

# **Retour à l'expérience vécue**

**Voyage éthique et pratique dans  
l'expérience utilisateur**



## **Remerciements**

IBD est ce temps privilégié -en suspens- dans lequel développement personnel et professionnel se mêlent pour mettre en perspective son parcours et le projeter dans un futur porteur de sens, jamais écrit à l'avance. Par leurs incessants aller-retours entre praxis et théorie, Mathias Béjan et Stéphane Gauthier incarnent cette posture. Je tiens à les remercier pour avoir su donner vie à cet espace-temps mais surtout à ces interfaces uniques entre élèves, promesse de solidarités et échanges durables.

Le temps de ce mémoire a surtout été celui de l'accompagnement exemplaire de Sophie Coiffier. Avec le temps, sa présence est venue rythmer, ritualiser, mes semaines pour m'apporter ce savoureux mélange de bienveillance, exigence et humour, à presque laisser penser que nous entrions dans une relation analytique.

Aux Fabulous, pour toujours...

# Somm

<b>Sommaire</b>	<b>p. 2</b>
<b>Avant-propos</b>	<b>p. 4</b>
<b>Introduction</b>	<b>p. 5</b>
<b>Partie 1 – De l'expérience au design d'expérience, entre ubiquité et impensé</b>	<b>p. 7</b>
Omniprésence de l'expérience et difficultés à l'approcher	<b>p. 7</b>
Poser des mots sur l'expérience	<b>p. 9</b>
Les enjeux contemporains autour de l'expérience	<b>p. 13</b>
<b>Partie 2 – Du stratège au tacticien pour informer l'expérience</b>	<b>p. 16</b>
Que signifie informer une expérience ?	<b>p. 16</b>
Stratégie vs. tactique pour influencer sur l'expérience	<b>p. 21</b>
<b>Partie 3 – Prendre l'expérience au sérieux, vers une éthique pratique du design d'expérience</b>	<b>p. 26</b>
Respecter l'expérience : Laisser la place à la complexité	<b>p. 26</b>
Respecter l'expérience : Être au service de l'utilisateur	<b>p. 28</b>
Respecter l'expérience : Laisser l'utilisateur libre	<b>p. 31</b>
<b>Conclusion</b>	<b>p. 35</b>
<b>Annexes</b>	<b>p. 37</b>
Sommaire des annexes	<b>p. 38</b>
Glossaire	<b>p. 39</b>
Bibliographie et iconographie	<b>p. 40</b>
Analyses d'objets et projets design	<b>p. 43</b>
Entretiens avec des professionnels	<b>p. 59</b>
Entretiens avec des utilisateurs	<b>p. 75</b>



## Ce que Rothko nous apprend de l'expérience

L'expressionnisme abstrait américain nous interpelle par sa radicalité. En effet, pour la première fois toute réalité figurative est évacuée pour donner forme à une émotion pure et se reconnecter ainsi avec un principe spirituel. Par exemple, le peintre Rothko croit sincèrement en l'expérience individuelle du spectateur : toute son œuvre pousse le spectateur dans ces retranchements de l'expérience. Par un jeu d'aller-retour permanent, le spectateur vit une expérience bouleversante où alternent moments de réceptivité et d'activité, l'immergeant dans une vulnérabilité émotionnelle où la rencontre authentique avec soi et le monde devient possible.

### Qu'est-ce que cela nous enseigne sur la notion d'expérience ?

L'œuvre de Rothko nous invite à oser affronter la notion d'expérience avec audace, dans une acception riche et dense qui se confronte avec son inévitable part d'indicible. C'est parce que la notion d'expérience nous renvoie à nos limites cognitives et à l'intimité de notre rapport au monde, qu'elle fait peur. Limiter l'expérience à des démarches de dématérialisation ou encore à la conception de situations émotionnellement attachantes, c'est refuser de voir que tout est expérientiel et les implications que cela induit. Comme le fait que concevoir un objet, c'est aussi proposer une expérience. En cela les caractéristiques de cet objet vont déterminer le rapport au monde de l'utilisateur qui le reçoit. L'acte de conception n'est pas neutre, tout est intention, l'expérience de l'utilisateur nécessite d'être respectée.

