit autour de quatre critères centraux :

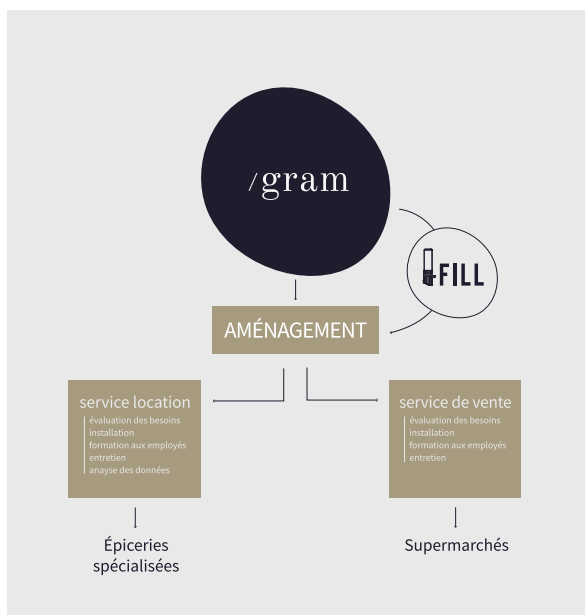
- 1— Prioriser la réutilisation des objets existants
- 2— Réduire au maximum les emballages jetables
- 3— Réduire au maximum les pertes alimentaires
- 4— Viser un système agréable facilitant l'adoption de comportements d'achat responsable dans les épiceries pour un maximum de personnes – des plus concernés aux moins écologiques.

Enfin, le développement technique du produit s'inspire des remplisseurs gravimétriques industriels et des extracteurs à jus permettant l'acheminement de plusieurs types d'aliments de viscosités différentes.



Entreprise

Soucieuse de la réduction des déchets, l'entreprise Gram souhaite implanter un nouveau mode de consommation dans les épiceries spécialisées et les supermarchés pour faciliter l'achat d'aliments en vrac. L'entreprise propose ainsi un service d'aménagement de l'épicerie, d'installation des distributeurs FILL, de formation aux employés, d'entretien des distributeurs et d'analyse des données recueillies par le système. Pour permettre un bon démarrage, les associés prévoient participer à divers concours entrepreneuriaux et à divers programmes de subventions et aide gouvernementales durant les premières années. Une fois le développement technique terminé, l'entreprise préconisera une démarche d'implantation progressive de quelques distributeurs FILL avec un projet pilote dans un supermarché d'envergure. Ceci permettra à l'entreprise de récolter les commentaires et ainsi développer son offre en concomitance avec les utilisateurs. De plus, cette démarche sera utilisée comme « stunt » publicitaire qui offrira une visibilité du produit auprès des acheteurs potentiels.



INCLUSION ET DIGNITÉ DES PERSONNES

Cocün

Couverture sensorielle et plateforme web pour victimes de violences sexuelles



Flore Charney
florecharney.pro@gmail.com

Caitlin Pfeiff
caite@live.ca



Équipe

Caitlin Pfeiff et Flore Charney utilisent leur formation en design pour apporter des solutions féministes à des problématiques tabous. Une vision inclusive et centrée sur l'usagère a guidé leur projet de reconstruction psychologique des victimes de violences sexuelles. Convaincues que chaque femme mérite d'être soutenue dans son histoire et son vécu, ces deux designers aspirent à poursuivre cette voie tout au long de leur parcours.



Contexte

Le phénomène #metoo, un mouvement apparu sur les réseaux sociaux en octobre 2017, a été largement médiatisé et a circulé à l'échelle mondiale dans tous les médias. Ce mouvement a permis à plusieurs victimes de violences sexuelles de s'exprimer et de commencer leur processus de reconstruction personnelle.

Cependant, les survivants de ces actes n'ont pas d'autres choix que des approches thérapeutiques qui n'incluent que très peu d'objets d'accompagnement.

La problématique est la suivante: comment participer à la reconstruction psychologique des gens ayant vécu des violences sexuelles?

Produit

Enroulé autour de soi, la couverture Cocün permet de se créer un cocon intime et sécuritaire. Conçu pour réduire l'anxiété et l'hypersensibilité, grâce à plusieurs modules de soulagement de la douleur, diminution du rythme cardiaque et focalisation de la concentration, la couverture constitue un médium multisensoriel complet et personnalisable.

En effet, le vécu de chaque personne est unique, c'est pour cette raison que la couverture réconfortante est modulable dans son accessoirisation et ses couleurs. Ainsi, chaque kit Cocün apporte une solution sur mesure pour accompagner les femmes dans leur reconstruction.

Puis, la couverture se jumelle à une plateforme web et un forum, destinés à accompagner les victimes dans leur démarches de reconstruction. Leur vocation est de créer une communauté de support anonyme, en lien avec des professionnels, afin de permettre la construction d'un réseaux de soutien solide.

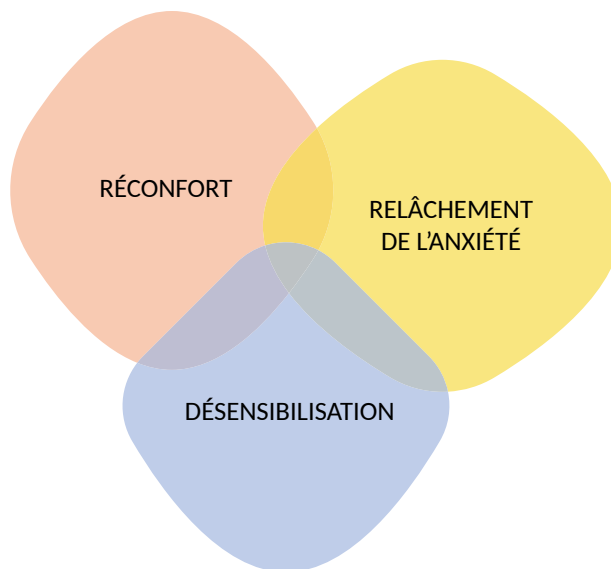
Cocün est un allié qui fait le lien entre vous et votre histoire.



Démarche

Le premier défi du projet a été de saisir la réalité des victimes, de leur proches et des aidants, par l'intermédiaire de leur récit de vie et leur expériences.

L'équipe de recherche a développé le projet grâce aux témoignages de femmes ayant vécu des violences sexuelles et à l'appui de psychologues et intervenants sur la santé sexuelle. Au fur et à mesure de l'itération, les pistes de design ont été validées et infirmées par l'équipe de psychologie de l'hôpital de Chaumont ainsi que par des volontaires victimes de troubles anxieux et/ou sexuels.



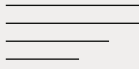
Entreprise

Cocün est un projet collectif à but non lucratif. Grâce à son partenariat avec les organismes d'éducation sexuelle Sexplique et l'organisme d'aide Viol-Secours (CALACS), Cocün jumelle expertise en design et en santé sexuelle. Les membres de Cocün sont donc les usagers de la plateforme et de la couverture, qui peuvent l'acheter sur le site web après l'avoir personnalisé en fonction de leurs besoins, et les professionnelles, qui peuvent la rendre disponible pendant leurs séances ou la conseiller pour une utilisation à domicile. Lorsque l'usager estime ne plus avoir besoin de son produit, elle a la possibilité de le renvoyer à l'entreprise qui le reconditionnera et en fera profiter une autre usagère à coût moindre, avec une possibilité de parrainage entre les utilisatrices de la même couverture. La santé mentale ne devrait pas être une question de moyen.

cocün

FINE

Faciliter la préparation des aliments #EtAussi



Sabrina Bérard
sabrinerberard@gmail.com
sabrinerberard.myportfolio.com

Simon Mazerolle
contact@simonmaze.com
simonmaze.design



Équipe

Partageant un intérêt pour la cuisine à domicile, Sabrina Bérard et Simon Mazerolle ont choisi de travailler sur un projet qui conjugue la cuisine à domicile avec certaines maladies. Ainsi, leur projet s'attarde à améliorer le quotidien des gens atteints de la maladie de Parkinson qui sont brimés dans leur aptitude à cuisiner au quotidien.



Contexte

La maladie de Parkinson est une maladie dégénérative qui touche plus de 55 000 Canadiens et qui cause une perte d'autonomie par de la rigidité musculaire, des tremblements au repos et de la fatigue. Par cette perte d'autonomie, les personnes atteintes de cette maladie ne peuvent plus pratiquer toutes les activités importantes pour elles, comme faire la cuisine à la maison. Comment serait-il possible d'offrir aux personnes en perte de motricité fine, comme ceux atteints de la maladie de Parkinson, des outils qui permettent d'améliorer l'expérience de cuisiner au quotidien ?

