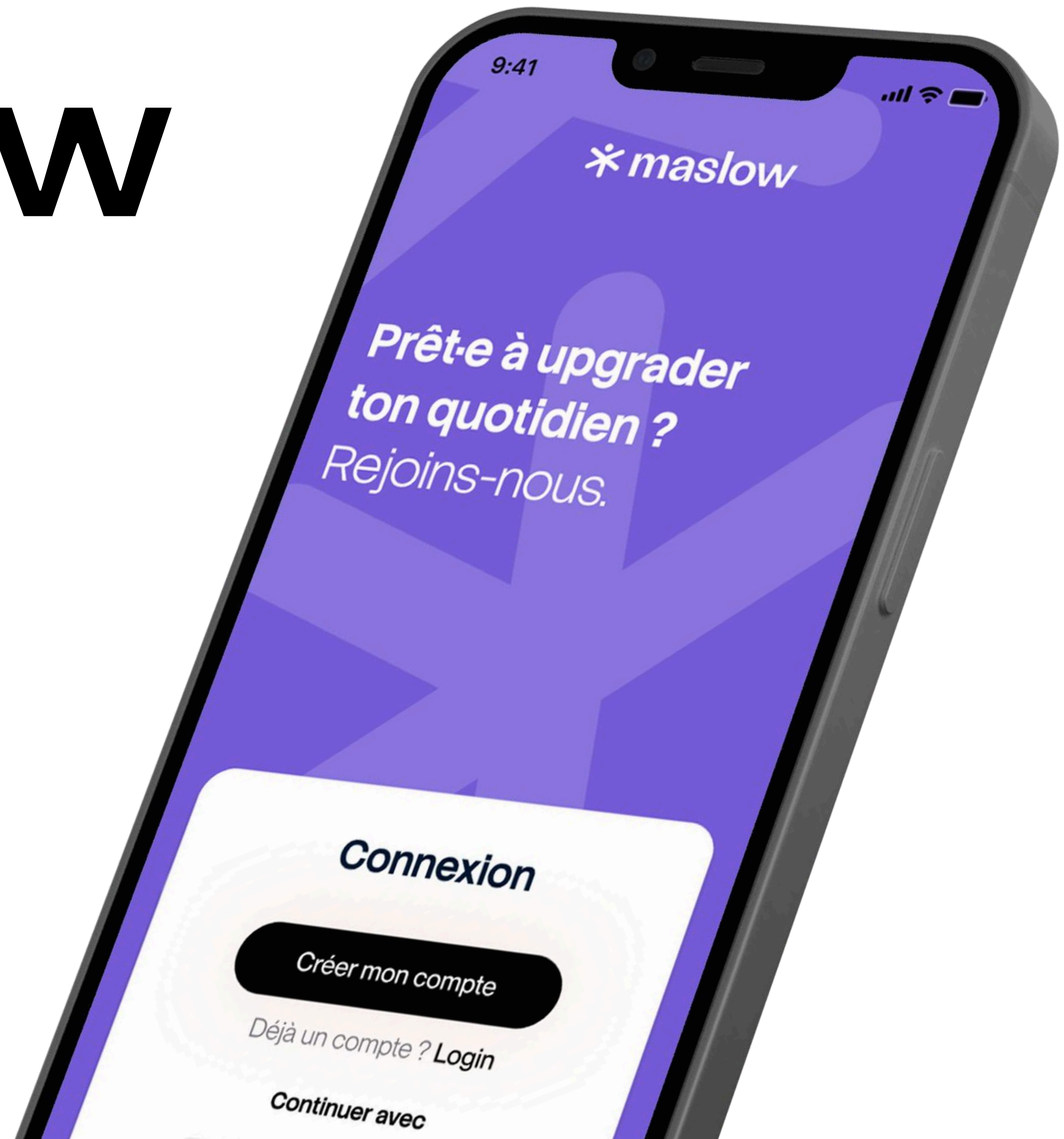




Interface utilisateur, expérience utilisateur

Octobre 2025



Recherche théorique

Articles, livres, films et réflexion conceptuelles.

Définition

Le Bonheur

nom masculin

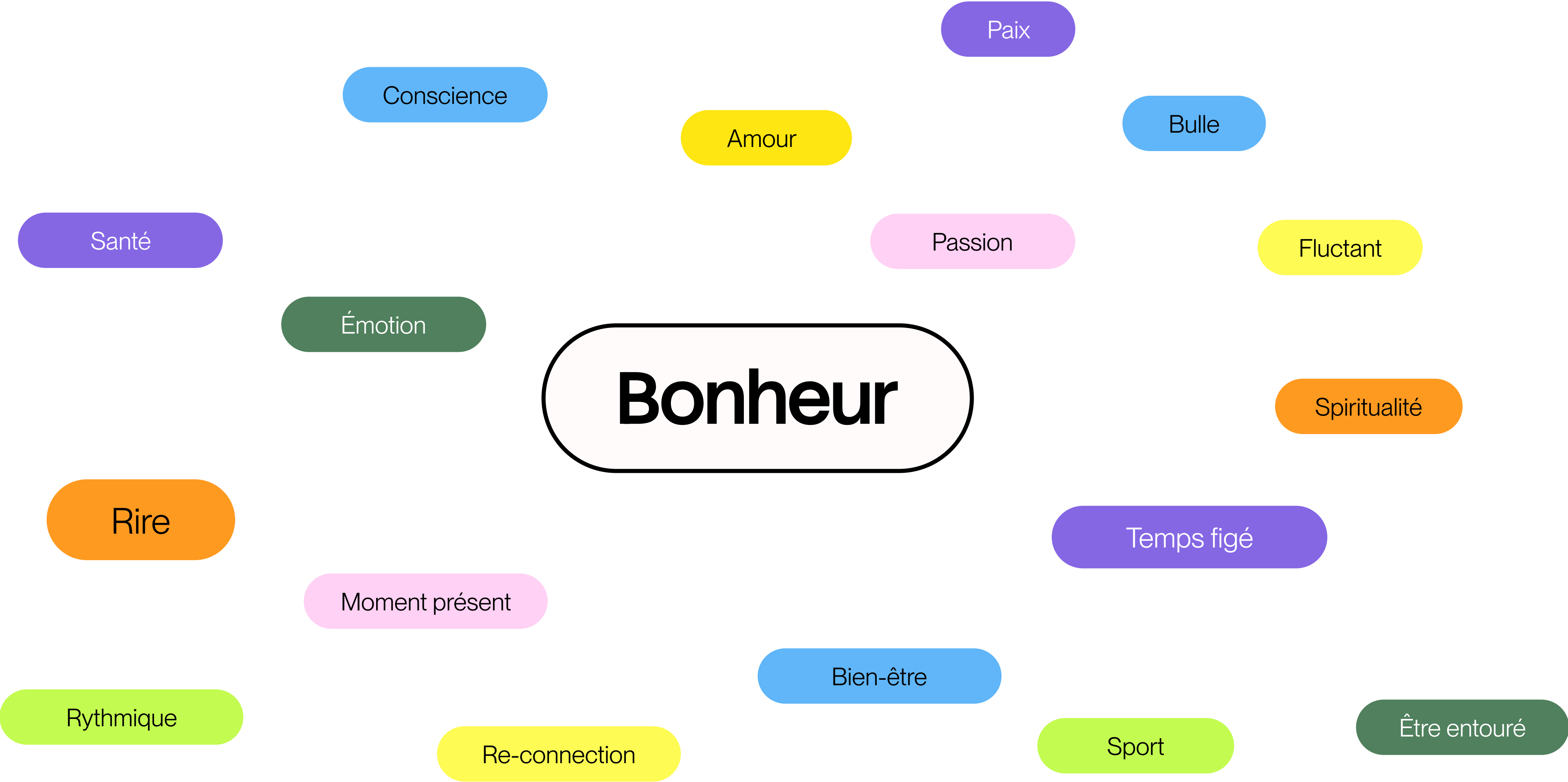
1. Chance
 2. Porter bonheur (porte-bonheur).
-
2. État de pleine satisfaction.
 3. Le bonheur d'aimer.

Synonymes :

béatitude

félicité

joie



Philosophie



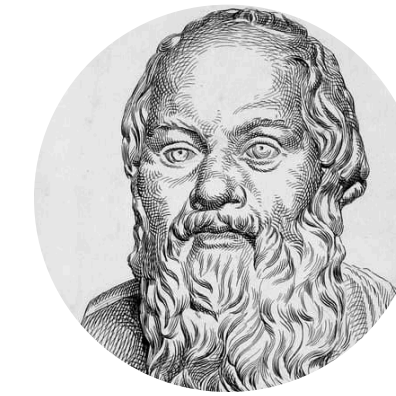
“Le bonheur est une vertu, pas sa récompense.”

Spinoza



“Le bonheur est un idéal de l'imagination et non de la raison.”

Kant



“Vivre dans la jouissance, éprouver toutes les formes de désirs et les assouvir, Voilà, c'est cela la vie heureuse !”

Socrate



“L'homme qui fait dépendre de lui-même et non des autres tout ce qui contribue au bonheur a adopté la meilleure stratégie pour vivre heureux.”

Platon

On observe que chez les philosophes les avis divergent, l'on peut considérer que le bonheur est une **notion propre à chacun**.

Peut-être faut-il mieux se **comprendre soi-même** pour trouver le **chemin du bonheur** ?

Culture

Occidentale

Les Américains, par exemple, associent **bonheur avec gaieté, énergie et dynamisme** ; ils valorisent **les émotions fortes et grisantes**.

L'Occident base son bonheur sur l'extérieur, les relations, tandis que l'Orient le base plus sur l'intérieur, la spiritualité, etc.

En France, 73% des personnes se déclarent heureuses, soit une légère hausse par rapport à l'année précédente (+2 points), mais une baisse significative depuis 2014 (-14 points).

Orientale

Les Indiens ou les Chinois, en revanche, voient **le bonheur comme un état de paix** et d'harmonie intérieure, ils **privilégient des émotions moins intenses et plus sereines**.

47%

des français considèrent la famille et les enfants comme la principale source de bonheur.

29%

des français se sentent malheureux.

48%

des français considèrent la situation financière comme principale source de malheurs.

Données intéressantes

Âge auquel les gens **se sentent le plus heureux ?**

1 60 - 70 ans

Pays les plus heureux ?

- 1 Inde
- 2 Pays-Bas
- 3 Mexique

Facteurs de bonheur chez la population ?

- 1 Famille et amis
- 2 Se sentir aimé
- 3 Se sentir au contr  l de sa vie

Facteurs de malheur chez la population ?

