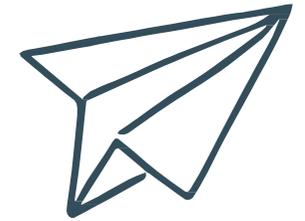


INTRODUCTION



De manière générale, les méthodes de co-conception font appel à des processus créatifs qui sont encore souvent peu considérés dans le milieu professionnel du fait des représentations qu'elles activent chez le plus grand nombre. Le plus souvent, ces représentations sont essentiellement basées sur des a priori et des croyances populaires, Voici une petite liste non exhaustive de ces a priori :



“Je ne suis pas quelqu'un de créatif, ces méthodes ne sont pas faites pour moi.”

- Les médias, les modèles de pensée logiques et linéaires, ou encore les découpages disciplinaires traditionnels que l'on retrouve par exemple dans le système éducatif nous amènent souvent à penser que soit on est créatif, soit on ne l'est pas. Ceci constitue un phénomène étrange : pour comparaison, on sait pourtant qu'il n'est pas nécessaire d'être “un sportif” pour aller faire du sport, il suffit surtout de s'en donner le temps et la volonté. En réalité, la créativité fonctionne de manière similaire, les activités créatives représentent la mise en action de processus mentaux dont nous sommes tous capables si on s'en accorde le droit et que l'on fait l'effort.

- Si certains sont plus créatifs que d'autres, c'est tout d'abord parce qu'ils en ont pris l'habitude à force de s'exercer quotidiennement ; ensuite, c'est aussi car ils s'autorisent davantage à “sortir du cadre”, c'est-à-dire, à ne pas limiter leurs idées à ce qui est “raisonnable” ou “réaliste” mais à s'ouvrir au contraire à tout ce qui est “imaginable” ; c'est ce qu'on appelle parfois la pensée divergente. Exercer sa créativité, c'est donc d'abord faire taire cette voix intérieure qui nous pousse à juger nos idées et celles des autres avant même qu'elles ne s'expriment. Plutôt que de “tuer dans l'œuf” les idées, donnez leur vie, rebondissez et faites rebondir les autres dessus, c'est de cette manière que de nouvelles idées, plus prometteuses feront jour et pourraient déboucher sur des solutions à la fois originales et pertinentes.

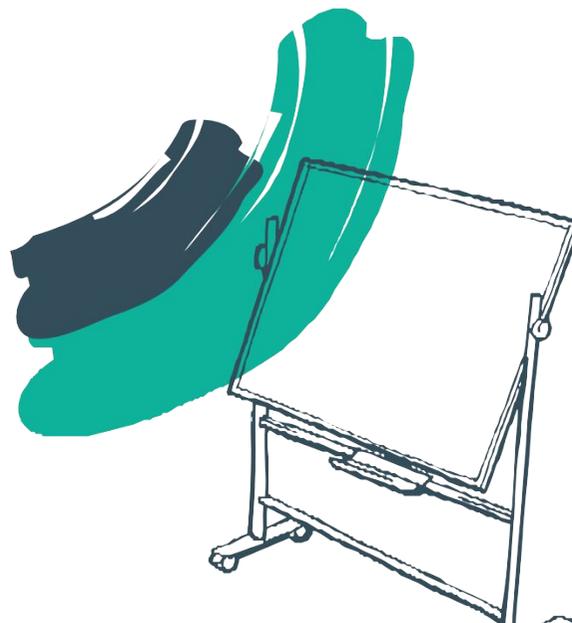




“La créativité c’est sympa, mais ça ne fait quand même pas très sérieux.”

