



Pourquoi ce guide?

Vous aider à définir votre défi d'innovation

Comment?

- En vous présentant le format des outils, et comment les utiliser.
- En vous fournissant de l'aide en cas de difficulté
- En vous fournissant un feedbacks sur vos essais

Pourquoi le Design Thinking?

- **Maximiser notre impact** et l'efficacité de nos programmes
- **Améliorer notre efficacité:** mettre les ressources là où elles sont vraiment utiles
- **Utiliser l'empathie** pour mieux détecter les besoins
- **Développer** des solutions innovantes en **co-créant** avec les gens.
- **Essayer**, perfectionner, et valider les solutions en utilisant des **prototypes** avant la mise en oeuvre.

A quoi servent les outils?

- **Analyse des problèmes** du point de vue des personnes pour qui nous travaillons: ils vous aideront à mettre de côté les pré-supposés
- **Comprendre les besoins** et les motivations des bénéficiaires: ce sont des outils participatifs
- **Collaboration:** leur utilisation sera optimale si les acteurs impliqués sont inhabituels : ils apporteront un regard extérieur.

Comment utiliser les outils?

- Toujours travailler en **Equipe** dont les membres sont multiples et variés!
- Adapter les outils à votre **contexte**
- **Complémentarité** avec les outils que vous connaissez déjà

De quoi ai-je besoin?

- Feuille A4/A3 et/ou imprimer les outils
- Feutres et stylos
- Post-its

Outil principal de la phase d'inspiration du Design Thinking: **Analyse de problème et définition Du défi (1)**

Outils complémentaires pour apporter des informations à l'outil principal, en utilisant l'EMPATHIE:

- 1) **Persona (2)**
- 2) **Carte d'empathie (3)**
- 3) **Journey Map / Carnet de voyage (4)**
- 4) **Analyse des parties prenantes et de pouvoir:**
 - a. **Carte des parties prenantes (5)**
 - b. **Analyse de pouvoir (6)**

OUTIL:

ANALYSE DE PROBLEME / DEFINITION DU DEFI (1)

DEFINITION DE PROBLEME

1 Formulation initiale du problème	2 Pré-supposés	7 Problème final priorisé au départ du problème/ici
3 Problèmes sous-jacents (ou causes) du problème global, et sa conséquence principale	4 5 « points de blocage » rencontrés par le bénéficiaire	
5 Liste des parties prenantes impliquées dans leur ordre d'influence	6 « Comment Peut-on... » en fonction des points de blocage et des parties prenantes identifiés	

C'est **l'outil principal de travail**. Ce sera aussi l'un des supports à remplir sous forme de format Excel, afin de construire votre candidature.

Vous pouvez le faire une seule fois, mais nous recommandons de le remplir deux fois:

- Une première fois sous forme d'exercice rapide en groupe de 30-40 min avec l'information disponible et sous forme de pluie d'idée.
- Une deuxième fois après avoir collecté l'information du point de vue des bénéficiaires grâce aux outils d'empathie et aux discussions avec les bénéficiaires.

En le faisant deux fois, vous verrez l'impact de nos idées pré-concues et de nos pré-supposés sur la définition du problème.

A quoi ça sert?

Comment savoir que le problème que nous essayons de résoudre est vraiment le plus pertinent? On peut se plonger dans la résolution d'un problème sans se rendre compte qu'il existe un défi plus profond.

Cela peut être important de s'arrêter un moment, et de prendre du recul en appréhendant le problème sous un angle différent. Cet outil structure le processus de pensée en passant par une série de questions qui nous obligent à analyser en profondeur le défi qui se pose à nous.

Pour bien faire les choses, il faudra inviter à la table les bénéficiaires directs, ainsi que des acteurs que l'on a peu ou pas l'habitude d'impliquer dans la conception de projets (acteurs locaux, universitaires, secteur privé...). Plus ils seront éloignés du problème plus ils seront à même de nous apporter une perspective complètement différente, et des yeux neufs pour nous aider à trouver des solutions innovantes. (ej: un artiste, un financier, un enfant, etc..). Il faudra aussi sortir du bureau pour observer les actions, se mettre à la place des différents acteurs, et se contenter d'observer et décrire plutôt que d'interpréter.

Somme toute, l'outil aide à identifier les défis sur lesquels nous travaillons de manière précise et à prendre en compte l'influence d'autres facteurs dans leur résolution.

Comment l'utiliser?

Pour remplir les cadres, il est possible d'utiliser les techniques de facilitation et de travail en groupe qui vous semblent les plus appropriées (ex: brainstorming, focus groupe, story telling, expression artistique, etc..). A la fin de ce guide, vous trouverez des références et des liens vers des outils qui vous seront très utiles!

Les outils d'empathie (2,3,4, 5 y 6) vous aiderons à analyser le problème du point de vue du bénéficiaire (persona) que vous souhaitez aider et à apporter des réponses aux questions de l'outil principal. Les autres études et sources d'information déjà

disponibles peuvent également servir ce but.

Créez un environnement sécurisant et dynamisant, propice à ce que chacun puisse exprimer ce qu'il a en tête, et toujours mettre les idées clés par écrit.

