

# FICHES METHODES

Méthodes mobilisées pendant les cas pratiques et contexte d'usages  
dans les transfo Paris, Mulhouse, Dunkerque

# LE THÉÂTRE CITOYEN

## LE THÉÂTRE CITOYEN EST UNE MÉTHODE INSPIRÉE DU THÉÂTRE FORUM, QUI PERMET DE TRAVAILLER PAR LA FICTION ET LA MISE EN SCÈNE SUR L'USAGE D'UNE POLITIQUE PUBLIQUE.

Ce qui est évident pour soi ne l'est pas forcément pour les autres. Le **théâtre citoyen** vise à mettre en scène des situations sociales (par exemple l'utilisation d'un service public) et d'identifier, à travers un **scénario fictionnel**, des problématiques : manques, dysfonctionnements, ...et d'y apporter des solutions. Cette approche permet de tester des situations d'usage sans aller directement sur le terrain (ce qui demande une logistique spécifique). Les participants jouent eux-mêmes les différents acteurs (citoyens, agents, professionnels) de la situation travaillée. Cette méthode est inspirée du **théâtre forum** et du **théâtre de l'opprimé**, approches notamment développées par Augusto Boal au Brésil dans les années 70.

### MISE EN OEUVRE

#### Étape 1 /Partage et imprégnation.

Partager des informations de base concernant la situation que l'on veut aborder. Par exemple : les résultats d'une enquête réalisée au préalable sur le terrain. En croisant ces informations, on peut identifier les problématiques à traiter et ainsi créer des contextes à jouer.

#### Étape 2 / La préparation

Imaginer la situation sociale à mettre en scène : ses personnages, ses moments forts, sa trame narrative, les objets, lieux et accessoires sur lesquels elle repose. Ecrire cette histoire sous la forme d'une saynète de 10 à 15 minutes à partir de ces éléments.

#### Étape 2 / Le jeu devant les témoins.

Interpréter la saynète à un groupe de témoins. Le groupe de témoins notent en silence leurs réactions selon trois critères, matérialisés par trois cartons : ce qu'il faudrait valoriser dans la situation (carton vert), ce qu'il faudrait modifier (carton rouge), ce qu'il faudrait développer ou détailler (carton jaune).

#### Étape 3 / Le jeu devant le public.

On rejoue exactement la même scène. Cette fois-ci les témoins doivent intervenir et formuler leurs interventions en direct. Au fil de ces interventions, les acteurs rejouent la séquence, modifient des passages, improvisent. À la fin, le public réagit à l'ensemble de la scène.

### FORMAT ET MODE OPÉRATEUR

- 3 à 4 acteurs + 3 à 4 témoins + le public
- un espace ouvert et silencieux, qui se prête au jeu théâtral
- des accessoires pour incarner au mieux la situation : éléments réels ou fictionnels
- durée : 2h min pour préparer la saynète, 1h pour le jeu en deux étapes.



LES PROTOTYPES REFLEX'ENERGIE comme accessoires dans les saynètes

### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Réaliser une session de **Théâtre Citoyen** permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

1. Cette approche permet de ne pas avoir un oeil uniquement technique ou administratif sur une situation sociale, mais aussi humain. En incarnant les rôles de chacun, on prend en considération la situation de l'individu, son contexte personnel et socio-professionnel, et son degré de compréhension de la situation dans laquelle il est impliqué.
2. Le jeu théâtral est aussi une forme simple (facile à mettre en œuvre) pour aborder une situation complexe, et qui laisse la part belle à l'imagination, à la spontanéité, et à l'improvisation. Le théâtre citoyen permet de travailler collectivement une situation, entre les acteurs et le public, qui réagit à la scène jouée.



LES INTERVENTIONS des témoins signalées par des cartons

### POINTS DE VIGILANCE

Contrairement au **théâtre de l'opprimé**, l'acteur du théâtre citoyen n'est pas toujours directement concerné personnellement par la situation mise en scène. Cette méthode n'est pas utilisable pour toutes les situations, cela dépend des finalités. Cette méthode peut être efficace si au préalable il y a eu une **enquête de terrain sur la problématique**, afin que les acteurs puissent s'imprégner du quotidien "réel" vécu par les usagers.



### CE QUE VOUS AVEZ AIMÉ ?

**Être dans la peau d'un acteur** : se mettre à la place des personnes, et sortir des considérations techniques / abstraites pour imaginer la réaction naturelle des personnages.

**Considérer une situation problématique sous un autre angle** : dans un temps court et réactif, stimulant l'imaginaire, la curiosité et l'improvisation.

**La convivialité** générée par le jeu théâtral permet également de faire fonctionner différemment un groupe de travail. Ce type d'approche permet donc également de désamorcer des problèmes de représentation d'une situation partagée.



### TRUCS ET ASTUCES

**Pour se lancer...** Procéder par étapes, ça aide. Il sera difficile de commencer à jouer si vous n'avez pas bien défini la dramaturgie de votre saynète (Cf "Premier temps", point 2).

**Jouer...** Pour se mettre dans la peau d'un personnage, cela aide de lui donner un nom, un âge, une situation sociale... De lui esquisser une vie, même si cela ne sert pas directement l'histoire.

**Sur scène...** ne pas se couper la parole, ne pas tourner le dos au public, parler distinctement, et quand ça patauge : improvisez !

### POUR ALLER PLUS LOIN

- La compagnie NAJE réalise chaque année un spectacle citoyen basé sur le principe du théâtre forum : <http://www.compagnie-naje.fr/>
- L'association L'ébullition à Romans sur Isère anime des ateliers de théâtre forum pour lutter contre les discriminations : <http://www.asso-ebullition.fr/>

# LE PORTEUR DE PAROLES

**LE PORTEUR DE PAROLES EST UNE MÉTHODE D'ENQUÊTE DANS L'ESPACE PUBLIC QUI PRIVILÉGIE L'EXPRESSION LIBRE ET LA SPONTANÉITÉ.**

Le **Porteur de Paroles** est une modalité d'enquête sur le terrain. Son fonctionnement : interpellé les habitants directement dans l'espace public, à travers l'affichage d'une question plus ou moins polémique, politique, ou critique. Pratiquée et approfondie par de nombreux acteurs de l'éducation populaire (notamment l'association **Matière Prise** et la **Scop Le Pavé**), cette approche permet de (re)créer le débat dans l'espace public, et de matérialiser la prise de parole de chacun par un affichage éphémère. **Dans le cadre de La Transfo, cette méthode est testée comme une modalité de dialogue entre l'acteur public et les citoyens.** Elle privilégie un contact direct et spontané avec les habitants, et permet d'interroger le ressenti, la formulation d'une opinion, l'expression d'un positionnement - plutôt que la réponse à une question technique, comme c'est le cas dans les sondages.

## OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Réaliser un **Porteur de Paroles** permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Aborder l'enquête sous une forme plus **conviviale, libre et spontanée** qu'un traditionnel sondage. Le Porteur de Parole ne permet ni neutralité, ni représentativité, ni exhaustivité. En revanche il nous fait rencontrer des personnes que l'on ne trouve pas dans les enquêtes classiques : mamans pressées au retour de l'école, lycéens, passants.
- 2 - Recréer le débat et de la discussion autour de **questions polémiques ou sensibles**. L'affichage en temps réel encourage la prise de parole et permet de faire émerger des points de vue contrastés. Les passants peuvent ainsi réagir aux propositions des autres, et sortir du consensus mou pour émettre une opinion personnelle et fondée.
- 3 - Envisager autrement la **posture de l'enquêteur**. Les animateurs du Porteur de Paroles sont impliqués au même titre que les participants. Une analyse de leur ressenti pendant l'exercice peut aussi leur permettre de prendre recul et distance critique par rapport à la problématique abordée. Le fait d'être dans l'espace public génère aussi des signaux intéressants à capter (enthousiasme, méfiance, scepticisme, curiosité ...).
- 4 - Pour finir le Porteur de Parole est un exercice intéressant pour envisager autrement le rôle des agents publics auprès des citoyens. Le dispositif requiert en effet des compétences transversales (écoute, bienveillance, reformulation) et non un point de vue d'expert sur une question publique donnée.



## POINTS DE VIGILANCE

Le Porteur de Paroles est un dispositif qui sollicite la réaction « à chaud » des habitants. De ce fait, **il faut s'attendre à tout** : agressivité et scepticisme font partie du jeu, au même titre qu'un enthousiasme trop fort - à l'exemple d'un participant trop bavard qui monopolisera votre attention pendant plusieurs minutes. Il faut donc savoir improviser, conserver une **attitude bienveillante**, et désamorcer les situations délicates quand elles se présentent.