- 1 Sant   physique & Mentale
- 2 Situation financi  re

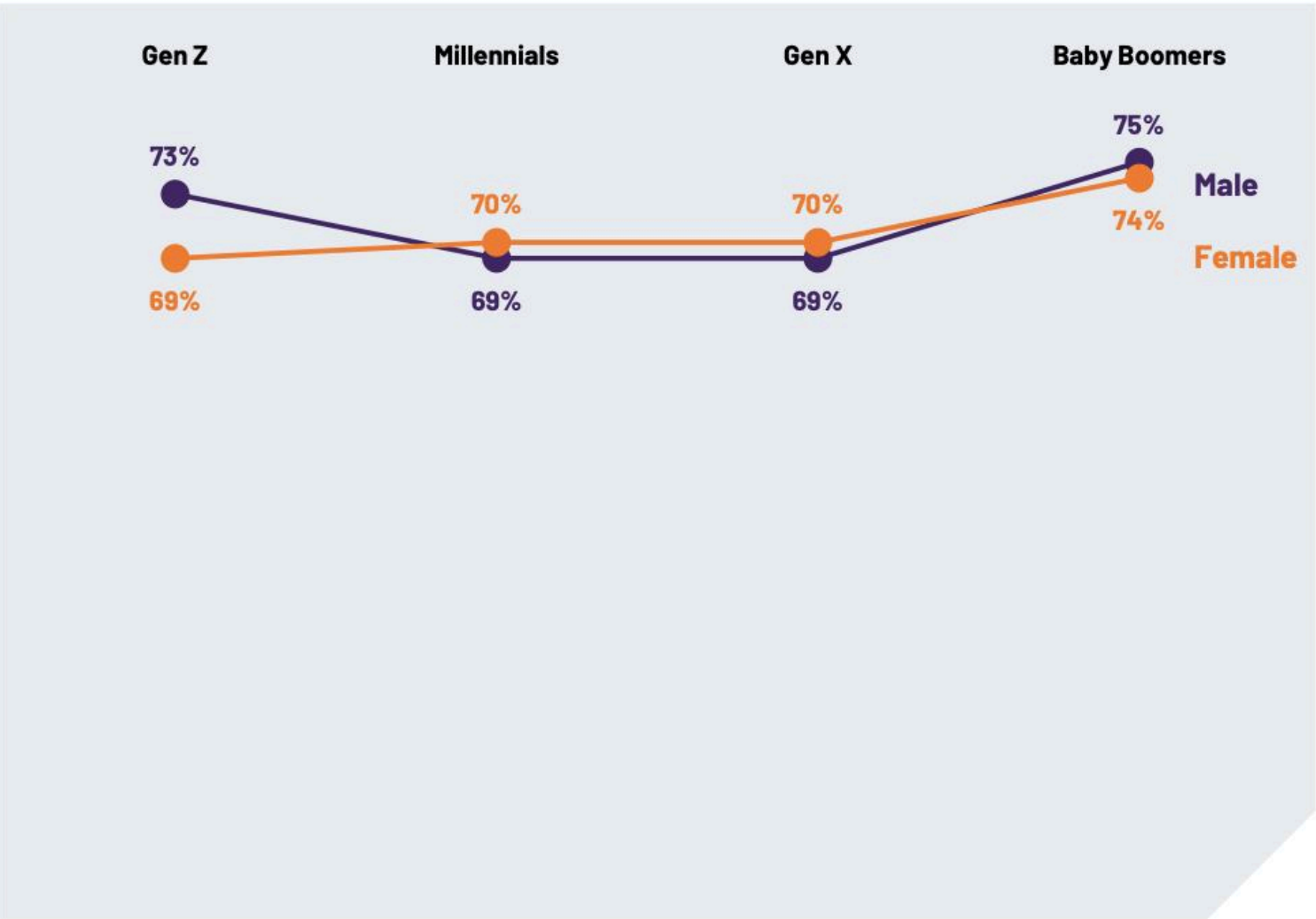
Les femmes de la G  n  ration Z sont globalement **moins heureuses que les autres g  n  rations (69%)**.

Gen Z men happier than Gen Z women

While the other generations included in this survey there is little difference between men and women in terms of happiness, among Gen Z there is a gap. Men in their 20s and late teens are not only happier than their female counterparts they are happier than men in their 30s, 40s, and 50s and almost as baby boomers.

Q1: Taking all things together, would you say you are: very happy, rather happy, not very happy, not happy at all?

% happy, 30-country average



Base: 23,765 adults under the age of 75 across 30 countries between 20 December 2024 and 3 January 2025



Science

Pourquoi ressentons-nous **du bonheur** ?

1 Le système de récompense (dopamine)

Rôle : motivation, plaisir anticipé, enthousiasme.

Zones impliquées :

- Nucleus accumbens
- VTA (aire tegmentale ventrale)
- Cortex préfrontal

Quand tu te sens excité, motivé, inspiré, **“pumped”**,
la dopamine augmente.

Ce qui stimule la dopamine :

- La musique que tu adores
- Apprendre quelque chose / progresser
- Objectifs ou petites victoires
- Nouveauté
- Activité physique
- Interactions sociales positives
- Anticipation de quelque chose de cool

2 Le système du plaisir (endorphines)

Rôle : sensations agréables, détente, euphories douces.

Zones impliquées :

- Cortex orbitofrontal,
- Insula
- Système opioïde endogène

Ce qui stimule les endorphines :

- Rire
- Sport
- Danse
- Musique émotionnelle
- Contact physique
- Nourriture plaisir
- La chaleur

3 Le système du lien (ocytocine + sérotonine)

Rôle : connexion sociale, sécurité émotionnelle, confiance.

Zones impliquées :

- Amygdale
- Hippocampe
- Cortex préfrontal médian

Quand on se sent aimé, compris, soutenu :
le cerveau se calme.

Ce qui stimule la l'ocytocine & sérotonine:

- Contact humain
- Sentiment d'être compris
- Relations sincères
- Animaux de compagnie
- Activités synchronisées
- Lumière du soleil
- Exercice physique
- Estime de soi, statut social perçu
- Progression personnelle
- Alimentation (tryptophane)

3 Le système apaisant (GABA + préfrontaux)

Rôle : calme, sérénité, absence de stress.

Zones impliquées :

- Cortex préfrontal
- Amygdale
- Insula.

Ce qui stimule les endorphines :

- Respiration lente
- Méditation
- Nature
- Sommeil réparateur
- Sécurité psychologique
- Rythme cardiaque régulier

**“Le bonheur ne vient
pas à toi, le bonheur
vient de toi.”**

Dinos

93 mesures - Dinos (3:42)



Couleurs

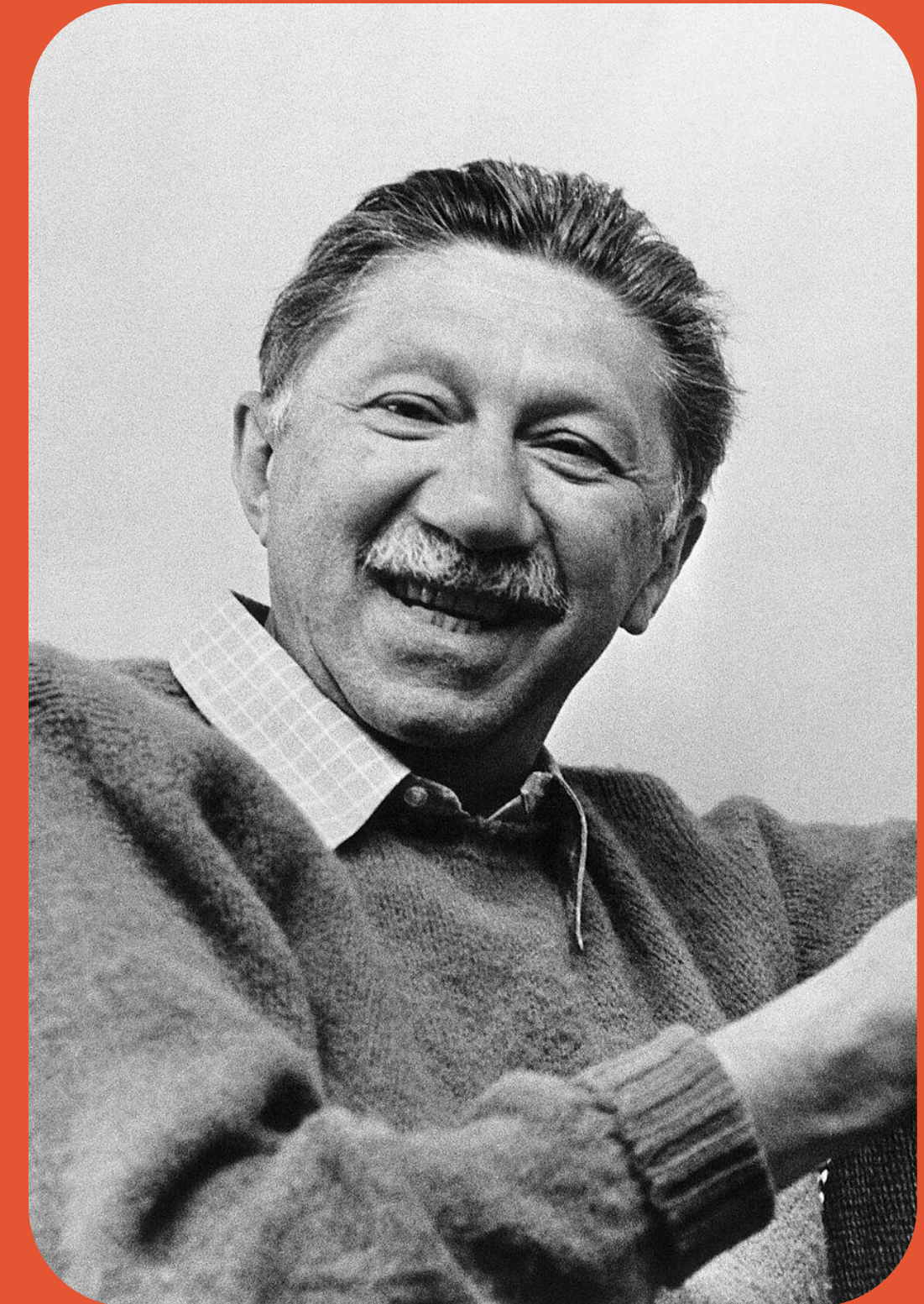
Exposition MAD - Etienne Robial "Théorie des couleurs"