Le temps consacré, et la capacité à inclure les différents acteurs dépendra du contexte. Nous recommandons d'investir au moins **une demi-journée de travail et d'inclure au moins deux acteurs étrangers** au projet et différents de ceux que l'on rencontre habituellement. **S'il y a des activités de prévues avec les communautés**, vous pouvez y incorporer ces exercices.

Temps : 60-90 Minutes

Questions clés de l'outil:

- 1) **Definition initiale du problème:** quel est le problème qui nous meut. Chercher le niveau de concrétisation optimal: si l'idée est très générale, il sera difficile de trouver une solution concrète. Si à l'inverse elle est concrète au point de déjà identifier la solution, cela ne permettra pas d'innover.

La figure d'un escalier sur lequel on cherche à trouver le point intermédiaire aide à la visualisation. Si l'on est très hauts (très abstraits), on se demande: "Comment?", si l'on est très bas (très concret), on se demande "Pourquoi?"

Qui sont les personnes affectées?

Faites une liste préalable des acteurs. Identifier les groupes que vous souhaitez aider.

Les outils persona et carte d'empathie vous aideront à mieux comprendre les groupes. Vous pouvez les utiliser pour vous aider à identifier les personnes affectées, mais aussi pour mieux définir le groupe cible une fois priorisé.

- 2) **Hypothèse:** Pour le problème initial, distinguez les faits qui se basent sur l'analyse du problème (ce dont on est certains et qui peuvent se vérifier avec des preuves), des pré-supposés et des

hypothèses, c'est à dire ce que vous assumez être vrai mais sans vous appuyer sur des preuves/des faits)

Ex: "Quand les politiciens auront les données, ils agiront "; "les données qualitatives comme les histoires de parcours ne sont pas fiables"

- 3) **Signalez 5 problèmes sous-jacents au problème initial.** Bien que vous ayez tenté d'être concis, le problème initial détiend certainement des "sous-problèmes". Cet exercice vous aidera à les identifier, ce qui vous servira par la suite pour prioriser la cause principale du problème, celle à laquelle nous devons nous attaquer.

Ej: "Les foyers ne fournissent pas une information exacte, car ils n'ont pas confiance dans les institutions publiques qui les interrogent"; "Il n'y a pas d'entrevues ni de données disponibles sur les populations les plus isolées"

- 4) **Signalez les obstacles que les usagers et les acteurs clés rencontrent dans leur expérience d'utilisation des services liés à notre problème** (points de blocage). Cela nous aidera par la suite à identifier les opportunités d'amélioration. L'outil "User journey map" (4) vous aidera en ce sens. Vous pourrez recourir à différents procédés pour le remplir : directement avec/par les bénéficiaires, en observant, en menant des interviews, etc....

Ex: Expérience d'une jeune femme indigène concernant l'accès aux services d'information sur la santé sexuelle et reproductive.

Points de blocage: éloignement des centres, anonymat non garanti, langue centros, falta de anonimidad, idioma, discrétion (passer à côté d'un lieu public), etc....

Expérience d'un assistant social pour fournir un accompagnement à une femme indigène: mauvaise connaissance des normes sociales, difficulté à obtenir des informations sur la situation réelle, etc.

- 5) **Analyse de contexte:** Quels facteurs externes affectent le problème initial et les problèmes sous-jacents

identifiés?, Quelles sont les relations entre les personnes affectées par le problème et les acteurs externes ? Quel rôle jouent-ils dans la résolution de notre problème (facilitateurs, régulateurs, etc...)? Les outils d'analyse des parties prenantes (5, y 6) vous aideront dans l'identification de cette information:

Ex: Le personnel local du ministère de la santé que interagis avec les familles pendant les entrevues...

assurer leur durabilité et qu'elles puissent collecter de l'épargne et et fournir des crédits.

Ça y est, vous avez un défi d'innovation!

- 6) **5 reformulations possibles du défi ou problème initial:** maintenant que vous avez analysé le problème en profondeur, et que vous avez compris les motivations et les intérêts des personnes pour lesquels vous travaillez, vous êtes en position d'établir une définition plus pertinente du véritable problème. Discutez en mode brainstorming/ en faisant pleuvoir les idées et proposez un grand nombre de questions **Comment peut-on?...** puis prioriser 5 re-définitions du problème initial et choisir la plus importante en fonction des indicateurs qui vous semblent les plus pertinents (impact, portée, nature, etc..). N'imposez aucune limite à votre créativité!

*Ex: ¿Comment peut-on assurer l'accès à l'information immédiate et personnalisé sur les droits à la santé sexuelle et reproductive des femmes indigènes analphabètes de 14 à 18 ans?
¿Comment peut-on assurer l'anonymat dans l'usage des services d'accès à l'information sur la santé sexuelle et reproductive?*

- 7) **Prioriser et redéfinir le problème et le défi initial:** après avoir analysé les différentes causes, et problèmes, liés aux facteurs et acteurs externes, il reste à établir vos critères de priorisation avec lesquels vous pourrez choisir la reformulation du problème la plus adéquate.

Ex.: Problème initial: Améliorer l'accès au crédit des femmes dans les milieux ruraux isolés.