## MISE EN OEUVRE

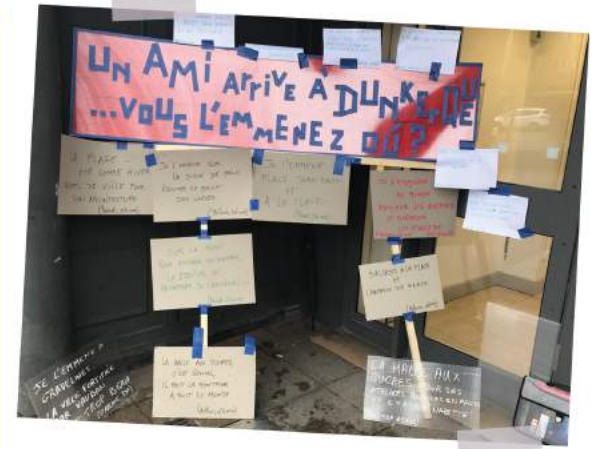
**Étape 1** / Poser la bonne question : ouverte, non binaire, et qui peut générer des réactions diverses. Il faut qu'on soit soi-même à l'aise et inspiré par la formulation

**Étape 2** / Identifier un lieu propice au dispositif : passant mais sans flux saccadé, convivial, protégé des intempéries

**Étape 3** / se répartir les rôles (enquêteur, scribe, observateur) et s'y préparer en amont.

**Étape 4** / rassembler le matériel nécessaire (banderole, cartons, feutres, carnets, scotch)

**Étape 5** / aller sur le terrain et réaliser l'expérience.



## FORMAT ET MODE OPÉRATOIRE

- 2 à 3 enquêteurs pour aller au devant des passants et engager la conversation sur la thématique proposée.
- 1 scribe pour synthétiser avec les participants leur point de vue en une « petite phrase à fort impact ». Ces phrases sont notées et affichées sous la banderole.
- 1 observateur pour prendre des photos de la scène, ainsi qu'une distance critique
- Durée : environ 2h + un temps de débrief au sein de l'équipe d'animation

## TRUCS ET ASTUCES

- Se préparer au rôle d'enquêteur, c'est-à-dire à animer le débat à travers des phrases de rebond ou de reformulation.
- Changer de rôle régulièrement au sein du groupe d'animateurs pour que chacun ait une expérience complète du dispositif.
- Se donner des codes ou des astuces en cas de situation délicate. Exemple : si le ton monte, ou si un passant monopolise un enquêteur pendant trop longtemps, faire sonner son téléphone portable, ou venir lui poser une question sur les panneaux, pour détourner l'attention sur autre chose.

## POUR ALLER PLUS LOIN

- L'association Matière Prise a diffusé de nombreux témoignages sur le Porteur de Paroles. <http://matieresprises.blogspot.fr/>
- Le guide d'immersion de la Transfo Dunkerque et disponible sur le blog de la Transfo.

## BESOINS

**Compétences nécessaires :**  
- Être à l'aise dans l'interaction sociale, pas timide et ouvert d'esprit.

**Matériel et/ou outils nécessaires :**  
- Une **banderole** de grande taille, affichant une question ouverte, de façon lisible et interpellante.  
- Des cartons et des feutres pour **noter les réactions** des participants.  
- Un **principe d'affichage** ou de suspension commode (ficelle, scotch, chevalets ...)  
- Un **appareil photo** pour documenter l'expérience en direct.  
- Au besoin : un **guide d'immersion** à destination de l'équipe d'animation pour se rappeler des grands principes du Porteur de Paroles.



# L'ENQUÊTE TERRAIN

## L'ENQUÊTE TERRAIN VISE À COMPRENDRE EN PROFONDEUR LA FAÇON DONT DES USAGERS (CITOYENS, HABITANTS ...) PERÇOIVENT ET VIVENT UNE POLITIQUE PUBLIQUE AU QUOTIDIEN.

L'enquête de terrain est une **approche ethnographique d'une situation sociale**, qui vise à aller au devant des usagers, dans leur quotidien (domicile, lieu de travail, cadre de vie quotidien) pour comprendre leur ressenti d'un service, d'une situation sociale ou d'une politique publique.

Cette approche a pour objectif un **"retour en réalité"** : désamorcer ce que l'on croit que l'on sait d'une situation sociale, et repartir de ce qui est exprimé par les personnes concernées. L'enquête terrain ne vise pas tant à collecter des informations techniques qu'à comprendre **les représentations, les attentes et les projections** de la personne concernant la situation étudiée.



### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

L'enquête terrain permet avant tout de mieux comprendre le contexte d'usage d'un service public, à travers le témoignage personnel de l'utilisateur. Cette méthode privilégie le retour d'expérience, et part du principe que l'utilisateur possède une expertise d'usage qui complète (et parfois contredit) l'expertise des "experts" c'est-à-dire les gestionnaires de la politique en question.

Cette approche inspirée des sciences sociales permet d'insuffler dans un projet d'innovation publique ou d'innovation sociale une inspiration tirée du quotidien réel des usagers. Cette matière est indispensable pour reformuler la problématique de départ, sortir des cadres classiques de la gestion administrative, et positionner le projet autour du point de vue de l'utilisateur.

Pour finir l'enquête de terrain permet aux praticiens du projet de travailler leur propre représentation du problème traité, de déconstruire leur expertise pour répartir des pratiques réelles des usagers : c'est une expérience non-déléguable et qui doit être renouvelée à chaque nouveau projet.



LES VERBATIMS formulés par les personnes interviewées.

### POINTS DE VIGILANCE

L'enquête terrain demande une **ouverture d'esprit et une empathie totale** vis à vis des personnes interrogées. Il s'agit de comprendre leur point de vue, plus que de débattre. Certaines situations peuvent donc être difficiles à aborder, puisqu'il s'agit de mettre ses propres opinions et ressentis de côté. Cette approche demande donc une certaine **préparation mentale**, qui se perfectionne par la pratique !

### MISE EN OEUVRE

**Étape 0** : lister les acteurs concernés par la situation que l'on souhaite étudier : bénéficiaires d'une politique publique, famille des bénéficiaires, associations, professionnels de proximité. Prendre des rendez-vous individuels pour essayer de couvrir l'ensemble de la chaîne d'acteurs du service et obtenir les points de vue de chacun.

**Étape 1** : réaliser un guide d'entretien. Il peut être composé de questions et d'une matrice de sujets à aborder, afin que l'entretien ne soit pas directionnel, mais relève plutôt d'une conversation.

**Étape 2** : se rendre sur place et réaliser l'entretien à deux. Une enquêteur mène l'entretien, l'autre est dans un rôle d'observation (prise de notes, relevé de verbatims inspirants, recentrage du débat...)

**Étape 3** : faire un débrief de l'entretien et relever les verbatims emblématiques de la rencontre. Ces petites phrases inspirantes seront des éléments clés dans la phase de problématisation et d'idéation qui va suivre à l'enquête terrain.

### FORMAT ET MODE OPÉRATOIRE

- 1 topo-guide sur le lieu du rendez-vous, le contact de la personne et l'heure. Arriver en retard ou se perdre rajoute un stress inutile à l'entretien !

- 2 personnes pour réaliser l'enquête : un meneur d'entretien, et un observateur / collecteur de verbatims.

- 1 grille d'entretien ou matrice d'entretien pour être sûr de couvrir toutes les thématiques abordées.

- 1 appareil photo pour documenter la scène, avec l'accord de la personne.

Durée : maximum 2 heures.

### L'ENQUÊTE ... EN IMMERSION au plus près du quotidien des usagers



### TRUCS ET ASTUCES

- **Pour lancer / relancer la conversation** : reformuler ce qui vient d'être dit, relancer avec un mot clé venant d'être prononcé, faire appel à des anecdotes, des bons ou mauvais souvenirs, etc. Être attentif à ce que la personne parle au "je".

- **Si la personne s'embourbe**, ou part dans une logorrhée incontrôlable : la couper gentiment en la relançant sur un sujet qu'elle n'aurait pas approfondi, quelque chose que vous n'êtes pas sûr d'avoir bien compris...

- Penser à **couper son téléphone**, être bien installé, au calme, et dans l'idéal sans distraction extérieure.

### POUR ALLER PLUS LOIN

- La compagnie NAJE réalise chaque année un spectacle citoyen basé sur le principe du théâtre forum : <http://www.compagnie-naje.fr/>
- L'association L'ébullition à Romans sur Isère anime des ateliers de théâtre forum pour lutter contre les discriminations : <http://www.asso-ebullition.fr/>

### CE QUE VOUS AVEZ AIMÉ ?

**Être dans la peau d'un détective** : rentrer dans le détail d'une situation, connecter les informations, comprendre « le problème derrière le problème »

**Aller au devant des usagers et se mettre en situation dans leur quotidien**, ce qui permet d'aborder de façon complètement différente un projet social, en considérant notamment les pratiques existantes, le potentiel à valoriser.

**Le contact humain** que provoque l'approche ethnographique : les gens sont valorisés qu'on se penche sur leur cas, et se prennent facilement au jeu. Cela peut remettre du sensible et de l'empathie au cœur d'un projet technique.



