



Tiphaine Igigabel

Consultante, responsable RSE & associée

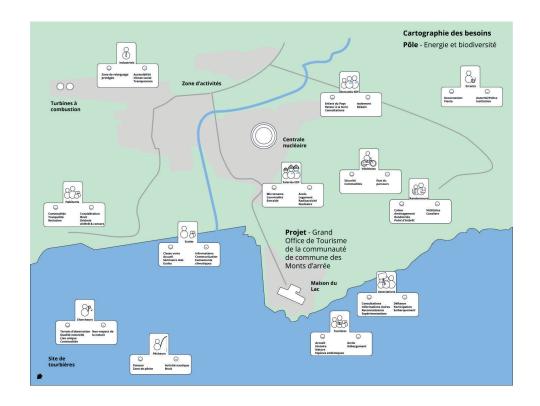
Tiphaine est consultante, cheffe de projet, responsable RSE, formatrice et rédactrice. Elle accompagne les organisations privées et publiques dans la **concrétisation de leur transformation responsable et désirable**.

- Formation à l'ESSCA, double-diplôme en Gestion des Entreprises d'économie sociale et solidaire
- Création de sa société en 2005
- Accompagnement de tout type d'organisation (Startups, PME/ETI, grands groupes, Collectivités) dans plus de 30 secteurs d'activités
- Co-autrice de plusieurs ouvrages démontrant l'intérêt du design pour les organisations.
- Responsable RSE, membre de la Convention des Entreprises pour le Climat
- Intervenante-formatrice en formation continue et initiale à Audencia, l'ESSCA, l'école de design Nantes Atlantique.

Objectif du module design de territoire

Focus cartographie

Appréhender et expérimenter la méthode du design de territoire au travers d'un cas concret de mise en pratique.



Déroulé de la journée

9h15 - 9h30 : café d'accueil

9h30 - 9h45 : tour de table

9h45 - 10h15 : présentation de la journée et

de la méthodologie

10h15 - 13h : atelier mise en pratique

cartographie

13h -14h : repas

14h - 15h30: mutualisation des travaux de

chaque groupe

15h30 - 16h30 : synthèse et apport méthodologique complémentaire



Comprendre le design de territoire

Contexte

Besoins des territoires

Enjeux majeurs d'évolution en matière d'énergie, de mobilité, d'alimentation, de logement, de compétences, notamment.

Projets de transitions nécessaires à la sauvegarde de leur écosystème.

En complément des réglementations européennes et françaises.

Acteurs clés et parties prenantes ont des objectifs communs sur ces problématiques tout en possédant des organisations, des cultures d'organisations et des langages différents.

Besoin d'un **accompagnement** leur permettant de **coconstruire** et de **collaborer** efficacement de manière collective.







Le design

En bref

Considération de **tous les aspects de l'expérience** proposée ou recherchée.

Identification, écoute et observation de l'ensemble des **parties prenantes.**

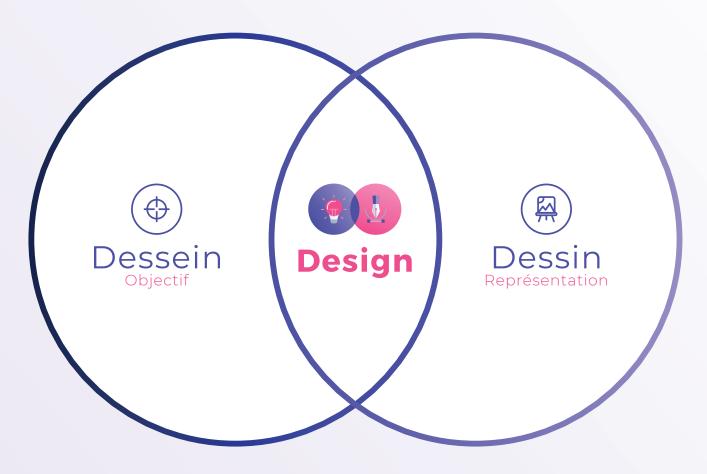
Projection et **représentation visuelle de l'écosystème.**

Animation d'un collectif, utilisation des outils de la **co-construction.**

Restitution visuelle et partagée.