Reformulation: Assurer la transparence et le registre d'information des coopératives de services ruraux pour

DEFINITION DE PROBLEME

1 Formulation initiale du problème	2 Présupposés	7 Problème final priorisé ou définition du problème/défi
3 5 problèmes sous-jacents (ou causes) du problème global, et sa conséquence principale	4 5 « points de blocage » rencontrés par le bénéficiaire	
5 Liste des parties prenantes impliquées dans leur ordre d'influence	6 5 'Comment Peut-on...' en fonction des points de blocage et des parties prenantes identifiés	

Les outils d'empathie (2,3,4, 5 y 6) vous aiderons à analyser le problème du point de vue du bénéficiaire (persona) que vous souhaitez aider et à apporter des réponses aux questions de l'outil principal.

Persona et carte d'empathie sont deux outils qui peuvent être complémentaires ou se substituer l'un à l'autre. L'objectif est de pratiquer l'empathie, c'est à dire avoir une approche très personnelle de l'expérience du bénéficiaire et très bien comprendre son identité.

1) HERRAMIENTA: PERSONAS (2)

Je veux connaître les gens avec lesquels je travaille en visualisant leurs caractéristiques clés.

DIY 17 PERSONAS

Qui suis-je ?

Qui suis de 3 raisons pour moi d'échanger avec vous

3 raisons pour moi de ne pas échanger avec vous

Nom du persona :

Segment d'audience :

Mes intérêts

Ma personnalité

Mes compétences

Mes rêves

Mon environnement social

A quoi ça sert ?

Il nous arrive d'utiliser des généralités sur des groupes de population qui sont marqués par des différences de contextes et des motivations diverses.

Se concentrer sur un groupe prioritaire et utiliser la description de profil d'une personne nous aidera à illustrer l'identité des usagers, quelles sont les activités auxquelles ils s'adonnent, pourquoi ils utilisent, achètent un produit ou un autre, quelles sont leurs motivations, et comment le produit ou service s'imbrique dans le contexte de leur vie.

Avec cette compréhension, nous serons en position d'être plus empathiques et d'analyser le problème initial du point de vue du bénéficiaire.

Comment l'utiliser ?

C'est un outil d'autant plus utile que nous aurons **identifié les différents groupes**

affectés par le problème initial, et priorisé les groupes sur lesquels nous souhaitons nous concentrer. La profondeur de l'analyse dépendra de la disponibilité en temps et en ressources.

Quelques références :

1. Préparation et récupération de données:

Récupération d'information pour la matrice du profil: études de terrain, comptes-rendus d'ateliers, réponses aux questionnaires, rapports de focus groups, observation directe ou au travers de vidéos, photos, etc. Cela nous aidera à faire une description exhaustive des groupes concernés par notre problème.

2. Conception et création de personas:

- Identification des catégories importantes de bénéficiaires
- Sur la base de données réelles, créer un personnage semi-fictif. Donnez un nom à cette personne, en utilisant par exemple des noms plus répandus pour les groupes cibles plus grands, et moins communs pour les groupes plus réduits.
- Analyse de données (traiter l'information collectée et extraire les données concernant les personnes)
- Création de groupes de personnes "fait main" et classification afin de prioriser et sélectionner le public sur lequel nous souhaitons nous concentrer.
- Pour la question des relations, vous pouvez imaginer les acteurs impliqués dans le contexte du problème initial
 - Ej: Une jeune femme indigène et un(e) assistant(e) sociale dans le domaine de l'information à la santé sexuelle et reproductive.

Exemple

Utilisation du Persona dans l'identification des stratégies de sensibilisation les plus pertinentes pour l'ONU Femmes :

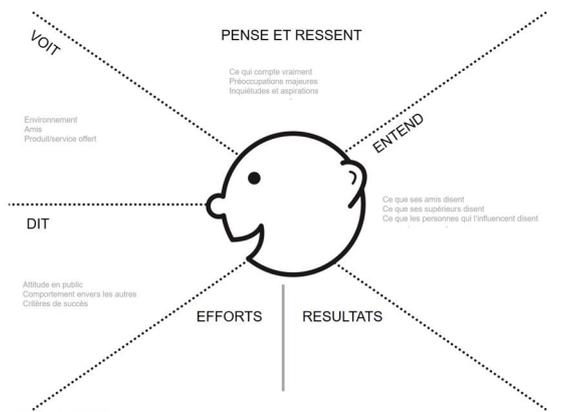
<http://fr.diytoolkit.org/casestudies/redefining-key-audiences-and-gain-clarity-on-outreach-strategies-for-unwomen/>

Je veux connaître les gens avec lesquels je travaille
en visualisant leurs caractéristiques clés

PERSONAS

<p>AJOUTER PHOTO OU DESSIN</p> <p>Nom du persona :</p> <p>Segment d'audience :</p>	<p>Qui suis-je ?</p>	<p>Qui suis-je ? 3 raisons pour moi d'échanger avec vous</p> <p>1.</p> <hr/> <p>2.</p> <hr/> <p>3.</p> <hr/>	<p>3 raisons pour moi de ne pas échanger avec vous</p> <p>1.</p> <hr/> <p>2.</p> <hr/> <p>3.</p> <hr/>	
	<p>Mes intérêts</p>	<p>Ma personnalité</p>	<p>Mes compétences</p>	<p>Mes rêves</p>

1) OUTIL: CARTE D'EMPATHIE (3)



La profonde compréhension des personnes pour lesquels nous concevons une solution sont la base d'une bonne identifications des défis et des solutions.