Produit

Grâce à sa zone en relief qui permet une meilleure stabilité des aliments lors de la coupe, la planche à découper incluse dans la gamme FINE offre une expérience plus agréable de préparation de repas aux personnes ayant une motricité fine réduite. La stabilité accrue des aliments donne confiance et permet aux utilisateurs de se concentrer sur l'action de couper. L'ensemble de couteaux de la gamme FINE comprend un couteau de chef, fabriqué en une seule pièce plus lourde que les couteaux normaux pour contrebalancer les tremblements et assurer une coupe précise et sécuritaire, ainsi qu'un couteau d'office stabilisant la main pour des coupes plus précises.

Ces produits permettront aux personnes ayant la maladie de Parkinson de prolonger leur autonomie à cuisiner même lors de l'évolution des symptômes jusqu'au stade moyen de la maladie, et ainsi continuer de pratiquer cette activité importante pour eux.



Démarche

Afin de mieux comprendre la maladie de Parkinson et ses effets au quotidien, des experts, des personnes vivant avec la maladie et leurs proches ont été rencontrés. Il a ainsi été possible de déceler les enjeux présents lorsque ceux-ci désirent faire la cuisine tous les jours. Parmi les enjeux observés, la coupe des aliments pour la préparation de repas se démarquait. Ce projet s'est donc dirigé vers la fabrication d'outils permettant à ces personnes d'améliorer leur expérience de préparation de repas quotidiens. Plusieurs tests ont ensuite été réalisés pour déterminer quels seraient la planche à découper et les couteaux les mieux adaptés.



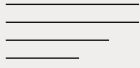
Entreprise

La mise en marché de la gamme FINE s'oriente autour d'une stratégie en plusieurs volets. Dans un premier temps, une campagne de sociofinancement permettra de faire connaître les produits et de jauger l'intérêt de la clientèle potentielle en minimisant les risques au démarrage. La vente directe permettra une flexibilité dans la distribution des produits tout en conservant la possibilité de les distribuer dans des commerces spécialisés et même dans les grandes surfaces si la demande l'exige. L'implication d'un porte-parole ayant une maladie entraînant des problèmes de motricité fine permettra d'en faire la promotion auprès d'une communauté de gens sans cesse grandissante.



Lau'

Outil de gestion sanitaire pour coupe menstruelle



Sheila Bergeron
sheila.bergeron@hotmail.com



Équipe

Particulièrement intéressée par le de design à l'échelle humaine et la santé sexuelle, Sheila Bergeron s'est donnée l'objectif de travailler sur un sujet tabou et intime.

Relevant ce défi seule, elle a su peaufiner et mettre à profit ses compétences pluridisciplinaires autant sur le plan de la recherche, du développement technique qu'entrepreneurial, en respectant son souci environnemental et humain dans le design de produits.

Contexte

Phénomène physiologique qui touche toutes les personnes ayant un système reproducteur féminin de la puberté à la ménopause, les menstruations demandent des protections périodiques.

Deux types de protections sont disponibles sur le marché : les protections jetables qui ont un impact corporel et environnemental négatif, ainsi que les protections réutilisables qui sont de plus en plus populaires, comme la coupe menstruelle qui a moins d'incidence sur la santé et l'environnement.

Cependant, ces protections émergentes ne sont pas adaptées aux toilettes publiques et nécessitent l'apprentissage de nouvelles séquences d'hygiène. Afin de valoriser leur adoption, les usagers doivent être prémunis d'outils et d'informations justes.



Produit

Lau' est un outil qui favorise l'adoption de la coupe menstruelle en facilitant la gestion hygiénique dans les toilettes publiques, et ce, en repensant la séquence d'utilisation pour assurer l'innocuité de la protection.

Pour cela, Lau' propose d'alterner entre deux coupes menstruelles et donne accès à un jet d'eau pour rincer la coupe ainsi que les doigts à l'intérieur de toilettes publiques à partitions. En contenant la quantité nécessaire à un seul rinçage, l'outil contraint l'utilisateur à se rendre au lavabo et à se rappeler l'étape du lavage des mains.

En matière de désinfection, l'outil offre deux chambres de stérilisation pour alterner et traiter les coupes utilisées. La stérilisation peut se faire rapidement et discrètement à l'aide d'eau bouillante, du micro-ondes ou de comprimés de stérilisation à froid. Finalement, Lau' sert de contenant d'entreposage entre les cycles menstruels pour les coupes.



Démarche

L'étude des trois domaines critiques, objet, environnement et usager reliée à la gestion des menstruations dans les toilettes publiques a permis d'orienter le développement du produit vers la valorisation de la coupe menstruelle.

Des groupes de discussion, des questionnaires en ligne, des rencontres avec des usagers diversifiés et l'aide d'une sexologue ont centré cette valorisation sur l'expérience particulière de l'usager avant de développer les aspects hygiénique et technique.

À la suite d'une collaboration avec le département de microbiologie de l'Université Laval, un changement du cycle d'utilisation d'une seule coupe à deux coupes s'est dessiné comme le choix le plus sain et logique. Cette conclusion est intégrée au concept par deux chambres de stérilisations de l'outil de nettoyage.

Finalement, une attention a été portée au niveau du développement physique et technique de l'outil afin de créer un outil neutre se détachant de l'esthétique commune des produits menstruels disponibles sur le marché.



Entreprise

L'entreprise Lau' développera d'abord son offre autour de ce produit. Afin de gagner en notoriété et de développer un marché international, Lau' débutera à l'aide de socio-financement sur des plateformes web telle que Kickstarter. Ce processus établira la communauté web derrière le produit et lancera la vente en ligne.

Lau' sera en vente seulement en ligne et en montre dans des boutiques spécialisées. Le personnel de vente recevra une formation pour la vente du produit puisque Lau' vise l'éducation et la participation active à la réduction du tabou ainsi qu'au partage de connaissances saines touchant les menstruations.

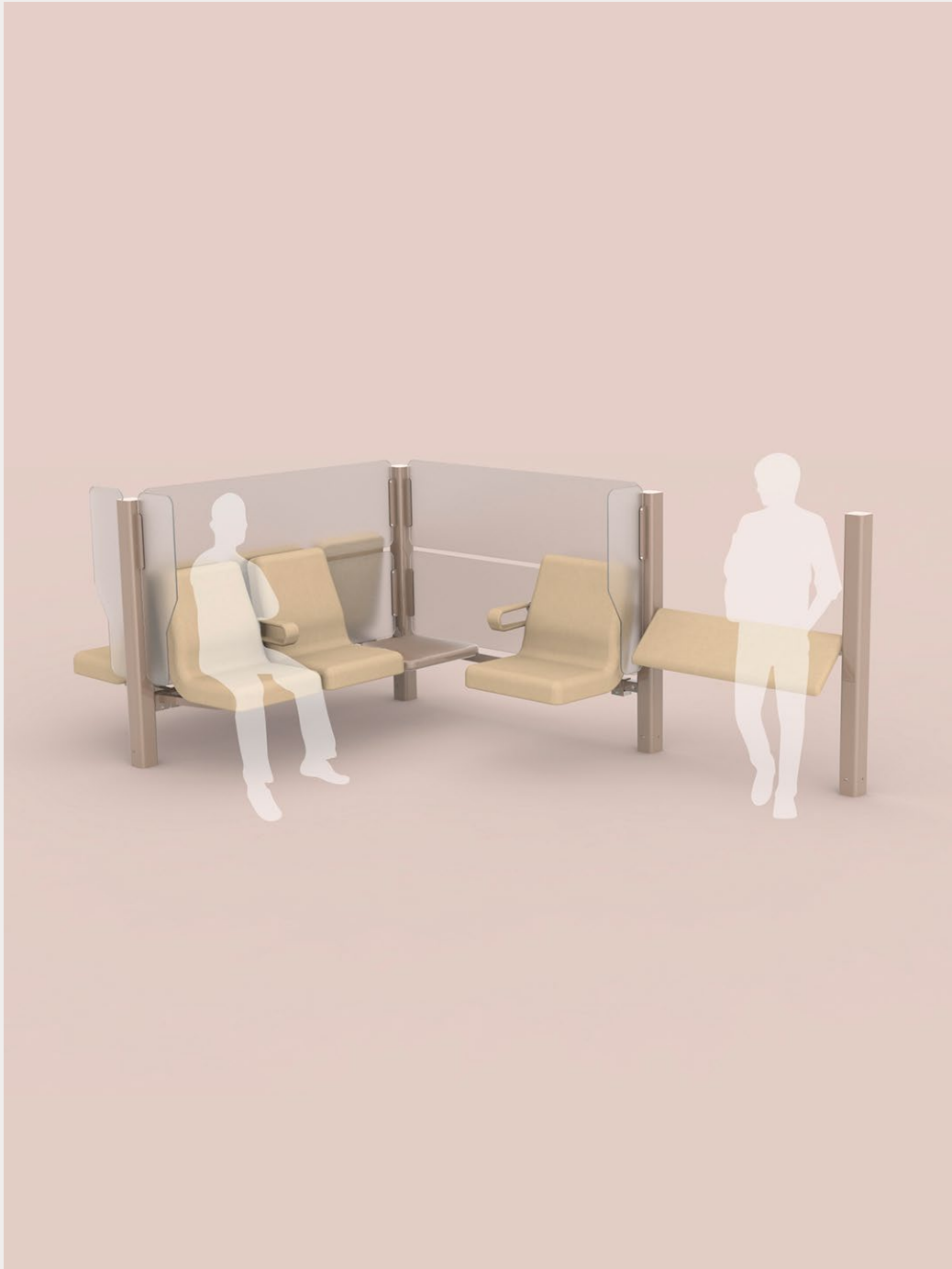
Lau' souhaite être une compagnie proche de ses clients en offrant des conférences informatives, une présence dans des salons, dans les écoles ainsi que dans les centres communautaires. Lau' s'engage également à redonner une partie de ses bénéfices à des centres communautaires partout dans le monde afin de réduire la précarité menstruelle.