On associe souvent la créativité au domaine du loisir et des temps récréatifs, beaucoup plus rarement au monde professionnel. Pourtant, rares sont les secteurs pour lesquels la créativité n’est pas susceptible d’apporter des résultats tangibles, rentables et durables. Même les grands groupes l’ont compris, Google, par exemple, applique la règle des 20% : chaque salarié est autorisé à consacrer 20% de son temps à un projet qui lui tient à cœur, sans attente de résultat spécifique (théoriquement). On pourrait avoir tendance à penser que rien de prometteur n’est susceptible d’être produit sur ces temps ouverts, c’est pourtant sur ces temps-là que des échanges réguliers entre les employés ont finalement débouché sur la création de services tels que Gmail ou Google Talk. Malheureusement, la firme a abandonné cette approche pour un modèle plus classique aujourd’hui (sans doute car au-delà de ces temps, aucune méthode ne leur était proposée pour actionner cette créativité) ; l’avenir dira si le taux d’innovation en sera amélioré.

Loin de ces questions essentiellement managériales, l’usage de temps créatifs ; lorsqu’il est accompagné de méthodes et d’un cadre solide, offre un espace favorable à l’émergence de propositions inattendues ; et c’est bien l’inattendu qui donne son caractère nouveau à une solution. Comme l’a suggéré Peter Drucker, spécialiste en management d’entreprise : “N’ignorez pas l’inattendu, c’est la plus grande source d’innovations”. Au-delà des modèles d’entreprises “fixés”, l’usage de la créativité dans une institution, privée ou publique, sera toujours profitable à l’ensemble des participants, ne serait-ce que pour son potentiel à développer l’esprit d’initiative et d’innovation de ses membres.



“Les idées issues des processus créatifs sont souvent naïves et irréalisables.”

Dans l’approche créative, on privilégie d’abord la quantité à la qualité. De fait, les premières idées produites sont en effet le plus souvent peu opérationnalisables en l’état, et ce n’est d’ailleurs pas leur propos. En échangeant, en réfléchissant et en rebondissant collectivement sur ses idées de celles des autres, un processus implicite d’affinement et de concrétisation progressif s’opère et les idées perçues comme les plus naïves au départ se meuvent en potentialités. Cette maturation des idées implique bien entendu des méthodes et outils dédiés et c’est aussi le propos du design que de rendre disponibles de telles méthodes.

- Pour en savoir plus : découvrez l’approche Crazytivity développée par Butzi, conférencier, magicien et défenseur de l’usage de la créativité au travail

<https://www.youtube.com/watch?v=TJWiHVHAYcc>

CO-CONCEVOIR

Processus d'OUVERTURE



ÉTAPE 1 : DÉFINIR LES MÉTHODES ET LE PROGRAMME DE TRAVAIL

- Les méthodes de co-conception sont nombreuses et le choix des plus pertinentes pour votre projet doit se faire en fonction de la nature de celui-ci, des typologies et expertises des participants et bien entendu, du temps et des moyens disponibles. Les facteurs à prendre en compte concernent également les objectifs visés : toute méthode doit répondre à des critères fixés en amont (degré de participation souhaité, modalités d'expression des idées, etc.) et doit permettre à terme d'aboutir à la production d'un résultat (diagramme d'affinités, plan d'action, répertoire d'idées à développer, maquette, nouvelles méthodes de travail, etc.).
- La première étape consistera donc à expliciter les objectifs poursuivis lors de l'atelier (ou d'une série d'ateliers) de co-conception. Que souhaitez-vous que les participants produisent au terme de l'atelier ? S'agit-il de clarifier une idée existante ou de trouver de nouvelles solutions vis-à-vis d'une problématique précise ? L'atelier doit-il répondre à une commande ou s'inscrit-il dans un objectif à l'interne ? Vous présenterez d'ailleurs cet objectif en début d'atelier pour que tous soient au fait de la finalité visée. Profitez également des premières minutes de la session pour rappeler les règles fondamentales de ce type de démarche collective : bienveillance à l'égard des autres, écoute et absence de jugement. Rappelez aussi que l'important est de ne pas se freiner dans sa capacité à produire des idées et de rebondir le plus possible sur les idées produites par soi comme par les autres.
- Une fois les grands objectifs et les critères de réussite fixés, la prochaine étape sera de construire le déroulé de l'atelier. Il n'y a pas de modèle établi pour cela mais quelques principes doivent être respectés pour le bon déroulé de l'atelier comme pour le confort des participants (et des animateurs !). De la même manière que pour les objectifs, il peut être intéressant d'afficher ce déroulé durant vos ateliers, cela permettra aux participants de voir la logique des étapes, les pauses prévues et vous servira de guide en cas d'oubli ou d'éparpillement du collectif.