Avec cet outil nous tenterons d'analyser leurs besoins, émotions et motivations, quant au problème que nous sommes en train de décrire. Pour répondre aux questions, on peut se baser sur nos connaissances mais préférablement sur des entrevues, observations, images, vidéos, preuves, etc...

A quoi ça sert?

La carte d'empathie est un outil qui permet de synthétiser les observations et de découvrir des manières de voir inattendues.

Il servira également pour prioriser les problèmes ou aidera à la prise de décision.

Comment l'utiliser?

- Imprimer le support de l'outil ou, sur une feuille de papier, un tableau ou un mur, dessiner le modèle de la carte d'empathie.
- Après avoir révisé les post-its, notes, photos, ou autre, inscrivez dans chaque section du modèle l'information relative à l'utilisateur, ou utilisez l'outil persona que vous avez déjà rempli.
- Il faut porter une attention particulière aux parties qui mettent au jour les

pensées, croyances, sentiments, et émotions, car ce sont des informations qu'on ne peut observer directement.

- De même, se montrer attentifs au langage corporel, au ton de voix, et à l'utilisation de certains mots.
- Identifier les besoins: directement des caractéristiques émanant de l'utilisateur ou des contradictions entre deux thèmes distincts.

Les "Besoins" sont des nécessités humaines, physiques ou émotionnelles; et les choses que l'utilisateur souhaite atteindre aident à définir les opportunités de conception. **Les besoins s'énoncent sous forme de verbes** (activités ou désirs pour lesquels il peut y avoir besoin d'aide), et non sous formes de noms (solutions).

- **Identifier les découvertes** / la perception de l'utilisateur: prêter attention aux contradictions entre caractéristiques au sein d'une même section. Se demander pourquoi. Si vous remarquez un comportement particulier, écrivez les découvertes potentielles à côté de la carte d'empathie.

Une "découverte" peut concerner la trouvaille de quelque chose d'inattendu ou d'une idée pour répondre d'une meilleure manière à un enjeu.

Temps: 60 minutes

Indications pour remplir les sections

QU'EST CE QUE JE VOIS?

Décrivez ce que l'utilisateur/personne type voit dans son environnement dans le contexte d'étude.

Quel produit peut résoudre son problème? A quoi ressemble t'il? Ou se vend-il? Qui dans son entourage l'utilise? Quels sont les problèmes rencontrés?

QU'EST CE QUE J'ENTENDS?

Décrivez comment l'environnement influe sur l'utilisateur.

Que disent ses amis? Qui écoute t'il ou considère t'il comme une autorité en la matière? A son avis, que dit son entourage? Qui l'influence vraiment, et de quelle manière? Quels sont les moyens de communication qui l'influencent?

QU'EST CE QUE JE PENSE ET RESSENS REELLEMENT?

Essayez de dessiner ce qui se passe dans la tête de l'utilisateur

Qu'est-ce qui est vraiment important pour lui? Imaginez ses émotions.

Qu'est-ce qui le met? Qu'est ce qui peut lui faire perdre le sommeil?

Essayez de décrire ses rêves et aspirations.

QU'EST CE QUE JE DIS ET FAIS?

Imaginez ce que peut dire ou faire l'utilisateur ou comment il se comporte en public. Quelle est son attitude? Prêtez une attention particulière à ce que dit un usager en relation avec ce qu'il pense et sent.

EFFORTS

QU'EST CE QUI AFFECTE LE BENEFICIAIRE?