Prise en compte et pilotage d'indicateurs.

Définitions du design



Définitions du design





Concevoir Action collective

Le design de territoire est une méthode collaborative permettant d'embarquer l'ensemble des acteurs d'un territoire autour de la conception de projets répondant à des sujets de transition et de transformation.



Intérêt pour les Conseils de Développement

Embarquer l'ensemble des acteurs et actrices d'un territoire permet de :

- faire émerger des projets répondant aux besoins réels de l'écosystème territorial
- créer des écosystèmes de valeur (économique, sociale, environnementale)
- lever les oppositions par la co-construction
- être **force de proposition, en amont** de la rédaction et la diffusion d'un appel à projet ou d'un appel à manifestation d'intérêt et limiter le recours à l'autosaisine

Réponse à la loi LOADDT, du 25 juin 1999, qui inscrit les Conseils de développement dans l'ambition d'instiller dans l'aménagement du territoire les questions de développement durable et de démocratie participative



Alliance Intermétropolitaine Loire-Bretagne

Exemple Ecoorigin & Ar Nevez

17 EPCI en 2023, près de 600 000 habitants

- développer entre elles une expérimentation de coopération territoriale innovante et génératrice de résultats.
- Des territoires de petites centralités aux atouts et aux initiatives, dans un environnement de grande qualité. Des territoires qui décident de leur avenir à travers la création, l'innovation, l'industrie, la formation, la culture, le patrimoine, les ressources naturelles, le potentiel agricole et résidentiel, l'investissement au service de l'emploi...









Maison du Lac à Brennilis (29)

Exemple Ar Nevez & DiCi

Cas du démantellement de la centrale nucléaire de Brennelis gérée par EDF

50 ans de paralysie

Multiplicité des typologies d'acteurs et d'intérêts

Travail collaboratif pour projeter le territoire:

- Activité économique et nouvelle destination de la Maison du Lac (à 2 ans)
- Zone d'activité et accueil des personnels EDF (à 5 ans)
- Tiers territoire de l'énergie Enjeux économiques et touristiques (à 10 ans)
- Valorisation du territoire et développement de l'attractivité (à 20 ans)

2 Méthodologie

Méthodologie



Explorer

Mieux comprendre les attentes des populations, les associer, en amont du projet.



Co-créer, co-construire

Concevoir des politiques efficaces avec les populations concernées et les acteurs du territoire (dont les entreprises).



Tester & évaluer

Expérimenter sur les territoires, mettre en place des indicateurs afin d'évaluer les stratégies au regard des objectifs du développement durable.

Phase 1 · Architecture et médiation de projet collectif





1. Analyser et cartographier Etudier et analyser le territoire de projet en identifiant les parties prenantes clés.



2. Observer & écouter Prendre le temps de l'enquête terrain permettant de comprendre le contexte.



solutions Impliquer les acteurs dans la réflexion collective.

3. Co-concevoir des



prioriser Définir les solutions répondant aux besoins des acteurs du territoire.

4. Modéliser &

Phase 2 · Mise en récit & projection





5. Scénariser les solutions

Projeter les acteurs dans la mise en place d'une dynamique de transformation écoresponsable.



6. Structurer et budgéter

Définir les structures de mise en oeuvre des solutions retenues et le coût global du programme.