→ Premier principe : mobiliser des personnes positives, ouvertes et enthousiastes

Les sessions de co-conception, qu'elles visent à explorer une question ou à produire un prototype relativement fidèle à une solution escomptée, réclament que l'ensemble des participants soit ouvert aux propositions des autres et positif à l'égard des idées produites. Dans la mesure du possible, on évitera donc d'inviter à ces sessions des personnes trop centrées sur leurs propres opinions et ambitions, qui seraient susceptibles de défendre, encore et toujours, leur point de vue au détriment de celui des autres. Ces personnes ont souvent tendance à arriver dans les ateliers avec leurs propres solutions, d'ores et déjà considérées comme les meilleures de leur point de vue. De la même manière, les personnes installées dans une dynamique négative, ou cynique, promptes à juger rapidement tout ce qui est exprimé représenteront de véritables freins à la créativité et à la prise de parole des autres. Privilégiez donc les profils plutôt optimistes à l'égard du projet et de la démarche pour garantir le confort de l'ensemble des participants.

→ Deuxième principe : débiter par un brise-glace

- Le brise-glace sert un double objectif. D'abord, il permet d'installer une ambiance de participation active. Un atelier, ce n'est pas un cours ou une conférence dans lesquels on peut se contenter de s'installer confortablement et de suivre (avec une assiduité variable) les mouvements intellectuels et les envolées lyriques d'un orateur. C'est un temps destiné à mettre en mouvement la pensée individuelle et d'actionner l'intelligence collective. Le problème, c'est que l'on n'est pas forcément en posture de le faire au départ de l'atelier, la fatigue, les tracasseries ou la timidité peuvent nous mettre en position de retrait ce qui rendra l'atelier beaucoup plus fastidieux pour nous comme pour les animateurs.

- Les jeux sérieux mobilisés comme brise-glaces vont donc nous permettre de mettre en marche, facilement et progressivement, notre corps et notre esprit pour nous "couper" de notre état mental précédent et nous inviter à une parenthèse active. Ensuite, l'activité brise-glace va servir un propos plus ciblé, relatif aux participants et au sujet de l'atelier. Si l'atelier mobilise des personnes qui se connaissent peu ou pas, on pourra choisir une activité favorable à une première rencontre et un échange entre eux. Cela mettra assez rapidement à l'aise les participants et fournira "une excuse" pour interagir dès le départ, ce qui favorisera les échanges qui suivront (nécessairement) durant l'atelier.



- Concernant le lien au propos de l'atelier, cela peut être intéressant de trouver une activité brise-glace qui mobilisera les mêmes compétences que celles qui seront sollicitées durant l'atelier lui-même. On choisira donc préférentiellement un brise-glace faisant appel à l'imagination pour un atelier orienté créativité, une activité impliquant une prise de position tranchée si l'atelier a pour propos d'orienter un collectif sur des choix stratégiques, etc.

- Les brise-glaces que l'on peut trouver aujourd'hui (manuels, pages web, vidéos, etc.) sont particulièrement diversifiés mais ont pour point commun d'être simples à comprendre et à mettre en œuvre. Il est indispensable que la consigne soit facile et que l'activité ne prenne ni trop de temps, ni trop d'effort à l'ensemble des participants.

- Autre point à prendre en compte : avec le temps, les personnes invitées à des ateliers sont de plus en plus habituées aux brise-glaces. Pour éviter de les lasser dès le départ avec une activité perçue comme une étape "inévitabile", n'hésitez pas à renouveler votre éventail d'activités, voire, d'en inventer de nouvelles en déclinant les existantes ou en concevant votre propre activité !