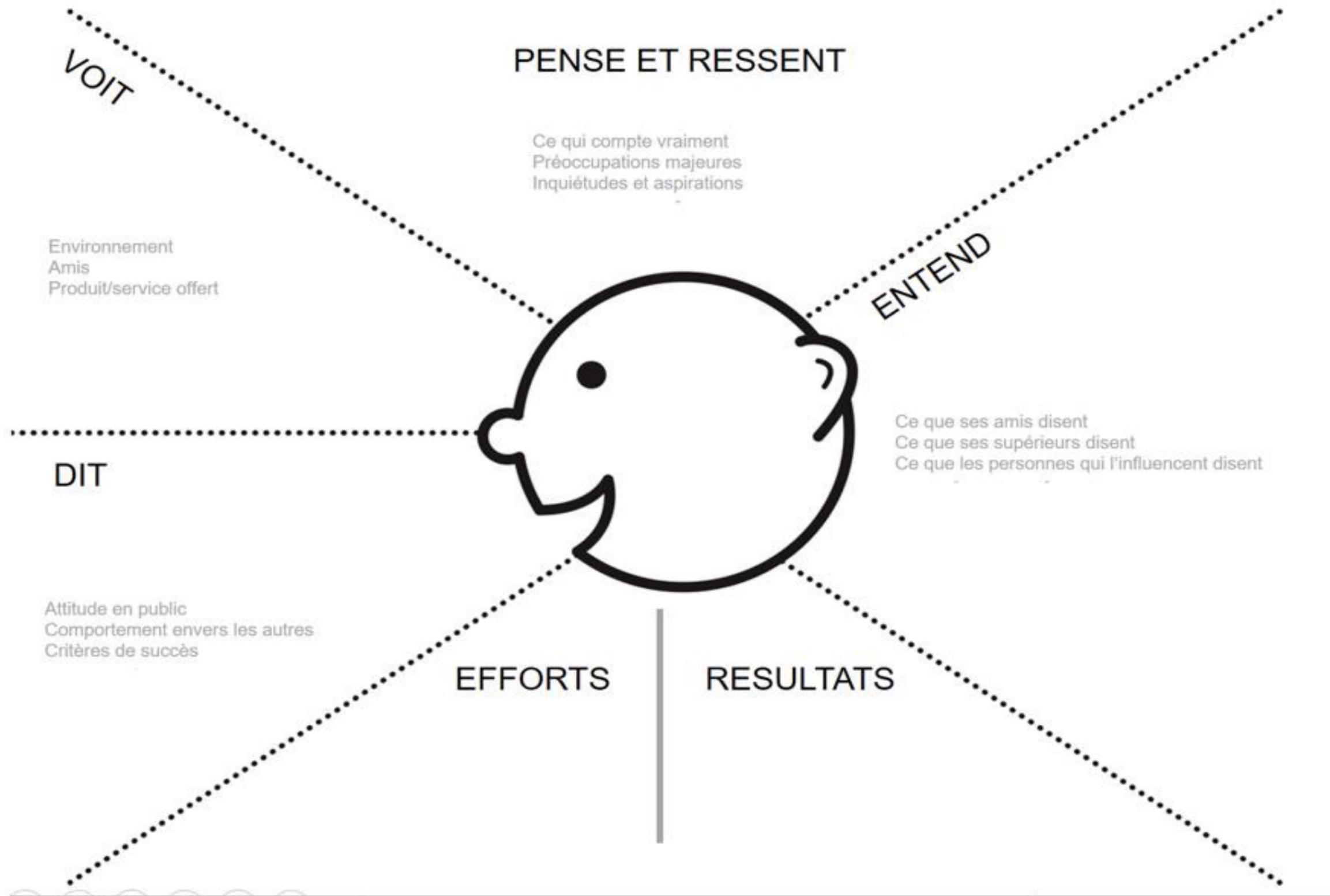
Quelles sont les frustrations majeures? Quels sont les obstacles qui le séparent de ses envies ou besoins? Quels sont les risques qu'il a peur de courir?

RESULTATS

QUE GAGNE LE BENEFICIAIRE?

De quoi a-t-il réellement besoin, que desire t'il vraiment atteindre?

Par quel moyen? Pensez à quelques stratégies qu'il pourrait employer.



3) OUTIL: USER JOURNEY MAP / CARNET DE VOYAGE (4)

PHASES	1	2	3	4	5	n
Etat d'esprit / sentiment						
Besoins						
Point d'interaction						
Idées d'amélioration						

Cet outil se focalise sur l'analyse d'actions spécifiques.

A quoi ça sert ?

Il peut s'utiliser en vue de différents objectifs: comprendre comment un service est utilisé, comprendre l'expérience de l'utilisateur, connaître le quotidien d'une personne pour comprendre ses difficultés, comment elle réalise concrètement ses activités etc... C'est à vous de décider l'usage que vous souhaitez en faire.

Le carnet de voyage de l'utilisateur aide à clarifier et raconter l'expérience de la personne précédemment décrite, ainsi qu'à identifier:

- **Les Opportunités**, par exemple, lorsque quelqu'un est davantage réceptif à une action.
- **Les Besoins**
- **Les points d'amélioration**, c'est à dire les obstacles ou points de blocage de l'expérience que nous pouvons améliorer.

Comment l'utiliser ?

Avant toute chose, utilisez l'outil 'persona' pour décrire le profil de la personne. Si cela vous est utile, répétez cet exercice pour plusieurs profils différents, avec lesquels les usagers interagissent. Cela aidera dans l'analyse.

Récupération d'information: selon le temps disponible et l'accès aux usagers, vous pouvez opter pour plusieurs options:

1. **Fiche remplie par un ou plusieurs représentants des profils établis dans le 'persona'**. L'exercice se répète un nombre minimal de jours pour assurer la représentativité de l'information et le contrôle de qualité. L'équipe projet récupère les fiches, analyse les données et définit les résultats.
2. **Fiche remplie en dynamique de groupe**, qui peut inclure des représentants des "personas" ou des acteurs familiers avec leur réalité. Pour dynamiser, on peut utiliser des photographies, vidéos, jeux de rôles, ou simplement faire un brainstorming.
3. **Fiche remplie par l'équipe projet**. Si vous optez pour cette option, il sera très important de se baser sur l'information primaire disponible pour éviter les interprétations et les a-prioris.
ex: entretiens, résultats d'observation directe, registres d'ateliers, images, vidéos, expertises etc...

Elements clés:

- **Definition des étapes à analyser**
Ex: si c'est un service de santé: 1) obtention de l'information 2) organisation du rendez-vous 3) parler avec le médecin etc...
- **Points d'interaction** avec le service, zones d'inconfort et opportunités d'amélioration du service.

