



Design Thinking for Social Change

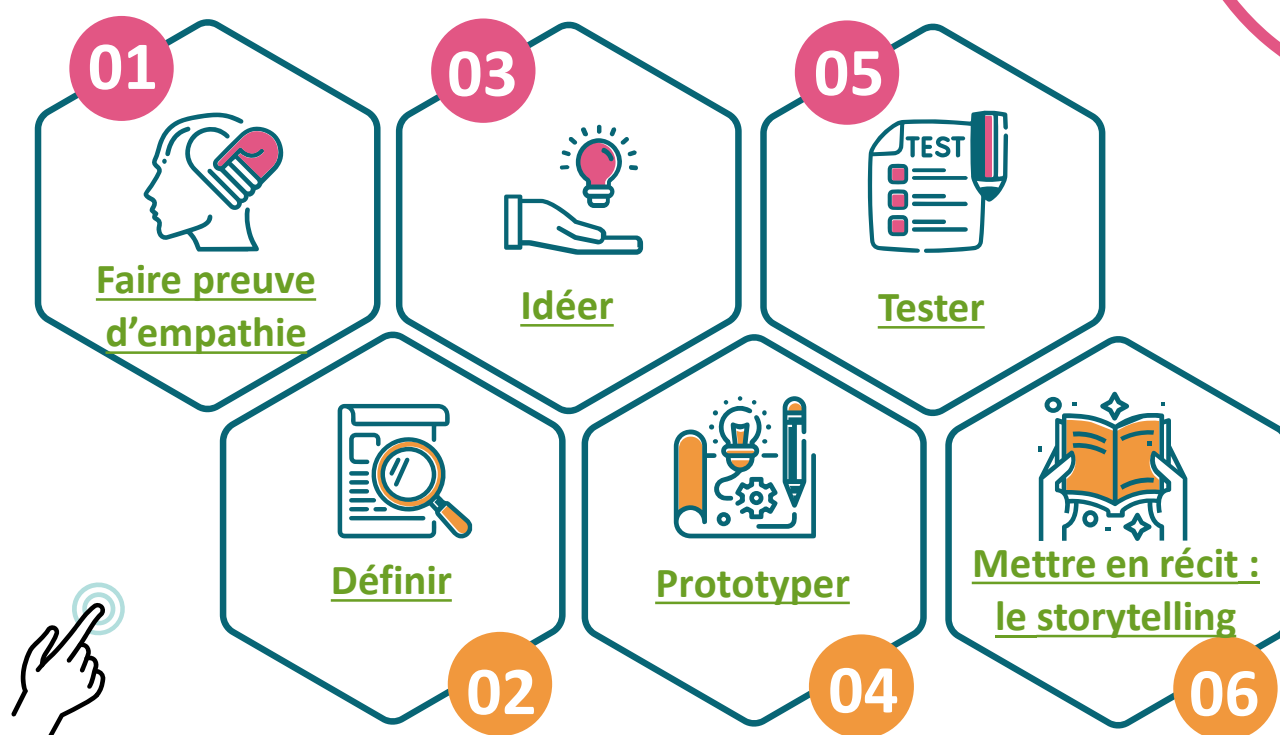
www.socialchange.how

July 2023
Design Thinking for Social Change

By
A. Romagnoli, A. Saxena, G. Vagnarelli



Bienvenue dans le guide **Design Thinking for Social Change**. Ce guide est divisé en **six chapitres**. Chaque chapitre développe les étapes du processus de design thinking.



Ce dernier chapitre n'est pas la seule innovation de ce guide. En effet, l'objectif du guide est de définir un nouveau cadre pour la méthodologie du design thinking, en la faisant passer **du contexte commercial à celui du changement social**, en mettant l'accent sur **les besoins de la communauté et l'éducation**. Un autre élément d'innovation est l'utilisation du Big Data et de

l'intelligence artificielle à des fins de changement social. En bref, l'ambition du guide est d'offrir la méthodologie du Design Thinking à de nouveaux acteurs tels que **les éducateurs, les membres de la communauté, les activistes** et, plus généralement, tous **ceux qui ont l'ambition de se préoccuper du bien commun**.

Avec ses 41 activités, 60 outils et 44 résultats, le guide permet de transférer immédiatement le nouveau cadre du design thinking dans des pratiques concrètes de changement social pour le bien commun.

contenu

	Introduction	4
01	Faire preuve d'empathie.....	13
02	Définir	17
03	Idéer	21
04	Prototyper	28
05	Tester	33
06	Mettre en récit	36
	Conclusion	40
	Références	42



This publication is an Intellectual Output of the project "Design Thinking for Social Change". "Design Thinking for Social Change" project has received funding from Erasmus+ Programme, agreement number: 2021-1-FR01-KA220-ADU-000035257. The scientific output expressed does not imply a policy position of the European Commission. Neither the European Commission nor any person acting on behalf of the Commission is responsible for the use which might be made of this publication.

Reproduction is authorized provided the source is acknowledged. How to cite: by A. Romagnoli, A. Saxena, G. Vagnarelli (Edited by), Design Thinking for Social Change Guide, Design Thinking for Social Change EU project, 2023.



Introduction

Introduction



Il n'a jamais été aussi urgent d'utiliser le changement social pour faire face aux nouveaux défis qui sont à la fois institutionnels (par exemple, le déficit démocratique) et circonstanciels (comme les pandémies, les guerres, la pauvreté, la crise financière et les défis en matière de sécurité).

En effet, dans la lutte de notre communauté pour se reconstruire après la crise du covid-19, nos citoyens se sentent découragés et dépassés par l'énormité de la tâche qui les attend, sans manquer d'investissement pour autant.

Selon le Global Policy Forum (États-Unis), la Commission de l'Union européenne a soutenu les projets des ONG en allouant plus d'un milliard d'euros par an. Cela prouve l'importance des ONG pour le changement social dans l'Union européenne. Depuis la Seconde Guerre mondiale, le monde a investi 2 300 milliards de dollars dans des projets de développement visant à améliorer la santé, à réduire la pauvreté, à éduquer et à fournir d'autres services qui n'étaient pas disponibles auparavant. Les conditions de vie progressent, mais cela ne suffit pas. Le nombre de personnes vivant sous le seuil de pauvreté absolue reste le même : 2 milliards (Taylor, Taylor, & Taylor, 2012).

Les éducateurs d'adultes, les entreprises sociales, les ONG et les organismes communautaires ont un rôle déterminant à jouer en tant qu'acteurs du changement social. Des chercheurs ont étudié les causes de l'échec de ce changement social et ont constaté que l'implication de la communauté dans la conception d'une intervention ne suffit

pas à assurer son succès. Les communautés sont hétérogènes et difficiles à comprendre. Nous ne pouvons pas supposer qu'il suffit de consulter une partie de la communauté pour la comprendre dans son ensemble. Il est nécessaire que toutes les organisations, toutes les institutions et tous les militants impliqués dans les processus de résolution des problèmes de changement social adoptent une nouvelle façon de penser et de concevoir des solutions : le Design Thinking pour le changement social.

Dans ce contexte, le Design Thinking permet de mieux comprendre les besoins des communautés et de favoriser l'interaction avec elles pour créer du changement social. Il existe des méthodes qui permettent de faire progresser le démarche et d'obtenir des résultats plus efficaces à chacune des étapes. Lorsque les concepteurs travaillent au sein d'un groupe diversifié pour résoudre des problèmes complexes, ils doivent choisir les bons outils pour prendre des décisions productives. Une étude de Brown et Mickelson a mis en évidence le fait que la simple prise en compte des opinions d'une seule partie de la communauté n'aboutira pas à un changement social réussi, car la compréhension du problème ne sera pas globale.

Le **guide Design Thinking for social change** facilitera la création d'un **processus itératif efficace** et de **solutions durables** en fournissant une gamme d'**outils pour l'éducation des adultes à chaque étape du Design Thinking**. L'objectif est de mieux comprendre et d'articuler les besoins des communautés qui réclament un changement social.