**BIEN-ÊTRE, SAINES
HABITUDES ET
MILIEU DE VIE**

La gamme de mobilier Lexa

Solution d'aménagement flexible conçue pour améliorer l'expérience d'attente en milieu hospitalier



Julien Beaulieu
julien-beaulieu@hotmail.com

Clara Moniot
clara.moniot@hotmail.com

Jeanne Bouchard
jeannebouch@hotmail.com



Équipe

Bien qu'ils soient issus de parcours académiques très diversifiés, les membres de l'équipe se rejoignent par leur désir de contribuer au bien de la société par une approche centrée sur l'humain et les enjeux de société. C'est pourquoi ils ont ciblé le domaine de la santé comme contexte d'intervention pour leur projet de fin d'études.



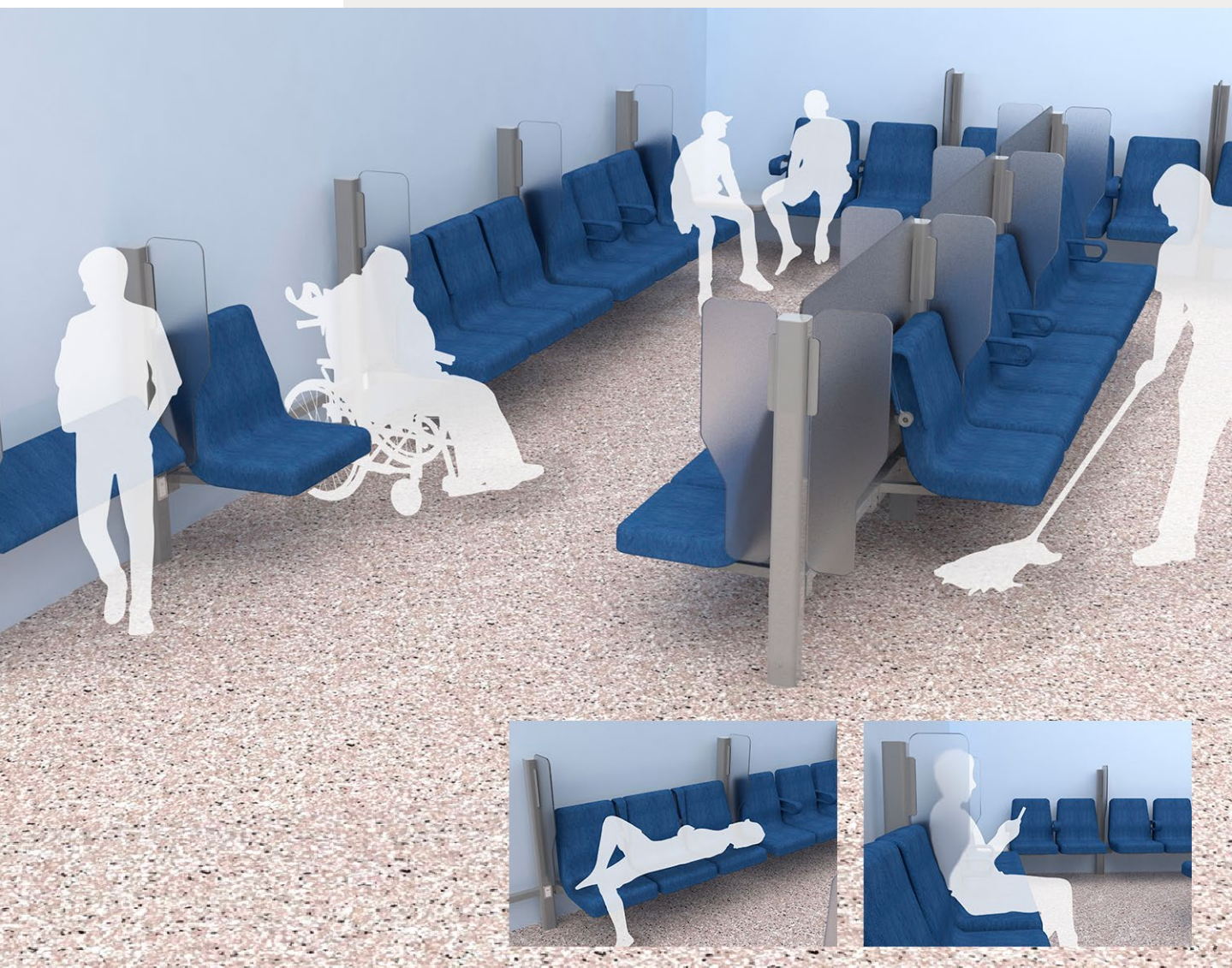
Contexte

Les salles d'attente des urgences sont des espaces transitoires conçus pour des passages de courtes durées. La majorité de la clientèle qui s'y présente est toutefois contrainte à y patienter pendant une durée moyenne de quatre heures. À cet effet, l'équipe a cherché à améliorer la qualité du temps passé à attendre aux urgences, pour les usagers du système de santé québécois.

Produit

La salle d'attente constitue un des premiers contacts de la clientèle avec un service donné. À cet effet, l'attention portée à l'aménagement de cet espace influence considérablement la perception du service offert. La gamme de mobilier Lexa est une solution d'aménagement flexible qui contribue à la création d'ambiances distinctives par la personnalisation de ses composantes. Cette gamme s'adapte aux besoins des usagers contraints à des contextes d'attente variés. Lexa permet une adaptabilité des positions d'attente offertes, la création d'espace dédiés aux poussettes et fauteuils roulants, la création de zones d'intimité ainsi qu'un accès privilégié aux sources d'électricité.

Conçu pour se conformer aux normes de salubrité propres au système de santé, ce produit se caractérise par sa simplicité d'entretiens et son empreinte au sol réduite. Une variété de composantes, offertes en option, permettent une adaptation personnalisée à tous les types d'espaces et de budgets.



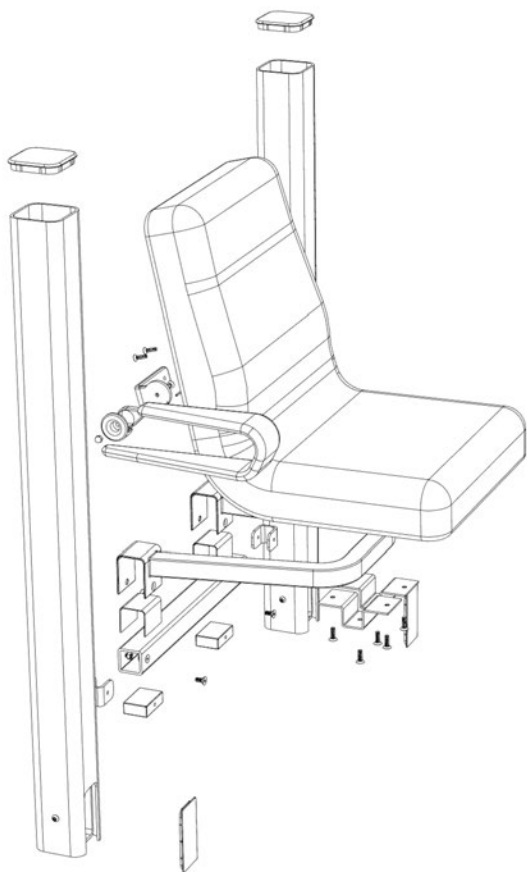
Démarche

La démarche de recherche prend racine dans une approche centrée sur l'utilisateur et les besoins qu'il présente. Dans cet ordre d'idées, un questionnaire en ligne a été distribué et des séances d'observation non-participatives ont été menées dans l'intention de saisir avec justesse l'expérience vécue. Ces besoins gravitent autour de l'adaptabilité des positions d'attente, de l'appropriation de l'espace lié à l'intimité ainsi qu'au divertissement. S'en est suivie une série de rencontres avec l'équipe du CHU de Québec et de professionnels oeuvrant dans le domaine de la conception de mobilier. Puisque chaque salle est différente et que les budgets constituent un obstacle récurrent, la standardisation des pièces qui composent la gamme permet la réduction des coûts de production. L'aménagement flexible offert par Lexa permet une adaptation efficace à tous les espaces dédiés à l'attente.