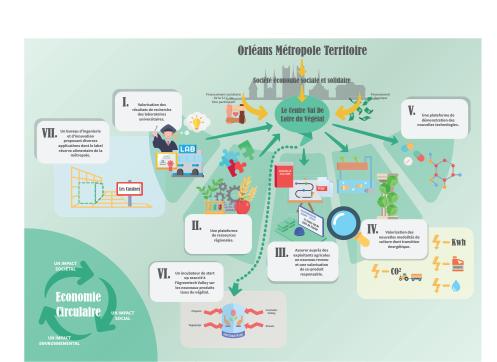
7. Implanter & tester

Concrétiser le projet collectif, suivre et tester la mise en oeuvre.



8. Etudier l'impact & évaluer

Suivre les indicateurs clés du programme.



Réprésentation écosystème projet - Centre horticole Conseil Régional Centre Val de Loire



Cartographie réseau entrepreneurs Ile-de-France





Observation de l'accueil en mairie de Bouguenais



Observation entreprise adhérente AREA - Région Centre Val de Loire

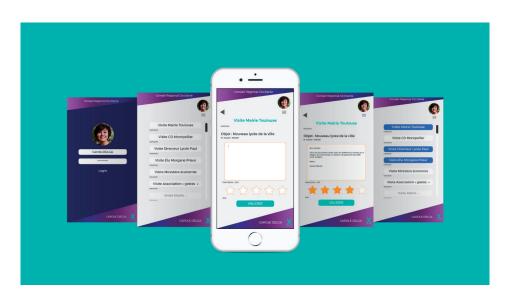


Climathon - Région Occitanie



Idéation réseau entrepreneurs Ile-de-France





Prototype Parcours de la Note en Région Occitanie



Scénario nouveaux services Maif

3

Cas pratique

Outil cartographie territoriale thématique





cartographier
Etudier et analyser le territoire de projet en identifiant les parties prenantes clés.

1. Analyser et

Mise en pratique

Sujet

Choix d'un territoire et son échelle + choix d'une thématique

Objectif

- Appréhender et expérimenter l'outil
- Identifier les différents acteurs, leurs besoins, leurs irritants et les solutions qui pourraient être apportées

Méthodologie

- Travail en équipe
- Utilisation de la cartographie territoriale thématique



Génoranhie	(Goonle	Fart

A	*	!	A	*	!	A	*	!	†	*	!	•
Typologies de population	Besoins	Irritants	Typologies de population	Besoins	Irritants	Typologies de population	Besoins	Irritants	Typologies de vivants	Besoins	Irritants	Points d'interêts
	H											
	H	H		_	H	4	Н					
	H					+	-	H			-	
	H				+		+					
	H					1	_				-	
	_					1						
						1						
	H											
						1						
						1						
						1						
						1						
						1						
	Ш	Ш										
Irritants majeurs			Irritants majeurs			Irritants majeurs			Irritants majeurs			

Formation · Le design thinking

1. Choix d'une **thématique** et d'un **territoire**

- 2. Identifier l'ensemble des **acteurs**, parties prenantes du territoire et de la thématique par :
- typologies de populations :
- typologies de vivant

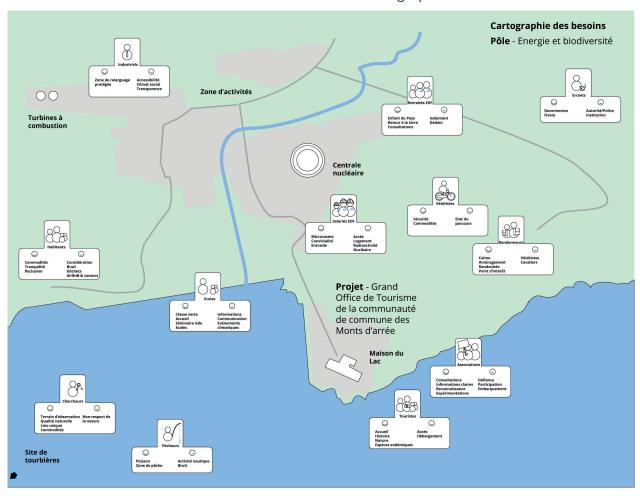
Les décrire et les placer sur la carte

- 3. Pour chaque typologie d'acteurs, décrire leurs **irritants**, **besoins** et choisir les irritants majeurs
- 4. Proposer une **solution** répondant à l'irritant majeur identifié

Présentation du travail de chaque groupe à l'ensemble des participants

Exemples de restitution

Cartographie Brennelis -centrale nucléaire



Exemples de restitution



Cartographie Paris Région Business Club



Cartographie DEMAIN Bpifrance

Avez-vous des questions?