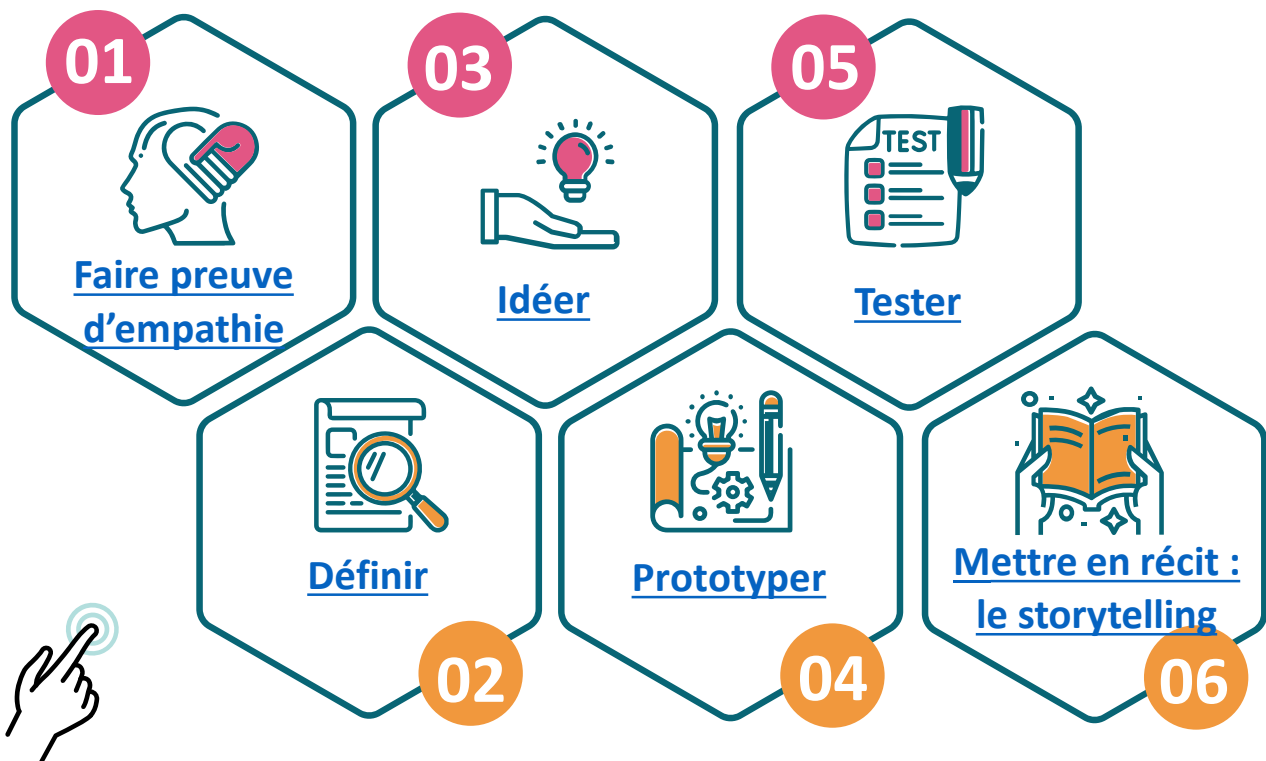
Ce guide très visuel et interactif propose un apprentissage de chaque étape du processus de Design Thinking via des outils qui augmentent la compréhension (Empathie), énoncent les problèmes (Définition), facilitent la pensée créative (Idéation), améliorent la mise en œuvre (Prototype) et encouragent les essais (Test). Toutes les étapes du changement social seront reliées par la mise en récit (storytelling), qui permet de comprendre les acteurs de la communauté, leurs difficultés et leurs facilités.

Le guide permettra à l'apprenant de **passer d'un état d'esprit axé sur les problèmes à un état d'esprit axé sur les solutions**, ce qui est essentiel lorsqu'il s'agit d'aborder des questions liées au changement social.

C'est parti !



Modèle du Design Thinking pour le changement social



Dans le contexte entrepreneurial, le Design Thinking, en tant que processus centré sur le client, est généralement structuré en cinq étapes (Faire preuve d'empathie, Définir, Idéer, Prototyper et Tester). Le modèle de Design Thinking pour le changement social que nous décrivons dans ce guide présente deux différences fondamentales.

La première est que le processus se concentre sur les besoins de la communauté plutôt que sur ceux des clients. Ainsi, la signification et les outils des cinq étapes traditionnelles sont réorientés vers le paradigme du changement social plutôt que vers le marché économique. La deuxième différence est **l'utilisation stratégique de la narration** comme moyen de recueillir et de partager les problèmes et les défis de la communauté.

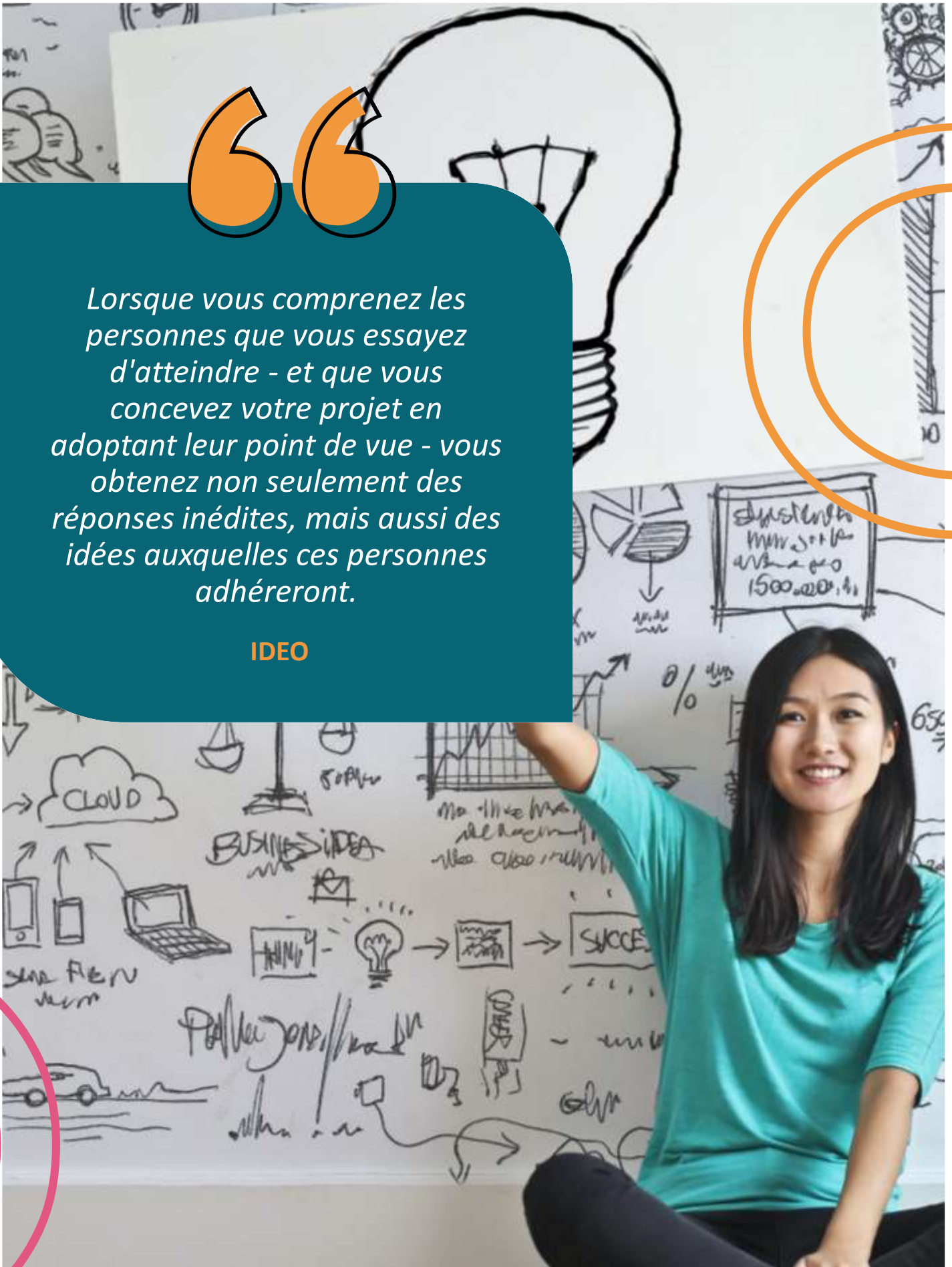
Dans ce contexte, nous pouvons commencer par affirmer que la phase d'empathie et d'idéation requiert une **pensée créative**. La pensée créative consiste à créer et à explorer des idées et des possibilités, sans contrainte. Au cours de cette phase, l'équipe de conception (ou d'idéation) sera encouragée à faire des suppositions, à proposer des idées folles et à faire preuve de créativité.

La phase de définition, de prototypage et d'essai requiert une **pensée analytique**. La pensée analytique consiste à sélectionner et à décider activement des bonnes solutions au problème, sur la base des contraintes ou du retour d'information. Au cours de cette phase, les concepteurs seront encouragés à analyser, à prendre des décisions et à poser constamment des questions critiques pour résoudre les problèmes qui se posent. Les deux aspects de la réflexion sont importants pour que ce processus fonctionne.

“

Lorsque vous comprenez les personnes que vous essayez d'atteindre - et que vous concevez votre projet en adoptant leur point de vue - vous obtenez non seulement des réponses inédites, mais aussi des idées auxquelles ces personnes adhéreront.

IDEO



Comment utiliser ce guide interactif

Le **contenu interactif** est identifié dans ce manuel par ces **icônes** :



Cliquez pour voir

CONSEIL

Pour revenir au sommaire, utilisez l'option "cliquer pour revenir en arrière" de votre navigateur.

NAVIGATION RAPIDE ET FACILE

Accédez à l'étude de cas de votre choix en cliquant sur la table des matières interactive.



Ce guide décrit les six phases du modèle de Design Thinking pour le changement social (Faire preuve d'empathie, Définir, Idéer, Prototyper, Tester, Mettre en récit) avec les activités, les outils à utiliser et les résultats attendus. Le Design Thinking pour le changement social peut aborder divers sujets en fournissant une approche de la résolution de problèmes structurée et centrée sur l'humain. A partir de l'empathie et la compréhension des besoins et des perspectives des parties prenantes, le Design Thinking peut aider à identifier les causes profondes des défis et à générer des solutions créatives adaptées à un contexte spécifique.

