Design *in* Translation

Design empathique

Rebecca Moudiki

---

1. Définition

La notion de « design empathique », bien qu'elle ne soit pas répertoriée dans les dictionnaires d'usage courant, a été popularisée et promue par des figures influentes du domaine du design centré sur l'utilisateur. Parmi ces personnalités, Tim Brown[1] et Patricia Moore[2] ont joué un rôle crucial dans la diffusion de cette approche novatrice. En français, bien que la notion de « design empathique » n'ait jamais été explicitement et en tant que telle abordée dans le champ du design, ce concept se définit par une approche centrée sur l'utilisateur. Cette méthodologie repose sur une compréhension approfondie des émotions, des besoins et des expériences des individus. Il vise à créer des solutions en tenant compte de ces aspects, offrant ainsi des produits ou des services adaptés en améliorant réellement la vie des utilisateurs. Une citation de Tim Brown, illustre bien ce concept : « Empathy is at the heart of design. Without the understanding of what others see, feel, and experience, design is a pointless task[3]…

Par conséquent, il convient de retenir que le design empathique est un processus de conception qui place l'utilisateur dans tout projet de création. Ce processus intègre plusieurs étapes qui se concentrent sur une compréhension approfondie des besoins et des émotions, afin de développer des solutions plus adaptées et orientées vers l'expérience humaine. Un exemple concret illustrant cette approche empathique du design pour créer des solutions centrées sur l'humain est la rénovation des services de transport public afin de mieux répondre aux besoins des personnes à mobilité réduite. Plutôt que de simplement ajouter des rampes d'accès aux bus ou aux trains, une approche empathique impliquerait une compréhension approfondie des besoins spécifiques de ces personnes.

Cela pourrait inclure des recherches sur leurs défis quotidiens, des entrevues pour comprendre leurs émotions et frustrations, et des observations directes pour identifier les obstacles. En utilisant ces informations, des solutions plus adaptées pourraient être envisagées, telles que des véhicules avec des entrées abaissées, des emplacements réservés spéciaux, des services d'assistance, ou des applications mobiles pour fournir des informations en temps réel sur l'accessibilité des transports.

Ces solutions, issues d'une approche empathique, démontrent une compréhension profonde des besoins humains spécifiques et conduisent à des améliorations concrètes dans la vie quotidienne des personnes à mobilité réduite, offrant ainsi une expérience de transport plus inclusive et adaptée à leurs besoins.

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-11 13:12:40, depuis le 216.73.216.42

2. De l’anglais au français

Le terme « design empathique » est la traduction littérale de l’anglais « empathic design» qui vient des États-Unis. Il a été défini par Dorothy Leonard et Jeffrey F. Rayport dans leur article “Spark Innovation Through Empathic Design” parut dans la revue américaine *Harvard Business Review* en 1997. Ces derniers expliquent les fondamentaux du « design empathique » : “A set of techniques we call empathic design can help resolve those dilemmas. At its foundation is observation-watching consumers use products or services. But unlike in focus groups, usability laboratories, and other contexts of traditional market research, such observation is conducted in the customer’s own environment.”

Dorothy Leonard et Jeffrey F. Rayport, “ Spark Innovation Through Empathic Design”, Harvard Business Review, [en ligne], URL : https://hbr.org/1997/11/spark-innovation-through-empathic-design, consulté le 21/11/23.

Le design empathique consiste ainsi à se concentrer sur l'expérience humaine, cherchant à comprendre intimement les besoins, les émotions et les expériences des utilisateurs. On retrouve cette même équivalence en français du design empathique. Selon Justine Peneau, dans « Approche critique du design empathique : le cas du design sprint au sein d’une agence digitale », cette approche explore les origines du mot empathie et son implication dans le monde du design :

> *« Chercheurs en design et praticiens définissent ainsi l’empathie comme une propriété de la conception qui permet de connaître les humains concernés par le projet en question. Ils s’appuient notamment sur les travaux de Lipps qui a défini le concept d'Einfühlung en psychologie pour parler de la capacité des gens à connaître l’autre en se projetant dans son état intérieur et en imitant ses affects. Dans cette perspective, le design empathique postule que la compréhension du sujet de conception nécessite de « se mettre à la place d’autrui »*