Qu'avez-vous appris? Que retenez-vous?

Comment pensez-vous vous approprier la méthode?

Avez-vous des outils et méthodes déjà expérimentés qui alimenteraient le design de territoire ?

4

Apports méthodologie complémentaire



Phase 1 · Architecture et médiation de projet collectif

Etape 2 · Observer & écouter

Observation & immersion

Cette phase a pour objectif de **recueillir** des informations, des **données** permettant de **construire** par la suite des **personas**, **d'identifier des besoins** et de produire une **problématique adaptée**, révélée à partir des éléments observés et de l'expérience des participants.

L'observateur en immersion dans le milieu, a une **compréhension** plus en profondeur du **pourquoi** et comment ces **interactions** ont lieu dans un contexte particulier.





Outil : Observation terrain

Méthode de recherche ethnographique

Contexte d'utilisation

Collecte de données qualitatives. Technique permettant de se focaliser sur le **comportement** d'une personne dans une **situation réelle**.

Description

Comprendre des situations et des comportements par le biais de la **participation vécue** à une activité, un contexte, une culture. Dans le domaine du design, les méthodes d'observation peuvent être caractérisées par leur **degré de formalisme** (niveau de structuration préalable).

- Posture du détective.
- Croquis.
- Photo journal.
- Interviews utilisateurs sur terrain.









Outil: AEIOU

Technique de synthèse et d'analyse

Contexte d'utilisation

Collecte de données qualitatives. Technique permettant de se focaliser sur le **comportement** d'une personne dans une **situation réelle**.

Description

Les questions AEIOU aident à **structurer les observations**. Elles facilitent la présentation de la tâche à accomplir et la communication des éléments observés grâce à ses 5 catégories :

- Activités
- Environnement
- Interactions
- Objets
- Utilisateur





Outil: Interviews, sondages, questionnaires

Méthode de recherche

Contexte d'utilisation

Recueillir des **informations** sur les caractéristiques, pensées, sentiments, perceptions, comportements et attitudes des gens à différentes phases de recherche. Données **qualitatives** et **quantitatives**.

Description

Les **questionnaires** et **entretien**s sont les deux principaux outils de sondages. La forme des questions est déterminée par le **sujet de l'enquête**, les contraintes de temps et le format de réponse privilégié. La **manière de formuler** la question a une **incidence** essentielle sur le **type de réponse** obtenu.

L'entretien permet un contact **direct** avec les participants pour recueillir des témoignages personnels d'expériences, d'opinions et de perceptions, le questionnaire peut être seulement numérique.

Client n° Homme Femme		
Data He	eure	
Contenant utilisé :	personnel mis à disposition acheté	
Service au distributeur :	uendeur assisté sutonome	







Phase 1 · Architecture et médiation de projet collectif étape 3. Co-concevoir des solutions

Idéation

Cette étape se séquence en plusieurs parties :

- La première étant d'analyser et « agencer » les données à travers des personas et en produisant une problématique adaptée, construite à partir des éléments observés et de l'expérience des participants. Elle se poursuit par la création de cartes d'empathie mettant en lumière les besoins, bénéfices recherchés et problèmes rencontrés.
- La **priorisation** des problèmes les plus **pertinents** en fonction de l'ambition du groupe de travail en termes d'innovation permet la **reformulation des problématiques générales.**
- La seconde étape se traduit par l'élaboration des solutions qui contribuent au soulagement de tel ou tel problème. La définition des propositions de valeur se concentre sur les aspirations, les problèmes et les bénéfices qui comptent le plus pour vos clients et auxquels vous répondez. Elle nécessite une phase de priorisation afin de sélectionner les solutions les plus pertinentes à développer.