01 Développer des programmes d'éducation efficaces

Le Design Thinking peut aider les concepteurs de programmes éducatifs à mieux comprendre les besoins et les motivations des apprenants, leur permettant de développer des expériences éducatives plus efficaces et plus engageantes. Le processus peut également encourager la collaboration et l'expérimentation, ce qui se traduit par de nouvelles méthodes d'enseignement et d'évaluation qui encouragent un meilleur apprentissage.

02 Relever les défis sociaux et environnementaux

Le "Design Thinking" peut permettre aux personnes chargées de résoudre les problèmes de ressentir une profonde empathie pour les communautés touchées par les défis sociaux et environnementaux. Cela permet d'identifier et de hiérarchiser les problèmes les plus urgents et de générer des solutions créatives et adaptées au contexte. Il peut également aider à aborder les questions liées à la durabilité et à l'équité.

03 Traiter les questions de santé et de bien-être

En partant de l'empathie et d'une compréhension profonde des besoins et de l'expériences des patients, le Design Thinking peut aider les professionnels de santé à développer des approches de la maladie et du bien-être plus centrées sur le patient. Il peut également encourager l'expérimentation des soins préventifs, de la médecine alternative et des pratiques de bien-être global.

04 Favoriser le changement organisationnel

Le Design Thinking peut soutenir le changement organisationnel en facilitant la collaboration, en identifiant les opportunités et les pistes d'amélioration, et en créant une culture de l'innovation. En impliquant les parties prenantes dans le processus de changement, cette méthode peut susciter plus d'adhésion et d'engagement dans la mise en œuvre d'idées et d'approches nouvelles.

05 Concevoir des entreprises sociales innovantes

Le Design Thinking peut aider les entrepreneurs et les entreprises sociales à identifier les besoins non satisfaits sur le marché et à générer des solutions nouvelles et innovantes qui sont financièrement durables et ont un impact social. Cette approche peut également permettre à ces organisations de créer des produits et des services plus inclusifs qui répondent mieux aux besoins de leurs communautés.

01 • Faire preuve d'empathie



Activités	Outils	Résultats attendus
1. Entretien avec un usager	• Grille d'entretien	• Besoins des personas
2. Discussions informelles	• Grille de contrôle	• Carte d'empathie
3. Observation	• Matériel de prise de notes	• Retours d'expérience des usagers
4. Prise de photos	• Appareil photo	• Images, photos
5. Immersion	• Une équipe d'experts qui pratique l'empathie immersive	• Carte mentale des premières expériences augmentant la prise de conscience.

02 • Définir



Activités	Outils	Résultats attendus
1. Ateliers sur l'énoncé du problème	• Outils de dessin et d'écriture	• Représentation visuelle du problème
2. Réunion des acteurs	• Post-its	• Carte des parties prenantes
3. Groupe de discussion	• Paperboard/tableau blanc	• Carte du contexte
4. Entretien en groupe	• Discussion avec la communauté	• Carte des opportunités/parcours communautaire
5. Visualisation	• Tableur	• Visualisation des données

03 • Idéer



Activités	Outils	Résultats attendus
1. Brise-glace	• Générateur de mots, outils de dessin et d'écriture	• Croquis pour communiquer des idées/concepts
2. Brainstorming	• Outils de dessin et d'écriture	• Croquis pour communiquer des idées/concepts
3. "Brainwriting"	• Papier, stylo, crayon, chronomètre, post-its	• Cartes d'idées
4. "Brainwriting" en ligne	• Tableur en ligne	• Cartes d'idées
5. Brainwalk	• Marqueurs et papier pour tableau de conférence	• Représentation sur feuilles de tableau (paperboard)
6. Analogies	• Outils de dessin, papier	
7. Pensée par le jeu	• Ensemble d'outils de co-création	• Dessins de diagrammes, esquisses d'idées
8. Remue-méninges	• Enquête, examen, médias sociaux	• Tableaux, graphiques, tableaux de données
9. Pause créative	• Se promener, prendre un café ou se détendre	
10. Ateliers d'idéation	• Paperboard et tableau blanc	• Carte des priorités
11. Cartes mentales	• Persona	• Carte des affinités
12. Croquis/dessins	• Dossier de conception	• Évaluation des idées
13. Vote par points	• Gomettes, stylos ou marqueurs	• Sélection de deux ou trois idées qui émergent de l'ensemble.

04

● Prototyper



Activités	Outils	Résultats attendus
1. Prototyper un espace avec l'intelligence artificielle	• Images de synthèse (logiciel DALL-E)	• Prototype virtuel
2. Esquisser	• Stylo, crayon, papier, couleur	• Esquisses et diagrammes
3. Modéliser une interface numérique sur papier	• Papier, crayon, crayons de couleur, papier découpé	• Modèle tridimensionnel
4. Penser un storyboard	• Papier, crayon, stylo	• Storyboard
5. Jeux de rôle	• Accessoires	• Jeu de rôle
6. Construction d'un modèle physique	• Papier, carton, argile, mousse	• Modèle tridimensionnel
7. Prototypage Lego	• Briques Lego	• Modèle tridimensionnel

05

● Tester



Activités	Outils	Résultats attendus
1. Test sur les personnes	• Checklist du briefing	• Liste des réactions
2. Observation	• Grille d'entretien	• Retour sur l'observation
3. Prise de photos	• Checklist de l'observation	• Carte d'évaluation
4. Évaluation	• Prototype à tester	• Propositions d'amélioration
5. Discussion	• Espace, table, chaise, bloc-notes	• Résumé de la discussion

06

● Mettre en récit - Storytelling



Activités	Outils	Résultats attendus
1. Entretien narratif	• Enregistreur audio/vidéo	• Texte/fichier numérique
2. Faire un storyboard	• Outils de storyboarding	• Storyboard
3. Récit vidéo	• Éditeur de vidéo	• Vidéo
4. "Data storytelling"	• Tableau	• Données analysées
5. Récit visuel	• Instagram	• Histoire en images
6. Podcast	• Enregistreur audio + Audible	• Fichiers audio

01

Faire preuve d'empathie



Faire preuve d'empathie

01

Cette section du guide aidera les praticiens à franchir la première étape du modèle Design Thinking for Social Change : **l'empathie**. L'objectif est d'éprouver de l'empathie pour les besoins de la communauté afin de **comprendre ses problèmes**. Cette section fournit une série d'outils pratiques pour comprendre et articuler les communautés qui réclament un changement social.



Au cours de cette phase, l'équipe doit se plonger dans l'apprentissage de l'autre et en particulier celui des communautés et du problème qu'elles cherchent à résoudre. Ensuite, il faut effectuer des recherches et des entretiens et parler avec des experts et d'autres parties prenantes concernées. L'objectif est d'acquérir des connaissances de base grâce à ces rencontres et d'utiliser ce que les experts ont appris sur les problèmes rencontrés par la communauté.

Activités	Outils	Résultats attendus
1. Entretien avec un utilisateur	• Grille d'entretien	• Besoins des personas
2. Discussions informelles	• Grille d'observation	• Carte d'empathie
3. Observation	• Matériel de prise de notes	• Retours d'expérience des usagers
4. Prise de photos	• Appareil photo	• Images, photos
5. Immersion	• Une équipe d'experts qui pratique l'empathie immersive	• Carte mentale des premières expériences augmentant la prise de conscience.



Entretien (en présentiel)

Le Design Thinking est basé sur des entretiens. Par exemple, nous pouvons interroger un membre de la communauté qui réclame de meilleurs services culturels dans sa région. Nous pouvons saisir les décisions, les caractéristiques comportementales et les besoins d'une personne en entrant dans ses pensées, ses sentiments et ses motivations et en les comprenant.

Cela nous aide à innover et à créer des services pour cette personne. Un entretien n'est pas la même chose qu'une discussion informelle.

Un entretien porte sur un sujet (ou une question) bien défini et convenu au préalable, que l'intervieweur souhaite mieux comprendre, étudier ou préciser en parlant avec des personnes et en les écoutant.

Marche à suivre :

- Posez des questions en utilisant la méthode Kipling 5W1H : Pourquoi, Quand, Où, Qui, Quoi et Comment.
- Notez la réaction des gens. N'oubliez pas de prêter attention, d'écouter et de faire preuve d'empathie à l'égard de ce qu'ils ont à dire.
- **Établissez les besoins des personas**

Discussions informelles (en présentiel)

Le Design Thinking est un état d'esprit, une culture et une méthode de pensée. L'équipe d'experts doit créer un environnement dans lequel les gens se sentent à l'aise et peuvent développer leur confiance afin d'obtenir des

informations plus détaillées. Par conséquent, la discussion informelle est une technique permettant de connaître les utilisateurs au stade de l'empathie. Une **carte d'empathie** sera le résultat de cette activité.

Observation (en présentiel)

La qualité des données de recherche est déterminée par le degré d'immersion des activités de recherche. Par conséquent, les utilisateurs du design thinking pour le changement social doivent consacrer la majeure partie de leur temps au travail sur le terrain plutôt qu'à la recherche documentaire. Ils doivent utiliser des approches de recherche ethnographiques telles que des entretiens et des observations communautaires pour découvrir les besoins, les défis et les attentes du public cible.

