

Phase 1.2

DÉFINIR

Processus de CONVERGENCE



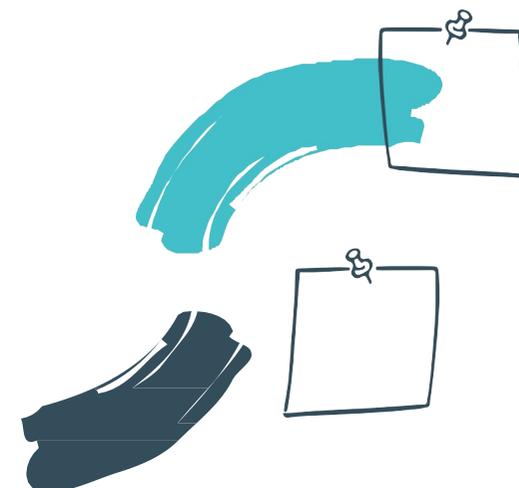
ÉTAPE 5 : REGROUPEMENT ET ORGANISATION DES DONNÉES

→ Une fois l'ensemble des données collectées, il sera temps de les mettre au propre, de les regrouper et de les organiser. Les données qualitatives nominales (c'est-à-dire qui ne peuvent être ordonnées selon une échelle) que vous obtiendrez à l'issue d'enquêtes semi-directives ne peuvent pas faire l'objet d'un traitement statistique classique, mais il est tout de même possible de faire émerger des tendances lorsque les mêmes sujets sont abordés par un ensemble importants d'interrogés (par exemple, la proportion des individus ayant spontanément évoqué les problématiques de mobilité).

→ Au-delà de ce cas de figure, différentes méthodes peuvent permettre de donner du sens à ce type de données. L'une des plus mobilisée aujourd'hui est celle du diagramme d'affinité ou diagramme KJ. Il s'agit dans ce cadre de regrouper tous les sujets abordés par les usagers pour ensuite en dégager des thématiques consensuelles, qui pourront représenter à la fois une matière précieuse pour réaliser un brainstorming avec les parties prenantes, mais surtout pour orienter les axes principaux d'un diagnostic ou la création de premières hypothèses issues du terrain. Ces hypothèses orienteront par la suite le travail d'idéation et de co-conception.

Pour en savoir plus : la page suivante <https://apcpedagogie.com/diagramme-d-affinite> détaille le processus de création d'un diagramme d'affinité.

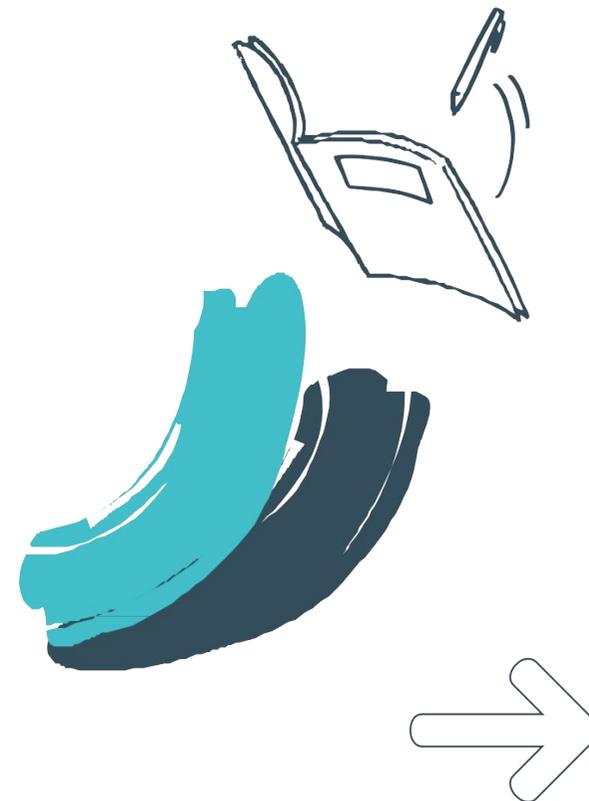
→ Si vous mobilisez à l'occasion de vos enquêtes des outils impliquant un choix de l'utilisateur (par exemple, choisir entre deux photos celle qui représente le mieux sa vision de la culture), il deviendra possible de faire des statistiques descriptives simples qui seront visualisables graphiquement, ce qui pourra s'avérer intéressant pour orienter vos focus ou pour partager vos premières conclusions.



ÉTAPE 6 : ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES DONNÉES

→ L'analyse des données est une étape importante. Il convient pour autant de garder à l'esprit que, quel que soit le format de la donnée, les résultats de l'analyse constituent des éléments d'aide à la décision. Les données en elles-mêmes ne vous apporteront donc jamais les réponses et la bonne marche à suivre pour la suite. Ici encore, le sentiment d'incertitude par rapport aux conclusions que l'on doit tirer peut parfois représenter un frein pour certains. Rassurez-vous ! Cette incertitude est une composante normale de l'interprétation des résultats, et ce que l'on soit néophyte ou expert sur une question ou une méthode. Mobiliser plusieurs personnes lors de l'analyse des résultats peut en l'occurrence s'avérer intéressant pour prendre davantage confiance sur les conclusions à tirer.