Technique de synthèse et d'analyse

Contexte d'utilisation

Référence humaine utilisée tout au long du projet. Sert à **vérifier** les scénarios utilisateurs. Outil de communication.

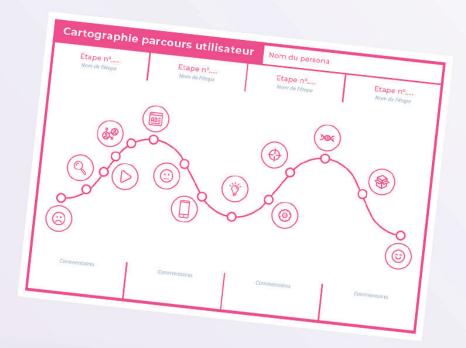
Description

Méthode de **synthèse** et de **visualisation** qui consiste à créer un personnage qui traduit et incarne les observations terrain. Il représente l'archétype du public ciblé. On le personnalise : nom, genre, âge, lieu de vie, catégorie socio-professionnelle mais également aspirations personnelles. Le persona permet de pratiquer un design centré sur l'utilisateur en générant de l'empathie.

Améliorer, **innover** à partir des points identifiés de manière itérative.







Outil: Cartographie parcours utilisateur

Technique de synthèse et d'analyse

Contexte d'utilisation

Construction d'une **représentation honnête** d'une expérience reflétant les **besoins**, **sentiments** et **perceptions** d'un persona avant, pendant et après leurs interactions avec un produit.

Description

Plusieurs formats de parcours utilisateurs, les éléments en commun:

- Définir une **temporalité** (le plus souvent en trois temps) Avant Pendant -Après.
- Identifier les points de contacts, les **interactions** avec le service.
- Placer le persona, produit en phase d'observation ou de formulation, au centre de la démarche.
- Identifier le parcours utilisateur en grandes étapes par exemple : anticiper, entrer, engager, sortir, examiner / retour d'expérience.
- Séquencer toutes les actions de ce persona, en s'appuyant soit sur un brainstorming des participants, soit sur des observations.
- Définir la nature de l'expérience (bonne / mauvaise) ou l'état **émotionnel** du **client** en y attribuant un lexique visuel, afin de mieux les appréhender.
- Améliorer, innover à partir des points identifiés de manière itérative.





Outil: Carte d'empathie

Technique de synthèse et d'analyse

Contexte d'utilisation

Immersion dans l'environnement d'un utilisateur; comprendre l'expérience utilisateur via ses comportements d'usage.

Description

La carte d'empathie permet de **se mettre à la place de l'utilisateur** type/persona et de se poser les questions suivantes :

- 1. Quels sont les **besoins et aspirations** du/des utilisateur(s)?
- 2. Quels sont les **bénéfices** utilisateur(s)?
- Quel(s) **résultat(s) est/sont recherché(s)** par le(s) utilisateur(s) ?
- Que pense(nt)-il(s)?
- Que ressent(ent)-il(s)?
- Qu'entend(ent)-il(s)?
- Que voi(en)t-il(s)?
- 3. Quel(s) est/sont les **frein(s) et obstacle(s)** utilisateur(s)?







Outil : Diagramme d'affinités

Technique de synthèse et d'analyse

Contexte d'utilisation

Technique permettant d'externaliser et de regrouper les observations et idées issues de la recherche de manière pertinente et ancrée dans le réel.

Description

Les diagrammes d'affinités permettent d'analyser et combiner l'ensemble de vos idées, vos données ou vos observations. C'est un **processus collectif** d'identification qui s'effectue à partir de regroupements réalisés sous la forme de post -it.