Entreprise

Par son approche multidisciplinaire, l'équipe de EtnoDesign apporte un regard neuf qui contribue à l'élaboration de solutions innovantes. L'entreprise se définit comme une jeune boîte de design industriel ayant à cœur des enjeux sociaux collectifs. L'équipe consacre une année complète au développement de chaque projet qu'elle entreprend dans l'intention de saisir avec justesse les besoins des usagers et d'y répondre de façon créative et pertinente. Les solutions qu'ils développent sont ensuite proposées en vente à des entreprises manufacturières. Les services de EtnoDesign incluent la réalisation de prototypes, d'un document illustrant les conclusions issues de la recherche, des plans techniques détaillés, ainsi que le développement d'images de marque.



MOOV

Les aménagements flexibles dans les salles de classe
au primaire



Mélissa Lévesque
melissa.levesque15@gmail.com

Emy-Lee Gosselin
emylee.gosselin@gmail.com

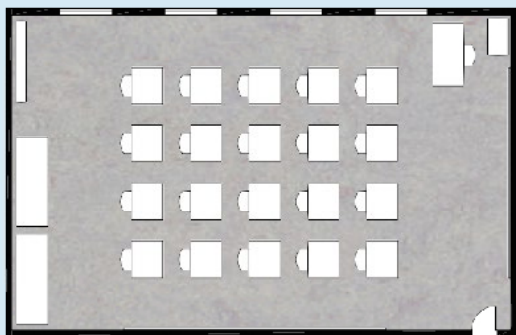


Équipe

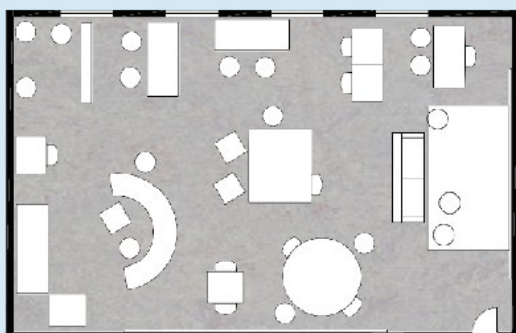
Ayant toutes deux suivi une formation en technologie de l'architecture, Mélissa et Emy-Lee désiraient orienter leur projet de fin d'études en unissant leur passion pour l'aménagement et le mobilier. Leur mission est de concilier leurs compétences techniques à l'approche usager pour ainsi créer des produits adaptés à leurs fonctions. L'association de ces domaines les a amenées à s'intéresser aux divers milieux publics pour finalement cibler les institutions scolaires.

Contexte

Depuis quelques années, nous remarquons la tendance de l'aménagement flexible émerger dans les écoles primaires. Ce nouveau mouvement amène à une pédagogie plus active et dynamique où les élèves changent de place plusieurs fois dans la journée. Pour ce faire, les enseignants remplacent les pupitres par des surfaces de travail de formes et de hauteurs variables et utilisent plusieurs objets de rangement non adaptés pour accueillir le matériel scolaire des élèves, ce qui soulève plusieurs problèmes. L'équipe s'est alors penchée sur la gestion du rangement du matériel scolaire des élèves au primaire afin de favoriser l'apprentissage et les déplacements des usagers.



AMÉNAGEMENT TRADITIONNEL



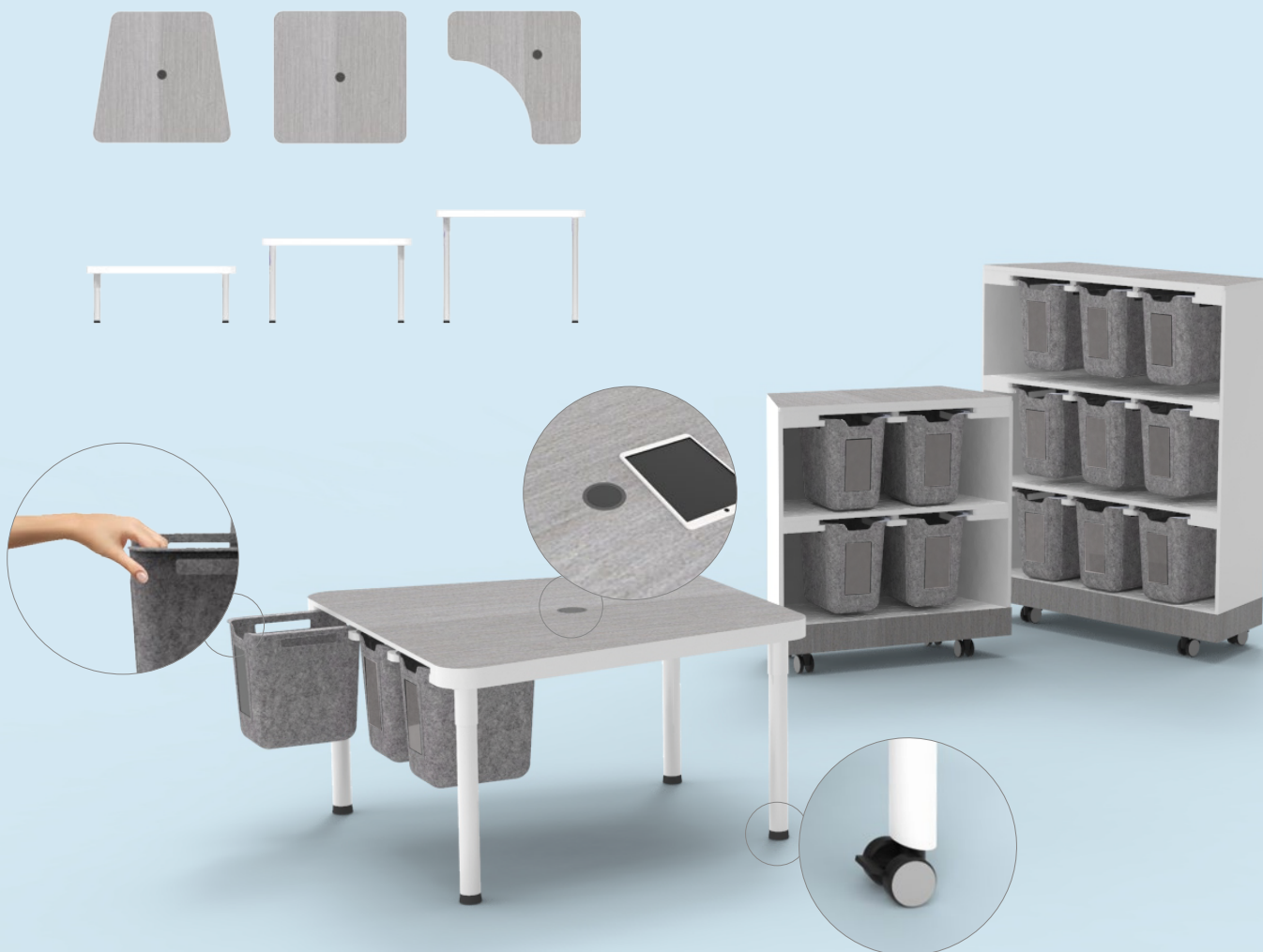
AMÉNAGEMENT FLEXIBLE

Produit

Le projet MOOV est un système de produits personnalisables composé d'une surface de travail et de paniers de rangement. L'intégration des paniers à la table se présente sous forme de quincaillerie dissimulée permettant une utilisation facile pour les jeunes élèves. La surface de travail comprend une sélection de composantes à intégrer, soit trois hauteurs de piètements différents, plusieurs types de patins et diverses formes de plateau de travail, ce qui permet une grande variété d'aménagements et de configurations.

Un socle de rechargement encastré et une borne d'alimentation sont également offerts afin d'inclure la technologie qui est de plus en plus présente dans les écoles.

Enfin, une station de rangement composée de plusieurs modules déplaçables permet d'accueillir les paniers en fin de journée, à l'aide du même système d'insertion des paniers. La combinaison de modules crée une station qui procure différentes fonctions, telles que du rangement et une surface de communication.



Démarche

La première phase de recherche s'est intéressée à l'univers de l'aménagement flexible afin d'en faire ressortir les concepts importants. Par la suite, dans l'optique où les enseignants sont les principaux consommateurs interpellés par ce sujet, l'équipe a effectué plusieurs entretiens avec ceux-ci afin de connaître les réels enjeux. De l'observation dans diverses écoles au Québec a également permis de comprendre les besoins des usagers. Ces étapes ont défini la problématique principale, soit l'encombrement causé par le manque de rangement pour le matériel scolaire des élèves. C'est dans cette optique qu'est née l'idée d'intégrer les paniers de rangement à la surface de travail.