- Plutôt que vous donner une liste d'activités brise-glaces nécessairement limitée, nous vous encourageons à découvrir sur le web la multitude (sans cesse croissante) de brise-glaces qui pourront intégrer idéalement vos sessions de co-conception et créer une ambiance favorable aux échanges, à la bienveillance et à la créativité décomplexée.

- Pour en savoir plus : Consultez le Philagora, document riche en idées originales (brise-glaces mais aussi activités à intégrer à l'atelier lui-même), pour donner du pep's à vos sessions :

https://philanthropie.fondationbombardier.ca/wp-content/uploads/2019/07/Philagora_Trousse-idees_Final_LR.pdf

... et n'oubliez pas, rien ne vous empêche de créer votre propre brise-glace en vous inspirant de jeux de société, d'activités d'animation, de pleine conscience, etc. cela vous garantira de surprendre les participants !





Troisième principe : prenez en compte le fonctionnement humain

- Une session de co-conception peut s'avérer exigeante sur le plan cognitif, pour l'animateur comme pour les participants d'ailleurs. Gardez donc toujours à l'esprit de ménager le collectif pour ne pas "l'assommer" en lui en demandant trop, trop vite, ou trop fort. Ainsi, lorsque c'est possible, privilégiez les matinées pour les petites sessions (votre brise-glace pourra d'ailleurs directement faire suite à un petit déjeuner collectif pour énergiser le groupe).

- Après l'activité brise-glace (ou après le repas du midi, qui ne doit pas être trop lourd pour des raisons évidentes), commencez par une activité simple et peu exigeante, qui mettra doucement en mouvement les participants pour ensuite aller vers des tâches plus coûteuses. De la même manière, n'enchaînez pas ces tâches exigeantes entre elles et essayez d'alterner entre des activités frugales et relativement courtes (10-15 minutes au maximum) avec d'autres, plus conséquentes.

Puisque corps et esprit vont toujours de pair, n'oubliez pas de mettre physiquement en mouvement le groupe régulièrement durant vos ateliers ; penser en bougeant, cela marche très bien, surtout dans le contexte de temps créatifs.

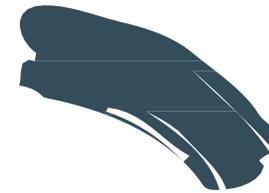
Enfin, prévoyez de rendre accessibles des boissons et des petits encas qui permettront de redonner de l'énergie au collectif tout en créant un cadre agréable, plus informel et favorable aux échanges.

- Ces principes en tête, vous serez en mesure de proposer des déroulés d'ateliers cohérents et efficaces. Les méthodes que vous pourrez utiliser lors de ces sessions créatives sont nombreuses ; l'important est surtout qu'elles soient facilement accessibles pour les participants et qu'elles s'enchaînent de manière fluide et raisonnée (sans négliger les pauses pour ne pas épuiser le groupe).

- Enfin, pensez à vous procurer tout le matériel nécessaire pour votre atelier : post-it, papier, stylos/feutres, tableau veleda/paper board, gommettes de couleur (pratique pour voter pour des idées produites précédemment), projecteur ou grand écran pour une présentation (relativement courte) et bien entendu, de quoi prendre des photos qui vous seront particulièrement utiles pour les temps de traitement des données. Ce qui pourra s'avérer intéressant pour orienter vos focus ou pour partager vos premières conclusions.