Exemple: Le cas d'un patient d'hôpital

Phase: Parle au médecin

Etat d'esprit: j'observe une frustration

Besoin: Que l'on comprenne son problème

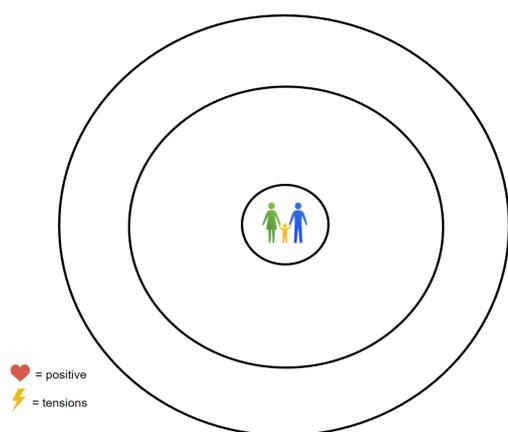
Point d'interaction: le docteur qui ne parle pas sa langue

Point d'amélioration: le mode de communication avec le malade (traducteur, sensibilisation du docteur à la culture du malade...)

 PHASES	1	2	3	4	5	n
 Etat d'esprit/ sentiment	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-size: 8px; margin-right: 5px;">POSITIVO</div> <div style="width: 100%; height: 100%; border: 1px solid #ccc;"></div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-size: 8px; margin-left: 5px;">NEUTRAL</div> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 5px;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-size: 8px; margin-right: 5px;">NEGATIVO</div> </div>					
 Besoins						
 Point d'interaction						
 Idées d'amélioration						

L'analyse de pouvoir est un processus d'apprentissage qui aide à comprendre les relations de pouvoir qui intensifient les situations de pauvreté, de vulnérabilité, et d'inégalité. Vous trouverez deux outils que vous pouvez utiliser seuls ou de manière complémentaire (5) et (6)

4) OUTIL: CARTE DES PARTIES PRENANTES (5)



L'analyse des parties prenantes est une méthodologie qui intègre les besoins de ceux que nous souhaitons appuyer, par rapport à leurs intérêts et leurs motivations dans une situation concrète. La carte des parties prenantes et l'analyse de pouvoir sont intrinsèquement liées car elles nous offrent une perspective complémentaire sur les possibles divergences entre les points de vue des différents groupes de pouvoir dans une situation ou opposition/conflit concrets.

A quoi ça sert?

En mettant le bénéficiaire au centre, identifier toutes les parties prenantes qui sont en relation avec lui et visualiser la nature de cette relation (fréquence et dépendance) et comment ils expérimentent cette relation (positive ou avec des tensions)

Si vous travaillez avec plus d'un profil type (persona), il faudra reproduire l'exercice pour chacun d'entre eux.

Comment l'utiliser?

Deux étapes:

1. Faire la liste de tous les acteurs impliqués dans le problème et qui entretiennent une relation avec le persona que nous analysons.
2. **Posicionar** los actores en el mapa:

- **Le cercle du milieu sert à montrer quels acteurs sont les plus importants pour les bénéficiaires.**

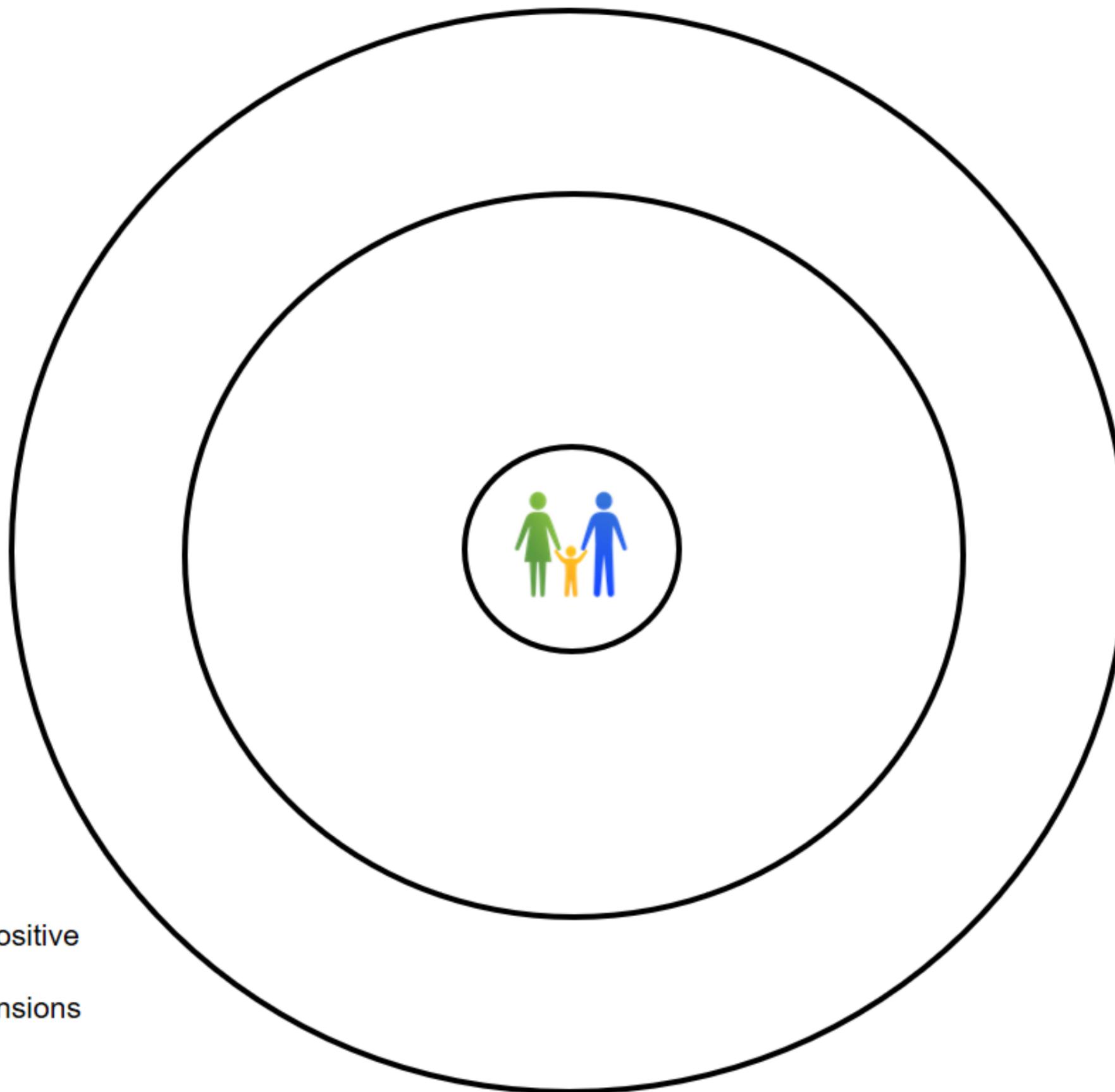
Questions à se poser: Quelle est la **fréquence** des contacts avec cette partie prenante, quel est le degré de **dépendance**?