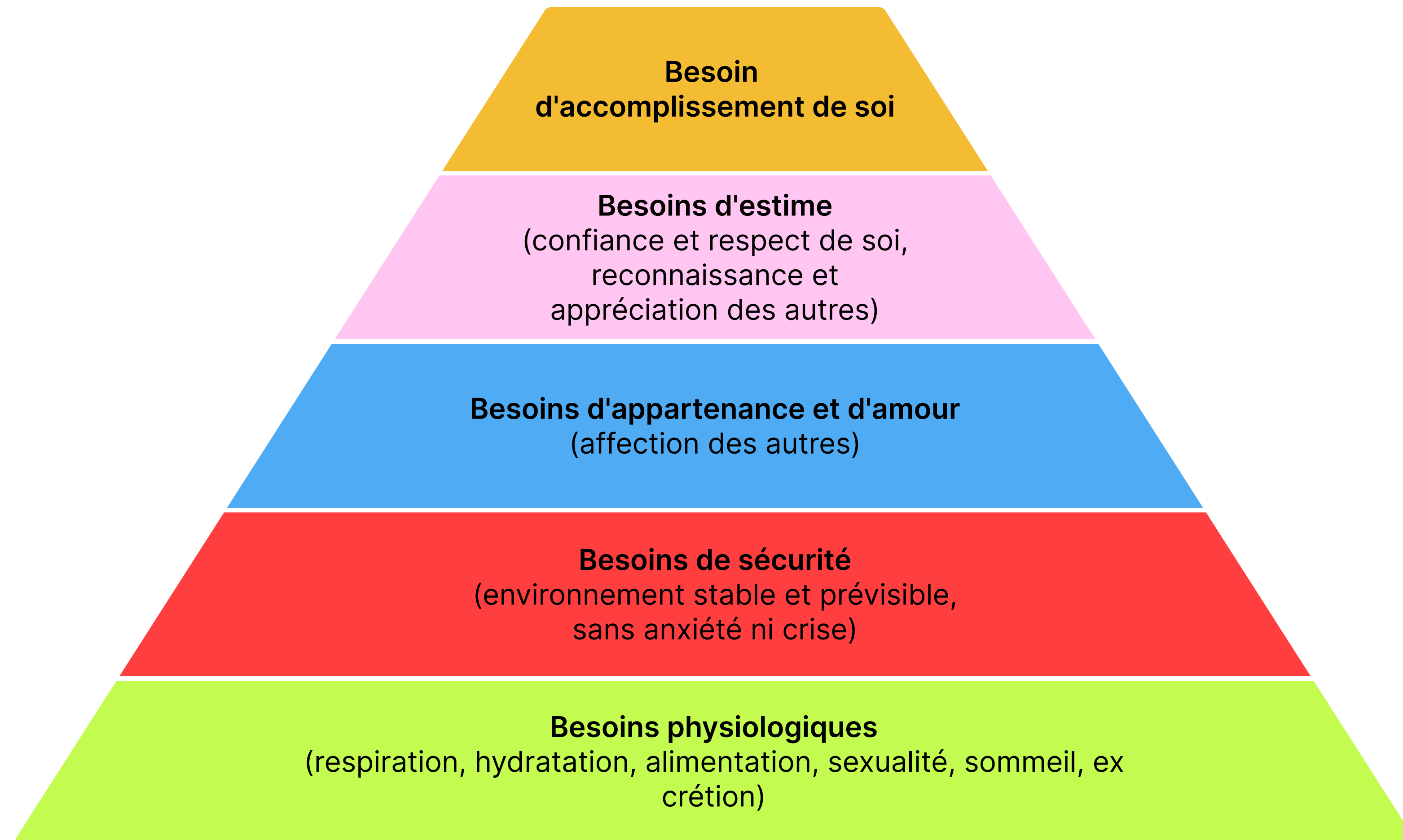


“L’estime de soi est à l’esprit,
ce que la nourriture
est au corps.”

Abraham Maslow - Psychologue Américain

La théorie de la motivation de Maslow visait à examiner ce
qui **rend les gens heureux** et ce qui **les motive**.





La Pyramide de Maslow

Recherche projet

Personas, user journey, problématique,
fonctionnalités, concept , manifeste...

Contexte

Le bonheur varie selon l'origine, l'éducation ou les croyances de chacun. En France, où la religion joue un rôle limité, beaucoup cherchent des **repères rationnels** pour le comprendre.

Face aux sollicitations numériques, revenir à ses **besoins fondamentaux** et prendre conscience des petites **choses simples** de la vie devient essentiel pour un **bonheur durable**.

Trois moyens de générer du bonheur

Couleurs

influencent nos émotions

Prendre soin de soi

apaise le stress et crée une sensation de bien-être.

Rire

libère des hormones du plaisir qui nous rendent heureux.

Dans une société occidentale et capitaliste où tout s'accélère, **comment inviter les jeunes actifs à prendre conscience du bonheur présent dans leur quotidien ?**

Le Manifeste

Chez **Maslow**, nous pensons que **le bonheur ne se mesure pas à la performance ou à ce que les autres voient de nous.**

Il se cache dans les petites choses du quotidien, dans les gestes simples qui nous font du bien. Prendre le temps de regarder sa vie plutôt que courir après le temps ou se comparer aux autres.

Comprendre ce qui nous anime, aide à choisir sa direction avec confiance.

Même les moments ordinaires sont importants :
boire un verre d'eau, envoyer un message à un proche, noter une petite gratitude, apprendre quelque chose de nouveau.

Nous sommes persuader que **la technologie peut aider à ralentir, se recentrer et observer son quotidien.** Chaque jour est une chance de nourrir son équilibre et d'avancer vers ce qui nous fait vraiment du bien.

Maslow est là pour vous accompagner simplement avec clarté, pour retrouver un équilibre durable.

Concept

« Maslow »

propose une approche douce et **minimaliste du bien-être** en revisitant la pyramide de Maslow pour remettre **au centre** les **besoins humains** fondamentaux et valoriser les gestes simples qui **nourrissent notre bonheur quotidien**.



Les Personas

Persona #04
cible secondaire

Emma Pons



âge : 29 ans
genre : femme
adresse : Paris

expérience : consultante en stratégie
revenus : classe moyenne +

attentes

objectifs personnels

- x Rééquilibrer vie pro/vie perso
- x Comprendre ce qui l'épuise malgré son succès
- x Poser des limites sans se sentir "inefficace"

points forts
motivation

- x Forte analyse logique
- x Grande discipline et rigueur
- x Gestion de projets

points faibles
douleurs

- x Toujours sous pression
- x Sentiment d'être "en pilote automatique"
- x Saturation des contenus bien-être

Persona #05
cible secondaire

Myriam Iris



âge : 32 ans
genre : femme
adresse : Amiens

expérience : enseignante en école primaire
revenus : classe précaire

attentes

objectifs personnels

- x Comprendre rationnellement les mécanismes de son bien-être
- x Suivre ses progrès et ses besoins avec des indicateurs clairs
- x Mieux gérer le stress de l'hypercontrôle

points forts
motivation

- x Forte résilience, gère des situations difficiles
- x Intelligence émotionnelle
- x Engagement, loyauté, sens

points faibles
douleurs

- x Impression de "s'oublier" en aidant
- x Difficulté à mettre des limites
- x Manque de repères internes dans un quotidien instable

Persona #06
cible secondaire

Inès Sahoui



âge : 26 ans
genre : femme
adresse : Toulouse

expérience : chef de projet en marketing
revenus : classe moyenne +

attentes

objectifs personnels

- x Construire des habitudes positives
- x Mieux suivre ses habitudes
- x Pouvoir se rendre compte de ses évolutions quotidiennes

points forts
motivation

- x Forte résilience, gère des situations difficiles
- x Intelligence émotionnelle
- x Engagement, loyauté, sens

points faibles
douleurs

- x Sauts d'humeurs
- x Aimerais être mieux organisé
- x S'accorder du temps pour soi

Persona #01

cible principale

Amélie Duport



âge : 28 ans
genre : femme
adresse : Paris

expérience : jeune active en CDI/freelance, début de
carrière bien installé
revenus : classe moyenne +

attentes

objectifs personnels

- x Mieux comprendre ce qui l'éloigne ou la rapproche de son bien-être.
- x Trouver des outils concrets pour équilibrer sa vie.
- x Recentrer son énergie sur ce qui compte vraiment.
- x Installer des habitudes saines et durables.
- x Chercher un sens ou une direction sans passer par la spiritualité traditionnelle.

Points faibles

frustrations / douleurs

- x Sensation de courir après le temps.
- x Difficulté à identifier ses besoins réels (fatigue, stress, manque de sens...).
- x Impression d'être "toujours dans l'action" sans moment pour soi.
- x Saturation des contenus bien-être trop superficiels (quotes, conseils trop généraux...).
- x Manque de repères internes dans une société très stimulante.

Points forts

motivation



- x Avoir un guide structuré, concret, rationnel pour mieux se comprendre.
- x S'inscrire dans une progression personnelle (comme gravir des étapes).
- x Se sentir accompagnée sans pression, sans comparaison.
- x Adopter une démarche de bien-être plus profonde, moins superficielle que ce qu'elle voit sur les réseaux.

forces et faiblesses

lien à l'application

attentes

Rapport à la technologie

- x Utilise son téléphone pour s'organiser (Google Calendar, Notion).
- x Suit quelques comptes bien-être mais reste sceptique face aux tendances "self-care" trop clichés.
- x Aime les outils simples, intuitifs, élégants.
- x Accorde de la valeur aux expériences personnalisées.

Besoins

lié à l'application


- x Qu'on lui propose un chemin clair, inspiré de Maslow, pour progresser.
- x Une application qui prend soin d'elle, pas qui la juge ou la pousse à la performance.
- x Un espace qui l'aide à se recentrer, à ralentir, à comprendre ce qui construit son bonheur.