Entreprise

L'objectif du projet MOOV est d'accompagner les enseignants qui souhaitent se lancer dans l'aménagement flexible ou encore qui cherchent à améliorer l'aménagement de leur classe, en leur proposant des produits conçus spécifiquement pour eux et qui répondent à leurs besoins. Un ensemble de départ personnalisable sera offert, dans lequel chaque enseignant pourra choisir les composantes qui lui conviennent. L'entreprise vise trois groupes distincts, en premier lieu les enseignants qui peuvent se procurer les produits en vente libre en ayant l'approbation de leur direction. MOOV s'intéresse aux institutions scolaires ainsi qu'aux professionnels, comme les architectes et les designers d'intérieur, qui spécifient le mobilier requis pour la rénovation et la construction des écoles. De plus, l'entreprise offrira des formations sur les bonnes pratiques de l'aménagement flexible ainsi qu'un service d'aménagement afin d'accroître le sentiment de satisfaction et de fidélité.



So-Hy

Vêtement de bain améliorant l'expérience du soin d'hygiène
vécue par les personnes âgées

L'EXPÉRIENCE DU SOIN D'HYGIÈNE RÉINVENTÉE



Sara-Maude Martel
saramaude19@gmail.com

Fanny Proulx-Cormier
fanny.proulx@gmail.com



Équipe

Ayant toutes deux entamé leur parcours professionnel en design d'intérieur, Sara-Maude et Fanny se sont redirigées vers le design de produits. Elles souhaitent ainsi développer une approche centrée sur le vécu de l'utilisateur, principalement, dans un contexte domiciliaire.

C'est par une démarche empathique, à l'image des designers qu'elles souhaitent devenir, qu'elles ont choisi de s'attarder à une problématique délicate.

Contexte

Actuellement, la société est qualifiée comme étant vieillissante. Ainsi, dus à certains changements physiques et cognitifs causés par l'âge, un nombre grandissant d'ânés ont besoin d'assistance pour réaliser certaines activités quotidiennes. En raison de la difficulté qu'ont les résidences avec services, telles que les centres d'hébergement et de soins de longue durée, à répondre à la demande trop élevée d'aide aux personnes âgées, plusieurs d'entre elles doivent rester à leur domicile et demander l'aide d'un proche ou d'un professionnel. Parmi les activités nécessitant l'assistance d'un intermédiaire, le soin d'hygiène peut être perçu comme une tâche intrusive et confrontant la perte d'autonomie de la personne. En opposition avec le marché actuel, dans lequel les accessoires destinés aux personnes âgées sont axés sur la sécurité et l'ergonomie, le vêtement de bain 2e peau vise à améliorer à l'expérience vécue par l'âné et par l'aidant lors de ce moment intime et essentiel.



Produit

Le vêtement de bain 2e peau a été conçu dans le but de respecter la dignité corporelle de la personne âgée et d'améliorer son confort thermique lors du soin d'hygiène.

D'abord, sa forme inspirée des habits culturels portés lors des rituels d'hygiène en Asie cache le corps nu de l'aîné. Le sentiment de pudeur est donc diminué, tout en permettant à l'aidant d'effectuer un soin adéquat, grâce à son système de rabats.

Également, le textile choisi pour la fabrication conserve la chaleur corporelle de l'utilisateur, dans un environnement où la température de l'eau et de l'air peut varier. Son extérieur déperlant empêche la pénétration de l'eau et son intérieur, douillet au toucher, emmagasine la chaleur du corps pour un confort maximal.



Démarche

La phase de recherche, en amont de ce projet, a permis de soulever certaines opportunités de design liées au rituel de soin d'hygiène. Plusieurs entretiens ont contribué à déterminer certains irritants éprouvés lors du bain, de la douche ou de la toilette partielle. Les problèmes liés au confort thermique et à la dignité corporelle semblaient les plus préoccupants.

Les choix qui ont été effectués au cours du projet ont été validés à plusieurs reprises. La collaboration avec les personnes âgées, les proches aidants, les infirmières à domicile et d'autres experts a été essentielle pour créer un produit qui s'intègre bien à la réalité du milieu.



Entreprise

Le vêtement de bain 2e peau est conçu pour les personnes âgées en perte d'autonomie, qui ont besoin d'assistance lors du soin d'hygiène. Le marché ciblé est alors composé d'ânés, mais aussi de leurs aidants. Par l'entremise de distributeurs comme les pharmacies et les commerces spécialisés dans l'équipement adapté, les usagers cherchant à éliminer les irritants vécus pourront se procurer ce produit et, ainsi, vivre une expérience du soin d'hygiène améliorée. Offert dans différentes tailles et dans une variété de couleurs, le vêtement 2e peau s'inscrit dans le quotidien des usagers. En complément, l'emballage et une vidéo explicative assureront la compréhension du fonctionnement du produit.

À long terme, l'entreprise souhaite élargir son marché et adapter son offre pour une utilisation dans les résidences avec services, ainsi que dans les hôpitaux.



**MILIEU DE VIE,
CHANGEMENTS
CLIMATIQUES ET
MOBILITÉ DURABLE**

Trousse Réconfort

Trousse distribuée dans les centres d'hébergement de la Croix-Rouge aux victimes de sinistres majeurs

Re
lief
org



HYGIÈNE

- 1 Savon 3 en 1
- 2 Brosse à dents
- 3 Pâte à dents
- 4 Déodorant
- 5 Peigne
- 6 Mouchoirs (10)

SOMMEIL

- 1 Masque
- 2 Bouchons

ORGANISATION

- 1 Crayon
- 2 Carnet

Emmanuelle Duchaine
emmanuelle.duchaine@gmail.com

Sofia Sahi
sof.sahi@hotmail.com



Équipe

L'équipe du projet de la Trousse Réconfort est constituée d'Emmanuelle Duchaine et de Sofia Sahi, dont l'objectif commun était d'appliquer le design dans un contexte d'aide sociale. En ce sens, elles perçoivent le design comme un outil de réflexion et parfois de réponse aux enjeux humains actuels dans le monde, participant activement au bien-être collectif.



Contexte

La Trousse Réconfort est une proposition de design social construite suite à la recherche documentaire et aux témoignages variés d'intervenants et de victimes liés par des souvenirs d'un sinistre. Nos échanges avec deux intervenants de la Croix-Rouge, d'un formateur en mesures d'urgence pour l'armée canadienne et des victimes nous ont permis de cerner l'enjeu suivant: favoriser la dignité humaine suite à la relocalisation des victimes de sinistres majeurs en centre d'hébergement de la Croix-Rouge. Ces rencontres ont aussi défini l'importance humaine du réconfort de la trousse comme objet distribué par la Croix-Rouge avec la couverture et l'oursin.

Produit

La Trousse Réconfort symbolise le premier bien reçu par les individus accueillis en centre d'hébergement à la suite d'importantes pertes matérielles et de leurs repères habituels. Sa composition a été réfléchi de façon à être en mesure d'améliorer l'expérience d'une grande variété d'usagers en situation de vie commune forcée. Elle répond donc à trois aspects ayant été identifiés comme problématiques: le sommeil, l'hygiène et l'organisation personnelle, éléments déterminés comme étant essentiels à la reconstruction du quotidien des victimes.

La Trousse Réconfort est donc conçue prioritairement comme étant un outil d'aide aux victimes, mais sa mise en forme et son cycle de vie tiennent grandement en compte sa mobilité entre les intervenants de la Croix-Rouge et les victimes de sinistre majeur.



Démarche

Une recherche complémentaire ainsi que des rencontres de validations avec les intervenants permirent de préciser les aspects fonctionnels de la trousse tels que la pertinence d'un sac permettant de transporter ses biens personnels et l'intégration d'éléments favorisant un sommeil récupérateur. Des ateliers de consultation et de conception avec des spécialistes en textiles du Collège LaSalle ont déterminé divers éléments techniques du produit tels que le choix du textile RipStop et des coutures réversibles, de même que les obligations associées au produit dans son contexte de santé publique. Dans un souci d'écoconception s'appliquant à un produit technique dont l'impact écologique est considérable, la monomatérialité de l'objet fut un critère important du projet.



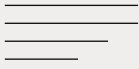
Entreprise

Étant donné la nature fondamentalement sociale du projet, la Trousse Réconfort s'inscrit sous le modèle d'affaire d'une Organisation à but non lucratif (OBNL). Les intervenants utilisateurs du produit tels que la Croix-Rouge et la Sécurité publique détiendraient un siège au conseil leur permettant ainsi d'appuyer les démarches entreprises et d'être parties prenantes de la stratégie déployée. Afin de minimiser les coûts unitaires pour ces OBNL, une trousse adaptée au contexte commercial générant une contribution marginale serait mise en vente dans les aéroports et les gares pour les voyageurs en transit afin d'amortir le coût des trousse pour les OBNL.