Justine, Peneau, « Approche critique du design empathique : le cas du design sprint au sein d’une agence digitale », Cairn, [en ligne], URL : https://www.cairn.info/revue-approches-theoriques-en-information-communication-2023-1-page-141.htm, consulté le 22/11/2023

Justine Peneau adopte une posture critique en confrontant les approches du design empathique. Alors que la définition de Dorothy Leonard et Jeffrey F. Rayport se concentre principalement sur l'observation des utilisateurs, Justine Peneau insiste sur l'importance pour le design empathique de se placer dans la peau de l'utilisateur et de comprendre ses émotions. Elle souligne que le véritable fondement du design empathique réside dans la capacité à s'immerger dans l'expérience de l'utilisateur, comme le postule l'idée de "se mettre à la place d'autrui". Cette différence de perspective met en évidence la nécessité d'une approche plus immersive et empathique du design, où la compréhension des besoins émotionnels des utilisateurs est cruciale pour une conception centrée sur l'humain.

3. Explication et problématisation du concept

Le concept du « design empathique » est intimement lié au processus du « design thinking[4] », où il joue un rôle crucial. En effet, cette approche repose sur l'empathie comme premier pilier du processus de conception, incitant les designers à comprendre profondément les besoins, les émotions et les expériences des utilisateurs pour générer des solutions innovantes et centrées sur ces derniers. Dans le design thinking, l'empathie agit comme un moteur essentiel, orientant la phase initiale du processus de création vers une compréhension approfondie des

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-11 13:12:40, depuis le
216.73.216.42

utilisateurs, avant de passer à la définition du problème et à la génération de solutions. Bien que plusieurs personnes aient contribué au développement de cette idée, c'est Patricia Moore, une designer industrielle, considérée comme « la mère de l'empathie[5] », qui a lancé le début du concept dans les années 70-80 en menant une étude révolutionnaire sur le vieillissement en se déguisant en personne âgée. Elle a utilisé des prothèses et des lentilles pour simuler les limitations physiques liées à l'âge, afin de vivre et de comprendre les défis quotidiens rencontrés par les personnes âgées. Cette immersion lui a permis d'obtenir une perspective unique et approfondie sur les difficultés auxquelles les personnes âgées sont confrontées dans leurs interactions avec les environnements et les produits du quotidien. Cette expérience pratique a servi à sensibiliser davantage les designers sur l'importance d'intégrer l'empathie et la compréhension réelle des besoins des utilisateurs dans le processus de conception. Jessica Helfand a écrit dans son ouvrage, *Design: The Invention of Desire* : « Nor could its authors have predicted the extraordinary impact that the concept of empathic design would continue to have, so long after its original publication-an impact that has revealed itself, to a large degree, as a catalyst for progressive thinking and engaged, conscientious change[6] ». Cette citation met en lumière le fait que les créateurs initiaux de la méthodologie du design empathique ne pouvaient pas prévoir l'ampleur et l'influence prolongée que cette approche aurait dans le domaine du design et au-delà. Elle suggère que cette méthode a eu un impact bien plus important que prévu, en agissant comme un moteur pour promouvoir une réflexion progressiste et des changements intentionnels. En d'autres termes, le design empathique a continué à être un facteur déclencheur, favorisant une transformation consciente et positive en encourageant une réflexion innovante et en incitant à des actions axées sur les besoins et les expériences des utilisateurs, même bien après sa création initiale.

Mais qu'implique réellement le fait de « se mettre à la place des utilisateurs » ? Malgré les avantages de ce concept, Don Norman, un expert en design, remet en question la possibilité de parvenir à une compréhension totale des expériences des autres. Norman soutient que bien que l'empathie soit essentielle, elle peut être limitée dans sa portée, surtout dans un monde diversifié où les expériences individuelles sont vastes et variées[7]. Cela soulève des doutes sur la capacité à véritablement « se mettre à la place de l'utilisateur » dans toutes ses dimensions et situations. En réfléchissant à ces limites, comment pouvons-nous intégrer efficacement l'empathie dans le processus de conception tout en tenant compte de la diversité des expériences individuelles ? Comment pouvons-nous compléter l'empathie avec d'autres méthodes de recherche et d'analyse pour créer des solutions de conception plus inclusives et holistiques ? En somme, l'évolution du design empathique requiert une approche réfléchie et diversifiée, où l'empathie agit en synergie avec d'autres méthodologies, afin de forger des solutions qui transcendent les limites individuelles pour répondre de manière plus inclusive et exhaustive aux besoins des utilisateurs.