# LE PARCOURS USAGER

**LE PARCOURS USAGER EST UNE MÉTHODE QUI PERMET D'ANALYSER EN DÉTAIL TOUTES LES ÉTAPES CHRONOLOGIQUES RÉELLES ÉPROUVÉES PAR UN USAGER LORS DE L'UTILISATION D'UN SERVICE.**

Cette méthode largement utilisée dans le **design de services** permet d'envisager l'amélioration d'un service en travaillant sur les **"points de contacts"** (numériques, tangibles, humain) entre l'utilisateur et le système, tout au long de son expérience. La réalisation d'un "parcours" en entretien individuel avec un usager permet d'enquêter sur **des points précis de dysfonctionnement ou d'inconfort** dans le service.

NOTE : le parcours usager peut être utilisé de multiples manières. Utilisée lors de la Transfo comme **un outil d'enquête**, il peut également servir d'outil commun pour des séances de travail collectif, ou encore comme outil d'idéation (cf. le **parcours idéal**)

## MISE EN ŒUVRE

**Étape 0** : prendre RDV avec des usagers ou professionnels concernés par le service. L'objectif est de réaliser un parcours avec chacun d'entre eux, puis de comparer les différentes expériences.

**Étape 1** : collecter des informations de base sur le service concerné, et préparer une grille d'entretien réparties sur les grands temps forts du service. Ces questions ouvertes, abordées par ordre chronologique, accompagnent un jeu de cartes vierges permettant de désigner chaque étape du parcours. On les place sur une timeline.

**Étape 2** : réaliser le parcours en entretien individuel avec l'usager. L'entretien n'est pas directif : le but est de laisser l'interlocuteur entrer lui-même dans le détail des étapes, les resituer dans un ordre précis, les renommer, les commenter. On peut illustrer les étapes par des croquis de situation ("...à ce moment là, on me donne un code...") ou encore relever des verbatims, phrases clés qui renseignent sur le ressenti de l'usager dans son parcours.

**Étape 3** : a posteriori, faire un bilan de l'entretien : quelles étapes ont été positives ou négatives pour l'usager ? Comment a évolué son ressenti au fil de son expérience ? Que faudrait-il améliorer ?

## FORMAT ET MODE OPÉRATOIRE

Au moins **2 enquêteurs** interrogent un usager ayant bénéficié d'un service par le passé.

Un **enquêteur "meneur d'entretien"** mène une conversation avec l'usager pour détailler chaque étape du parcours pour bénéficier d'un service et chaque étape est matérialisée par une carte. Les cartes sont posées chronologiquement devant l'usager, de façon à ce que tout le monde les voie et puisse les commenter.

L'autre enquêteur - ou **"collectionneur de verbatims"** - assiste à la discussion en retrait et prend note de verbatims les plus révélateurs de leur ressenti étape par étape ou sur le service en général.

**Durée** % d'heure, **1 heure** + un temps de débrief pour reconstituer le parcours de manière détaillée + après avoir interrogé plusieurs usagers, un temps d'analyse pour faire ressortir les problématiques communes aux différents parcours (difficultés ou les points positifs...)

## OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

1. Cette méthode sert essentiellement à se reconnecter à l'usager, et à comprendre le décalage entre le parcours théorique pensé par l'administration et le vécu réel de l'usager, ainsi qu'à identifier des problématiques clés au sein de son parcours : manque d'information, difficulté d'accès, etc. Le parcours permet notamment de questionner un par un les points de contact entre le service et l'usager (interface, mobilier, communication ou signalétique, interaction humaine...), leur rôle et leur qualité dans le bon déroulé du service.
2. Travailler sur un parcours permet également de conduire différemment une enquête auprès des usagers, de sortir des opinions et considérations générales pour entrer dans le détail d'une expérience d'usage.
3. L'approche par le parcours usagers permet de considérer différemment un service ou un dispositif, et de lui donner une



LES ÉTAPES formulées pendant les entretiens avec les utilisateurs.

## POINTS DE VIGILANCE

Contrairement au **théâtre de l'opprimé**, l'acteur du théâtre citoyen n'est pas toujours directement concerné personnellement par la situation mise en scène. Cette méthode n'est pas utilisable pour toutes les situations, cela dépend des finalités. Cette méthode peut être efficace si au préalable il y a eu **une enquête de terrain sur la problématique**, afin que les acteurs puissent s'imprégner du quotidien "réel" vécu par les usagers.



## TRUCS ET ASTUCES

Pratiquer l'**écoute active** : lancer des pistes à l'usager et le laisser dérouler la suite.

Avoir des cartes à manipuler symbolisant matérialisant **chaque étape** devant l'enquête.

Relire les cartes et les verbatims à voix haute pour meilleure compréhension de ce qui a été ressenti, proposer des **reformulations** si besoin.

Ne pas orienter le discours, être à l'écoute, ne pas couper la parole. Ne pas avoir **une posture d'expert**, privilégier ouverture et curiosité, ainsi qu'une forme de **naïveté** sur le processus pour laisser la parole à l'usager.

## COMPÉTENCES NÉCESSAIRES

- neutralité
- écoute active, aide à la reformulation
- savoir réorienter en douceur la conversation pour remplir son objectif, c'est-à-dire se centrer sur l'expérience d'usage, et entrer dans les détails du parcours.

## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Au besoin : un guide d'entretien pour se rappeler les grands principes du parcours usager (rôles des enquêteurs, postures, phrases clés pour débiter, relancer et terminer l'entretien)
- 1 appareil photo
- 1 grille de questions pour lancer la conversation et aborder la chronologie du service



## POUR ALLER PLUS LOIN

- Le site anglosaxon **Service Design Tools** est une référence en matière d'outils de représentation de parcours usagers (cf. **Touch Point Matrix**)
- Un exemple de cartographie des points de contact d'un service utilisé lors de **La Transfo** : <http://bit.ly/2rftTQP>

## Outils & méthodes

# CARTOGRAPHIE THÉMATIQUE

Telle que nous l'avons utilisée lors du chantier 1

## IDENTIFIER COLLECTIVEMENT DES LIEUX ET ACTEURS CLEFS À L'ÉCHELLE D'UN TERRITOIRE SELON UNE THÉMATIQUE DONNÉE.

La cartographie thématique est un outil d'exploration collectif permettant d'avoir une vision transversale d'un territoire (quartier, ville, métropole, région, pays, monde). Elle est une entrée en matière permettant de faire un premier état des lieux. Jamais exhaustive, elle évolue au fur et à mesure des échanges au sein du groupe.

La cartographie thématique constitue également un outil de visualisation partagée en faisant état des points clefs déjà identifiés par les participants.

Elle peut également être soumise à différents participants afin d'étayer et diversifier l'identification des points clefs. Plusieurs thématiques peuvent être abordées en parallèle afin de constituer des lectures complémentaires du territoire.

## OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Le travail par cartographie thématique permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Inviter à une approche **thématique contextuelle et localisée** : partir du territoire pour identifier des points clefs.
- 2 - **Capitaliser sur l'expérience** (personnelle et professionnelle) de chacun pour constituer un premier état de l'art collectif des ressources potentielles du projet. Les échanges permettent de découvrir des lieux et peux-être un outil de la veille.
- 3 - **Faire ressortir des zones d'ombre** qui nécessiteront des recherches plus poussées dans un second temps et parfois identifier des points sensibles du réseau.
- 4 - **Cibler un public ou des partenaires** pour la mise en œuvre d'un projet. Identifier et séctoriser des besoins ou des actions sur un territoire.
- 5 - Mettre en commun et **visualiser collectivement** des lieux et acteurs clefs d'un territoire.
- 6 - **Faciliter le travail collectif** par un support unique et lisible.
- 7 - Faciliter la prise de contact avec des **typologies d'usagers** concernés.



## POINTS DE VIGILANCES

La cartographie thématique nécessite de bien prioriser et définir les thématiques de travail en amont : plus les thématiques sont claires et ciblées, plus le travail d'identification est facile.

La variété des participants aura également un impact sur l'ouverture et la diversité des lieux identifiés permettant de sortir des partenaires évidents et changer de regard.

## MISE EN ŒUVRE

**Étape 1 /** Présenter la/thématique(s) à aborder ainsi que le territoire à interroger et ce qu'on y cherche. Rappeler le périmètre du projet en cours.

**Étape 2 /** Localiser les éléments ou lieux clefs sur la thématique abordée.

**Étape 3 /** Approfondir chaque élément ou lieu clef selon des critères définis en amont : intérêt, pertinence, utilité pour la suite, contacts, usagers cibles, moments opportuns pour s'y rendre...