Userflow




Amélie Duport

Inscription1ère fois



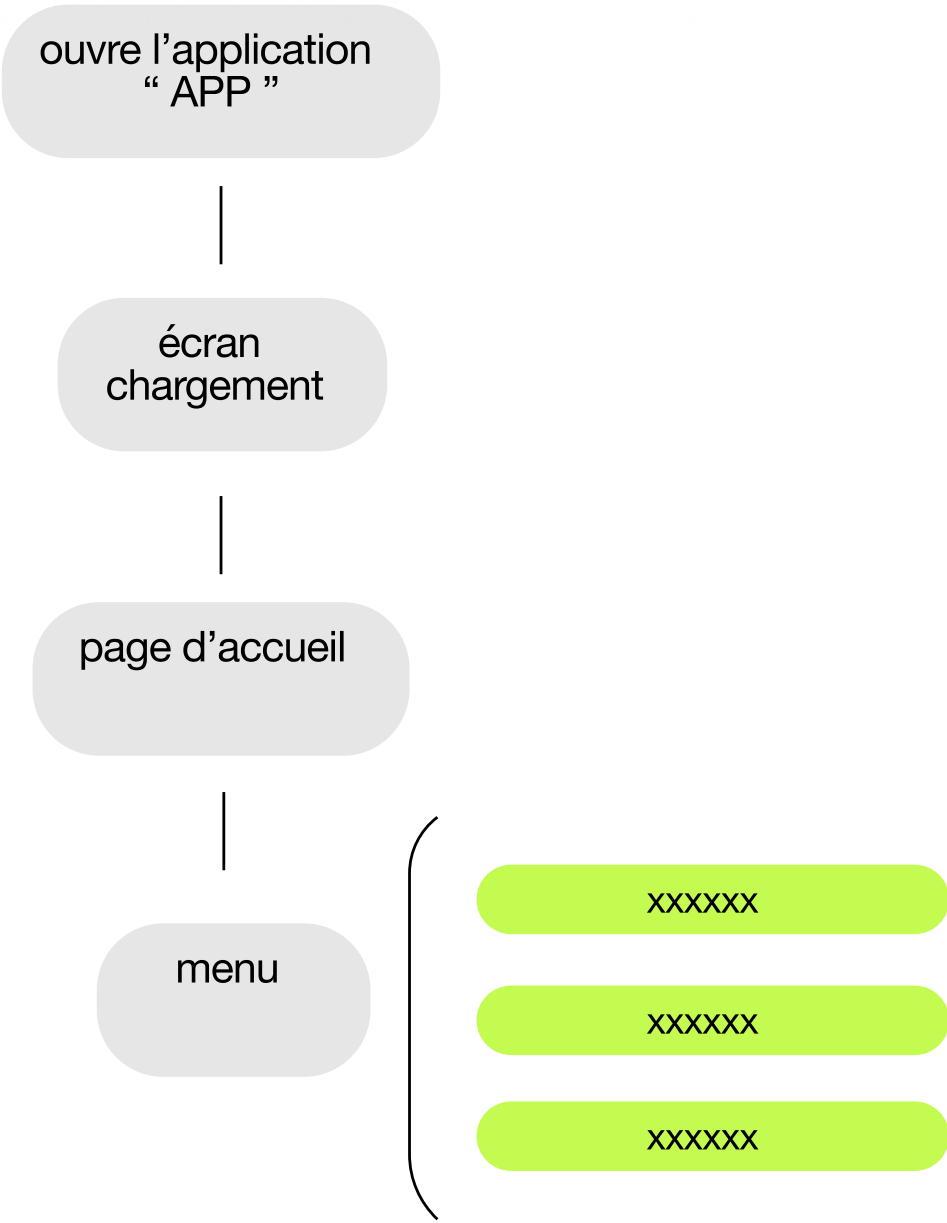
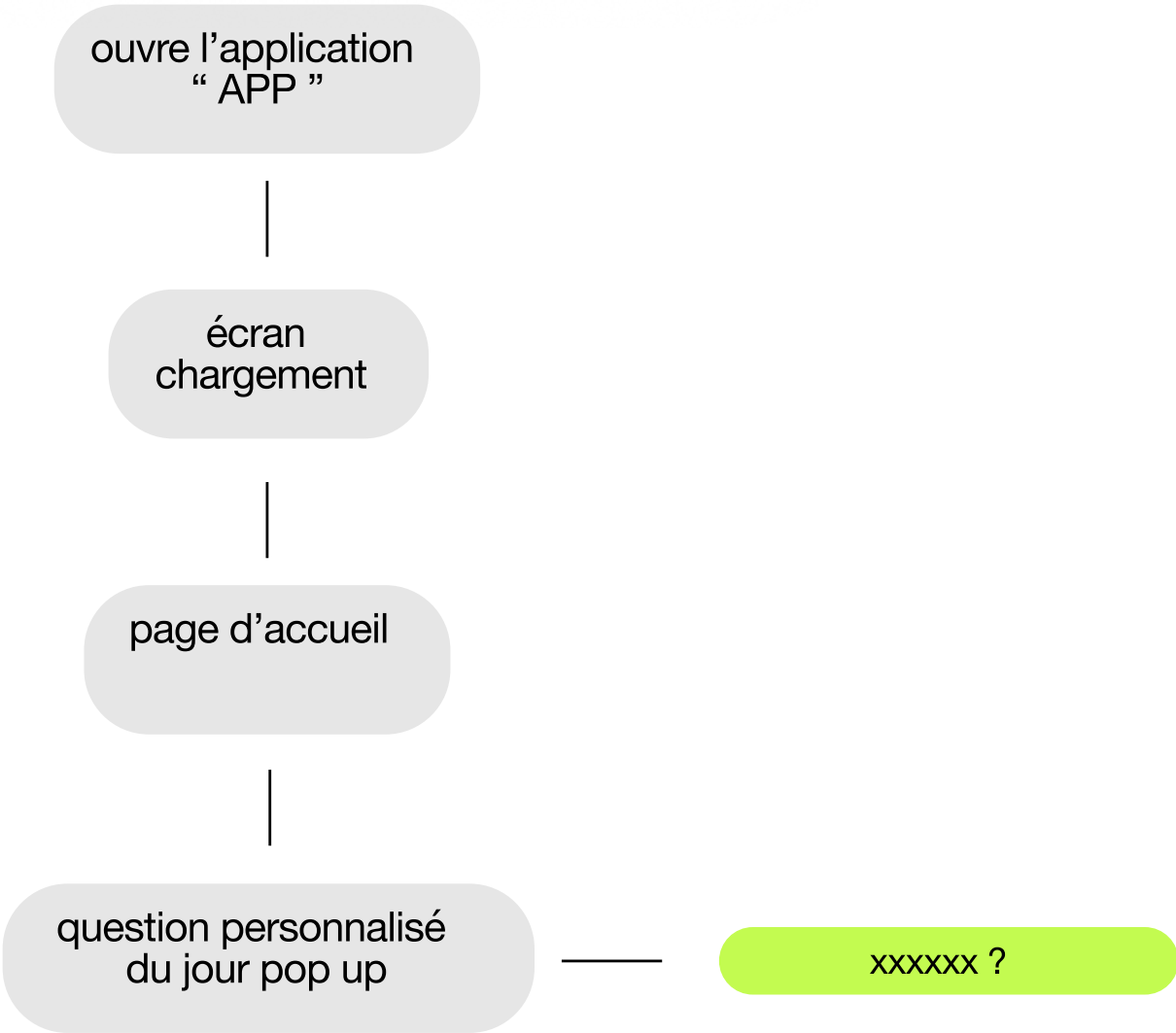
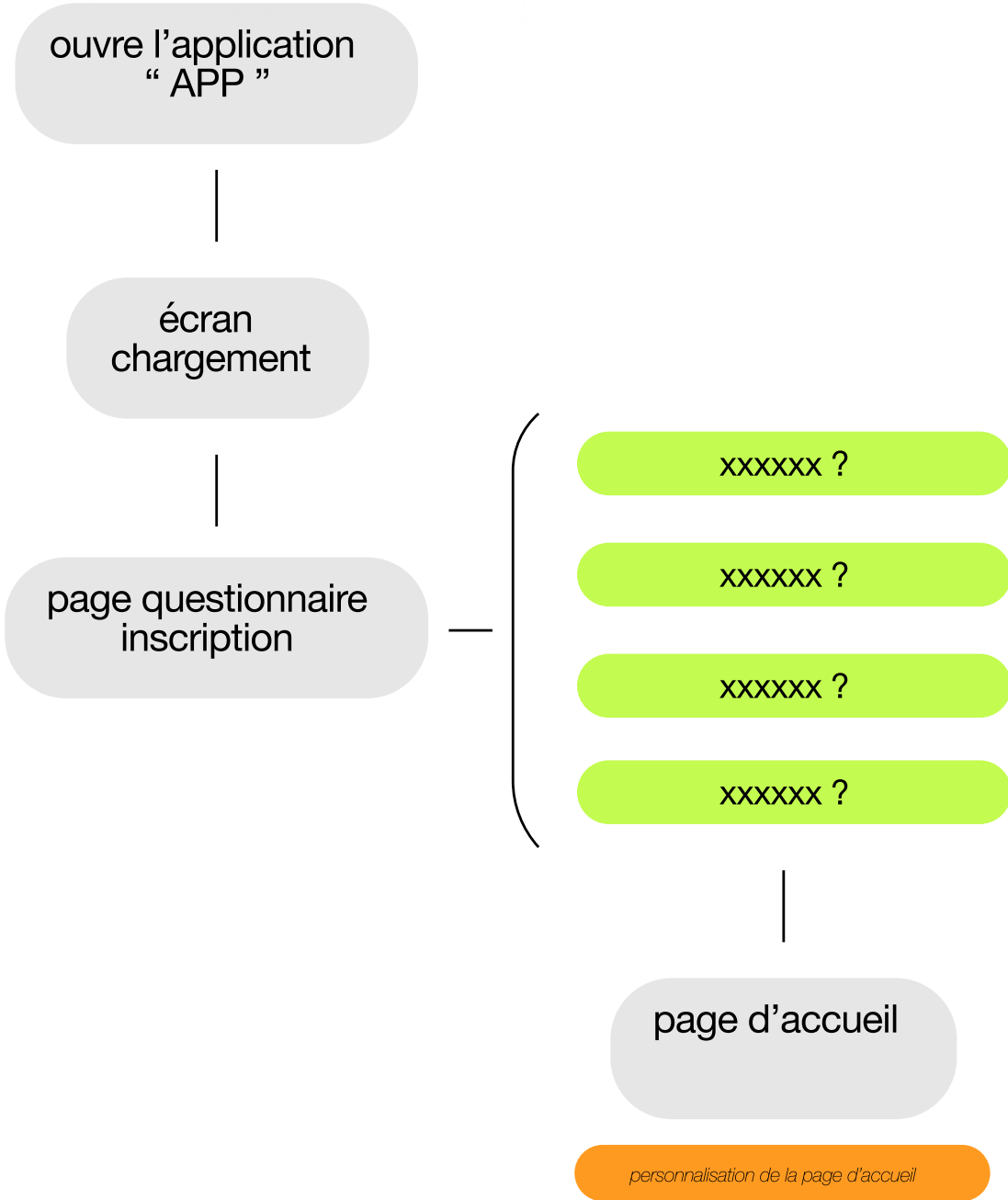
Rio Peullet