- **Le cercle extérieur sert pour les parties prenantes moins importantes** présentement pour le bénéficiaire. Il est moins dépendant de cette relation et les relations sont moins fréquentes.

3. **Identifier le type de relation:** Une fois identifiés sur la carte, on attribue un *coeur* à ceux qui ont une relation positive, et un *éclair* pour ceux qui expérimentent des tensions.

Toujours penser du point de vue de la situation présentement concernée. Une relation peut être positive de manière général, mais pas dans un cas particulier. Prendre en compte ces contextes particuliers et les délimiter.

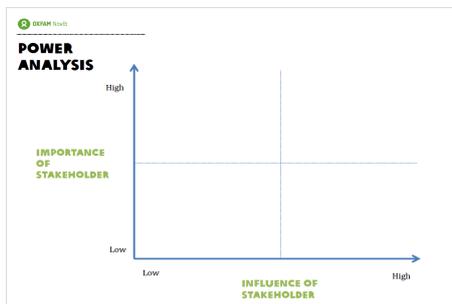
Temps: 60 minutes



 = positive

 = tensions

4) OUTIL: ANALYSE DE POUVOIR (6)



Comme l'outil (5), cet outil aide à analyser le type d'influence et le rôle des différents acteurs impliqués dans une situation. TOUJOURS se rappeler de faire cette analyse du point de vue de notre "persona" et de ses perceptions. Eviter les interprétations a priori.

Récupération de données

Comme précédemment, on peut avoir recours à différentes méthodologies en fonction du contexte :

- Revue de littérature et des études existantes
- Entrevues avec les acteurs
- Entrevues avec des experts locaux qui connaissent bien le groupe concerné.

Les entrevues, devraient aider à clarifier lesquelles de nos perceptions sont des interprétations, quels autres acteurs peuvent être clé et comment ils interviennent dans la prise de décision, etc... Le nombre d'entrevue se décidera en fonction du contexte, de la disponibilité et des contraintes logistiques.

Si vous avez déjà réalisé une analyse de pouvoir similaire auparavant, prenez un temps pour réfléchir quelles hypothèses se sont avérées réelles, et si ce n'est pas le cas, prenez un temps pour réfléchir aux hypothèses qui se sont révélées avérées ou non.

Analyse de données

La prochaine étape se fait en fonction de l'information collectée en plaçant les acteurs à leur place sur le graphique en fonction de leur importance et de leur influence.

Importance et Influence:

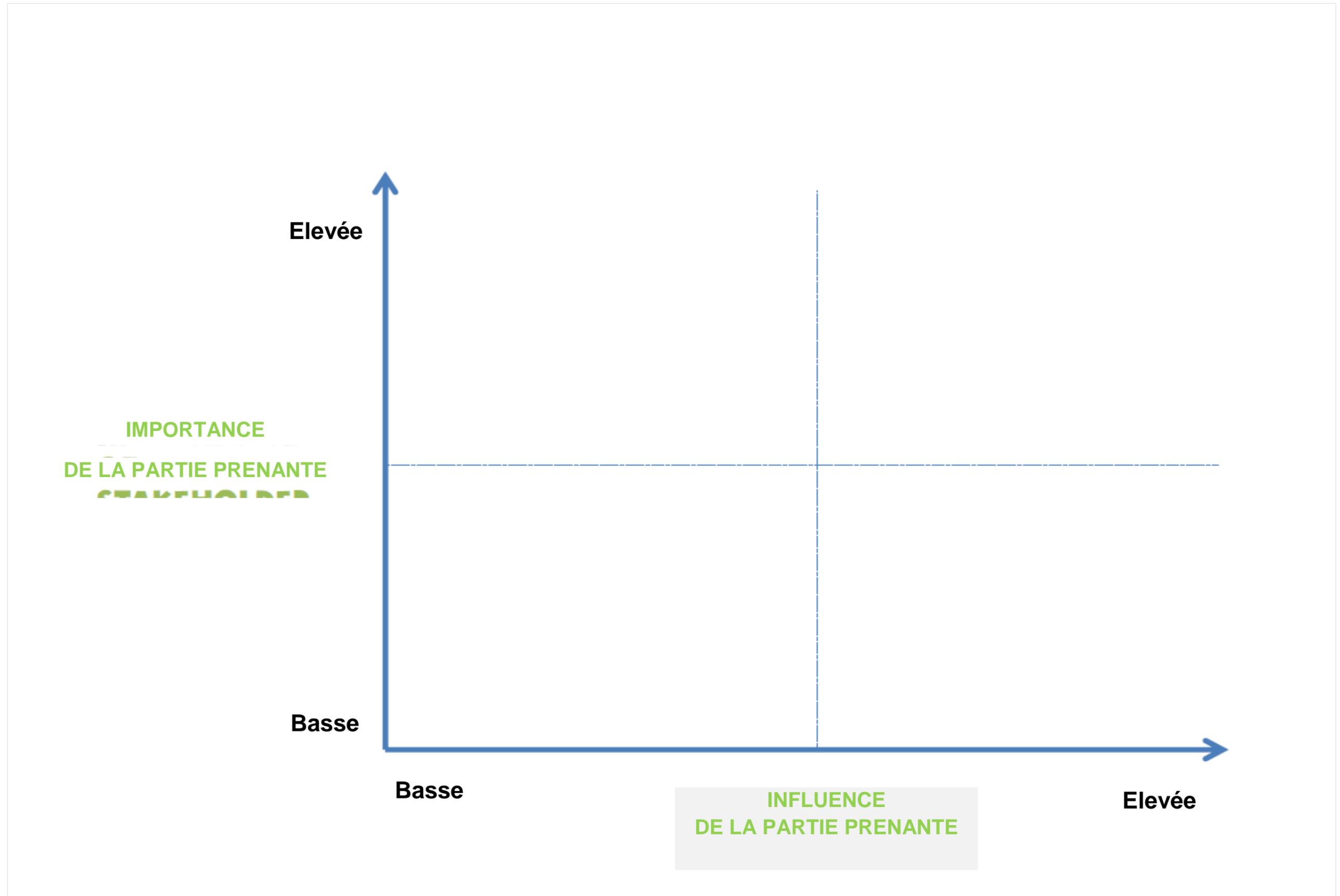
- **Influence;** le pouvoir de l'acteur pour faciliter ou empêcher l'atteinte de l'objectif.
- **Importance:** la priorité donnée à la satisfaction des besoins et intérêts de chaque acteurs.

En fonction de cette appréciation, vous positionnerez chaque partie prenante à un endroit ou un autre du graphique.

Vous pouvez utiliser cet outil de diverses manières. En équipe de projet sur la base des informations disponibles ou sous la forme d'un atelier avec la participation des acteurs. Vous pouvez aussi utiliser des exercices d'analyse que vous connaissez ou utiliser le brainstorming.

C'est très important d'être d'accord sur les critères d'influence et d'importance pour que tous les participants soient sur la même longueur d'onde en termes de classification.

Temps: 30 minutes



INFORMATION COMPLEMENTAIRE

LES PROBLEMES COMPLEXES?

- **Centrés sur les personnes**
Requierent une connaissance approfondie des bénéficiaires et acteurs impliqués
- **Complexes**
On ne les comprend pas bien, il y a un besoin d'exploration, ainsi que de l'Accord de multiples acteurs.
- **Manque d'informations**
(petites ou grandes), et l'information du passé ne nous aide pas
- **Peu de données**
Et peu voire pas d'expérience passée ou d'exemples de succès à analyser.

LES QUESTIONS

“COMMENT PEUT-ON...?”

Ces questions participent de la définition du problème, et serviront de base féconde pour l'étape d'idéation. Elles doivent donc être suffisamment larges et abstraites pour générer des idées nouvelles, mais également suffisamment limitées pour permettre suffisamment de concrétisation afin de penser à des solutions.

COMMENT CONSTRUIRE LES QUESTIONS “COMMENT PEUT-ON...”?

Le problème en main, décomposez-le en plusieurs pièces.
Observer les différents aspects du problème afin de compléter la phrase “Comment peut-on...?” en développant plusieurs questions alternatives.

Ensuite, établissez un filtre ou brainstormez afin de choisir les idées les plus pertinentes. Par exemple, suivez une matrice de questions relatives à la définition de problème (1).

Pour finir, choisissez seulement une formulation qui comprennent tous les éléments importants, tous les aspects essentiels du défi à relever. Les besoins s'énoncent sous forme de verbes, et les noms sont les bases pour la créativité.

MAS HERRAMIENTAS EN ESPANOL

Boîte à outils DIY conçue par Nesta en collaboration avec Oxfam et d'autres organisations:

<http://diytoolkit.org/toolkit/DIY-French.pdf>

The Field guide to Human Centered Design conçu par IDEO:

<http://www.designkit.org/resources/1>

Contact

Questions et accompagnement:

eureka@oxfamintermon.org

Responsable du programme:

rgallego@oxfamintermon.org

Site web:

<http://eureka.oxfamintermon.org/>