→ Comme indiqué précédemment, l'enquête usager menée par le biais de questionnements ouverts permet de collecter des données qualitatives qui ne sont pas ordonnables. Ce type de données offre l'avantage de ne pas avoir à passer par des outils statistiques complexes et peu accessibles sans une formation dédiée. Pour autant, différentes méthodes peuvent vous permettre de faire "parler la donnée" afin de produire des hypothèses et de guider vos prises de décisions.



Le diagramme d'affinité vu précédemment, en plus de permettre de rationaliser la donnée, permet déjà un premier recul analytique par rapport aux retours du terrain. Une fois les informations bien regroupées et structurées, d'autres outils peuvent vous aider à donner du sens à ce que vous avez collecté.

- La matrice de la transformation permet d'organiser les données en partant des phénomènes problématiques, de leurs effets pour ensuite remonter aux causes afin de prioriser les solutions à même de les traiter.

- L'analyse des communs, des affinités, permet de dégager des thèmes phares en matière de préoccupation pour les usagers, ou en matière de postures et de représentations.

- L'observation des occurrences permet, lorsque l'échantillon d'usagers n'est pas trop réduit, d'observer l'apparition d'un mot, d'un propos ou d'un sujet pour statuer sur l'importance de cet élément pour les usagers. Certains logiciels permettent d'automatiser ce type d'analyse, même si leurs performances restent encore limitées.

- Identifier les controverses permet d'identifier ce qui varie en matière de perceptions et d'expériences des individus. Ceci peut renseigner sur des inégalités vécues par les usagers et guider notamment le projet vers l'homogénéisation de cette expérience (le label France Services vise justement à la réduction de ces inégalités par exemple).

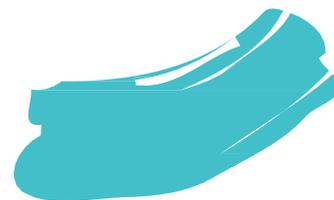
- Analyser les parcours existants permet de replacer l'expérience des usagers dans leur temporalité et de mieux appréhender la vision d'ensemble. Penser en termes de parcours représente toujours une stratégie pertinente puisque les usagers ne vivent pas des expériences découplées les unes des autres, mais justement des épisodes (par exemple, se rendre au bureau de poste) qui gagnent à être considérés de manière globale.



Cette liste d'exemples est loin d'être exhaustive, mais globalement, l'analyse de données qualitatives doit toujours poursuivre une recherche des causes : qu'est ce qui est susceptible d'expliquer cette posture chez les usagers ? Pourquoi ne sollicitent-ils pas des solutions pourtant existantes dans leur environnement ?

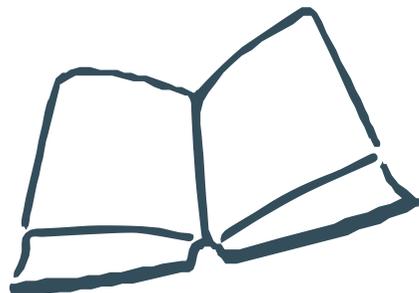
Choisissez une méthode et poursuivez-la jusqu'au bout de votre analyse, les données éclairent toujours la suite même si parfois, elles soulèvent également d'autres questions (ce qui peut d'ailleurs amorcer un autre travail d'enquête plus ciblé).

- **Pour en savoir plus :** la page suivante <https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-qualitative> présente les grandes lignes de l'analyse qualitative ainsi qu'une étude de cas sommaire

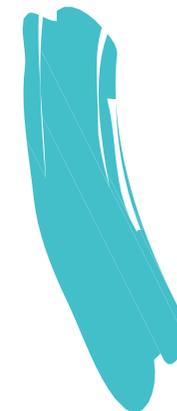
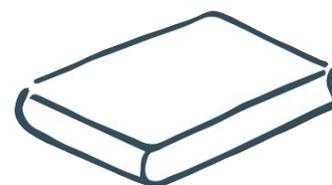


ÉTAPE 7 : PRODUCTION DU DIAGNOSTIC ET DIFFUSION

→ Le diagnostic, qui constitue également un document de restitution de cette première grande phase d'enquête et d'exploration, ne se résume pas à une simple description de ce qui a été fait par les acteurs, mais un réel support à la réflexion et au partage entre les parties prenantes du projet.



→ Les données récoltées ont nécessairement éclairé davantage votre perception du problème. Elles ont peut-être requestionné entièrement la manière dont vous perceviez la problématique au départ. Si tel est le cas, c'est qu'elle a déjà prouvé son utilité : vous avez des réponses et/ou de nouvelles questions et il est temps de mettre en action l'intelligence collective pour prendre de la distance par rapport aux constats effectués en vue d'orienter la suite du projet.



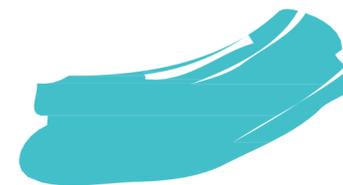
Il y a de multiples manières de produire un diagnostic. Nous vous proposons ci-dessous quelques grands principes pour enrichir ce diagnostic et en faire un outil actionnable par les personnes engagées dans le projet.