ÉTAPE 2 : IDENTIFIER LES BONS ACTEURS À MOBILISER



- Selon leurs objectifs, les sessions de co-conception pourront nécessiter le recours à des expertises dédiées diverses. Ne négligez donc pas le choix des talents à mobiliser. Un atelier intégrant des personnes d'horizons différents sera toujours intéressant puisqu'il permettra d'enrichir les productions finales en leur donnant, déjà à ce stade, plus de maturité. Si l'on prend pour exemple un atelier exploratoire destiné à imaginer un événement destiné à faire connaître les artistes locaux, on pourrait donc imaginer solliciter pour celui-ci un-e expert-e en communication, un-e expert des initiatives culturelles, un-e graphiste, une personne ressource sur les partenaires mobilisables pour faire gagner en visibilité l'évènement, etc.
- L'énergie n'est pas la même lorsque les personnes ont des expertises plurielles. En fait, elle est plus prégnante, les idées des uns font plus facilement réagir les autres et un processus en entonnoir peut facilement se mettre en place ; avec l'aide, le guidage et la facilitation de l'animateur bien entendu.

Concernant l'animateur, qui assurera le suivi du déroulé et la facilitation sociale durant l'atelier, il peut être envisagé qu'il soit interne à l'organisation ou bien que ce soit un expert en animation. Dans certains cas en effet (par exemple, pour un design sprint), le recours à un expert extérieur est souhaitable puisque certaines approches nécessitent une expérience avérée dans la facilitation sociale, graphique, etc. Des profils plus originaux peuvent aussi être envisagés en ce sens qu'ils participent à créer une atmosphère unique en atelier qui enthousiasme souvent les participants (l'exemple de Butzi en est une bonne illustration).
- Si la présence des personnes commanditaires du projet est un réel plus, il est en revanche souhaitable que celles-ci occupent une posture semblable aux autres participants durant la session de co-conception plutôt que celle d'animateur/facilitateur. Dans ce dernier cas en effet, ces personnes auraient plus de mal à pouvoir s'autoriser et autoriser les autres à prendre des directions imprévues durant le déroulé.

ÉTAPE 3 : ANIMER LES ATELIERS DE CO-CONCEPTION

Principe 1 / Mettre en œuvre une Ingénierie d'animation favorable à la facilitation des ateliers de travail

Il est important de varier les méthodes et les profils de l'équipe de facilitation pour améliorer les processus de travail collectifs et garantir des résultats. Nous déploierons une démarche s'appuyant sur un riche éventail méthodologique. Envisagez les ateliers comme des espaces-temps de réflexion, d'expérimentation et d'évaluation qui permettent de capitaliser d'une journée sur l'autre et de valoriser les extrants. Préférez, dans la mesure du possible, co-créez ces journées avec nos commanditaires afin d'assurer une pertinence maximale aux activités prévues et en particulier aux questions de travail propres aux thématiques élaborées en amont.

Principe 2 / Mobiliser un binôme d'animation pour favoriser le changement d'échelle

Pour répondre aux enjeux de l'animation des ateliers de travail, il est préférable d'avoir une approche de la facilitation en binôme animateur / facilitateur pour de nombreuses raisons. Cela permet de :

- ▶ piloter plusieurs groupes de travail simultanément ;
- ▶ varier les rôles et les postures pour dynamiser l'animation (facilitation graphique, gestion du temps, accompagnement personnalisé) ;
- ▶ maintenir la dynamique de travail ;
- ▶ capter plus d'informations, de signaux faibles auprès des participants ;
- ▶ opter pour des caractères, des personnalités, des genres et des voix différentes pour varier les interlocuteurs ;
- ▶ modéliser un processus collaboratif en montrant la collaboration entre les facilitateurs ;
- ▶ assurer la fluidité des échanges dans des formats variés ;
- ▶ alterner les séquences propres à insuffler la dynamique de groupe et de favoriser l'émergence de l'intelligence collective ;

- ▶ assurer la bonne capitalisation des productions (prise de notes, photos, vidéos, etc.) ;
- ▶ gagner en agilité par le recours à des feedbacks immédiats entre nous et donc dans la construction des synthèses des ateliers.

En plus de ces raisons, le binôme animateur/facilitateur permet de nous adapter à des tailles de groupe variables.



ÉTAPE 3 : ANIMER LES ATELIERS DE CO-CONCEPTION

Principe 3 / Varier les paramètres d'animation ...