- Description d'un processus type
- Définition du problème
- Récolte des données, des observations des idées
- Regroupement par thèmes
- Discussion de groupe pour chaque thème
- Recomposition



Outil: Méthode Kawakita Jiro

Technique de synthèse et d'analyse

Contexte d'utilisation

Organiser un ensemble compliqué d'idées et d'informations.

Description

Lorsque le format de réunion traditionnel ne parvient pas à aboutir à un consensus, cette méthode peut aider les équipes à travailler sur un domaine problématique et à définir des priorités.

- Première partie de l'exercice : Chaque membre écrit en silence, les opinions, idées, problèmes qui lui passent par la tête, selon le sujet.
- Deuxième partie (collective) : Dire à haute voix ce que l'on a écrit aux autre participants. Regrouper et hiérarchiser les idées par proximité.
- Troisième partie (collective) : Donner un titre à chaque groupe.

Évaluation holistique de l'ensemble.







Outil: Carte d'idée

Méthode de recherche

Contexte d'utilisation

Aide à la co-conception et à la stimulation dans un processus innovant de conception.

Description

La carte d'idéation est la suite logique de la carte d'empathie. Elle permet de répondre aux besoins utilisateur(s) selon les bénéfices et obstacles trouvés. Cette phase permet de répondre aux questions suivantes:

- Quelle est la solution ?
- Quels sont les bénéfices utilisateur(s)
- Quels problèmes sont résolus ?
- Comment ça fonctionne?



Phase 1 · Architecture et médiation de projet collectif étape 3. Co-concevoir des solutions

Modélisation

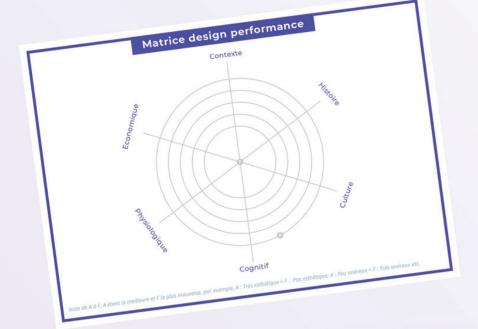
Cette étape permet de :

- définir la **stratégie générale** de votre projet
- donner du corps aux ambitions que vous nourrissez
- donner des indications sur le financement du projet, la temporalité, la proposition de valeur
- construire une sorte de **mémo évolutif dans le temps**
- définir et séquencer les usages
- s'assurer de produire de la valeur ajoutée
- de **valider** la réalisation d'un projet



Business Model Canvas, source: Martin Gysler

Formation · Design de territoire



Outil: Matrice design performance et matrice pondérée

Technique de synthèse et d'analyse

Contexte d'utilisation

Après avoir généré une série de concepts design, ou identifié de nombreux besoins, ces outils aident à identifier les opportunités les plus prometteuses et à les prioriser.

Description

Matrice design performance

- Contexte d'usage
- Temporalité/historique
- Culture
- Ergonomie cognitive
- Physiologie

Matrice pondérée

Évaluation des idées potentielles selon des critères définis par l'entreprise.



Outil: Business Model Canvas

Livrable

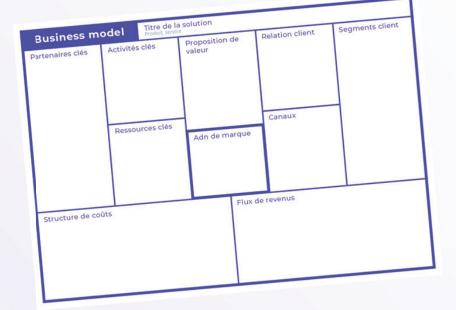
Contexte d'utilisation

Outil que l'on utilise pour cartographier les éléments clés de votre projet et les organiser en un tout. Celui-ci va évoluer au fil de la création de votre projet, au fil de vos analyses et réflexions.