Ils doivent observer les communautés dans leur environnement propre, afin de découvrir les besoins et les défis qui ne sont pas abordés lors

des entretiens. Bien que le "contexte" et le "contenu" soient parfois mal compris, il s'agit de deux notions distinctes.

Prenons un exemple lié à une communauté locale : le contexte fait référence au champ socio-économique et culturel dans lequel la communauté locale est basée. Le contenu est constitué des besoins, des défis et des attentes liés au changement social qui doivent être analysés en conjonction avec les caractéristiques du contexte dans lequel la communauté locale est basée. Une **liste des réactions de la communauté** sera le résultat de cette activité.

Prise de photos (en présentiel)

En ethnographie, la photographie a une histoire longue et riche. Pour de nombreuses générations d'ethnographes, l'appareil photo est un élément presque obligatoire de leur "boîte à outils", soutenu par plusieurs paradigmes

méthodologiques. Ainsi, comme l'affirme Mark Rothko, la photographie peut jouer un rôle crucial dans la création d'une empathie avec les personnes et les communautés. Une **série de photos** sera le résultat de cette activité.



Je ne m'intéresse pas aux relations entre les couleurs, les formes ou quoi que ce soit d'autre... Je ne m'intéresse qu'à l'expression des émotions humaines fondamentales, et le fait que beaucoup de gens s'effondrent et pleurent devant mes tableaux montre que je communique ces émotions humaines fondamentales. Les personnes qui pleurent devant mes tableaux vivent la même expérience que celle que j'ai vécue lorsque je les ai peints."

L'expressionniste abstrait Mark Rothko

Immersion (en présentiel)

Trouver la source d'un problème nécessite une immersion. C'est l'étape où l'on se rapproche du problème. Les acteurs du changement social ont l'intention d'étudier les ramifications du défi du point de vue de la communauté.

Plongez dans la vie et les communautés des personnes pour lesquelles vous concevez des projets.

- Prévoyez suffisamment de temps dans le programme du projet pour envoyer les enquêteurs sur le terrain afin qu'ils puissent passer du temps avec les personnes pour lesquelles vous travaillez. Essayez d'organiser un séjour chez l'habitant si possible.
- Une fois sur place, recueillez autant d'informations que possible. Il est essentiel de noter tout ce que vous voyez et entendez. Il est facile d'interpréter ce que l'on a sous les yeux avant de l'avoir pleinement compris, alors veillez à noter des détails concrets et des citations en plus de vos impressions.
- Une excellente technique d'immersion consiste à passer une journée à observer une personne pour laquelle vous concevez un projet ou qui pratique les mêmes activités qu'elle. Renseignez-vous sur sa vie, sa façon de prendre des décisions et observez ses relations sociales, son travail et ses loisirs.
- Si votre fenêtre d'immersion est limitée, vous pouvez encore apprendre beaucoup en suivant quelqu'un pendant quelques heures. Gardez un œil attentif sur l'environnement de la personne. Ils peuvent vous apprendre beaucoup de choses.
- Créez une **carte mentale** de votre activité d'observation

02

Définir



Cette section “définir un problème” aidera les experts dans la deuxième étape du modèle Design Thinking for Social Change pour, par exemple, s'attaquer aux **disparités d'apprentissage dues à la Covid-19** ou **accroître les compétences numériques des éducateurs**.



L'objectif de cette phase est de “définir”, en concentrant les problèmes et les défis. Sur la base des données collectées au cours de la première étape (Faire preuve d’empathie), nous serons en mesure d’énoncer un problème de design thinking exploitable. L'objectif est d'inspirer la production d'idées pour le résoudre en utilisant des méthodes pour synthétiser les données brutes en un ensemble de connaissances significatives et utilisables.

Activités	Outils	Résultats attendus
1. <u>Ateliers sur l'énoncé du problème</u>	<ul style="list-style-type: none"> Outils de dessin et d'écriture 	<ul style="list-style-type: none"> Cahier des charges
2. <u>Réunion des acteurs</u>	<ul style="list-style-type: none"> Post-its 	<ul style="list-style-type: none"> Carte des parties prenantes
3. <u>Groupe de discussion</u>	<ul style="list-style-type: none"> Paperboard/tableau blanc 	<ul style="list-style-type: none"> Carte du contexte
4. <u>Entretien en groupe</u>	<ul style="list-style-type: none"> Discussion avec la communauté 	<ul style="list-style-type: none"> Carte des opportunités/parcours communautaire
5. <u>Visualisation</u>	<ul style="list-style-type: none"> Tableur 	<ul style="list-style-type: none"> Visualisation des données



Ateliers (en présentiel/en ligne)

Un atelier peut être un séminaire, un groupe de discussion ou autre, qui met l'accent sur l'échange d'idées et la démonstration et l'application de techniques, de compétences, etc. Il existe un grand nombre de formats d'ateliers et d'outils à appliquer. La méthodologie du design thinking utilise fréquemment des ateliers pour rassembler un groupe diversifié de personnes afin d'identifier les problèmes à résoudre et les solutions potentielles. L'une des possibilités consiste à créer des objectifs communs lors de l'atelier sur

l'énoncé du problème et à découvrir les différents sous-problèmes que les autres parties prenantes souhaitent résoudre. D'autre part, grâce à la note de synthèse pour le changement social, tout le monde peut comprendre le problème et les objectifs principaux de l'intention de la recherche. Fondamentalement, un **cahier des charges** est un document qui contient des informations générales et essentielles sur un projet/problème de design potentiel sous une forme condensée.

Réunion des parties prenantes (en présentiel/en ligne)

Une réunion des parties prenantes est un événement stratégique qui sert à présenter les parties prenantes les unes aux autres, à obtenir un engagement en faveur du changement social et à définir des objectifs communs. Il s'agit également d'une méthode de collecte d'informations auprès d'experts techniques et de domaines concernant les défis du changement social et le contexte dans lequel il s'inscrit. L'équipe chargée de la conception pour le changement social doit convaincre les parties prenantes de prêter attention aux besoins de la

communauté. L'essentiel est de s'assurer que les demandes et l'implication de chaque partie prenante sont comprises. L'objectif de cette action est d'organiser les parties prenantes en groupes et de les représenter sur la **carte des parties prenantes**. Elle permet au gestionnaire de projet d'identifier les parties prenantes du projet et de déterminer l'attention et les efforts que chacune d'entre elles doit déployer pour que le projet reste sur la bonne voie. Dans la gestion de projets de conception, il s'agit d'une étape nécessaire.

Groupe de discussion (en présentiel/en ligne)

Un groupe de discussion est un rassemblement de dix personnes ou moins dans une salle pour discuter d'un produit, d'un service, d'un concept ou même simplement d'une idée. Cet outil de recherche qualitative permet de découvrir différentes opinions et réponses à un sujet. Les groupes de discussion sont un excellent moyen de recueillir l'avis de personnes. Les membres de la communauté débattent entre pairs de leurs problèmes dans leur vie quotidienne. Le groupe de discussion permet de saisir cette dynamique.

La technique des groupes de discussion a récemment été critiquée pour un défaut inherent : dans la plupart des cas, l'un des participants est beaucoup plus dominant que les autres et a tendance à influencer l'ensemble du groupe. Dans ce cas, le résultat peut ne représenter qu'un seul participant plutôt que l'ensemble du groupe. Cependant, nous pensons que les groupes de discussion continueront à être l'une des méthodes de recherche les plus utilisées. Ils nécessitent un modérateur expérimenté afin d'atténuer les difficultés qui peuvent survenir au cours de l'événement.

L'outil que nous utiliserons pour recueillir les besoins de la communauté par le biais d'un groupe de discussion est une carte contextuelle. C'est un outil et un document utilisé pour illustrer des aspects complexes affectant une communauté. Les concepteurs du changement social, les membres de la communauté et les dirigeants utilisent les cartes contextuelles pour faciliter les discussions sur les changements liés à différents aspects. Elle aborde également le public cible potentiel du projet, les tendances émergentes, ainsi que les risques et les incertitudes.

Les avantages de la carte contextuelle

1. Développe une vision stratégique à l'échelle du groupe
2. Documente toute information informelle circulant au sein de la communauté
3. Comprend les facteurs externes qui influencent les décisions et la planification des changements sociaux.

Entretien en groupe *(en présentiel/en ligne)*

L'entretien en groupe est une méthode utilisée pour faciliter les discussions au sein de la communauté et générer des idées pour les initiatives de changement social. Cette méthode consiste à réunir un groupe diversifié d'individus qui représentent des perspectives et des expériences différentes en rapport avec la question traitée.

Au cours de l'entretien en groupe, les participants se voient poser une série de questions ouvertes et sont encouragés à partager leurs expériences personnelles, leurs pensées et leurs opinions. La discussion est animée par un modérateur compétent qui veille à ce que toutes les voix soient entendues et à ce que la conversation ne s'éloigne pas du sujet. L'objectif ultime de l'entretien en groupe est de parvenir à une compréhension commune du problème, d'identifier les possibilités de changement social et de créer une feuille de

route pour mettre en place une solution.

À la fin de l'entretien de groupe, le facilitateur synthétise les idées recueillies et crée une **représentation visuelle de la discussion**. Il peut s'agir d'une carte des opportunités ou d'un cheminement de la communauté, qui illustre les thèmes et les idées clés qui ont émergé au cours de la discussion. Ces résultats peuvent être utilisés pour orienter les initiatives futures et pour communiquer à un public plus large les idées et les points de vue exprimés au cours de l'entretien de groupe.