Les sessions de travail collectif d'une journée complète peuvent paraître longues et fastidieuses pour certains participants. Il est essentiel de maintenir l'attention de l'ensemble tout en gardant un cadre de travail dynamique, agréable et convivial.

De plus, les formats et les exercices d'animation peuvent éviter de cantonner les participants à leurs postures habituelles en les faisant par exemple adopter des postures inédites, en organisant soigneusement les temps de parole, en proposant des exercices d'écoute active, etc.

Au-delà de la pertinence du binôme animateur/facilitateur, notre expérience nous permet de savoir varier différents paramètres pour soutenir cette dynamique et mettre les participants dans une position propice à la co-production.

Il nous semble donc important de rappeler qu'il faut pour cela :

Varier les typologies de travaux ...

entre groupes au complet, petits groupes, binômes, etc. En effet, il est en effet plus facile de s'exprimer autour d'une table à trois ou quatre personnes qu'en plénière devant une vingtaine de participants. Proposer des temps très variés pour fluidifier la parole et permettre à chacun de s'exprimer de manière authentique et apaisée sans inhibition sociale et donner la possibilité de s'échapper entre deux temps de travail si les personnes ne sont pas à l'aise avec l'exercice..

Varier les postures ...

au sens propre comme au sens figuré ; c'est-à-dire amener les participants à se mettre en mouvement, passer d'une posture assise et donc plus passive à une posture debout et donc plus active. Changer et mélanger les groupes de travail, proposer des exercices permettant de se mouvoir dans l'espace pour éviter l'enfermement. Nous sommes attentifs également à limiter l'influence que peut avoir une posture hiérarchique sur le travail collectif. Il s'agit de réussir à faire en sorte que les "casquettes" soient laissées à l'entrée de la salle pour permettre l'égalité entre tous les participants.

La place des experts est également importante à prendre en compte. Il faut leur laisser une plage d'expression favorable à une meilleure compréhension ou appropriation du sujet tout en permettant aux participants d'exercer leur intelligence et d'exposer leurs points de vue en regard de cet éclairage expert.

Varier les outils ...

d'animation pour laisser la place à la créativité et mobiliser divers types d'intelligence. Par exemple, le dessin, seul ou à plusieurs, permet d'exprimer des idées, de bâtir des scénarios ou de donner à voir des ressentis de manière différente ; le photo-langage ou l'improvisation autorisent chacun à investiguer des questions de posture ou de conflit d'intérêts de manière légère pour mieux comprendre la position de l'autre ; les constellations peuvent révéler des dynamiques sous-jacentes ou des relations entre parties prenantes non-perceptibles de prime abord. En rendant visible ce qui est latent, l'utilisation d'objets ou de matériels créatifs libère ainsi les esprits d'une rationalité qui freine parfois la créativité.

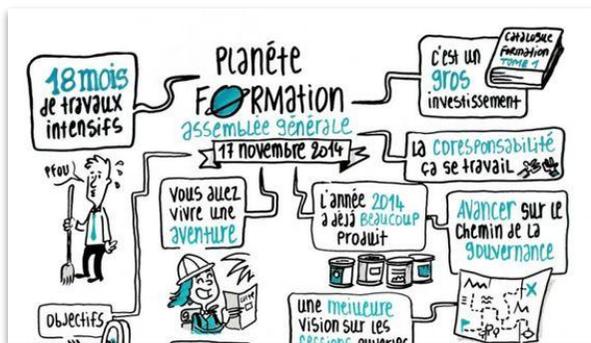
Varier l'espace ...

de travail pour s'ouvrir à d'autres réalités, expérimenter de nouvelles postures. L'espace de travail peut en effet aider énormément à transformer les relations entre participants, favoriser ou au contraire freiner l'intelligence collective et permettre d'imaginer d'autres possibles. Quoi qu'il en soit, l'aménagement d'un espace de travail créatif est indispensable.