Olie

Trottinette électrique facilitant les courts déplacements



Émile Handfield
Emile.Handfield@hotmail.com

Philippe Hogue
Phogue@gmx.com



Équipe

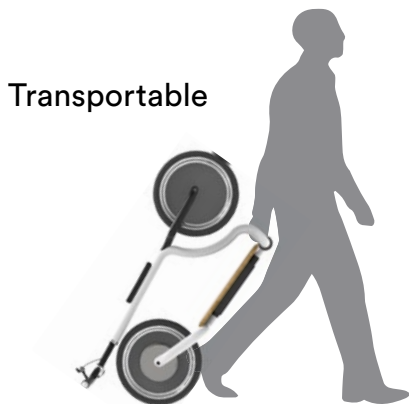
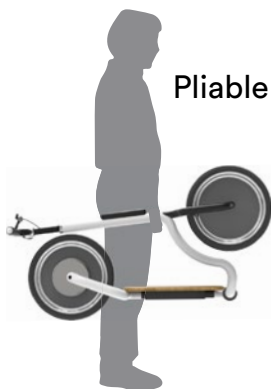
L'équipe d'Olie est formée d'Émile Handfield et Philippe Hogue, tous deux passionnés des différents modes de transport. Leur projet de fin d'études est centré sur une solution qui permet d'offrir une alternative aux modes de déplacements individuels actuels.

L'équipe vise ultimement à démocratiser la pratique de la trottinette électrique étroitement avec les politiques des villes dans le but d'améliorer la façon dont il est possible de se déplacer dans celle-ci.

Contexte

Au Québec et partout en Amérique du nord, 75% des déplacements en ville s'effectuent en voiture. Toutefois, les experts du domaine du transport s'entendent pour dire que les déplacements en voiture en deçà de 5 km, sont des déplacements inefficaces en terme de temps.

La voiture amène également son lot de problèmes en ville comme la congestion, la pollution, la gestion des stationnements, etc. C'est ici qu'Olie intervient. Olie offre la solution la plus adaptée aux courts déplacements en ville.



Produit

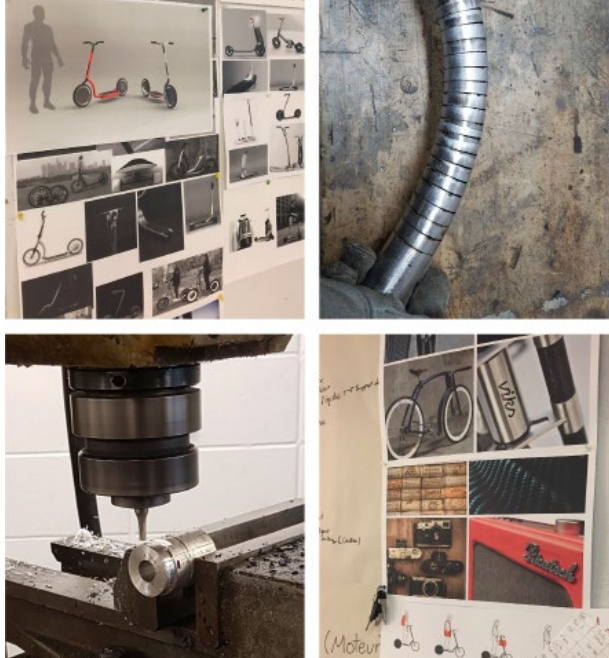
Olie est une trottinette électrique qui s'adapte aux conditions de son utilisation en ville par ses dimensions et son choix raffiné de matériaux. L'un des avantages intéressants de l'utilisation de la trottinette électrique, c'est qu'elle offre une vitesse moyenne en ville similaire à celle du vélo sans toutefois avoir à réaliser d'effort physique. De plus, elle offre une autonomie de charge d'environ 20 km ce qui permet d'effectuer la plupart des déplacements faits en ville en une journée sans devoir la recharger.

Le concept est réalisé de sorte que l'utilisateur puisse avoir sur lui les batteries de rechange afin de dupliquer son autonomie. Pour finir, la trottinette se plie à la jonction du cadre avant et du cadre arrière ce qui facilite son transport, son rangement et également sa préhension.



Démarche

L'équipe a tout à bord débuté le projet avec une phase de recherche intensive qui a permis de déceler les différents problèmes liés aux transports de personnes. Un recensement des divers moyens de transports individuels susceptibles d'être efficaces dans un rayon inférieur à 5 km a ensuite été réalisé. Par la suite, il a été possible de déterminer quels sont les opportunités par rapport aux choix du moyen de transport choisi en fonction des contraintes énumérées par les usagers. C'est ainsi que la trottinette électrique s'est avérée intéressante en raison notamment de sa flexibilité. Pour la réalisation du produit, plusieurs itérations tant en dessins qu'en maquettes ont été nécessaires pour en arriver au concept final.



Entreprise

Olie est une entreprise qui se spécialise dans le domaine du transport individuel électrifié. La trottinette électrique, telle que présentée, est le premier dispositif de sa gamme de produits. Destinée aux particuliers et adaptée aux conditions du Québec, elle donc utilisable dans plusieurs autres contextes.

La compagnie a pour but d'offrir une plateforme d'achat en ligne en misant fortement sur l'image de marque développée par l'équipe. Olie vise également la vente au détail en ciblant les différents points de ventes spécialisés du domaine du transport.

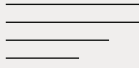
Olie a l'intention de développer un modèle plus générique qui permettrait la vente de flottes de trottinettes destinées à des promoteurs immobiliers afin de diversifier leur offre de services au sein de leurs immeubles.

L'équipe a l'intention d'aller chercher du financement afin d'investir en R&D pour développer de nouveaux concepts ainsi que des accessoires dans le but de d'améliorer l'expérience des déplacements.



AVA

Équipement adapté aux déplacements actifs



Anais Ron
anais.ron.1@gmail.com

Rébecca Corado
rebeccacorado@hotmail.com



Équipe

Recherchant un projet permettant de repousser leur limite tout en acquérant de nouvelles compétences, l'équipe s'est donné comme objectif d'accommoder les jeunes familles dans leurs déplacements urbains. Voyant la possibilité de combler un besoin réel tout en rendant plus accessible l'adoption de moyens de transport actifs, responsables et durables, le duo est donné les moyens de ses ambitions afin de concevoir la gamme de produits AVA.



Contexte

Par ses nombreux avantages, le vélo est un moyen de transport incontournable en milieu urbain. Néanmoins, celui-ci n'est pas adapté aux besoins évolutifs de déplacements des jeunes familles. L'objectif est de créer une gamme de produits afin d'encourager l'utilisation de modes de transport alternatifs à la voiture en adaptant l'équipement aux besoins multiples et évolutifs des jeunes familles ayant un enfant.

Produit

Ava est une famille d'objets composée de trois produits soit une poussette, un sac à couche et un porte-bagages arrière à vélo. La poussette et le sac à couche peuvent s'additionner au porte-bagages pour être transportés à vélo. Parallèlement, la poussette peut être utilisée uniquement avec le sac à couche et à l'inverse l'association du porte-bagages et sac à couche est également possible. L'équipement s'adapte donc aux moyens de transport actifs, responsables et durables, mais surtout il est conçu pour répondre aux besoins de déplacements d'une famille avec un enfant d'un an à cinq ans.



Démarche

Une vaste gamme de produits offerts sur les marchés canadiens et internationaux d'ailleurs ont été analysés. Cet exercice a permis de prendre connaissance de la diversité des produits de déplacement dans le domaine de la puériculture afin de prendre en considération plusieurs caractéristiques : aspects positifs, limites, mécanismes, matériaux, formes, couleurs, etc. Par la suite, des entretiens ont été effectués. Ils ont été menés de manière à étudier tous les produits entourant le développement d'un enfant, mais surtout à comprendre la logique d'usage de ceux-ci. Parallèlement, des observations participatives et non participatives des déplacements familiaux quotidiens et ont été effectuées dans la région de Québec et de Montréal. Par la suite, des observations participatives, des rencontres avec des experts et des tests de validations ont permis d'approfondir, d'infirmer ou confirmer plusieurs aspects de notre gamme de produits.



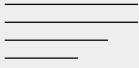
Entreprise

Le marché de la puériculture est fortement concurrentiel et constamment à l'affût de nouvelles tendances. La gamme de produits AVA se situe dans un marché de niche s'adressant aux jeunes familles qui privilégient les moyens de transport actifs et responsables au quotidien. Étant donné la spécification de la famille de produits, celle-ci doit établir une relation forte et étroite avec sa clientèle basée sur la fiabilité et le respect de valeurs similaires. Pour parvenir à ses fins, la gamme doit être accessible sur une plateforme web dans des magasins d'articles de bébé et dans des magasins spécialisés d'articles de vélo afin de faire la promotion et la vente des produits. Elle doit également être présente sur divers réseaux sociaux et participer à des événements mettant les produits en valeur.