Check-inrapide



Emma Pons

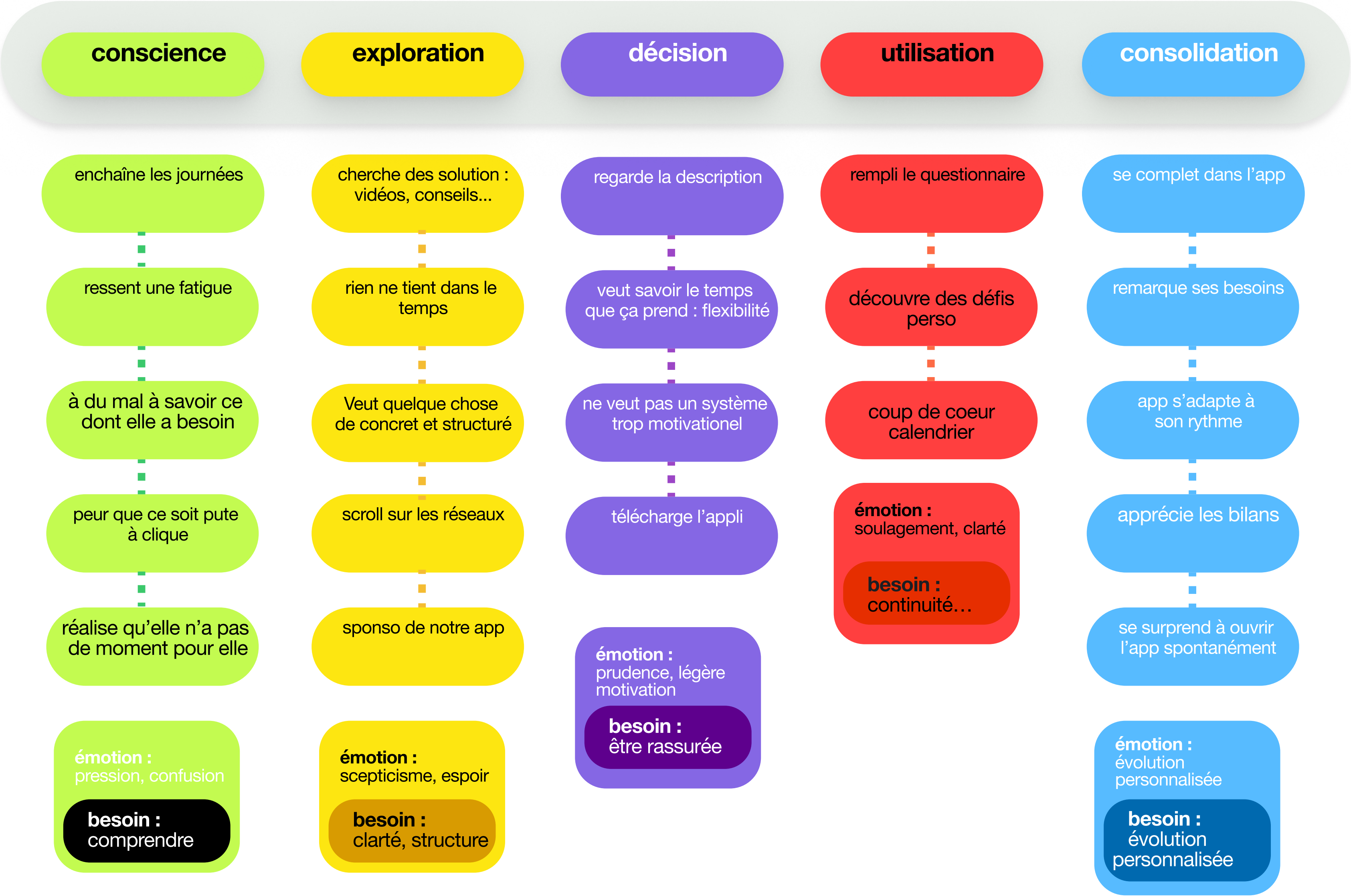
Menuaccès au menu



User Journey



Amélie Duport



Fonctionnalités

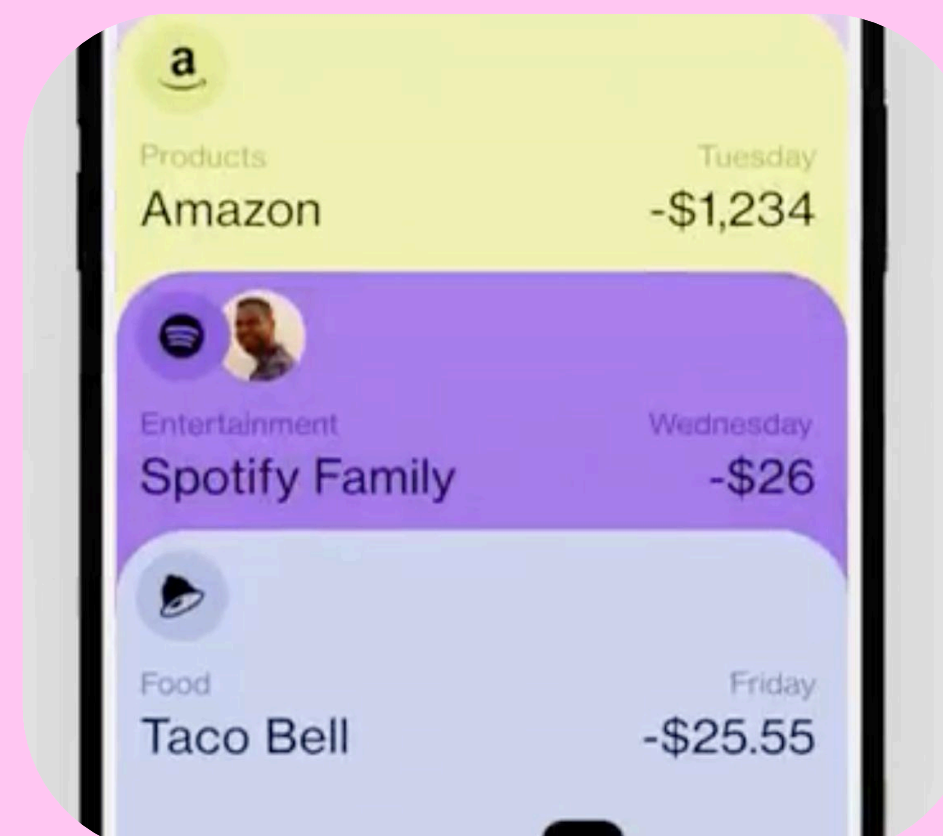
Personas, user journey, problématique,
fonctionnalités, concept , manifeste...

Home Page



Calendrier

Permettre aux utilisateurs de faire une retrospective de leurs actions.



Cartes catégories

Pour trier les différentes phases de la pyramide de Maslow.



Bouton de comptage

Système de bouton cliquable à l'infini pour accumuler des points.

Page Bilan



Bilan suivi data

Qui permette d'illustrer les données globales ou journalière de l'utilisateur.

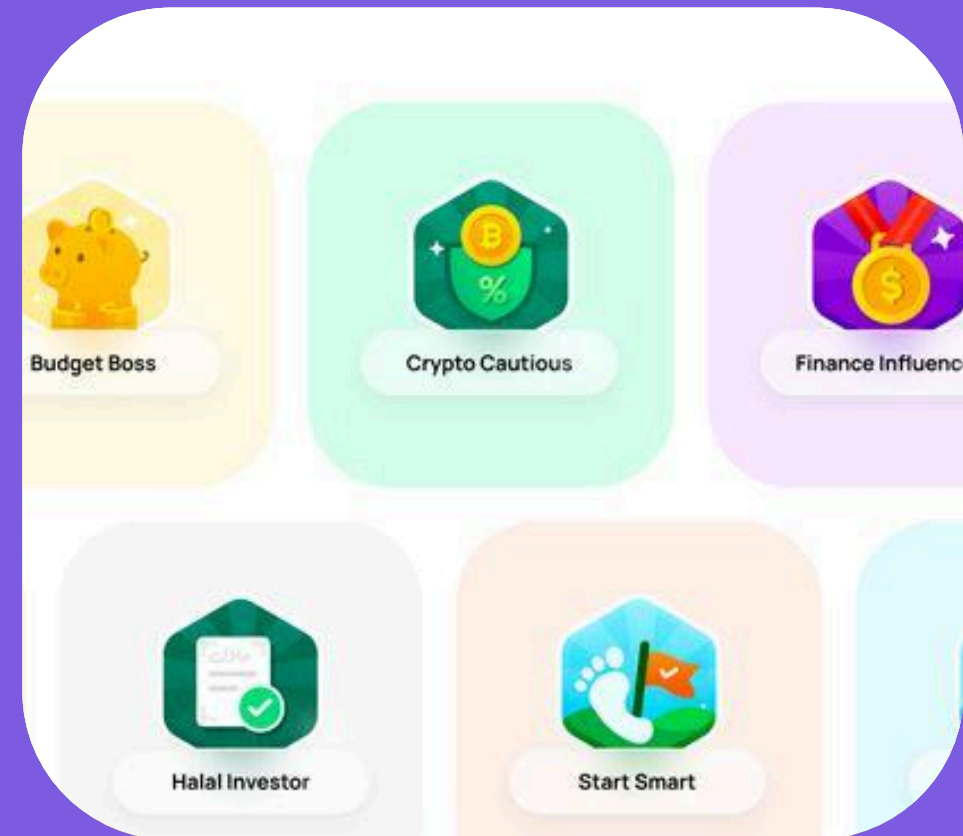
Page Conseil



Carte conseil

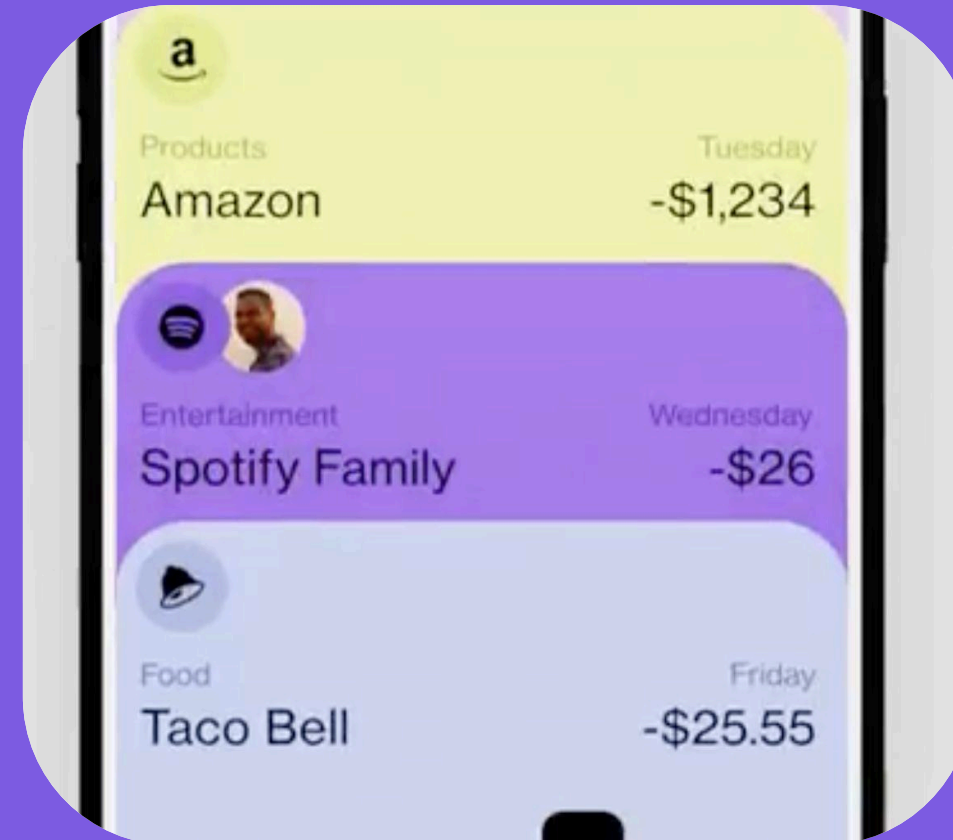
Pour chaque catégorie, des conseillés aideront à la création d'un parcours personnalisé.