Dans l'ensemble, les entretiens de groupe sont un outil précieux pour les initiatives de changement social, car ils permettent de s'engager avec les communautés, de générer des idées et de développer une vision commune du changement.

Visualisation *(en présentiel/en ligne)*

La visualisation est la transformation d'informations en images, qu'ils s'agissent de représentations concrètes ou mentales. Il est parfois nécessaire d'utiliser des images pour représenter du texte, des chiffres ou d'autres données (car, comme vous l'avez peut-être entendu, une image vaut mille mots). Parfois, il s'agit de rassembler des idées disparates pour former une histoire convaincante qui peut évoquer des images mentales vivantes.

La création de représentations visuelles des défis sociaux (pollution, données sur le chômage, etc.) peut s'avérer très utile pour sensibiliser immédiatement les individus ou les communautés à ces questions. En effet, la visualisation rend les concepts physiques et concrets. Elle active une autre partie du cerveau : c'est une nouvelle façon de penser. Les approches visuelles ne doivent pas nécessairement être difficiles ou sophistiquées. Dessiner des graphiques sur un tableau blanc peut s'avérer très efficace. Pour présenter une grande quantité de données collectées, un outil numérique comme un tableur peut être une excellente solution.

03

Idéer



Cette section du guide aidera les praticiens à franchir la **troisième étape du modèle Design Thinking : l'idéation**.

L'objectif est d'"idéer" la voie à suivre pour promouvoir le changement social. Sur la base des données collectées au cours de la première étape (Faire preuve d'empathie) et précisées par la seconde (Définir), nous serons en mesure de **créer une idée de changement social réalisable**, à prototyper au cours de l'étape suivante. Les questions "**Comment pourrions-nous**" débouchent sur des séances d'idéation au cours desquelles les concepteurs explorent des idées susceptibles de les aider à résoudre les problèmes de conception de manière innovante. Ces questions ne doivent être ni trop larges ni trop étroites.





Définir la phase d'idéation

La phase d'idéation permet aux concepteurs d'expérimenter de nouveaux concepts et de nouvelles solutions, dans la mesure où le Design Thinking n'est pas un processus linéaire. Les idées et les résultats générés par les étapes d'empathie et de définition (apprendre à connaître les parties prenantes et élaborer une description claire du problème) permettront toutefois de diriger et d'informer une session d'idéation constructive. Les étapes de définition et d'idéation d'un processus typique de Design Thinking se chevauchent de manière significative.

Activités	Outils	Résultats attendus
1. <u>Brise-glace</u>	<ul style="list-style-type: none"> Générateur de mots, outils de dessin et d'écriture 	<ul style="list-style-type: none"> Croquis pour communiquer des idées/concepts
2. <u>Brainstorming</u>	<ul style="list-style-type: none"> Outils de dessin et d'écriture 	<ul style="list-style-type: none"> Croquis pour communiquer des idées/concepts
3. <u>"Brainwriting"</u>	<ul style="list-style-type: none"> Papier, stylo, crayon, chronomètre, post-its 	<ul style="list-style-type: none"> Cartes d'idées
4. <u>"Brainwriting" en ligne</u>	<ul style="list-style-type: none"> Tableur en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> Cartes d'idées
5. <u>Brainwalk</u>	<ul style="list-style-type: none"> Marqueurs et papier pour tableau de conférence 	<ul style="list-style-type: none"> Prises de notes sur feuilles de tableau (paperboard)
6. <u>Analogies</u>	<ul style="list-style-type: none"> Outils de dessin, papier 	<ul style="list-style-type: none"> Dessins de diagrammes, esquisses d'idées
7. <u>Pensée par le jeu</u>	<ul style="list-style-type: none"> Ensemble d'outils de co-création 	<ul style="list-style-type: none"> Tableaux, graphiques, tableaux de données
8. <u>Remue-méninges</u>	<ul style="list-style-type: none"> Enquête, examen, médias sociaux 	
9. <u>Pause créative</u>	<ul style="list-style-type: none"> Se promener, prendre un café ou se détendre 	
10. <u>Ateliers d'idéation</u>	<ul style="list-style-type: none"> Paperboard et tableau blanc 	<ul style="list-style-type: none"> Carte des priorités
11. <u>Cartes mentales</u>	<ul style="list-style-type: none"> Persona 	<ul style="list-style-type: none"> Carte des affinités
12. <u>Croquis/dessins</u>	<ul style="list-style-type: none"> Dossier de conception 	<ul style="list-style-type: none"> Évaluation des idées
13. <u>Vote par points</u>	<ul style="list-style-type: none"> Gommettes, stylos ou marqueurs 	<ul style="list-style-type: none"> Sélection de deux ou trois idées qui émergent de l'ensemble.



"Il ne s'agit pas de trouver la "bonne" idée, mais de générer le plus large éventail de possibilités."

Hasso Plattner, Institut du Design à Stanford

Brise-glace

Une séance de brise-glace (icebreaking) est une activité de groupe ou un jeu conçu pour aider les participants à se sentir plus à l'aise les uns avec les autres et à établir une atmosphère positive et ouverte d'esprit. L'objectif est de "briser la glace" et de créer un sentiment de camaraderie et de confiance entre les membres du groupe, ce qui facilite la collaboration et la communication.

Selon l'American Management Association, les activités destinées à briser la glace sont "souvent utilisées au début d'une réunion ou d'une session de formation pour aider les participants à se connaître et à se sentir plus à l'aise dans le groupe".

(Source : <https://www.amanet.org/articles/ice-breakers-that-really-work/>)

Session d'échauffement

Au cours de cette session, une situation fictive est choisie et les participants sont invités à partager la pire idée à laquelle ils peuvent penser.

Idéation par le mash-up

Au cours de cette session, les participants sont invités à trouver une idée en s'inspirant d'une sélection de mots ou d'images choisis au hasard.

Brainstorming (en présentiel/en ligne)

Le brainstorming est un processus créatif qui mélange des cycles de pensée divergente et convergente ainsi que l'échange verbal d'idées entre les membres d'un groupe. Le brainstorming est un processus qui aide les concepteurs de design social à trouver des idées plus créatives en posant une série de questions dans un court laps de temps.

Il est conseillé d'inclure deux ou trois personnes qui n'ont aucune connaissance préalable de la question et qui pensent différemment de vous. Parce qu'elles ne sont pas investies par avance dans cette réflexion et qu'elles n'ont pas de méthodes établies pour réfléchir à la question, elles poseront des questions surprenantes et intrigantes que vous ne poseriez pas.

Au cours de cette phase, il n'est pas nécessaire de fournir des réponses ou des solutions. Penser en termes de questions plutôt que de solutions permet de surmonter plus facilement les biais cognitifs et d'explorer des territoires inexplorés.

Les règles du brainstorming :

- Différer le jugement
- Encourager la réflexion hors des sentiers battus
- Utiliser les idées des autres
- Utiliser des images pour permettre aux autres membres de visualiser ce qui est dit
- Privilégier la quantité à la qualité
- Rester concentré sur le sujet
- N'avoir qu'un dialogue à la fois

Dans notre cas, les **croquis destinés à communiquer les idées/concepts** seront le résultat du processus de brainstorming.

“La remise en question est un comportement inné qui est activement détourné et étouffé.”

Revue de Harvard Business



03

“Brainwriting” (en présentiel/en ligne)

Le “Brainwriting” est une alternative silencieuse au brainstorming traditionnel. Au lieu d'échanger des idées verbalement, les participants les écrivent avant de les transmettre à quelqu'un d'autre. La personne suivante lit ces idées et y ajoute les siennes, et ainsi de suite jusqu'à ce

que les idées de chacun aient fait le tour de table. Toutes les idées sont ensuite rassemblées et présentées au groupe pour discussion. Les **cartes d'idées** seront le résultat du processus de brainwriting.

04

“Brainwriting” à distance (en ligne)

Le brainwriting à distance est la version en ligne de l'action de brainwriting dans laquelle, grâce à une feuille de calcul en ligne, des **cartes d'idées numériques** seront délivrées.

05

“Brainwalk” (en présentiel)

Il s'agit d'une version plus mouvante et plus active du brainwriting. Au lieu de déplacer des feuilles de papier dans la pièce, les designers se déplacent entre des "stations d'idéation" distinctes. Ils ajoutent leurs propres idées avant

de se déplacer à la station suivante pour y ajouter leurs idées, comme pour le brainwriting. Les résultats du brainwalk seront les **feuilles de prises de notes des idées**.

06

Analogies (en présentiel/en ligne/hybride)

Les analogies peuvent être une approche fantastique pour le brainstorming car elles aident à faire progresser la compréhension en créant des comparaisons. En comparant ce que les penseurs du design social tentent de résoudre avec différents éléments et scénarios, les membres peuvent produire des idées originales

basées sur différentes façons d'appréhender le problème. Par exemple, est-il possible de s'inspirer de solutions de changement social provenant de différents domaines tels que l'économie, les affaires ou l'ingénierie ? La **mise en parallèle d'idées** sera le résultat de l'action d'analogie.