Le RENFORT

Solution de protection du domicile contre les inondations



Olivier Bertrand
bertrand_olivier_7@hotmail.com

Nicolas Gagnon
nicolas.gagnon.66@gmail.com



Équipe

En tant que futurs designers, Olivier et Nicolas considèrent qu'ils ont la responsabilité d'améliorer le monde qui les entoure. En fait, plus qu'une responsabilité, c'est une chance. Leurs connaissances et leur imagination peuvent permettre de régler des problèmes présents dans le monde d'aujourd'hui. Le fait de pouvoir rendre les gens plus heureux ou de les faire vivre dans un monde plus sain apporte une fierté et une grande satisfaction aux designers.



Contexte

Dès le départ, l'objectif était de créer une solution à un problème portant sur les enjeux de demain. Il paraissait donc évident que les changements climatiques en feraient partie. Les inondations sont la catastrophe naturelle la plus fréquente et celle-ci touche tous les continents à différent niveau. Dû aux changements climatiques, les inondations seront de plus en plus fréquentes. Il était donc clair que la quête d'une solution à ce fléau était la piste en accord avec la vision du design d'Olivier et Nicolas. Comment sécuriser les bâtiments et leurs occupants, tout en limitant les dégâts dus à la montée des eaux ?

Produit

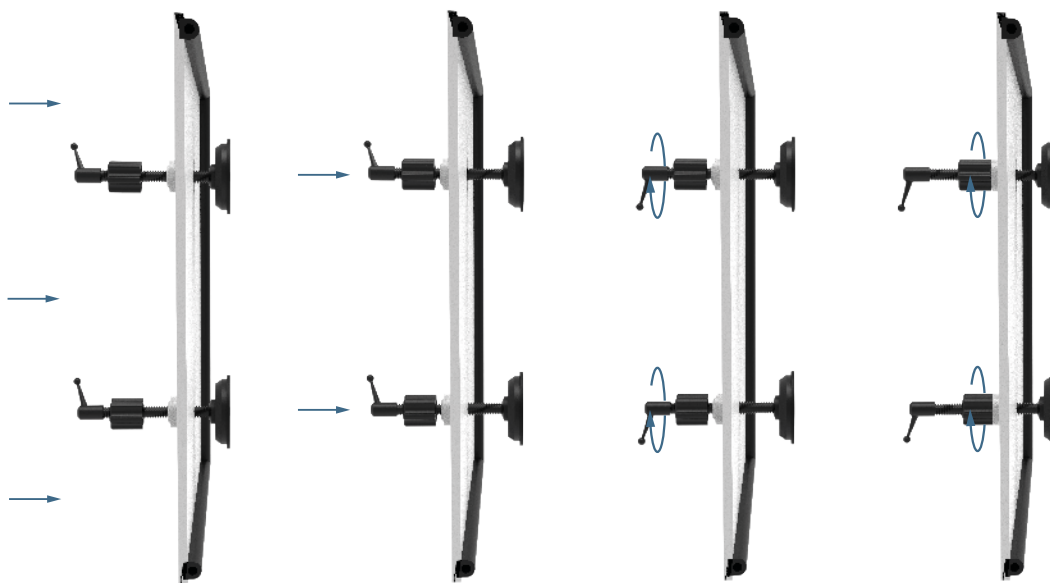
Proposition de valeurs

La mission de l'entreprise est de faciliter le processus d'installation d'un équipement permettant d'économiser du temps, des coûts et des bris. Le produit valorise aussi la fonction plutôt que la forme afin de proposer le produit à un prix compétitif.

Le RENFORT consiste en un cadre étanche qui s'installe sur le contour des fenêtres du sous-sol, afin de les protéger contre les eaux. Le RENFORT s'installe simplement et ne requiert ni l'intervention d'un spécialiste ni l'utilisation d'outils.

Les personnes inquiètes de la montée des eaux et celles qui souhaitent protéger leurs habitations sont directement visées par le RENFORT. Le produit est destiné aux personnes proches de zones inondables, que ce soit une rivière, un bassin ou un fleuve.

Le projet n'améliore pas une solution déjà existante, mais plutôt en invente une. Cela représente de grandes opportunités, mais aussi un défi de taille.



1

Mettre le panneau contre le mur de fondation en alignant ceci à la fenêtre.

2

Pousser la ventouse jusqu'à temps qu'elle soit appuyer sur le verre de la fenêtre.

3

Tourner la poignée jusqu'à ce qu'elle bloque

4

Tourner la poignée jusqu'à temps que le panneau se serre contre le mur

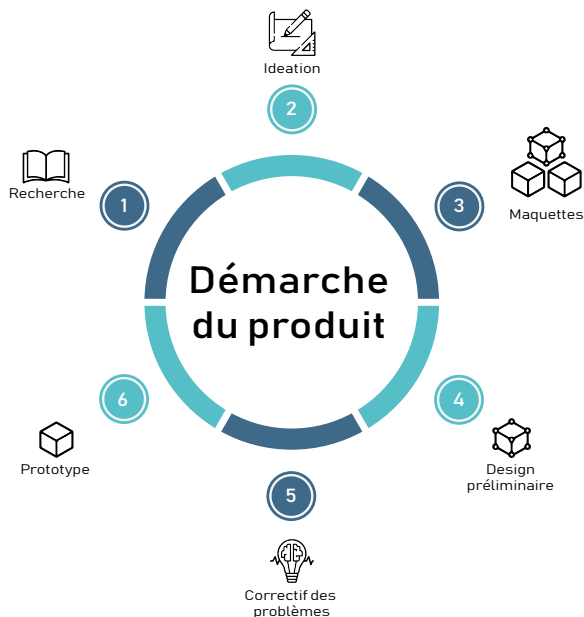
Démarche

La démarche de design s'est effectuée en deux temps. D'abord, la recherche a permis de découvrir les problèmes critiques auxquels les personnes sont confrontées lors des inondations. La recherche a déterminé que les fenêtres du sous-sol étaient un point extrêmement vulnérable.

Ensuite, la phase de développement du produit a été la source de deux défis de taille. Le premier était celui du cadre étanche. Il fallait trouver une forme et une dimension de cadre permettant l'installation sur un grand nombre de fenêtres, tout en garantissant une formidable étanchéité.

La fixation du produit sur la fenêtre était l'autre défi, car elle devait permettre de rester en place aussi longtemps que nécessaire, tout en garantissant l'étanchéité du produit.

Le produit devait aussi résister au climat nordique. Il était important que la solution s'installe rapidement et par une personne seule, puis que le produit s'entrepose facilement une fois son utilisation terminée.



Entreprise

L'entreprise Le RENFORT souhaite vendre son produit dans les quincailleries, ainsi que les grandes surfaces. Le RENFORT serait aussi présenté dans des expositions d'habitation et chez des vitriers afin de faire voir le produit dans les endroits où les personnes achètent des biens de consommation en lien avec leurs habitations. Le produit serait offert en version standard dans ces magasins, d'abord en petite quantité puis en augmentant selon la demande. Comme la grande majorité des composantes du produit est standard, il est facile de le produire en grande quantité rapidement. Un site internet permettra de commander le produit dans des dimensions non standard, c'est-à-dire une protection personnalisée. L'utilisateur n'aura qu'à envoyer une photo de sa fenêtre accompagnée de ses dimensions afin que l'entreprise fabrique le produit dans la forme demandée.

Clément

Dispositif de verdissement urbain susceptible d'atténuer les impacts humains des îlots de chaleur



Marc-alexandre Dion
marcalexandre.charestdion.14@gmail.com

Kim-Shany Hardy-Charbonnier
kimshanihc@gmail.com

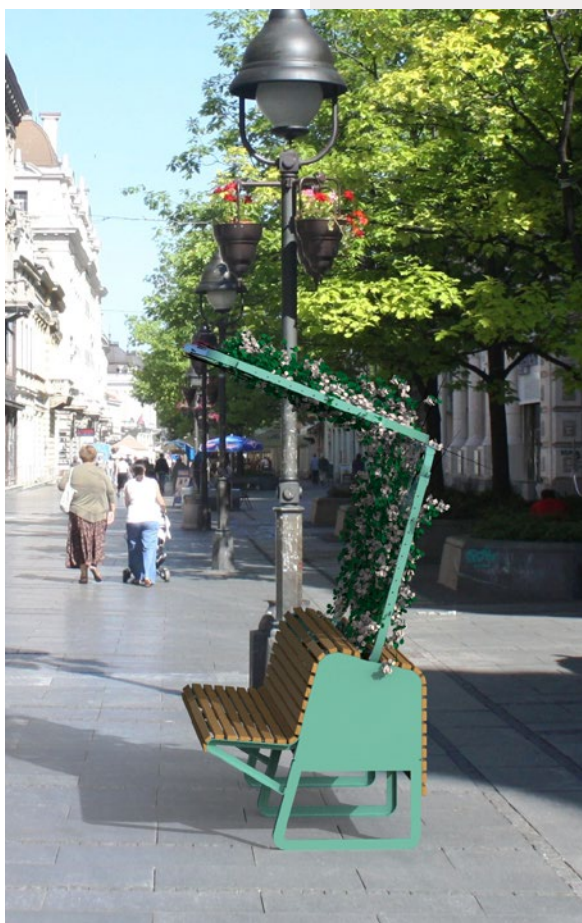


Équipe

Combinant leurs forces en analyse et recherche et en développement et conception, Kim-Shani Hardy-Charbonnier et Marc-Alexandre Charest-Dion ont suivi leur désir commun de travailler sur la qualité de vie des citoyens. Les contrastes des étés urbains les ont menés à joindre l'intérêt de Kim-Shani pour le design public et la recherche, au parcours en architecture de Marc-Alexandre pour réaliser ce projet. Ainsi, l'équipe s'est attaquée au verdissement urbain, participant à l'amélioration de la situation des populations vulnérables.