**Étape 4 /** Mener un temps de mise en commun et de synthèse.

**Étape 5 /** Mettre au propre (carte et/ou répertoire)



## FORMAT

- 1 **facilitateur par thématique abordée**, qui veille à la circulation de la parole entre les participants et prend en note les échanges
- **6 participants maximum** par thématique
- **Durée : environ 2h +** un second temps de documentation et d'approfondissement



## BESOINS

**Compétences nécessaires :**  
- Expérience (personnelle et/ou professionnelle) du territoire

**Matériel et/ou outils nécessaires :**  
- Une table par groupe permettant aux participants de travailler confortablement autour de la cartographie  
- Une carte du territoire suffisamment grande pour être lisible de l'ensemble des participants  
- Des pions, épingles, plots ou tout autre système adapté pour positionner les points clefs (code couleur/thématique)  
- Des fiches permettant de détailler les caractéristiques des points clés identifiés.  
- Accès à internet pour la recherche d'informations complémentaires.

## TRUCS ET ASTUCES

- Travailler à une échelle confortable pour bien appréhender le territoire.
- Respecter l'orientation N/S/E/O et signifier l'échelle de la carte.
- Ne pas hésiter à signifier un ou plusieurs points de repère.
- Filtrer les informations pertinentes à faire figurer sur le fond de carte.
- Ne pas surcharger la carte d'informations, celle-ci deviendra vite illisible.
- Établir un code couleur si plusieurs thématiques sont travaillées.

## POUR ALLER PLUS LOIN

Vous pouvez télécharger la «carte de M2A» et les chevalets «Lieux clefs». Des cartes libres de droits sont également téléchargeables sur [www.openstreetmap.org](http://www.openstreetmap.org)

## Outils & méthodes

# PHOTOLANGAGE

**PRODUIRE UNE CARTOGRAPHIE MENTALE À PARTIR DES POINTS DE VUE PERSONNELS SUR UN MÊME SUJET ET REGROUPER LES IDÉES FORTES PAR THÈMES**

Le photolangage est une méthodologie de partage des idées d'un groupe à partir d'images. Lors de ce temps de travail, il est demandé aux participants d'exprimer, à tour de rôle, un regard personnel sur un sujet en s'appuyant sur un nombre limité d'images évocatrices.

- Obliger tous les participants à utiliser des images pour incarner leur propos facilite le partage, l'évocation et l'inspiration collective. Le visuel mobilise une forme différente de la pensée - non-verbale ;
- Contraindre à un nombre limité de contributions rend possible une équité dans l'expression des paroles de chacun ;
- Mettre en place un tour de parole et faire la thématisation devant le groupe créent les conditions d'une écoute attentive.

### MISE EN OEUVRE

**Étape 1 /** En amont de l'atelier, demander aux participants d'apporter 1 ou 2 photos par question / thématique.

Variante : Le jour J, apporter et disposer de façon visible une sélection d'une centaine d'images. Demander à chaque participant de choisir une ou plusieurs images en rapport avec la question / thématique.

**Étape 2 /** Inviter les participants à s'exprimer sur les images choisies en rapport avec la question / thématique.

**Étape 3 /** Prendre note des échanges et hiérarchiser les informations.

**Étape 4 /** Synthétiser les points clés identifiés.



### FORMAT

- 1 animateur pour récolter les images et les disposer par question / thématique
- 1 ou 2 animateurs pour saisir des verbatims et noter les points clés qui émergent.
- Un temps de réunion de 2h à 2h30 pour 10 à 15 participants.

### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Le travail en Photolangage permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Faciliter la constitution d'un groupe, la rencontre, la communication entre les personnes, dans un minimum de temps.
- 2 - Permettre l'échange d'un grand nombre d'informations entre les personnes, en facilitant la prise de parole de chacun.
- 3 - Prendre conscience de son point de vue personnel, de sa propre vision et parvenir à l'exprimer dans un groupe.
- 4 - Relativiser sa propre position par rapport à d'autres qui n'ont peut-être pas la même opinion et qui rencontrent cependant des problématiques plus ou moins semblables.
- 5 - Contenir et canaliser les appréhensions, les hésitations, les angoisses de chaque membre du groupe. Il est plus facile de parler de la photographie que l'on manipule en tant qu'objet que d'affronter sans aucun support le regard des personnes devant lesquelles on s'exprime.
- 6 - Partager les représentations que l'on a d'un sujet-problème thème, exposer les clichés, identifier les stéréotypes, reconnaître les images dominantes et aller au-delà en donnant la parole à l'expérience personnelle de chacun.



### POINTS DE VIGILANCES

- l'objectif des échanges n'est pas de rechercher LA bonne réponse à la question posée, mais de permettre à chacun de retrouver ou d'élaborer son propre positionnement par rapport à cette question, d'en prendre conscience, de tenter de le communiquer aux autres tout en étant à l'écoute de leurs choix et attitudes profondes.
- Cet exercice est une bonne occasion de prendre conscience des poncifs et de lister des avis à confronter au terrain.
- La synthèse des enseignements du photolangage doit être partagée.



### BESOINS

#### Compétences nécessaires :

- Animation
- Synthèse

#### Matériel et/ou outils nécessaires :

- Un jeu de photographies sélectionnées en amont en fonction d'un thème et d'un public ou des photographies apportées par les participants.
- Un affichage de la question posée "préalablement au choix de photographies.
- Une salle suffisamment grande pour exposer les photographies au sol, au mur, ou sur des tables autour desquelles les participants pourront circuler librement
- 2 types de fiches de prise de note : pour saisir des verbatims pour noter les thématiques et détailler les points clés identifiés.

### TRUCS ET ASTUCES

- Éviter les banques d'images en ligne. Les images y sont bien souvent trop caricaturales ou commerciales.
- Donner des consignes claires pour l'impression des photographies (couleur, paysage ou portrait, format A4 ou A5 minimum...)
- Pour éviter le simple tour de parole, demander aux participants de "réagir" par association ou contradiction et d'interagir entre eux.
- Bien choisir la salle : un lieu chaleureux où tout le monde se voit est nécessaire!

### POUR ALLER PLUS LOIN

Vous pouvez télécharger les fiches prises de notes. Vous pouvez également consulter le site [www.photolangage.com](http://www.photolangage.com).

## Outils & méthodes

# WORLD CAFÉ

PRODUIRE DES PROPOSITIONS CONCRÈTES ET PARTAGÉES PAR TOUS  
EN S'APPUYANT SUR L'INTELLIGENCE COLLECTIVE

Cette méthode, très utilisée en démocratie participative, est fondée sur la reproduction de l'ambiance d'un café, permettant la confiance et la convivialité, où les participants viennent et débattent sur des thématiques précises en fonction de leurs envies.

L'espace est organisé en tables autour desquelles les participants sont invités à discuter, débattre et faire émerger des propositions. Plusieurs sessions sont organisées, traitant différentes questions, afin de permettre aux participants :

- de changer régulièrement de table,
- d'échanger les idées d'une table à une autre,
- de venir compléter les idées des uns avec celles des autres (principe de pollinisation).

Au terme du processus, les principales idées sont résumées au cours d'une assemblée plénière.

### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Le World café est une méthode flexible et adaptable qui permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1- Traiter un maximum de sujets dans un temps restreint
- 2- Faire participer un grand nombre de personnes tout en donnant la parole à chacun
- 3 - Faire tomber les clivages (hiérarchie, différences de sensibilité, Différences d'expertise)
- 4- Permettre à chacun d'être actif, dynamique, de ne pas s'ennuyer et de choisir les sujets sur lesquels il souhaite discuter, échanger, travailler
- 5 - Permettre à l'ensemble des participants de prendre conscience du panorama de réflexions sur un sujet et y prendre part



### POINTS DE VIGILANCES

- Définir la problématique en amont est primordiale. Le sujet délimité par les organisateurs sera décliné en questions traitées lors des tours de table, avec un temps précis pour chacune.
- Les animateurs doivent créer les conditions d'échanges entre des personnes peu informées sur le sujet, celles aux connaissances les plus pointues.
- Respecter le timing et le turn-over
- Des questions essentielles peuvent être traitées plusieurs fois

### MISE EN OEUVRE

**Étape 0** / Lister les questions à aborder et définir un temps de discussion adapté à la résolution de chacune.

**Étape 1** / En début d'atelier, présenter le déroulé, les questions et thèmes à aborder, et les règles du world café.

**Étape 2** / Inviter les participants à se répartir autour des tables en fonction des questions traitées et de leurs envies.

**Étape 3** / À la fin du temps préalablement défini, synthétiser les échanges et inviter les participants à changer de table.

**Étape 4** / Synthétiser en session plénière les propositions issues de chaque table.



### FORMAT

- Le world café est adapté pour des échanges entre 20 et 200 personnes.
- Sa durée est variable de 2h à 2 jours selon le nombre de personnes et les questions à aborder.
- Prévoir 1 maître du temps ainsi qu'1 animateur-scribe (fixe) par table.