07

Pensée par le jeu (en présentiel/en ligne)

Il peut être très utile et amusant d'ajouter à une situation non ludique qu'est la phase de définition un élément de jeu pour accroître la participation. Cela peut être un jeu de charades, le jeu de l'anti-problème (considérer le contraire de votre situation ou de votre problème), ou le

jeu de la couverture (écrire une histoire comprenant un titre, des titres, des encadrés et des images). De grands diagrammes, une esquisse d'idées et une fusion de mots seront le résultat de l'action de la pensée par le jeu.

08

Remue-méninges (en présentiel/en ligne)

Le remue-méninges est le processus qui consiste à solliciter des idées auprès du public et à les évaluer. Il fournit une base solide pour vos idées en utilisant des sondages, des évaluations et les médias sociaux. Bien qu'il n'aboutisse pas

toujours à la présentation de la meilleure idée, il peut faire des merveilles en termes de compréhension. Des **diagrammes**, des **graphiques** et des **tableaux de données** seront le résultat de cette action.

09

Pause créative (en présentiel)

La pause créative est utile si le ou les membres de l'équipe de conception se sont fixés sur un seul concept. Des pauses conscientes et une prise de recul face aux pièges leur permettent de

faire des merveilles pour créer de nouvelles idées. Les **notes d'idées** seront le résultat de l'action de la pause créative.

10

Ateliers d'idéation (en présentiel/en ligne)

Un atelier d'idéation est un environnement sécurisé dans lequel des idées peuvent être générées. L'objectif premier d'une séance d'idéation est d'**inspirer l'innovation et la créativité**. Les membres de l'équipe de conception se réunissent pour parler et partager leurs idées en toute honnêteté et sans jugement.

Importance de l'atelier d'idéation

- Les ateliers d'idéation peuvent s'avérer très utiles pour débloquer vos équipes.
- Ils permettent d'élargir la collaboration et les points de vue
- C'est un espace sûr pour la créativité
- C'est un environnement sans jugement pour la création
- C'est une activité excitante et agréable

La **carte des priorités** sera le résultat de l'action de l'atelier d'idéation.

11

Cartes mentales (en présentiel/en ligne)

La cartographie mentale est un outil d'idéation visuelle qui permet aux concepteurs d'établir des liens entre des ensembles distincts de pensées ou de faits. Pour commencer, écrivez un terme au centre de la page (lié à l'énoncé de votre problème), puis entourez-le de tous les concepts qui vous viennent à l'esprit sur la même feuille de papier.

Enfin, il convient d'examiner les liens entre ces idées et de les illustrer par des lignes et des courbes afin de créer une carte visuelle. Cette technique permet aux concepteurs de reconnaître les modèles.

La **carte d'affinité** sera le résultat de l'action "cartes mentales".

Croquis/dessins (en présentiel/en ligne)

Le croquis est une approche pratique qui permet de mettre des idées sur papier afin de les communiquer à des collègues ou de développer de nouvelles solutions. Les concepteurs peuvent présenter leurs idées de manière narrative grâce au croquis par étapes. Cette activité permet aux designers de créer des représentations visuelles de toute information ou idée complexe. Les

concepteurs emploient de nombreuses techniques pour rendre le croquis accessible, comme l'utilisation de formes simples, de lignes et de mots pour créer des actions, en utilisant des mots, des figures de bâton/boîtes, et ainsi de suite. L'évaluation de l'idée sera le résultat de l'action d'esquisse/dessin.

Vote par points (en présentiel/en ligne)

Le vote par points est un outil de base utilisé dans un environnement de groupe pour établir démocratiquement des priorités ou prendre des décisions. Il s'agit d'une méthode simple et élémentaire pour réduire les options et s'arrêter sur un ensemble de notions ou d'idées.

Le système de vote par points :

- Collecter le matériel
- Établir des critères de vote
- Voter
- Déterminer le résultat
- Réduire la portée du vote et procéder à un nouveau vote si nécessaire

[Cliquez pour voir](#)

Les votes sont codés par couleur pour représenter les différents critères. Le vote traditionnel par points utilise des points qui sont tous de la même couleur. Envisagez d'utiliser volontairement des couleurs différentes pour apporter des nuances (et des informations) au processus de vote. Si les membres d'une équipe de conception votent sur un ensemble de concepts, par exemple, les points verts pourraient représenter l'aspect pratique et les points jaunes l'effet sur l'utilisateur. Il en résulterait un désordre de points verts et jaunes. Les **deux ou trois idées qui émergent de l'ensemble** sont les résultats de l'action de vote par points.



04

Prototyper



Cette section aidera les chercheurs à franchir la **quatrième étape** du **Design Thinking for Social Change** : le **prototype**.

Au cours des étapes précédentes, les besoins de la communauté ont été recueillis (Faire preuve d'empathie), bien ciblés (Définition) et l'hypothèse d'un changement social a été identifiée (Idéation).



Il est maintenant temps de créer une version préliminaire de la solution pour promouvoir le changement social. **La phase de prototypage est une phase itérative.** Au cours de cette étape, une nouvelle idée peut naître et vous ramener à la phase d'idéation. Un prototype, qui peut être une maquette en papier, un aperçu d'un espace d'apprentissage innovant, un storyboard, un schéma ou une boîte en carton, permet aux concepteurs d'envisager et de choisir rapidement la meilleure réponse parmi plusieurs alternatives. Il s'agit d'une approche rapide pour transmettre un concept. La précision du prototype n'a pas d'importance. Au cours de cette phase, le concepteur est prêt à créer une première version de la solution.

Le prototypage aide les acteurs du changement social à déterminer si la conception (ou les révisions) fonctionne comme prévu avant qu'elle ne soit diffusée dans la communauté et entre les mains des gens. Le prototypage permet aux concepteurs sociaux d'évaluer la faisabilité, d'améliorer la qualité, de présenter efficacement les idées aux décideurs, de réduire les facteurs de risque et d'effectuer des itérations à moindre coût.



“Les prototypes nous ralentissent pour nous accélérer. En prenant le temps de prototyper nos idées, nous évitons des erreurs coûteuses, comme le fait qu'elles deviennent trop complexes trop tôt et que nous restions trop longtemps sur une idée fragile.”



Activités	Outils	Résultats attendus
1. Prototyper un espace avec l'intelligence artificielle	• Images de synthèse (logiciel DALL-E)	• Prototype virtuel
2. Esquisser	• Stylo, crayon, papier, couleur	• Esquisses et diagrammes
3. Modéliser une interface numérique sur papier	• Papier, crayon, crayons de couleur, papier découpé	• Modèle tridimensionnel
4. Penser un storyboard	• Papier, crayon, stylo	• Storyboard
5. Faire des jeux de rôle	• Accessoires	• Jeu de rôle
6. Construire un modèle physique	• Papier, carton, argile, mousse	• Modèle tridimensionnel
7. Prototypage Lego	• Briques Lego	• Modèle tridimensionnel

Catégories de prototypage

01 Prototypage basse fidélité

Le **prototypage basse fidélité** est la plus fondamentale des deux catégories de prototypage. Le modèle développé peut être incomplet ou ne comprendre qu'un sous-ensemble des caractéristiques du résultat final. Souvent, les prototypes basse fidélité ne sont pas construits dans le même matériau que le résultat final, mais plutôt en bois, en papier ou en plastique. Ces prototypes sont peu coûteux et simples à fabriquer. Ils peuvent également prendre la forme de représentations visuelles du résultat final.

02 Prototypage haute fidélité

Les **prototypes haute fidélité** sont beaucoup plus proches du résultat final. Par exemple, un prototype haute-fidélité pourrait être un modèle 3D en plastique avec des pièces mobiles qui permettent aux gens de sentir le fonctionnement du prototype. Ce prototype serait considéré comme étant de haute fidélité plutôt que de basse fidélité, car il offrirait une expérience plus immersive aux personnes qu'un bloc de bois. Ce type de prototype est plus attrayant, mais sa réalisation nécessite du temps et des designers sociaux compétents.

01

Prototyper un espace avec l'IA (en présentiel/en ligne)

Un exemple de prototype pour le changement social pourrait être un espace d'apprentissage innovant co-conçu par une communauté locale. Grâce à la description fournie par la communauté locale, l'algorithme de l'IA visualisera l'espace d'apprentissage en montrant un modèle visuel sur lequel des discussions ultérieures pourront être développées. Par exemple, DALL-E est un outil d'intelligence artificielle qui permet aux utilisateurs de visualiser des concepts à partir d'une description textuelle. Le programme génère des images d'objets réalistes et irréalistes à partir de courtes phrases en langage naturel. Dans le cas du design thinking pour le changement social, l'une des

utilisations possibles de DALL-E est la création de nouveaux espaces d'apprentissage innovants. Par exemple, en donnant une description telle que : "école durable, espace ouvert, apprentissage par projet, design scandinave", nous pouvons immédiatement visualiser un nouvel espace scolaire qui combine différentes idées recueillies au cours des phases précédentes de la conception pour le changement social.

Un **prototype d'espace virtuel** sera le résultat de l'activité de prototypage d'un espace social avec l'intelligence artificielle.