Page Profil



Création de badge

Système de récompense quotidienne en fonction de ce qui a été accompli dans la journée.



Cartes catégories

Pour trier les différentes phases de la pyramide de Maslow.



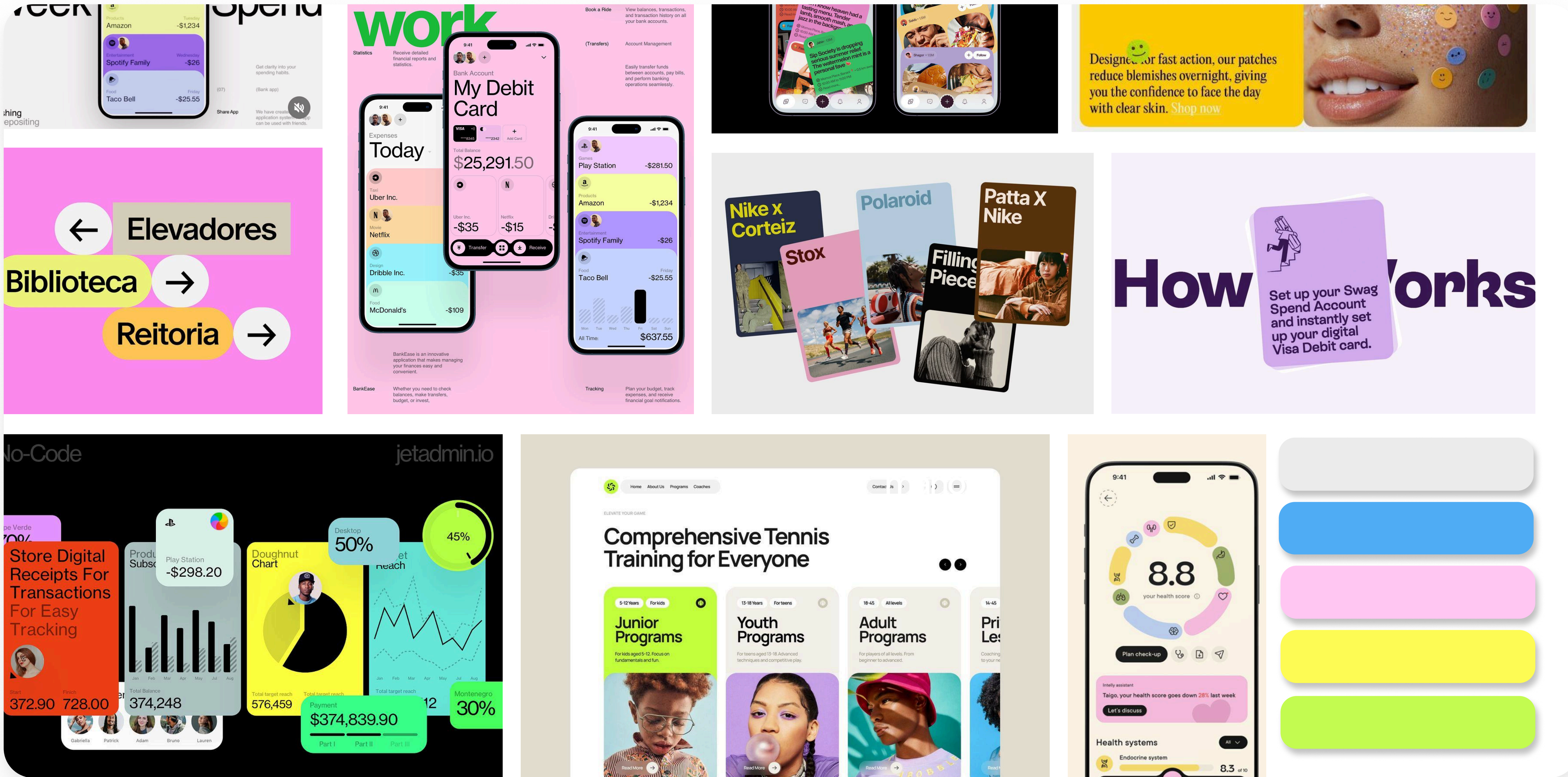
Widget

Création de widget pour l'accueil du téléphone.

Recherche visuelle

Mood board, Test, DA,

Moodboard



Expérimentations



Masl★w
✱Maslow
✱maslow
✱Maslow

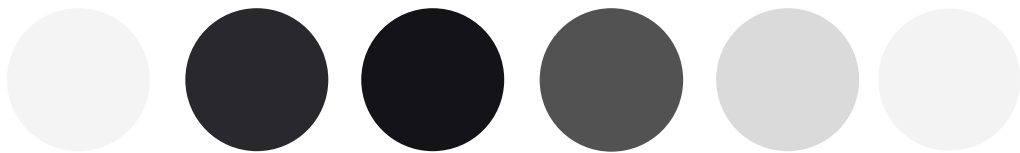
Direction Artistique

Logo



Couleurs

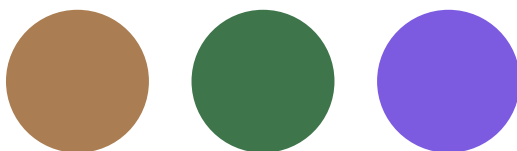
Négatif



Principales



Secondaires



Tertiaire (contraste)