Contexte

Les températures suffocantes de l'été 2018 ont provoqué des malaises chez beaucoup de citoyens de la ville de Québec. En explorant ses causes, la création d'espaces verts est apparue comme une solution efficace et agréable pour atténuer les impacts humains des îlots de chaleur, grâce aux qualités régulatrices de la végétation. Pourtant, compte tenu des effets néfastes des îlots de chaleur sur les populations vulnérables, il devient difficile d'ignorer les lacunes des solutions proposées à l'heure actuelle. Par conséquent, comment est-il possible de favoriser la création d'espaces verts dans l'optique d'atténuer les impacts humains des îlots de chaleur en milieu urbain?

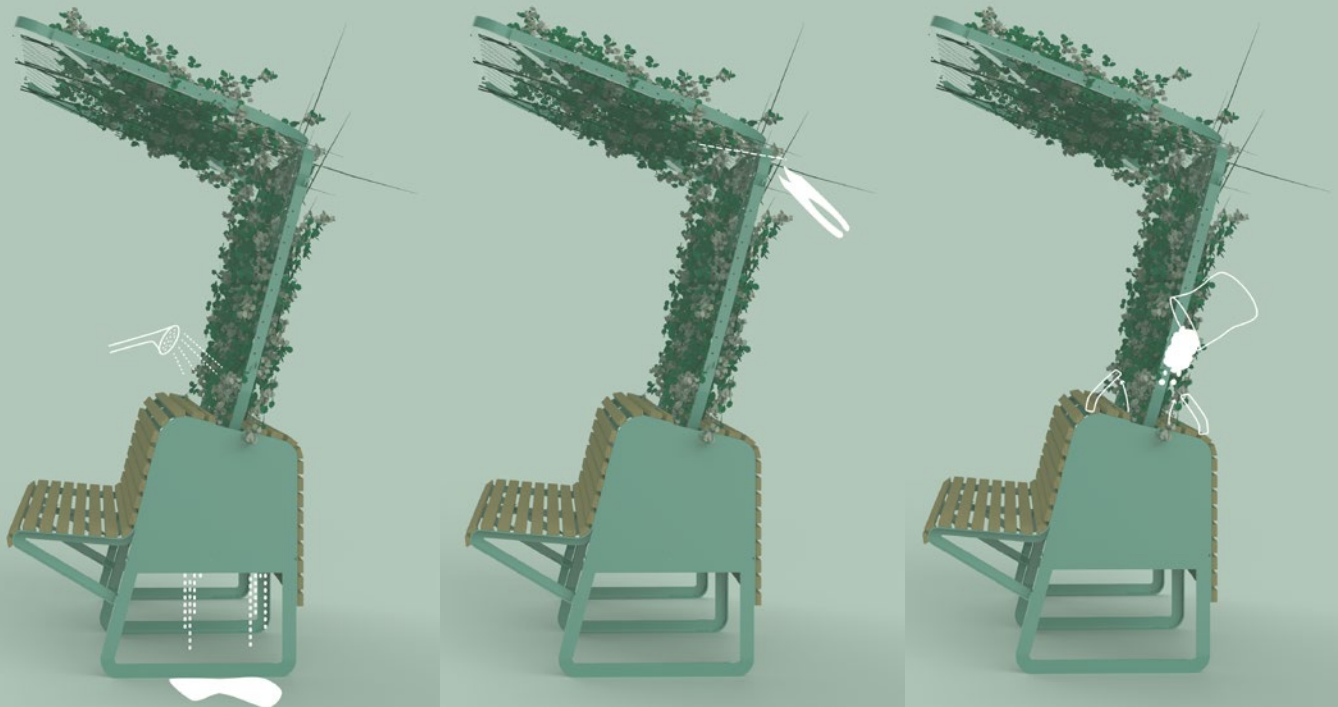


Produit

Ainsi, Clément est un dispositif de verdissement utilisant du mobilier urbain horticole pour faire pousser des plantes grimpantes dans les lieux publics.

Ses panneaux de câbles créent un point focal lorsque la plante n'est pas à maturité. L'ombre projetée est partielle en début de saison et complète en fin de saison grâce au feuillage à maturité, créant de l'ombre uniquement aux moments où cela est absolument nécessaire.

Destiné aux lieux publics, sa modularité lui permet de s'adapter à des sites exigus autant qu'à des lieux nécessitant des montages plus saisonniers. Ses dispositions flexibles de la plus simple à la plus complexe lui permettent également de s'adapter à des lieux nécessitant des montages plus importants et permanents.



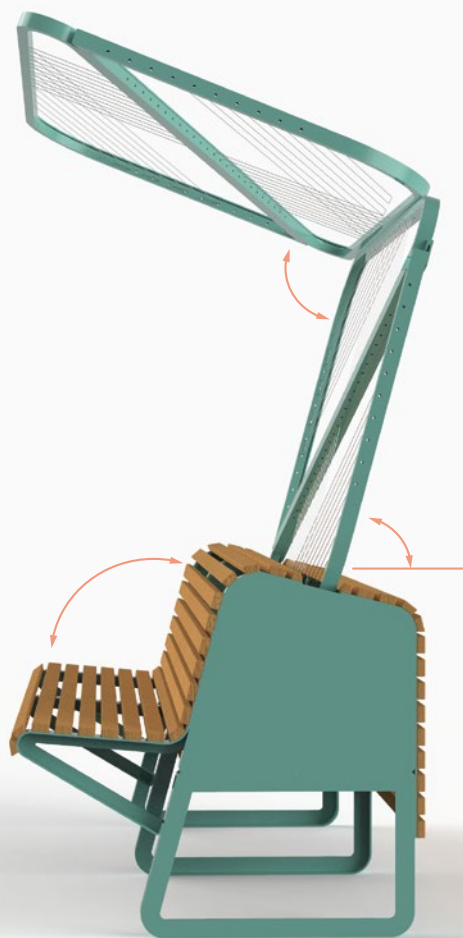
Démarche

Le contexte abordé étant public, la démarche a été principalement axée sur des rencontres avec des experts à la fois en horticulture et en aménagement, mais aussi une grande part d'experts issus du domaine municipal. Ce type de rencontre a permis de schématiser et hiérarchiser les données récupérées auprès de citoyens dans le cadre d'une recherche ethnographique approfondie. Les personnes rencontrées ont participé à une validation en continu du concept selon différents points de vue des étapes de son évolution, afin de favoriser les relations que les citoyens, mais aussi les acteurs municipaux ont avec les espaces verts en ville.



Entreprise

Clément est le premier produit de Florent, une entreprise visant à améliorer les conditions de vie des citoyens et plus particulièrement des populations vulnérables. Elle s'engage à gérer les impacts sociaux de ses produits, tant par ses effets sur le public que par la façon dont ils affectent l'environnement dans lequel les citoyens vivent. L'entreprise offre également un service de consultation horticole et de disposition pour guider le choix du client, l'accompagnant jusque dans l'application des produits sur le terrain. Ses produits et services seront disponibles pour toutes les municipalités de l'Amérique du Nord désirant verdir leurs espaces ou ayant le bien-être de leurs citoyens à cœur, leur offrant des solutions efficaces et sensibles, adaptées à leurs besoins.



COMMANDITAIRES

Les finissants du baccalauréat en design de produits tiennent à remercier tous les généreux commanditaires de Compendium de design. Leur participation est gage de réussite et représente un bel exemple de partenariat entre l'École de design de l'Université Laval et des entreprises qui ont à cœur la performance des nouveaux professionnels. Leur intérêt et leur enthousiasme motivent le comité organisateur à se surpasser dans la création de cet événement et dans la réalisation de ce recueil.

Merci infiniment pour ce soutien!



RÉGIS CÔTÉ
ET ASSOCIÉS



**ÉCOLE
DE DESIGN**



UNIVERSITÉ
LAVAL



rousseau

teknion