02

Esquisser (en présentiel)

L'esquisse, le type de prototypage le plus élémentaire, demande peu de travail et ne nécessite pas de talents esthétiques en matière de dessin. Les esquisses peuvent être utilisées pour lancer le processus de visualisation et de construction d'une nouvelle solution, et elles

peuvent être partagées avec la communauté et les parties prenantes pour susciter davantage d'idées et de conversations. Les **croquis** et les **diagrammes** seront le résultat de l'activité de croquis.

03

Modéliser une interface numérique sur papier (en présentiel)

Les interfaces papier sont utiles pour les premières phases de prototypage des produits numériques. Les concepteurs peuvent créer des interfaces sur du papier ou dessiner et découper les composants fonctionnels d'une interface utilisateur, tels qu'un menu déroulant ou un

champ de texte. Certains designers préfèrent concevoir leurs interface à la main, tandis que d'autres préfèrent utiliser des logiciels comme Invision ou Balsamiq. La **modélisation papier de l'interface** sera le résultat de cette activité.

04

Faire un storyboard (en présentiel/en ligne/hybride)

La narration est l'un des outils les plus puissants du design thinking. Le storyboard est une méthode fantastique pour transmettre des histoires et orienter les parties prenantes ciblées et les membres de la communauté. Le storyboard est une stratégie de prototypage anticipé qui vous permet d'envisager la manière dont les gens vivront un problème ou un

changement social et de le transmettre par une série de dessins ou d'esquisses. Les histoires nous aident à rassembler des connaissances sur les personnes, les objectifs et les buts, tout en suscitant de nouvelles idées grâce à la coopération avec d'autres concepteurs. Un **storyboard** sera le résultat de l'activité de prototypage de storyboard.



05 • Faire des jeux de rôle (en présentiel)

Le jeu de rôle, ou prototypage expérientiel, permet aux concepteurs d'examiner des situations au sein du système qu'ils ciblent physiquement. Le jeu de rôle est le meilleur moyen de saisir et de mettre en scène l'expérience d'une population face à un problème social ou à un changement social. Envisagez de reproduire leur expérience afin

d'acquérir une connaissance empathique des membres de la communauté. Les concepteurs peuvent utiliser des accessoires, des objets et des simulations audio pour simuler un environnement réel. Un **jeu de rôle** sera le résultat de l'activité de prototypage de jeux de rôle.

06 • Construire un modèle physique (en présentiel)

Pour créer un prototype destiné à tester une solution sociale, vous pouvez utiliser un large éventail de matériaux. Les modèles physiques sont souvent créés avec du papier, du bois, du carton, de l'argile, de la mousse ou en réutilisant des objets existants. Un modèle physique transforme une notion intangible en une forme physique tridimensionnelle. Il permet

d'améliorer considérablement les tests et peut susciter un débat sur les solutions ou les questions proposées en matière de changement social. Un **modèle tridimensionnel** sera le résultat de l'activité de prototypage par construction d'un modèle physique.

07 • Prototypage Lego (en présentiel)

Les Lego peuvent être un excellent outil pour concrétiser des idées. Les briques Lego sont des objets en plastique extrêmement précis et cohérents. L'utilisation des briques Lego permet au designer de produire rapidement un résultat physique à partir d'une idée. L'ensemble de la procédure est rapide. De nombreux concepteurs

utilisent les Lego pour créer rapidement un prototype scientifique ou de système en 3D. Par rapport à d'autres types d'approches de prototypage 3D, le prototypage Lego permet de générer une vision tangible et est également facile à modifier. Un **modèle tridimensionnel** sera le résultat de l'activité de prototypage Lego.

05

Tester



Cette section soutiendra les chercheurs dans la **cinquième étape du Design Thinking : le test**. Au cours des étapes précédentes, les besoins de la communauté ont été recueillis (Faire preuve d'empathie), ciblés (Définir), identifiés (Idéer) et modélisés (Prototyper). Il est maintenant temps de tester la solution qui pourrait favoriser le processus de changement social.



La phase de test permet de mettre en place un processus itératif dans le cadre duquel un nouveau processus de réflexion sur la conception pour le changement social peut être lancé. Le test est un élément du processus de réflexion sur la conception pour le changement social qui vous fournit un retour d'information basé sur des essais approfondis du prototype. Les tests visent à comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, puis d'effectuer une nouvelle tentative. Il s'agit de revenir à votre prototype et de le réviser en fonction des commentaires des utilisateurs. Les tests garantissent que vous revenez à la base essentielle du design thinking : l'empathie pour les membres de la communauté et la création en fonction de leurs besoins.

Les concepteurs doivent être attentifs à ce qu'ils testent. Au lieu de demander "J'aimerais tester mon prototype", les concepteurs pourraient demander "J'aimerais savoir si les personnes âgées peuvent prendre rendez-vous chez le médecin à l'aide de mon prototype". L'identification du public cible est également essentielle pour les tests de prototypes. Il est important de rédiger une synthèse pour rassembler tous les commentaires.

Activités

1. **Test sur les personnes**
2. **Observation**
3. **Prise de photos**
4. **Évaluation**
5. **Discussion**

Outils

- Checklist du briefing
- Grille d'entretien
- Checklist de l'observation
- Prototype à tester
- Espace, table, chaise, bloc-notes

Résultats attendus

- Liste des réactions
- Retour sur l'observation
- Carte d'évaluation
- Propositions d'amélioration
- Résumé de la discussion



01

Test sur les personnes *(en présentiel)*

Dans le contexte du changement social, le test sur les personnes consiste à recueillir les réactions des personnes concernées par le problème abordé. Cela peut se faire par le biais d'entretiens, d'enquêtes ou de groupes de

discussion. Le résultat de cette activité est une **liste des réactions des personnes**, qui peut être utilisée pour guider l'élaboration de solutions qui répondent aux besoins et aux préoccupations de la communauté.

02

Observation *(en présentiel/en ligne/hybride)*

L'observation consiste à observer la communauté ou les personnes concernées par le prototype. Cela peut se faire par le biais d'observations sur le terrain, de recherches ethnographiques ou d'autres méthodes. Le

résultat attendu de cette activité est un **retour d'information sur l'observation**, qui peut fournir des indications sur les expériences vécues et les défis rencontrés par la communauté, ainsi qu'identifier des possibilités d'intervention.

03

Prise de photos *(en présentiel)*

La prise de photos dans le contexte du changement social consiste à prendre des photos ou d'autres documents visuels du prototype testé, ainsi que de toute intervention ou solution en cours de développement. Le résultat de cette activité est une **carte d'évaluation**, qui est une

représentation visuelle de l'évaluation du prototype. Cette carte peut être utilisée pour impliquer les parties prenantes, identifier les domaines à améliorer et guider l'affinement des solutions.

04

Evaluation *(en présentiel/en ligne/hybride)*

Dans le contexte du changement social, l'évaluation consiste à analyser l'impact des interventions et des solutions élaborées pour traiter le problème en question. Cela peut se faire par le biais d'enquêtes, d'analyses de données ou d'autres méthodes. Le résultat

attendu de cette activité est une **proposition d'amélioration**, qui décrit les changements à apporter à l'intervention ou à la solution sur la base de l'évaluation. Cela permet de s'assurer que l'intervention est efficace et qu'elle répond aux besoins de la communauté.

05

Discussion *(en présentiel/en ligne)*

Dans le contexte du changement social, la discussion implique d'engager les parties prenantes et les membres de la communauté dans des conversations sur le problème traité et les solutions proposées. Le résultat de cette activité est un **résumé de la discussion**, qui peut

être utilisé pour identifier les points d'accord ou de désaccord, ainsi que pour guider l'affinement des solutions. Cela permet de s'assurer que les solutions répondent aux besoins de la communauté et qu'elles sont mises en œuvre dans un esprit de collaboration et d'intégration.

06

Mettre en récit - Storytelling



Mettre en récit Storytelling

06

Cette section du guide soutiendra les apprenants dans la **dernière étape du modèle Design Thinking for social change : la mise en récit.**



En effet, le partage d'histoires peut permettre de diffuser des connaissances et des expériences en matière de changement social, d'accroître les interactions sociales, de développer la construction de communautés, d'inspirer les gens, d'encourager l'activisme en matière de changement social et de créer des émulations positives. Cette section propose une série d'actions et d'outils pratiques pour **faciliter les pratiques de narration.**

Activités	Outils	Résultats attendus
1. Entretien narratif	• Enregistreur audio/vidéo	• Texte/fichier numérique
2. Faire un storyboard	• Outils de storyboarding	• Storyboard
3. Récit vidéo	• Editeur de vidéo	• Vidéo
4. "Data storytelling"	• Tableau	• Données analysées
5. Récit visuel	• Instagram	• Histoire en images
6. Podcast	• Enregistreur audio + Audible	• Fichiers audio



01

Entretien narratif (en présentiel/en ligne)

L'entretien narratif décrit une méthodologie de recherche qualitative pour la collecte de données dans laquelle une histoire est générée par l'entretien.

"Au lieu de mettre l'accent sur un format de questions-réponses, l'objectif des entretiens narratifs est de donner l'occasion au participant de raconter son expérience au chercheur. Cela représente un changement dans la façon dont les rôles sont conceptualisés : de l'intervieweur-interviewé au narrateur-auditeur" [Allen, 2017]. Plus que des données précises, c'est l'expérience de la personne interrogée qui est pertinente

pour l'enquêteur. Ce qu'il est important de comprendre, ce n'est pas exactement quand un fait s'est produit, mais pourquoi ce fait est pertinent pour la personne interrogée, ce que ce fait représente pour elle, ce qu'elle en dit.