Typo

Corps
PP Neue Montreal

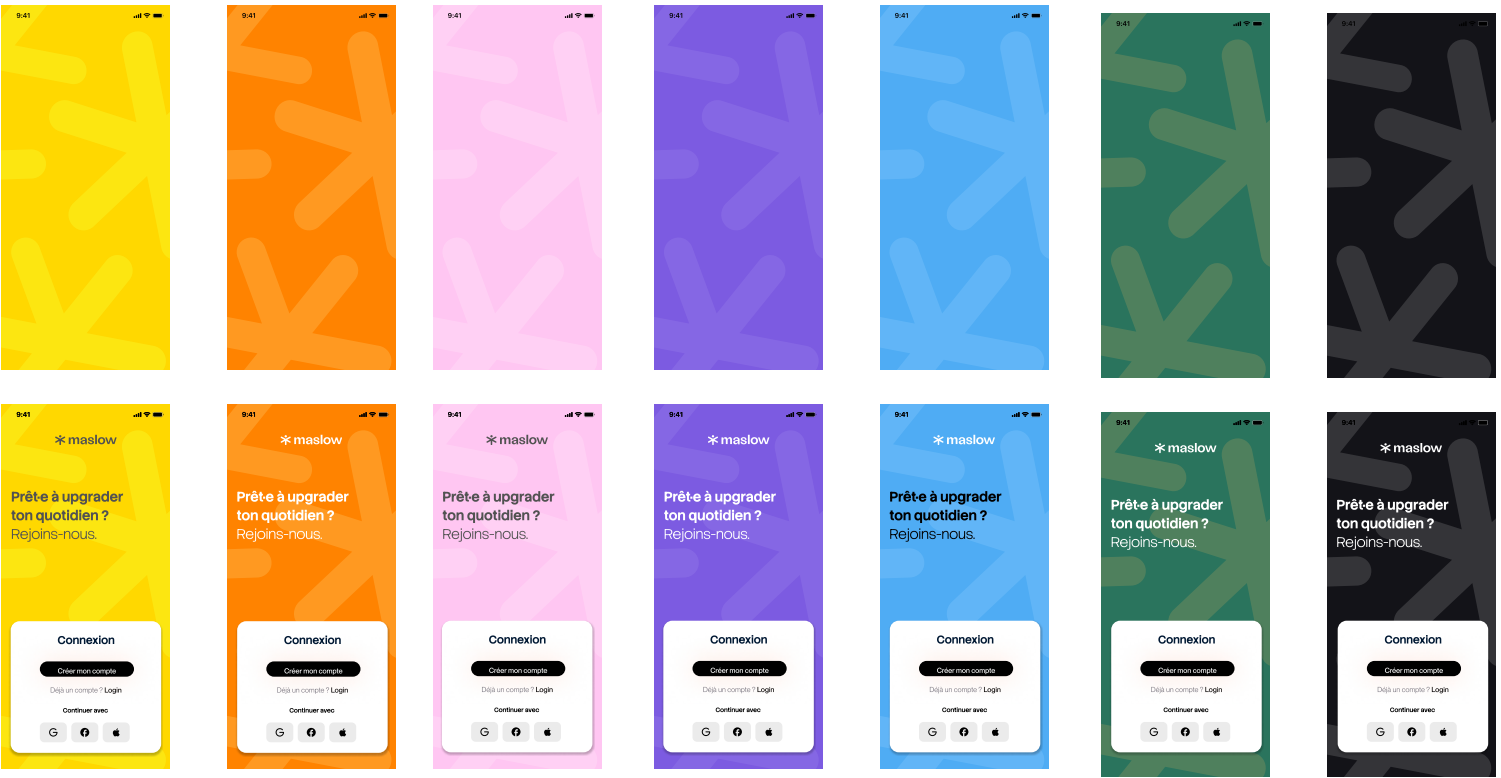
Titre
DX Ruigá

Titre / Sous-titre
Stack Sans Headline

Éléments graphiques



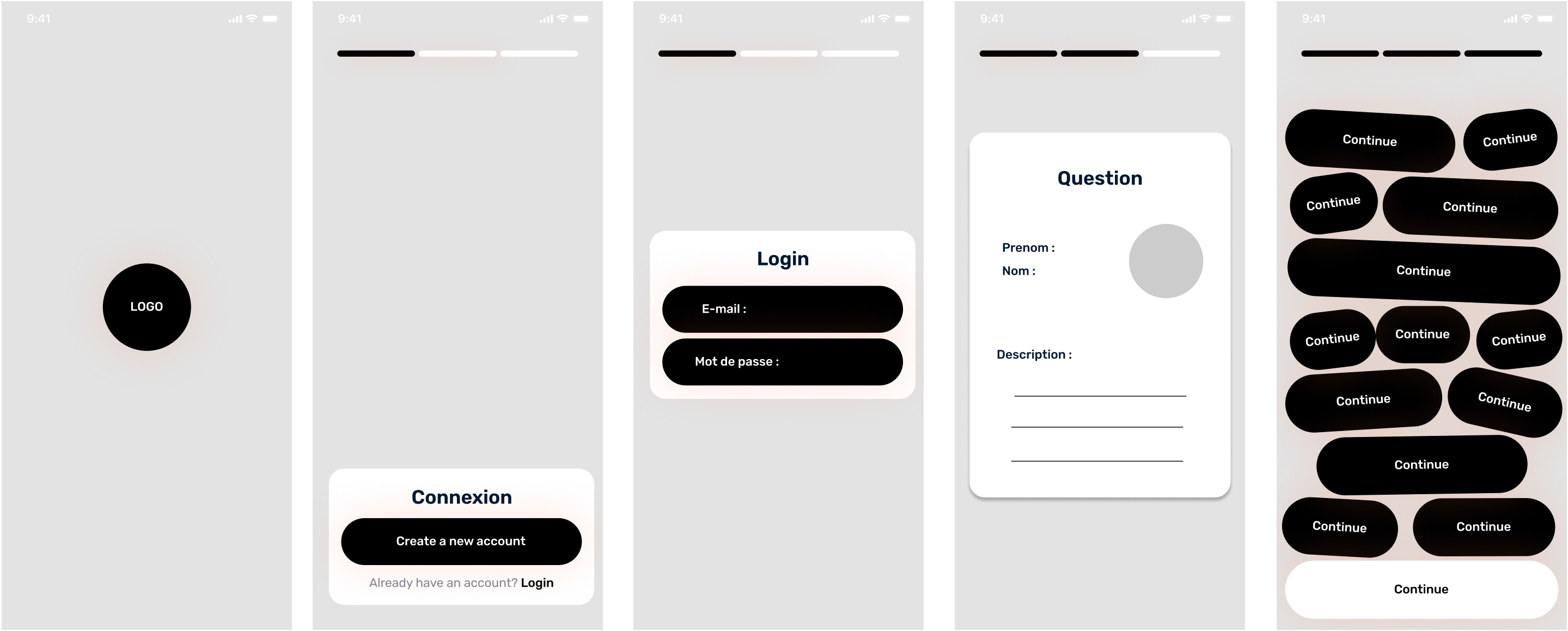
Patterns & Application



Projet final

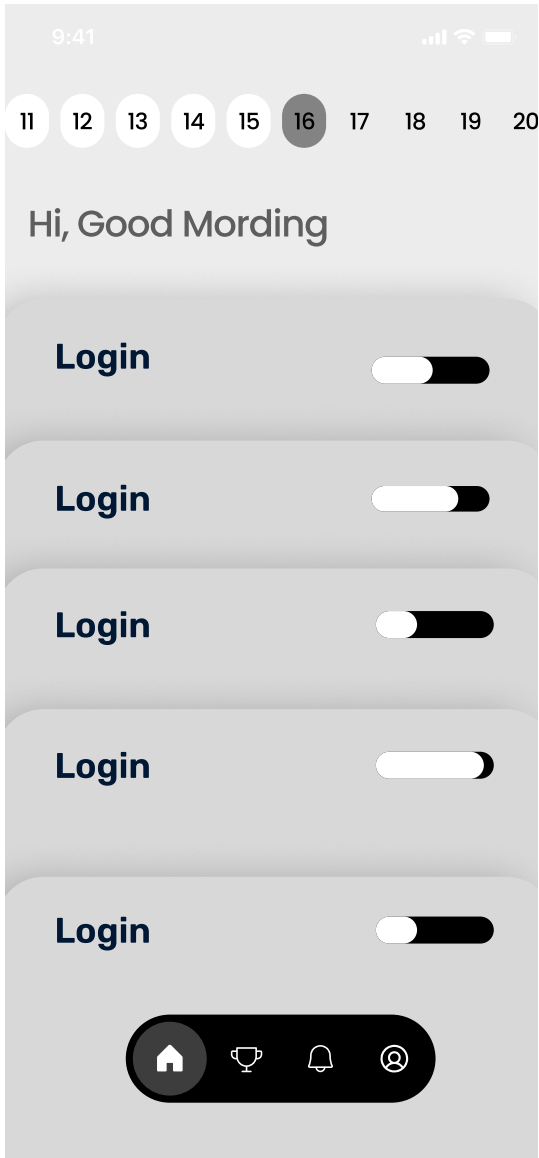
Wireframe, Design System et Maquette

Wireframe

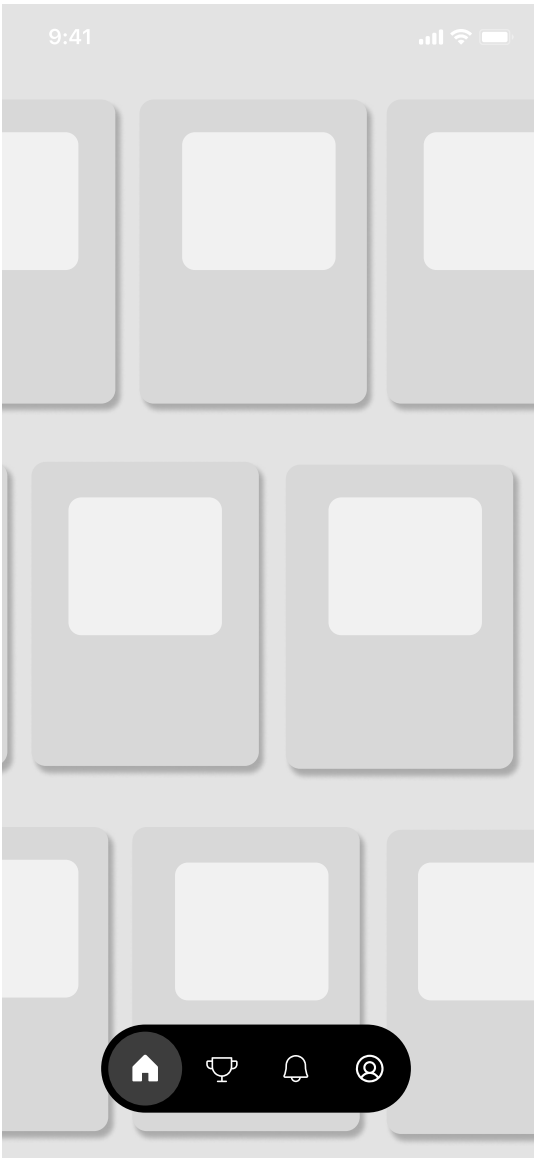


Onboarding

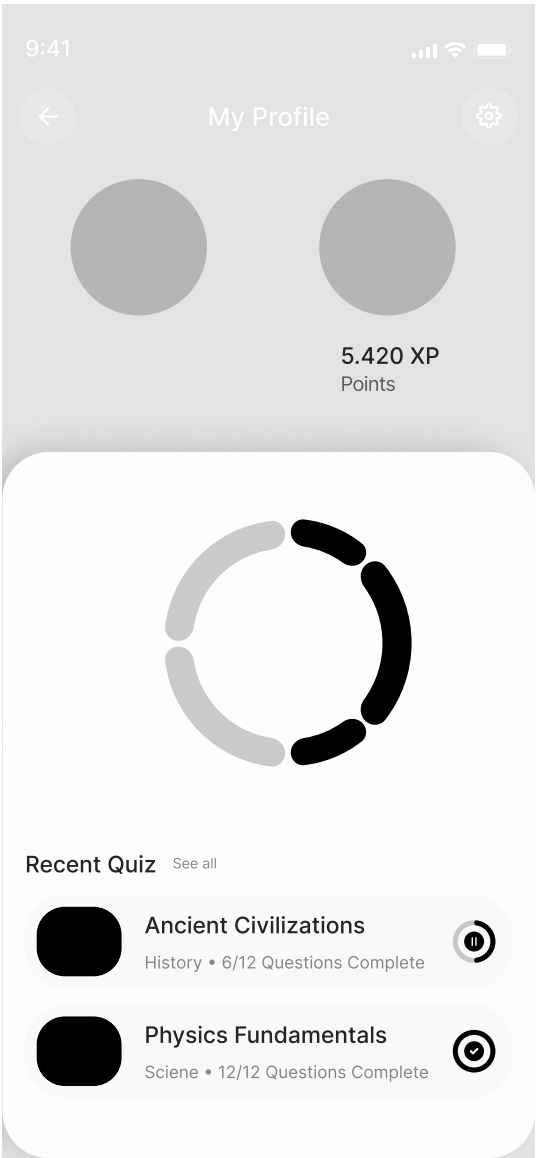
Wireframe



Accueil

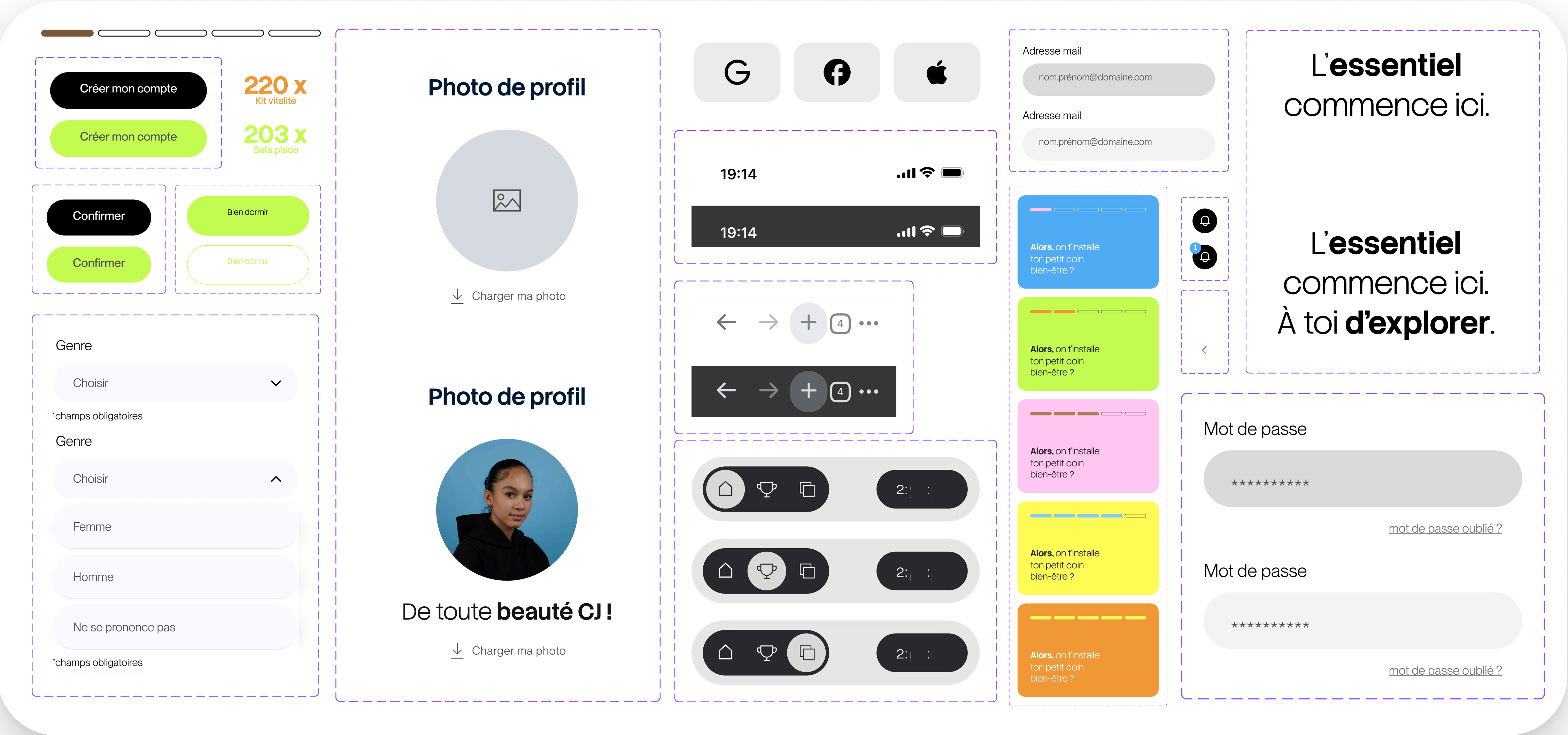