ÉTAPE 3 : ANIMER LES ATELIERS DE CO-CONCEPTION

PRINCIPE 4 / Facilitation graphique : l'image comme atout fondamental dans l'animation et dans la diffusion d'information

Dans les ateliers de travail, il nous semble essentiel de pouvoir proposer des outils de facilitation graphique. L'une des forces en termes d'animation est de pouvoir proposer des animateurs compétents pour traduire les débats en images. Le terme "image" est à entendre ici au sens large : dessins, maquettes, schémas, photos-montage, ... Cette élaboration visuelle est particulièrement utile pour synthétiser des idées, des débats, sous une forme accessible rapidement et simplement et moins marquée par des différences de culture professionnelle ou sociologique. Cette vulgarisation par l'image permet aux participants de citer un concept par un simple visuel et d'instaurer un langage commun. De plus, lors de la production des synthèses, ces supports visuels sont de formidables points de repère pour l'appropriation du contenu pour tous les lecteurs.



PRINCIPE 5 / Une approche itérative et participative

Au fil d'une démarche, la co-construction doit permettre d'impliquer et de mettre en débat, direct et indirect, l'ensemble des parties prenantes (les membres du réseau et les décideurs) pour construire ensemble les meilleures solutions, les plus efficaces et les plus pérennes. Les solutions possibles ne sont pas connues à l'avance. L'enjeu même est de permettre d'explorer des zones d'incertitudes, parfois inconfortables, et des solutions nouvelles. Il est important d'avoir un garant de la méthode et du processus afin de faciliter le pilotage stratégique et politique de l'amélioration de la relation entre les différentes parties prenantes.

Une approche modélisante :

Chaque processus d'accompagnement, par la façon de travailler ensemble (postures, outils, configuration de la salle, séquences pédagogiques, modalités collaboratives et pilotage) fonctionne comme un miroir (déformant) pour les personnes qui y participent. Ces modalités, explicitées et discutées, peuvent donner lieu à des pistes d'actions concernant l'organisation, le management, les outils...

La recherche d'options à l'action engagée :

Un tiers, doté d'une vision décalée, peut mettre en œuvre un questionnement fertile sur les options qui jusqu'à présent n'ont pas été envisagées ou mises de côté. Il peut ainsi déjouer certaines résistances propres à chaque organisation (habitudes, path dependency, méconnaissances inconscientes...) et aider à la formulation de nouvelles options ou scénarios plus ou moins radicaux.

La construction de la confiance :

Une équipe performante, selon W.Schutz, auteur de la méthodologie "l'Élément Humain" est une équipe dans laquelle chaque individu peut s'exprimer et dire ses peurs. Dire ses peurs permet de les dépasser, et de mettre l'énergie habituellement bloquée dans des mécanismes inconscients de défense dans le travail et l'efficacité du groupe. La capacité à pouvoir s'ouvrir dépend notamment du climat de confiance dans lequel nous travaillons. En travaillant à la création d'un réseau d'acteurs, nous procédons donc dans un premier temps par la mise en place des éléments nécessaires à la confiance: les règles de travail, la mise en commun des objectifs et un accord sur la vision du collectif, un partage sur les valeurs... entre autres.

ÉTAPE 3 : ANIMER LES ATELIERS DE CO-CONCEPTION

Focus sur des méthodes de conception de service :

L'ébauche d'un service commence par l'élaboration d'une expérience. À partir des scénarios et des parcours usagers co-conçus et souhaités, les designers commencent à traduire ces concepts sous la forme d'expériences complètes. Il s'agira alors de concevoir de façon globale et complémentaire l'ensemble des infrastructures, des espaces, des objets, des interfaces et de la communication afin d'avoir un ensemble cohérent, désirable et compréhensible pour l'utilisateur.