→ Modéliser la complexité : les usagers adoptent parfois des postures qui peuvent paraître “limpides”, mais qui reposent en fait sur des processus complexes. De manière générale, essayez de remonter aux causes qui provoquent ces opinions et représentations en retraçant la teneur de vos échanges. Au cours de ceux-ci d’ailleurs, n’hésitez pas à abuser du “pourquoi”, qui vous permettra toujours d’interroger les raisons (ou l’absence de raisons) qui motivent le comportement des usagers. Cette complexité pourra être simplifiée en partant des propos des usagers sur leurs pratiques ou leurs usages (conséquences) pour ensuite avancer vers les raisons personnelles ou environnementales qui les justifient (causes). Ici comme souvent d’ailleurs, des croquis simples peuvent vous aider à mieux articuler votre réflexion et à la clarifier.

→ Faire parler les verbatims : pour étayer les hypothèses ou conclusions issues de l’enquête, pensez à les coupler avec les verbatims les plus représentatifs. Bien entendu, soyez honnêtes et ne leur faites pas dire ce qu’ils n’ont pas dit. Des conclusions accompagnées de verbatims sont toujours plus accessibles et appropriables et permettent une meilleure compréhension. L’usage des verbatims, couplé à l’intégration de photos d’enquête, permet également de rendre votre diagnostic plus organique, plus humain, en rappelant implicitement que ce travail n’était pas réalisé “en chambre” mais bien au contact direct des citoyens usagers, ce qui est bien la qualité principale de ce type de démarche. Vous êtes allés au contact d’autres individus, parfois en situation d’incertitude et vous vous êtes efforcés de comprendre leurs opinions et leurs situations. Valorisez ces efforts en faisant ainsi vivre votre document.

→ Susciter l’adhésion : le diagnostic issu de l’enquête de terrain constitue un document à la fois de restitution, mais également et surtout de réflexion à l’égard de l’existant et des orientations qui pourront être prises pour la suite du projet. Les grandes thématiques, construites à partir de l’enquête d’une part, à partir de vos réflexions collectives d’autre part, doivent susciter la curiosité et engager des réflexions quant à ce qui peut être imaginé à ce stade pour traiter les problématiques associées.

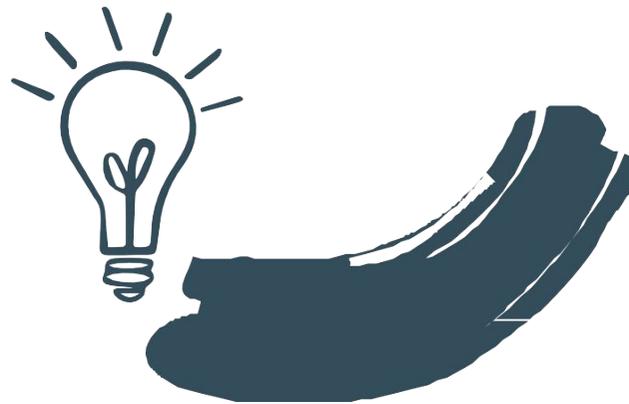
À noter : lors de la réalisation de votre diagnostic, n’hésitez pas à mettre vos résultats en parallèle avec d’autres tels que des enquêtes de satisfaction, des statistiques descriptives de votre territoire, etc. Mettre en parallèle recherches qualitatives et données quantitatives offre parfois un pouvoir explicatif décuplé.



ÉTAPE 8 : DÉFINITION DES THÉMATIQUES DE TRAVAIL

→ Lorsque le diagnostic aura fait l'objet d'un ou de plusieurs temps de réflexion collective, vous serez à même de dégager des grandes thématiques de travail qui focaliseront les processus d'idéation et de co-conception. Ce temps constitue donc "le bec de l'entonnoir" et doit par conséquent permettre à l'ensemble des parties prenantes d'avoir une idée plus précise des sujets qui devront être traités dans la suite du projet. Vous ne pourrez pas tout aborder, tout traiter. Focalisez-vous donc sur ce qui est le plus prégnant dans les retours des usagers. À ce stade, vous devriez être en capacité de savoir si des expertises dédiées doivent être mobilisées pour faire avancer le projet et de déterminer les partenaires qu'il pourrait être utile d'associer à la démarche.

→ Si plus de questions que de réponses ont émergé au terme de l'enquête usagers et si vous disposez d'assez de temps, une itération peut être engagée pour mener une enquête usagers plus resserrée sur les problématiques en question. Un équilibre entre l'investissement et le degré de précision souhaité doit donc être trouvé, et vous seuls, en tant que professionnels et experts de vos sujets, êtes à même de statuer sur ce sujet.



VOLET n°1 : COMPRENDRE

BOÎTE À OUTILS

20
outils

↓
AVANT
L'ENQUÊTE

↓
PENDANT
L'ENQUÊTE

↓
APRÈS
L'ENQUÊTE