Bilan/Conseil

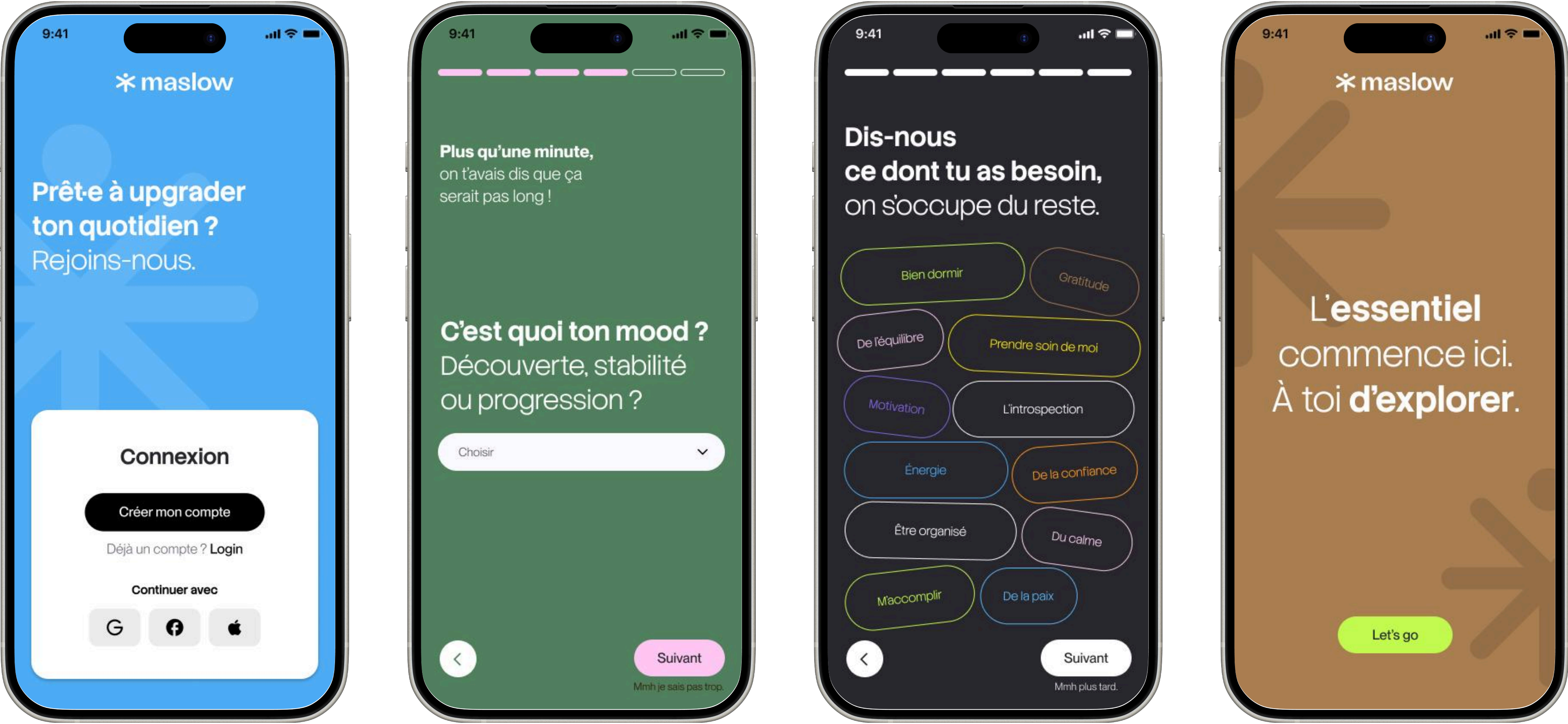


Profil

Design System



Maquette

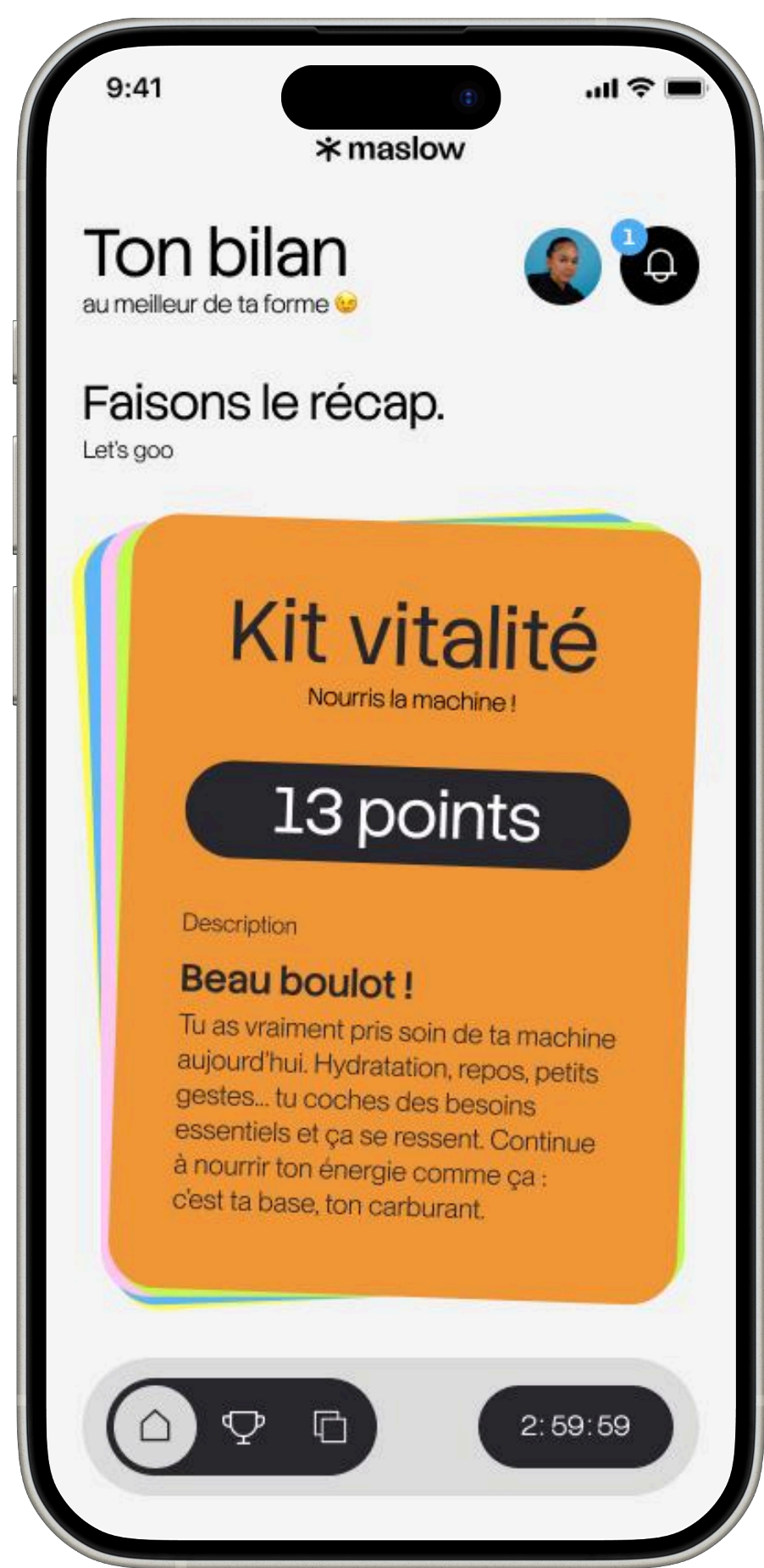


Onboarding

Maquette



Home Page



Bilan



Conseils



Profil

Prototype

Lien du prototype

[https://www.figma.com/
design/6DC9JO5Zyl8yRI6JSuCqFZ/DESIGN-SYSTEM?
node-id=444-11050&t=YXghfLQxCgjFtvRf-1](https://www.figma.com/design/6DC9JO5Zyl8yRI6JSuCqFZ/DESIGN-SYSTEM?node-id=444-11050&t=YXghfLQxCgjFtvRf-1)

Merci !