- **Atelier design de service** : les ateliers de design sont une forme de design participatif qui consolide les méthodes de collaboration créatives en proposant des séances dans lesquelles plusieurs participants peuvent travailler avec les membres de l'équipe de design. Ils permettent de concevoir des services nouveaux ou d'améliorer les services actuels avec des acteurs de l'écosystème et des partenaires existants. Les ateliers de design constituent un moyen efficace, stimulant et plaisant d'obtenir la confiance et l'implication créative des parties prenantes par le biais d'une recherche basée sur des activités.
- **Customer journey map** : c'est une mise en graphique du parcours d'un utilisateur, étape par étape et représentant les différents points de contact qui caractérisent son interaction avec le service. Dans ce type de visualisation, l'interaction est décrite par étapes successives comme dans le plan classique. Ici cependant, une forte accentuation est appliquée sur certains aspects comme le flux d'information et les dispositifs physiques impliqués. Dans le même temps, il y a un niveau de synthèse plus élevé que dans un plan.
- **Blue print** : c'est un outil opérationnel qui décrit la nature et les caractéristiques de l'interaction du service en détail afin de vérifier et de mettre en œuvre. Il est basé sur une technique graphique qui affiche les fonctions de processus au-dessus et en dessous de la ligne de visibilité pour le client. Tous les points de contact et les processus en back-stage sont documentés et alignés sur l'expérience utilisateur.
- **Atelier parcours usager** : Le parcours d'usage vise à identifier les points de contact entre l'utilisateur et le service et préfigurer la multiplicité des services, afin de limiter les redondances et assurer un transfert d'information et une qualité de service constants et satisfaisants. L'utilisation de personæ, conçus sur la base des profils rencontrés durant la phase d'enquête, se révèle particulièrement utile ici. Il s'agit en effet de ne pas se centrer sur des profils artificiels de type "super citoyens", hypothétiquement capables de trouver rapidement et efficacement l'information, les pièces justificatives et la connaissance des dispositifs. Cette approche, encore aujourd'hui trop souvent adoptée par défaut, ne fait que perpétuer la complexité des organisations, les difficultés des agents et la frustration des usagers.

ÉTAPE 4 : CENTRALISER LES DONNÉES ET SYNTHÉTISER LES RÉSULTATS

→ Principe 1 / Retranscrire les données et les uniformiser

Pour construire correctement votre livrable, la retranscription et l'uniformisation des données est préférable. Utilisez un outil collaboratif pour accélérer cette tâche fastidieuse.

Préférez un tableau excel ou un document partagé pour centraliser les propositions de chaque étape de l'atelier. Cela vous permettra de piocher des données mises au propre pour construire votre livrable.

→ Principe 2 / Raconter l'histoire du processus de co-conception

Dans un livrable d'un atelier il est important de rappeler le processus, car tous les participants n'ont pas forcément suivi le processus dans son entièreté.

De plus cela permet de légitimer les choix qui pourront être faits lors de l'arbitrage de pistes de travail à développer plus que d'autres

→ Principe 3 / Interpréter les données pour avancer dans le processus plutôt que de vous figer sur ce qui est produit

Il est essentiel de rappeler que vous êtes à la place du concepteur et que le processus de co-conception est un moyen d'accélérer l'essai-erreur en explorant plusieurs pistes par la multitude de participants, d'imaginaires et d'expériences.

Parfois des ateliers ne produiront pas les résultats attendus et espérés. C'est normal, les sujets peuvent être complexes ou pas évidents à appréhender.

Aussi, rappelez-vous que l'intérêt du processus est de donner une vision élargie à l'équipe en charge de la conception du dispositif, du service ou de la politique publique. En ce sens, les apprentissages peuvent être essentiels pour vous, concepteur dans la prise de décision et l'orientation des suites à mener.

L'image de l'éponge

Pour construire une innovation il faut être capable d'absorber un grand nombre de concepts, de les stocker, les incuber pour les synthétiser et en ressortir le "jus", l'essence du projet que vous allez développer. Faites vous confiance, incubez les sujets sur lesquels vous travaillez et utilisez la co-conception comme un accélérateur d'opportunité et un élargisseur d'horizon pour guider l'équipe de concepteur.