### BESOINS

#### Compétences nécessaires :

- Animation
- Sens de l'écoute, capacité à faire circuler la parole
- Force de proposition
- Esprit de synthèse

#### Matériel et/ou outils nécessaires :

- Une salle adaptée (attention, risque brouhaha si la salle n'est pas adaptée)
- Un espace d'affichage pour la restitution en plénière
- Une table et des chaises pour chaque pôle
- Outils de prise de note (papiers ou gabarits spécifiques à remplir, stylos...).
- Un chronomètre



### TRUCS ET ASTUCES

- Indiquer le temps restant quelques minutes avant la fin de chaque discussion pour ne pas surprendre les participants.
- Sur les ateliers de longue durée, offrir la possibilité aux participants de changer de table à mi-parcours.
- Si possible, noter chaque idée/proposition énoncée séparément (une feuille - une idée) pour faciliter la restitution.

### POUR ALLER PLUS LOIN

Il est possible d'aller plus loin en prévoyant une session de vote pour faire émerger un classement des propositions.

Pour revenir aux sources de cette méthode, vous pouvez consulter le livret "Démocratie participative : guide des outils pour agir" publié par la Fondation Nicolas Hulot pour la nature et l'homme, consultable et téléchargeable gratuitement en ligne.



## Outils & méthodes

# MAQUETTAGE

PRODUIRE UN SUPPORT DE COMMUNICATION VISUEL POUR FAIRE COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT D'UN SERVICE.

Le maquettage est une méthode de conception qui propose de formaliser des intentions d'objets, d'interfaces numériques, d'espaces, de supports de communication... Dans le cas d'un maquettage de service, il faut imaginer la chaîne d'objets que l'utilisateur rencontrera tout le long de l'expérience. Il est donc important de bien définir chacun des supports du service qui permettent d'ébaucher l'expérience que l'on propose de faire vivre. Ces «points de contact peuvent être humain (agent d'accueil, hotline, médiateur, représentant, agent de maintenance...), physique (une affiche, une carte, un guichet...), numérique (un site internet, une application...).

Le maquettage est un travail de recherche collectif : il s'agit de produire rapidement différentes représentations de ces supports avec des moyens rudimentaires (papier, cartons, scotch, feutre...). L'objectif des maquette est la mise en partage des idées sous leur forme visuelle.

### MISE EN OEUVRE

**Étape -1** / En amont, un travail de scénario d'usages aura pu être mené afin d'identifier les points de contact entre les usagers et le service à concevoir.

**Étape 0** / Lister les points de contacts importants et les interfaces qui incarnent les particularités et particularités du service.

**Étape 1** / Découper, coller, dessiner... Peu importe les moyens, donner corps aux interfaces et privilégier des formes visuelles.

**Étape 2** / Inviter des futurs usagers à réagir à la proposition et à l'utilisation potentielle d'un tel service.

**Étape 3** / Suite aux retours d'usagers, envisager une 2<sup>nd</sup> version, puis une 3<sup>e</sup>...



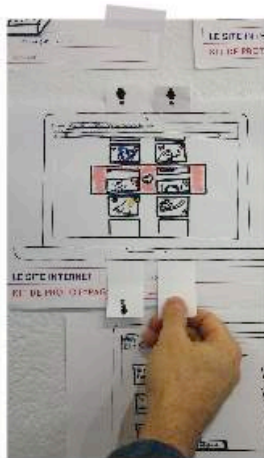
### FORMAT

- En individuel ou en **petit groupe** : de 1 à 5 personnes
- Les temps de réalisation des croquis d'interface peuvent varier selon le **niveau de définition** souhaité, les outils utilisés et le **nombre d'interfaces dessinées ou maquetées**. Il faut prévoir au minimum une demi-journée pour les premiers croquis, notamment avec un groupe qui « découvre » cette méthode.

### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Le maquettage permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Matérialiser rapidement un service en partant des usages : "dans cette situation, qu'est-ce que le service m'invite à faire ?"
- 2 - Tester et comparer plusieurs principes d'utilisation d'interface.
- 3 - Hiérarchiser des fonctionnalités : identifier les priorités afin de simplifier l'utilisation du service.
- 4 - Approfondir un concept en tirant les fils d'une idée ou d'un parti pris : cela pousse à s'interroger sur de nombreuses situations concrètes d'utilisation du service imaginé et à en définir les réponses.
- 5 - Concevoir un support de discussion permettant de se projeter facilement et de faire évoluer rapidement une proposition.
- 6 - Confronter une idée à la réalité de sa mise en œuvre et percevoir les besoins complémentaires à la poursuite du projet.
- 7 - Enrichir un brief de cahier des charges en incarnant les usages souhaités.



### POINTS DE VIGILANCES

Les croquis d'interface ne constituent pas des choix esthétiques une mise en exergue de principes d'usages.



### BESOINS

#### Compétences nécessaires :

- Priorisation
- Narration et projection
- S'appuyer sur ses propres expériences utilisateurs
- Ne pas avoir peur de prendre le crayon!

#### Matériel et/ou outils nécessaires :

- Gabarits vierges à l'échelle 1 (page web, écran d'ordinateur ou de portable, borne, carte, ticket, facture, vignette...)
- Feutres et papiers de différentes couleurs, ciseaux...

### TRUCS ET ASTUCES

- Se concentrer sur les principes les plus importants. Il n'est pas nécessaire de tout maquetter!
- Cet exercice n'est pas réservé à ceux qui savent dessiner ; lancez-vous!
- Travailler autant que possible à l'échelle 1 pour pouvoir se rendre compte de la place disponible et mesurer le nombre d'informations lisibles.

### POUR ALLER PLUS LOIN

Vous pouvez télécharger les gabarits d'interfaces à l'échelle 1/1 ("kits de prototypage") utilisés à la session 2. Suivant le niveau de définition souhaité et le type de support, de nombreux sites proposent également des gabarits d'interfaces numériques (exemple : <http://sketchsheets.com/>). Il vous suffit de faire une recherche en tapant "wireframe" dans votre moteur de recherche.

## Outils & méthodes

# LE 4 X 4

Telle que nous l'avons utilisé lors du chantier 1

## FORMAT PRÉSENTATION INDIVIDUELLE ET DE RESTITUTION COLLECTIVE

Le 4X4 est un format de présentation synthétique et visuel - 4 diapositives en 4 minutes - qui permet de partager facilement les fruits d'une analyse rapide d'un sujet avec un grand nombre de personnes.

En définissant la grille de questions et le cadre commun de restitution en amont, le 4X4 permet de diviser le travail collectif en tâches individuelles tout en unifiant les temps de prise de parole dans un groupe et l'équilibre des contenus.

Cette étude de cas peut être utilisée dans plusieurs contextes : présentation de son projet ou de sa démarche, partage de connaissance, partage d'outils ou de méthodes, partage d'inspiration, analyse de projets existants lors d'une veille créative et inspirante... Outil d'inspiration et d'analyse, il peut avoir plusieurs objectifs : communiquer, partager, se former et s'informer sur des sujets précis, alimenter un projet ou suivre l'actualité...



### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Le format 4 X 4 permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Offrir un cadre de restitution aux consignes claires et communes en impliquant l'ensemble des membres d'une équipe.
- 2 - Rythmer un temps de restitution en collectif.
- 3 - S'inspirer, "faire un pas de côté" en décalant le regard sur une problématique, ouvrir des horizons nouveaux, explorer et stimuler des idées nouvelles...
- 3 - Nourrir et relancer une réflexion à partir d'exemples concrets ou de projets existants dans des domaines différents.
- 4 - Confronter le projet en cours à des projets réels, ramener de la réalité technique et d'usage, identifier des opportunités et/ou des menaces.

### POINTS DE VIGILANCES

Le temps de préparation en amont est indispensable (identifier un sujet, l'analyser au regard de la trame fournie, synthétiser...)

Il est également nécessaire de parvenir à faire le lien entre les découvertes permises par les présentations et les sujets sur lesquels on travaille. Il est important de soigner l'étape de la **synthèse** afin de pouvoir en retenir des enseignements pour ses propres chantiers.



### MISE EN OEUVRE

**Étape 0** / Donner aux participants, en amont de l'atelier, soit une liste de services, idées, lieux, etc, soit une demande claire permettant d'identifier et de choisir eux-mêmes un projet pertinent. + Leur fournir un cadre précis de restitution en indiquant ce que vous cherchez : **une consigne par diapositive**.

**Étape 1** / Le jour J, chaque participant a 4 minutes pour présenter au reste du groupe ce qu'il retient du projet analysé. Pendant la présentation, 2 témoins peuvent prendre des notes ou dessiner les idées inspirantes à retenir pour le projet en cours.

**Étape 2** / Les notes et dessins sont exposés. Vous pouvez proposer au groupe une lecture commune du mur d'inspiration ainsi constitué.