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-11 13:12:40, depuis le 216.73.216.42

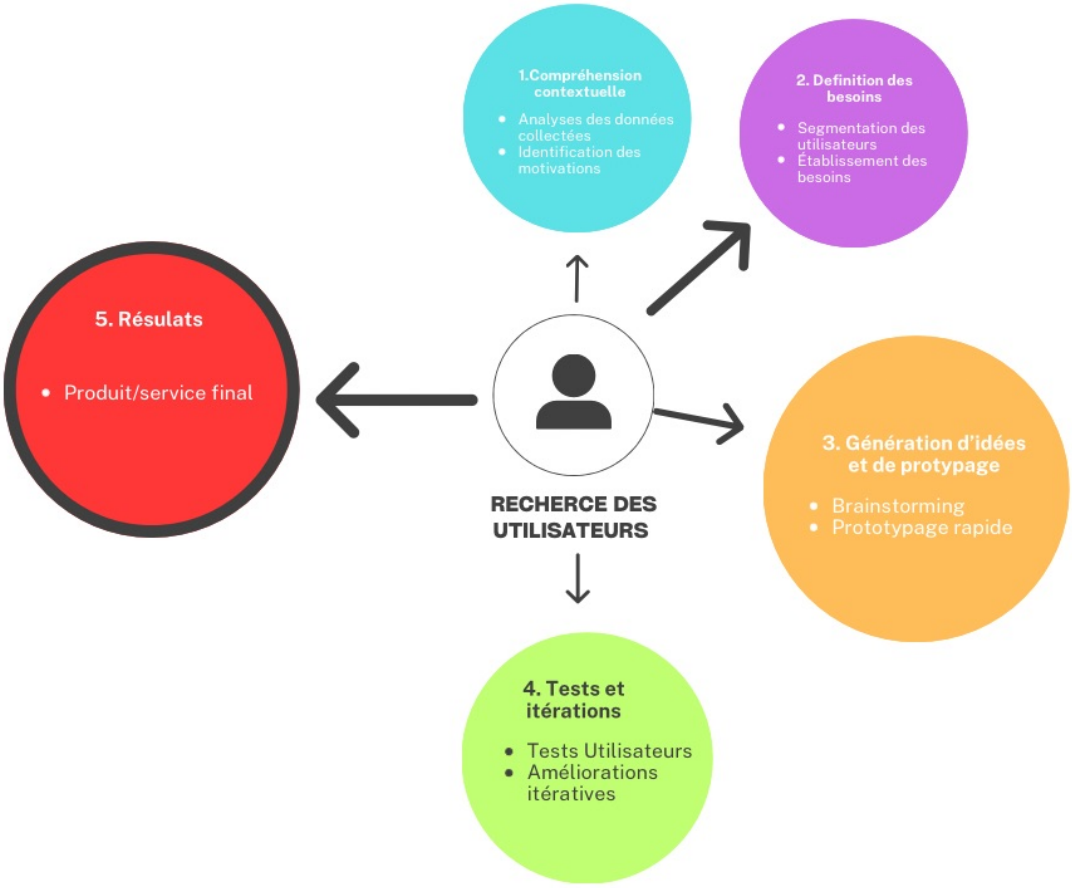


Figure 1. Cycle de processus de création du design, Rebecca Moudiki

Rebecca MOUDIKI, Master 1 « Design, Arts, Médias », Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2023-2024

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-11 13:12:40, depuis le 216.73.216.42

1. SiaXperience, Empathy at the heart of design, Medium, [en ligne], URL:
2. Lexi, PANDELL, She Sacrificed Her Youth to Get the Tech Bros to Grow Up, Wired, [en ligne], URL :
3. Eli, WOOLERY, Empathize, Design Better, [en ligne], URL :
4. Tim, BROWN,
5. Jess, KESSIN, Tips from the Mother of Empathy on Designing for Elders,
6. HELFAND, Jessica, *Design : The Invention of Desire*, New Haven, Connecticut, Yale University Press, 2016.
7. Don, NORMAN, Why I Don’t Believe in Empathic Design,

© Design in Translation
téléchargé le 2026-11-11 13:12:40, depuis le 216.73.216.42