Description

Le BMC permet de se concentrer sur les éléments clés de son **business plan** : le marché, l'infrastructure ou encore les aspects financiers. Il amène à se poser les questions suivantes:

- Quel produit ou service à forte valeur ajoutée proposer ?
- Comment délivrer ma proposition au client ?
- Comment produire de la valeur?
- Comment capturer la valeur ?



Source: Alexander Osterwalder & Yves Pigneur





Phase 2 · Mise en récit & projection

étape 5 · Scénariser les solutions

Outil : Scénario d'usage

Livrable

Contexte d'utilisation

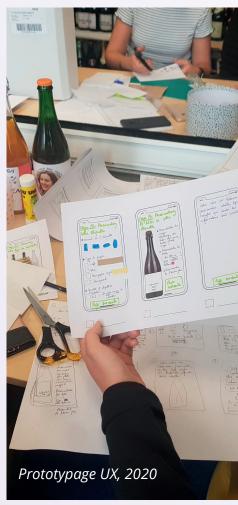
Récits illustrés permettant de communiquer le contexte d'utilisation future.

Description

Illustrer les points de contact multicanaux entre l'utilisateur et le service créé. Le scénario s'intègre généralement dans six cases, il illustre un concept ou une idée centrale unique. Il est représenté, d'une part, par des dessins simples et, d'autre part, par un texte de narration ou d'explication.







Outil: Prototypage rapide Livrable

Contexte d'utilisation

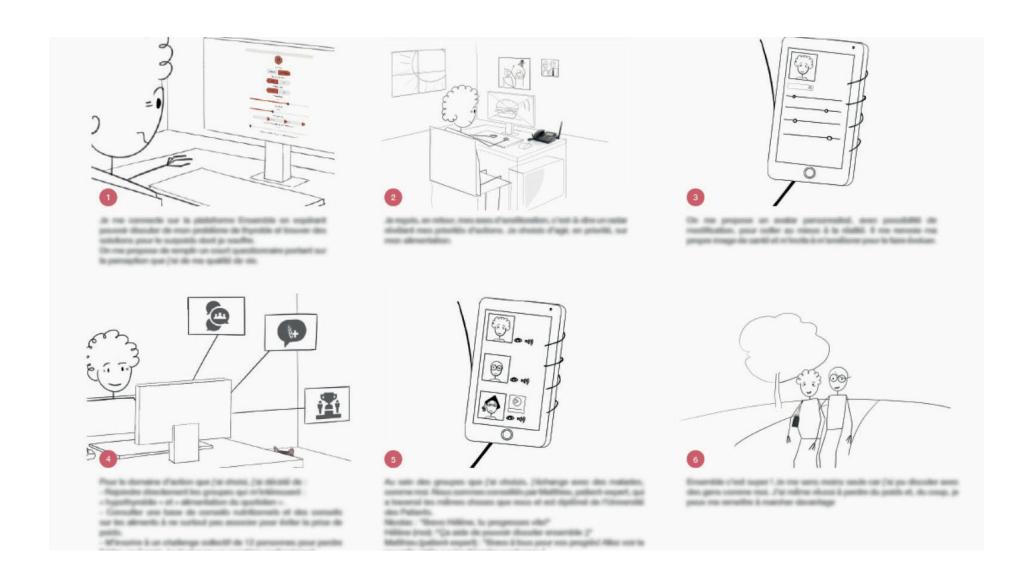
La **création concrète d'artefacts** à différents niveaux de résolution sert de **points de référence** pour le développement du design.

Description

La réalisation physique de concepts représente la traduction créative de la recherche et de l'idéation en une forme tangible qui permet de tester et de communiquer. Le prototypage basse fidélité est pratiqué tout au long des processus d'idéation, dans toutes les disciplines du design.















2023

Merci à toutes et à tous

pour votre participation

t.igigabel@dicidesign.com 06 64 76 67 18