**Étape 3** / Vous pouvez ensuite organiser un vote pour sélectionner les idées à retenir pour votre projet.

### FORMAT

- Le format court de présentation, "le 4X4", qui consiste en une présentation orale de 4 minutes à l'aide d'un support de 4 diapositives (1 minute/diapositive). Il peut être adapté suivant le nombre de participants ou le niveau d'analyse. Le point invariable est d'anticiper un format commun de restitution.
- Elle convient à de grands groupes.
- Prévoir 1 gardien du temps et 1 ou 2 témoins pour noter et/ou dessiner les idées inspirantes.



### BESOINS

#### Compétences nécessaires :

- Esprit critique
- Esprit de synthèse
- Concentration

#### Matériel et/ou outils nécessaires :

- Un gabarit Powerpoint commun en amont de la préparation
- Un accès au logiciel Powerpoint pour l'ensemble des participants.
- Internet lors de la préparation la recherche pour l'ensemble des participants.
- Des supports de prise de note pour les témoins
- Un vidéoprojecteur pour la restitution

### POUR ALLER PLUS LOIN

Vous pouvez télécharger le "gabarit 4x4". Pour trouver des idées, n'hésitez pas à consulter des sites internet dédiés à l'anticipation des tendances et à la prospective : We demain, Usbek et Rica, Soon soon soon... et à utiliser des outils de veille, de stockage et de partage de contenus type Scoop It ou Tweeter.

### TRUCS ET ASTUCES

Lors du choix du projet :  
- pensez à faire un pas de côté afin de vous imprégner de ce qui se fait dans d'autres secteurs, d'autres lieux et univers.

Lors de la préparation :  
- suivez les instructions indiquées sur chaque diapositive,  
- insérez des images de la meilleure qualité possible (min. 1024x756 pixels),  
- respectez les polices de caractères, la taille et la longueur du texte maximum.

Pendant la présentation :  
- Soyez strict sur le bon respect du temps de l'exercice ! Il est important d'être concis pour que l'exercice reste dynamique !

## Outils & méthodes

# EXPOSITION EXPRESS

Telle que nous l'avons utilisée lors du chantier 1

METTRE EN FORME UN SUPPORT DE MÉDIATION POUR PARTAGER UN ÉTAT DES LIEUX ET L'AVANCÉE D'UNE DÉMARCHE EN COURS.

L'exposition express consiste à présenter le fruit d'un travail créatif en racontant et donnant à voir, le plus clairement et simplement possible, le processus de conception collective (immersion, prototypage...) et l'aboutissement des réflexions partagées.

Sorte d'archéologie de l'étape de travail ou de la démarche engagée, c'est un outil qui permet de prendre du recul. L'exposition express facilite la médiation et la transmission tant au sein du groupe de travail qu'avec un public élargi. Il s'agit de relever ce défi en faisant preuve de créativité pour s'adapter au lieu d'accueil et aux moyens (du bord !).



### FORMAT

Adapté à tous types de travaux collectifs et créatifs qui s'appuient notamment sur des productions visuelles. Les contraintes principales résident dans le lieu et la disponibilité des personnes invitées.

L'exposition n'est qu'un support à discussions, **une médiation sur place est indispensable!**

- 1 personne chargée d'accueillir les visiteurs et de rappeler les règles du jeu
- Des facilitateurs chargés d'organiser des visites-guidées
- Durée : 1/2 journée de préparation, 1h de présentation

### MISE EN ŒUVRE

**Étape -1 /** Repérer le lieu et identifier les contraintes d'accrochage.

**Étape 0 /** Concevoir l'exposition, définir les objectifs et messages à faire passer, sélectionner et définir les contenus.

**Étape 1 /** Réaliser la mise en forme, la production, et l'accrochage des contenus et de la signalétique éventuelle.

**Étape 2 /** Accueillir les visiteurs et introduire l'exposition, le contexte et les règles du jeu.

**Étape 3 /** Organiser une ou plusieurs visites guidées (30 minutes max).

**Étape 4 /** Débriefing sans le public.



### POINTS DE VIGILANCES

Produire une exposition peut être cher et chronophage. Dans ce cas, il s'agit d'être efficace en peu de temps et avec peu de moyen. Il faut donc faire preuve de créativité : privilégier les matières brutes et les systèmes d'accroche et de signalétique simples (scotch, objets posés sur une table...).

Attention, l'exposition express peut vite paraître fouilleuse. Il est important de définir en amont des codes hiérarchiques (codes couleurs, tailles des textes, quantités d'éléments affichés...) et de bien

### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

L'exposition express permet d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Rendre compte des différentes étapes d'un travail de conception ou réflexion collectif et "ouvrir le capot" sur une démarche en cours.
- 2 - Synthétiser et faire ressortir les points importants parmi une grande quantité d'éléments récoltés. Prendre du recul sur le travail réalisé et le chemin emprunté.
- 3 - Permettre des temps d'échanges conviviaux autour d'un chantier de réflexion, en y associant des collègues ou personnes intéressées et sortir du format de réunion.
- 4 - Faire remonter des idées nouvelles ou des retours critiques de la part de personnes extérieures à la démarche.
- 5 - Partager des contenus pour aller vers une prise de décision entre plusieurs scénarii.

garder en tête les objectifs (ce qu'on veut montrer, interroger,...) La présentation de chaque étape doit être soignée. Aussi, la qualité de l'exposition va dépendre de

la qualité des éléments témoins : pensez à récolter ou constituer des preuves de chaque étapes de travail

### TRUCS ET ASTUCES

- Écrire gros et lisiblement.
- Faire le tri : inutile de tout présenter!
- Pas besoin de supports dédiés ! Utiliser du scotch de peintre pour coller les contenus aux murs sans dommages.
- Contextualiser les verbatims.
- Mettre un maximum d'images pour accompagner les textes.
- Utiliser du soch de couleur pour délimiter les espaces et pour faire ressortir les titres.
- Si les invités sont nombreux, ne pas hésiter à multiplier les visites guidées par sous-groupes.
- Favoriser la convivialité autour d'un verre ou d'un café!
- Ne pas hésiter à installer la signalétique hors du lieu d'exposition pour inciter les collègues à passer.

### BESOINS

#### Compétences nécessaires :

- Capacité à archiver, répertorier et hiérarchiser la matière récoltée.
- Débrouillardise, capacité d'adaptation
- Sens de l'organisation et rapport à l'espace
- Sens de l'esthétique
- Médiation indispensable

#### Matériel et/ou outils nécessaires :

- Archives.
- Papiers, ciseaux, scotch, ficelle etc.
- Rubalise ou autre signalétique.
- Accès à une imprimante.
- Espace de qualité (espace d'affichage, adapté à l'influence, qualité sonore ...)

### POUR ALLER PLUS LOIN

Vous pouvez proposer, lors des expositions express, des ateliers ou un word café pour aller plus loin avec vos invités. N'hésitez pas à prévoir un "bureau des méthodes" pour échanger sur les différentes méthodologies utilisées.



## Outils & méthodes

# OBJET MARTYR

Tel que nous l'avons utilisé lors du chantier 1

## INCARNER UNE IDÉE ET PROVOQUER DES RÉACTIONS CONSTRUCTIVES DE LA PART DES USAGERS.

Les objets martyrs sont une matérialisation rapide d'une idée ou d'un service fictif. Souvent caricaturaux, ils servent à rompre la glace avec les usagers rencontrés pour recueillir leurs expériences personnelles. Ils sont à utiliser en début de projet. Sorte d'objets specimens, ils ont l'avantage de produire beaucoup d'effets avec peu de moyens, tout en incarnant, sans compromis, un partie pris et un discours fort.

Ces objets à réactions permettent de rentrer très rapidement dans le vif du sujet. Par la simulation, ils facilitent la projection des usagers et permettent de recueillir facilement leurs retours. Ils permettent d'identifier des grandes orientations intéressantes pour le projet et d'accélérer le processus de conception d'un service.

## MISE EN OEUVRE

**Étape -1 / Définir en amont les axes et partis pris à illustrer (exemple : les thématiques issues du "photalangage").**

**Étape 0 / Choisir le format et la typologie d'objet capable d'incarner au mieux le parti pris sans nécessiter un travail de mise en forme trop lourd.**

**Étape 1 / Mettre en forme l'objet martyr, concevoir une preuve tangible et convaincante.**

**Étape 2 / Le soumettre aux usagers lors d'"enquêtes de terrain" en variant les profils des interlocuteurs.**

**Étape 3 / Synthétiser les retours usagers pour en tirer des nouvelles orientations de travail.**



## FORMAT

- Ces specimens peuvent prendre de nombreuses formes, en voici quelques exemples : cartes, affiches, tickets, fléchage, guichet, mode d'emploi, étiquette, courrier, articles de journaux...
- Les objets martyrs sont à concevoir en petits groupe de 2 ou 3 personnes.
- Ils doivent être rapides à concevoir (1 ou 3 heures max).

## OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Les objets martyrs permettent d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Entrer rapidement dans une posture de conception, de manière décomplexée : "c'est pour de faux".
- 2 - Déclencher, faciliter et rassurer la rencontre avec les usagers et entrer dans un processus de test. Surprendre et rendre actif les usagers interrogés.
- 3 - Permettre de rythmer et relancer les échanges lors d'un entretien avec des usagers. Créer un déclic permettant de débloquer une situation.
- 4 - Aborder concrètement une problématique par une première proposition.
- 5 - Orienter ou réorienter le projet : confirmer ou infirmer des directions définies au préalable ou en faire émerger de nouvelles.
- 6 - Permet d'externaliser une idée. Dès lors qu'elle est matérialisée, elle n'est plus uniquement l'idée de tel ou tel individu, son appropriation est facilitée. Cela peut améliorer le dialogue en interne et/ou avec les partenaires, usagers, élus...



## POINTS DE VIGILANCES

Les objets martyrs, par leurs aspects caricaturaux et parfois provocateurs, ne sont pas à prendre au pied de la lettre. Malgré leur aspect parfois abouti, ils ne sont pas une maquette de conception d'un produit ou d'un service mais bien un outil à réactions. Il faut donc favoriser les échanges sur le fond plutôt que sur la forme, même si celle-ci peut parfois prendre beaucoup de place.



## BESOINS

### Compétences nécessaires :

- Prise de décision
- Narration, faculté à se projeter
- Mise en oeuvre rapide et efficace
- Médiation et échanges avec les usagers

### Matériel et/ou outils nécessaires :

- Papier, feutres, ciseaux...
- Ordinateur et imprimante
- Photocopieur, scanner, ou appareil photo (si reprise d'une trame existante)
- Carton (si objet en volume)
- Photomontage (à la main ou via les logiciels) pour une échelle plus grande (exemple : façade de bâtiment...)

## TRUCS ET ASTUCES

Tout le monde peut concevoir un objet martyr !  
- Soyez créatif, utilisez les logiciels à votre disposition (Word, Powerpoint, Paint, photocopieuse, scanner...)  
- Détournez et intervenez directement sur des supports qui vous entourent (carte existante, emballage, signalétique, badge...)  
- N'hésitez pas à vous inspirer d'éléments de projets existants  
- Partez des formats facilement réappropriables (carte, courrier, ticket, affiche, page du journal interne, capture d'écran du site internet...).

## POUR ALLER PLUS LOIN

Un objet martyr peut se rapprocher d'une étape de conception d'un service appelée "evidencing" : incarner un service au travers de preuves tangibles et matérielles. Reprenant le même principe, ceux-ci interviendront cependant plus tard dans le processus et sont des maquettes d'interface du service conçu.

## Outils & méthodes

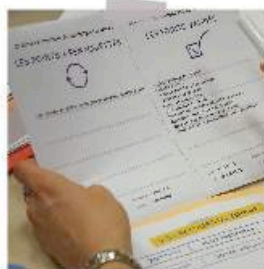
# TEST USAGER

PRODUIRE DES RETOURS CONSTRUCTIFS DE LA PART DES USAGERS SUR UNE PROPOSITION MAQUETTÉE POUR LA FAIRE EVOLUER

Le test usager est un processus de "validation empirique" (validation par l'expérience). C'est une étape du processus de conception qui consiste à soumettre tout ou partie d'un nouveau service en cours de conception au regard de ses usagers potentiels pour tester la validité des hypothèses retenues.

Les tests usagers permettent de collecter des retours et enseignements utiles pour affiner certains aspects du service. Lors d'un test usager, on cherche à observer, mesurer et analyser les effets ou la réception d'une proposition sur un petit groupe de personnes, dans une optique de développement.

Les tests usagers peuvent être utilisés à différentes étapes d'un projet, pour tester différents morceaux, aspects ou versions d'un service.



### POINTS DE VIGILANCES

- Il faut veiller à toujours rappeler le caractère expérimental de la démarche aux usagers sollicités, pour éviter les fausses promesses ou déceptions.

- Il est important de ne pas se satisfaire de retours immédiats de la part des usagers, mais de continuer à questionner leurs usages réels de propositions équivalentes pour obtenir des retours qui alimenteront la conception.

### OBJECTIFS, À QUOI PEUT SERVIR CETTE MÉTHODE ?

Les test usagers permettent d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1 - Orienter ou réorienter le projet : confirmer ou infirmer rapidement des directions définies au préalable ou en faire émerger de nouvelles.
- 2 - Déclencher ou faciliter la rencontre avec les usagers en les faisant entrer dans un processus de test.
- 3 - Impliquer les usagers dans le processus de conception d'un service qui leur est destiné
- 4 - Collecter des enseignements pour affiner le service imaginé en vue de son développement ultérieur et de sa généralisation.
- 5 - Créer une communauté de testeurs, que l'on pourra éventuellement solliciter ultérieurement

- **Surconception** ≠ **Sousconception**  
Lorsque l'on soumet des maquettes à des usagers, il est important de bien doser le degré de finalisation des propositions :
  - La surconception - trop de travail pour une idée encore en cours -

- limite les retours des usagers qui sont intimidés par la propositions
- La sousconception - pas assez de travail, trop brouillon - limite la capacité de projection des dans le dispositif proposé.

### MISE EN OEUVRE

**Étape -1 /** Définir les cibles d'usagers à rencontrer et constituer un kit de test adapté (outils ou productions à soumettre aux usagers + guide d'entretien éventuel).

**Étape 0 /** S'entraîner à présenter le kit auprès de ses collègues, proches...

**Étape 1 /** Selon les usagers identifiés, prévenir éventuellement de votre venue tout en insistant sur le caractère informel du rendez-vous.

**Étape 2 /** Mener le test auprès des usagers et collecter le plus de retours possibles

**Étape 3 /** Synthétiser la matière collectée pour en tirer des nouvelles orientations de travail.



### FORMAT

- Compter un temps de **préparation** des questions d'au moins **3 heures**
- Les temps de tests usagers peuvent être variables selon le temps disponible de l'interlocuteur et la nature du test : entre 20 min et 2h.
- Veiller à composer des groupes de **maximum 3 enquêteurs** afin de ne pas être trop envahissants et mettre à l'aise les "testeurs".
- Les temps de test sont des retours personnels, veiller à limiter les groupes de testeurs pour avoir des temps privilégiés avec chacun.



### BESOINS

**Compétences nécessaires (si trinôme possible) :**

- Le journaliste mène l'entretien et prend des notes
- L'observateur reste en retrait et note ses observations, tant sur les réponses et réactions des personnes interrogées que sur la façon dont l'entretien s'est passé.
- Le photographe documente l'entretien et les observations.

**Matériel et/ou outils nécessaires :**

- Kit de test (version intermédiaire de tout ou partie du service à tester)
- Guide d'entretien (à adapter)
- Appareil photo, vidéo, ou son, en fonction des besoins.
- Outils de prises de note

### TRUCS ET ASTUCES

- Ne pas se focaliser sur les retours négatifs ou chercher à se justifier mais plutôt chercher à comprendre, creuser...
- Ne pas présupposer ce que pense l'utilisateur et veiller à ce que la formulation des questions n'oriente pas ses réponses.
- Ne pas hésiter à s'entraîner pour se familiariser avec son kit de test avant de partir auprès des usagers
- Si on a le temps, ne pas hésiter à faire des tests auprès d'usagers « hors cible » pour croiser les regards
- Avoir des testeurs aux profils très différents enrichira votre projet!

### POUR ALLER PLUS LOIN

Les guides correspondant à chaque posture (journaliste, observateur, photographe) sont téléchargeables.

# LA RESTITUTION DE L'ENQUÊTE TERRAIN

Capitaliser, synthétiser et mettre en forme les informations foisonnantes récoltées.



## OBJECTIFS

- \* Capitaliser : écrire à chaud les informations récoltées pour ne rien oublier
- \* Faire ressortir les éléments importants sous forme de zoom (verbatim, sensations fortes, photo, etc.)
- \* Faire émerger des idées d'amélioration, d'évolution, de modification, de création

## MOYENS/BESOINS

- \* Privilégier la présence de tous les participants aux entretiens
- \* Si possible les reproduire sous format informatique (cf. le blog)
- \* Des trames vierges de restitution (format A3) pour les rapports d'étonnement individuel et collectif, le rapport d'entretien, les zooms. (voir les exemples de trames pour la carte citoyenne)

## ÉTAPES

- 1 Relire et compléter les notes personnelles, individuellement et à chaud
- 2 Échange avec les autres participants de l'entretien
- 3 Rédiger un rapport d'entretien sous forme de powerpoint : une slide par élément important illustrée par
  - Un ou des verbatims
  - Photos
- 4 Si plusieurs entretiens avaient un thème commun, faire un rapport d'étonnement collectif pour mettre en valeur les éléments marquants propre à ce thème
- 5 Chacun de ces éléments peut être l'objet d'un zoom formulé à la première personne et accompagné d'une description, verbatims, photos, Et Si...  
*Et si les utilisateurs pouvaient personnaliser leur carte en fonction de leurs centres d'intérêts ?*

**A / LE CONTEXTE**

notez ici des « verbatim » ou de brèves descriptions

Mettez ici des notes et photos qui vous permettent de raconter le contexte de la rencontre : l'arrivé(e) en retard, le quartier, l'ambiance, le lieu de la rencontre, etc.