Dans le contexte de ce guide, l'entretien narratif permettra d'élucider et de reconstruire l'histoire de la personne interrogée en se concentrant sur les besoins, les défis et les valeurs du changement social. **La narration centrée sur les personnes** sera le résultat de cette action.

02

Faire un storyboard (en présentiel/en ligne)

Le storyboard est la compétence essentielle de la narration. C'est la plus importante et, peut-être, la moins connue. Nous proposons ici un outil de storyboard de base pour structurer une histoire de changement social centrée sur les personnes. Un storyboard est une représentation visuelle d'une histoire qui aide à structurer la séquence

des scènes (plans) de celle-ci. Avant de tourner une vidéo ou un podcast, il est nécessaire d'écrire le storyboard. Rédiger un storyboard simplifiera la mise en œuvre de l'histoire et permettra de "tester" l'attractivité de celle-ci. Le résultat attendu est un **storyboard**.

03

Récit vidéo (en présentiel)

La narration vidéo est l'utilisation de vidéos pour raconter des histoires. La vidéo sera enregistrée en suivant la structure du storyboard préalablement conçu. La vidéo peut être enregistrée à l'aide d'un smartphone ou d'une caméra vidéo professionnelle. L'édition de la vidéo est crucial pour obtenir, au final, une

histoire captivante. La meilleure option est d'enregistrer une vidéo à l'aide d'une caméra vidéo professionnelle et d'effectuer un montage à l'aide d'un outil professionnel, mais l'utilisation d'un simple smartphone et d'un éditeur vidéo bon marché peut produire de bons résultats. Résultat attendu : une **vidéo**.

04

"Data storytelling" (en présentiel/en ligne)

Le "Data Storytelling" (narration de données) n'est pas seulement une approche de communication qui permet de partager d'énormes données d'une manière plus efficace et plus engageante. Le Data Storytelling est étroitement lié au "Big Data activism", c'est-à-dire à l'utilisation des Big Data pour générer des changements sociaux. En effet, grâce à la représentation visuelle, il est possible de voir des informations auparavant cachées. Les gens peuvent prendre conscience des problèmes

sociaux et cette approche peut "[...] provoquer un dialogue et inspirer un changement de politique". "Les résultats génèrent des débats politiques, influencent les décisions civiques et éclairent la conception afin de garantir que les voix des personnes représentées dans les données ne sont ni marginalisées ni ignorées" [Williams, 2020]. La narration de données sera le résultat de cette action.

Exemple de récit de données pour le changement social : [Mapping Diversity](#)

Cliquez
pour voir

05

Récit visuel (en présentiel/en ligne)

Le récit visuel est l'utilisation de la narration imagée pour raconter des histoires. L'histoire peut être racontée à l'aide d'images, d'illustrations ou d'autres supports visuels. Parfois, de la musique et des effets sonores sont intégrés aux récits visuels. Dans le cas des récits

visuels pour le changement social, nous suggérons d'utiliser Instagram et Blush comme le moyen le plus facile de répandre et de disséminer des causes sociales par le biais d'images et d'illustrations. Une **histoire en images** sera le résultat de cette action.

[Cliquez pour voir](#)

06

Podcast (en présentiel/en ligne)

Le podcast connaît un essor important en tant que moyen de communication depuis quelques années. Il s'agit d'un phénomène analogue à celui de YouTube, mais dans le domaine de l'audio. Le podcast n'est pas seulement un moyen de raconter des histoires de fiction, mais aussi de débattre des défis sociaux par le biais d'expériences de podcast communautaire ou de partage de connaissances et de bonnes pratiques liées au changement social.

C'est le cas de "Social change leaders", un podcast sur le leadership en matière de changement social, dans les secteurs public, privé et à but non lucratif, réalisé par Stephanie Malon-Rufi et Traci Warnberg-Lemm. Grâce à

des entretiens avec des leaders d'opinion en première ligne, elles proposent des conseils, des idées réalisables et des histoires qui inspirent les gens et dynamisent les efforts pour construire un monde meilleur. Un podcast professionnel nécessite un excellent son pour être mis en œuvre.

Néanmoins, même en utilisant un simple smartphone, il est possible d'obtenir de bons fichiers audio. Voici les instructions pour enregistrer de manière professionnelle à l'aide de votre smartphone : [Comment enregistrer un audio professionnel avec un téléphone 2022](#). Résultat attendu : **podcast**.

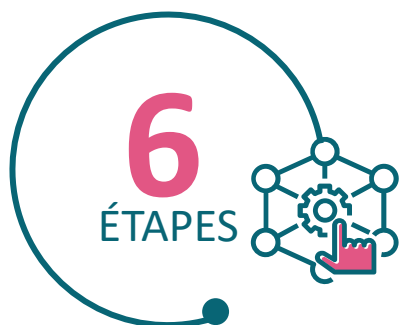


Conclusion

Conclusion



En conclusion, le guide "Design Thinking for Social Change" est une **ressource complète** qui offre **une gamme d'outils et d'activités** pour soutenir la **création de solutions efficaces et durables** pour le **changement social**.



Les **6 étapes du Design Thinking** présentées dans le guide (Faire preuve d'empathie, Définir, Idéer, Prototyper, Tester et Mettre en récit) fournissent une approche étape par étape pour concevoir des solutions itératives et durables, centrées sur les personnes.

Les **41 activités** décrites dans le guide sont conçues pour favoriser la créativité, la collaboration et l'innovation. Chaque activité est adaptée à une phase spécifique du processus de Design Thinking. Les activités sont très adaptables et peuvent être utilisées pour répondre aux besoins spécifiques de différentes communautés et organisations.



Les **60 outils** partagés dans le guide sont conçus pour soutenir chaque étape du processus de Design Thinking, de la recherche au prototypage et au test. Les outils sont très visuels et interactifs, et incluent l'utilisation de l'intelligence artificielle (ChatGPT, Dall-E), de la narration et du Big Data.

Dans l'ensemble, le guide "Design Thinking for Social Change" est une ressource précieuse pour toute personne intéressée par la création de solutions significatives et durables pour le changement social. En proposant une approche claire et complète du processus de Design Thinking, ainsi qu'une série d'activités et d'outils, le guide offre un cadre puissant pour la résolution collaborative de problèmes et l'innovation.





Références

Références



- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Revue Harvard business*, 86(6), 84-92. <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>
- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Le Design thinking pour l'innovation sociale. *Revue de l'Innovation Sociale de Stanford*, 8(1), 30-35. https://ssir.org/articles/entry/design_thinking_for_social_innovation
- Simon, H. A. (2011). Design thinking: Qu'en faire à l'école ? *Journal du Changement Educatif*, 12(3), 209-215. <https://doi.org/10.1007/s10833-011-9148-6>
- Gerstein, J. (2015). Le Design Thinking dans l'enseignement supérieur. *Psychology Today*. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-global-search-education/201504/design-thinking-in-higher-education>
- Dombrowski, U., & Lohrmann, C. (2018). Le Design thinking pour l'innovation sociale : Un cadre conceptuel pour la conception participative des services publics. *Journal International du Management du secteur public*, 31(1), 32-47. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJPSM-01-2017-0013/full/html>
- Chan, Z. C. (2018). Le design thinking pour l'éducation transformative. *Recherche en éducation pour la politique et la pratique*, 17(3), 211-228. <https://doi.org/10.1007/s10671-017-9233-2>
- Kim, J., & Kim, Y. (2018). Le design thinking dans l'éducation : Une vue d'ensemble et un appel à la recherche empirique. *Journal international des technologies de l'information et de l'apprentissage*, 35(1), 15-29. <https://doi.org/10.1108/IJILT-01-2017-0002>
- Fish, L., & Kuhn, M. (2018). La pensée design pour l'innovation sociale : Une approche orientée vers le processus. *Journal des Innovations sociales*, 6(2), 9-21. https://www.researchgate.net/publication/327742792_Design_Thinking_for_Social_Innovation_A_Process-Oriented_Approach
- Dorst, K., & Cross, N. (2019). *La pensée design : Comprendre comment les designers pensent et travaillent*. Editions Bloomsbury. <https://www.bloomsbury.com/uk/design-thinking-9781474278510/>
- Ertas, Y. N. (2019). La pensée design pour l'innovation sociale : Une revue systématique de la littérature. *Journal de l'entrepreneuriat social*, 10(4), 448-471. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19420676.2019.1680635>
- Ferreira, J. J., Ferreira, F. A., & Fernandes, C. I. (2019). La pensée design pour l'innovation sociale dans les zones rurales. *Durabilité*, 11(14), 3947. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/14/3947>
- Patton, J. (2019). Le Design Thinking dans l'Éducation : Empathie, défi et créativité pour obtenir de meilleurs résultats d'apprentissage. *Journal International des design d'apprentissage*, 10(2), 1-13. <https://doi.org/10.14434/ijdl.v10i2.26714>

design for change

Cliquez
pour voir



www.socialchange.how

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

 Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Suivez notre aventure