ZOOM N° : \_\_\_\_\_

\_SERIE\_: \_\_\_\_\_

**TITRE**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## EN LIEN AVEC D'AUTRES MÉTHODES?

AVANT

PENDANT

APRÈS

**Prérequis :** avoir fait une **enquête** (entretiens, observations, réunions, etc.) ou récolté des informations

**accrochage** et présentation des **zooms** auprès du public, remise en forme des Et Si en pistes, **brainstorming** sur les pistes pour formuler des idées fortes

## TRUCS & ASTUCES

- \* Définir une trame commune pour tous les entretiens afin de faciliter la mise en commun. Les éléments ne rentrant pas dans la trame doivent être tout de même mentionnés
- \* Compter environ 20 minutes pour le rapport d'étonnement individuel, 1h pour le rapport d'entretien, 30 minutes pour le rapport d'étonnement collectif, 20 minutes par zoom

## POINTS DE VIGILANCE

- \* Attention à bien être fidèle à la parole de la personne rencontrée sans la confondre avec ses propres idées / convictions.
- \* Les propos qui semblent a priori hors sujet ne doivent pas être négligés. Lors d'une mise en commun, ils peuvent se révéler plus importants que prévu
- \* En retour d'entretien, penser à retranscrire les verbatim mais aussi les émotions ressenties lors de l'échange
- \* Ne pas attendre pour faire son examen personnel à chaud de l'entretien

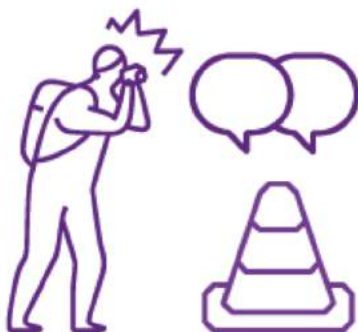
## DES EXEMPLES D'UTILISATION

- \* Dans le cadre de la carte citoyenne, les utilisateurs de la carte ont été interrogés lors de plusieurs entretiens. Les 6 entretiens ont fait ressortir 4 zooms et plusieurs «Et Si»



# L'ENQUÊTE DE TERRAIN

Cet outil est un temps d'immersion durant lequel on rencontre les acteurs et utilisateurs d'un service. Il sert à comprendre les usages des acteurs concernés par une thématique



## OBJECTIFS

- \* Nourrir sa réflexion du terrain
- \* Aller au plus près des personnes
- \* Permet de collecter des indices et de faire émerger des idées
- \* Ressentir des émotions et des tensions ce qui aide à savoir comment est perçu un service.
- \* Savoir qui utilise ce service (comment, quelle fréquence)
- \* Permet d'identifier les usagers extrêmes: ce qui connaissent bien le service et ceux qui trouvent un autre usage du service
- \* Identifier les non usagers et savoir pourquoi ils n'utilisent pas le service
- \* Identifier les attentes des usagers

## ÉTAPES

- 1 Avoir une information préalable (historique, volonté de départ, finalité) du fonctionnement du dispositif/service par la cellule qui pilote le dispositif/service
- 2 Identifier les lieux concernés, les profils d'usagers (utilisateurs ou non)
- 3 Déterminer les questions à poser en fonction du public
- 4 Déterminer les rôles: journaliste, photographe, observateur.
- 5 Faire l'interview, sans prendre forcément rendez-vous, collecter des outils sur place
- 6 Faire la synthèse, croiser les différents résultats d'enquête de tous les groupes
- 7 Restitution





## EN LIEN AVEC D'AUTRES MÉTHODES?

### AVANT

- \* Jeu de rôles

### PENDANT

- \* Synthèse
- \* Zoom

### APRÈS

- \* Accrochage
- \* Scénario d'usage
- \* Blue print

## TRUCS & ASTUCES

- \* Adopter la position de l'interlocuteur
- \* Ne pas avoir peur des silences
- \* Augmenter les outils de captation, ce qui permet de produire une validation ou une invalidation de l'intuition de départ
- \* Garder le contact des usagers intéressés par la démarche pour des reconstitutions futures
- \* Noter les verbatims

## POINTS DE VIGILANCE

- \* Ne pas s'accrocher à sa grille de questions, mais ne pas perdre le fil de l'interview Ne pas poser trop de questions
- \* L'observateur doit pouvoir se substituer au journaliste
- \* Faire face à l'imprévu
- \* Ce n'est pas un dialogue
- \* Ne pas céder à la tentation de se définir comme expert suite aux avis recueillis

## DES EXEMPLES D'UTILISATION

L'ensemble des services publics peut faire l'objet d'une enquête de terrain.

## MOYENS/BESOINS

- \* Papiers, crayons, appareil photo, enregistreur (si possible),
- \* Des objets/supports en lien avec la thématique

# LE BLUE PRINT

Cet outil est un schéma technique fonctionnel présentant les différents points de vue des acteurs concernés par un service / un process, il sert à montrer les points de blocage et de fluidité du fonctionnement du service / process.



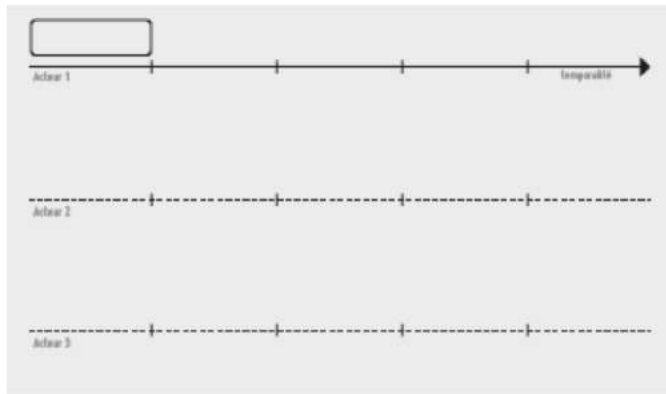
## OBJECTIFS

- \* Avoir la vision globale d'un process / service à travers les différents points de vue de tous les acteurs de ce process / service
- \* Ecrire d'un schéma qui décrit étape par étape un process
- \* Identifier les points de blocage, les manques de liens, les trous, les étapes intermédiaires
- \* Identifier les dysfonctionnement en terme de méthode, de point de contact
- \* Mettre en lumière une double lecture chronologique et thématique



## ÉTAPES

- 1 Travail préparatoire à travers une recherche de ressource en lien avec le sujet (éléments visuel ou de fonds...)
- 2 Identification des acteurs concernés par le sujet (tous les points de vue doivent être présentés)
- 3 Préparation des enquêtes : questionnaire ciblé / commun par catégorie d'acteurs
- 4 Enquête de terrain
- 5 Premier jet des résultats de l'enquête sur un tableau
- 6 Affinage de la typologie du tableau au fur et à mesure de la restitution des enquêtes
- 7 Identification des points de blocage, des points d'interrogation, des points positifs, des divergences et des convergences
- 8 Présentation du tableau aux acteurs concernés, et travailler sur les points qui nécessitent un éclaircissement
- 9 Restitution finale



## EN LIEN AVEC D'AUTRES MÉTHODES?

AVANT

PENDANT

APRÈS

Enquête de terrains

## DES EXEMPLES D'UTILISATION

- \* Systèmes complexes qui mobilisent de nombreux acteurs (ex: gros projet urbain, aides sociales, gestion des risques, indemnisation chômage à la Ville, gestion des pieds d'arbre, gestion d'un équipement de proximité...)

## TRUCS & ASTUCES

- \* Il est possible de faire des propositions concrètes suite à l'identification des blocages
- \* Prévoir un « sas de décompression » lors de la première présentation

## POINTS DE VIGILANCE

- \* Savoir s'arrêter
- \* Être précis dans les interconnexions mais ne pas se noyer dans les détails
- \* Au moment de la première présentation aux acteurs concernés, bien rappeler qu'il ne s'agit pas d'une présentation de solution, mais d'une étape pour faire évoluer le blue print
- \* Faire attention à la configuration des lieux et à la position de chacun au moment de la présentation
- \* Attention au décalage entre l'ambiance de groupe du labo et l'ambiance du groupe au moment de la première présentation aux acteurs

## MOYENS/BESOINS

- \* Un grand mur
- \* Un grand support papier
- \* Beaucoup de post-it de différentes couleurs