Mark Rothko,  
Sans titre (jaune  
sur violet), © Kate  
Rothko Prizel,  
1956, huile sur  
toile, 176,5 x  
150,8 cm



# Introduction

L'introduction de la notion d'expérience dans l'univers conceptuel du designer est un corolaire de l'extension de son domaine d'intervention. Il n'est plus attendu du designer de proposer une forme limitée à la seule enveloppe physique de l'objet, il doit désormais être capable de proposer une forme aux interactions entourant cet objet, voire proposer une forme aux seules interactions face à une matérialité qui tend à s'estomper. Jean-Louis Frechin parle de la transition du design d'objets vers celui des « néo-objets » qui sont ces objets « capables de s'hybrider avec un ensemble de services, de connaissances, d'expérience, de cultures, de modèles de production, etc. grâce à la plasticité du numérique et du réseau »<sup>1</sup>. La signification associée à ces objets s'accroît à mesure de leur insertion dans un contexte d'interactions riche, les ponts se multiplient pour affirmer une approche holistique de l'objet. L'objet n'est plus seul !

L'entrée de la notion d'expérience dans le lexique du designer – notamment comme réponse aux enjeux marché du développement de services et d'interfaces digitales – a cependant pu résulter en une conception de l'expérience orientée marché, aux approches standardisées, visant à déclencher l'acte d'achat. Dans ce cas le consommateur se substitue à l'utilisateur. Face à cette évolution, le monde du design proposera deux tendances : un usage utilitariste de l'expérience en réponse à une exigence commerciale, contre une approche plus sensible et ouverte. D'un côté comme de l'autre, ces notions donnent l'impression d'être ancrées au plus près de l'utilisateur final et de pouvoir identifier plus aisément l'espace de conception dans lequel jouer pour questionner et répondre à la commande.

Le développement de l'économie de services et l'accélération de la digitalisation de nos sociétés mettent en lumière les stratégies mises en place par la sphère marchande pour augmenter son influence sur l'expérience. L'expérience tend ainsi à devenir un objet de conception à part entière, là où auparavant elle était présente mais

pas nécessairement pensée de façon explicite. Refuser de se saisir pleinement de la notion d'expérience, ce serait passer à côté des enjeux éthiques nés de cette situation qui façonne désormais notre expérience quotidienne du monde. La manipulation de l'expérience prise sous le seul prisme de la société de consommation met en lumière les éventuelles dérives en matière de captation d'attention et de dépendance pouvant entraîner une redéfinition du rapport au monde de l'utilisateur. Il est dès lors nécessaire d'élargir la définition de l'expérience pour revenir à une définition plus phénoménologique de l'expérience, telle que décrite par le philosophe Edmund Husserl : « Tout ce qui est monde, tout être spatial et temporel existe pour moi, c'est-à-dire vaut pour moi, du fait même que j'en fais l'expérience, le perçois, le remémore, y pense de quelque manière, porte sur lui des jugements d'existence ou de valeur, le désire, et ainsi de suite »<sup>2</sup>

Nous nous trouvons ainsi dans une situation inédite dans laquelle les mutations de la société ne se contentent pas d'altérer nos conditions de vie mais également notre rapport au monde, jusqu'à l'intimité de notre fonctionnement cognitif. Un designer ne pourra refuser de constater qu'au travers de toutes ses propositions formelles, il propose de fait un rapport au monde, une façon d'être au monde. En cela, il touche au plus profond de ce qui fait l'identité, la singularité de chacun, de nos interactions et *in fine* de notre liberté. C'est ce qui pousse Jean-Louis Frechin à inviter les designers à « créer des objets qui favorisent les relations entre personnes, modifient les modalités de sociabilité et d'échanges, proposent des territoires symboliques et abordent l'incertitude humaine »<sup>3</sup>.

Cette acception de l'expérience comme vécu est cependant une matière difficilement saisissable pour un designer, car elle touche à une intimité intrinsèquement incommunicable et difficilement matérialisable. Or le mode de raisonnement itératif du design nécessite des objets intermédiaires de conception à partir desquels faire réagir et développer des propositions formelles. Dans ce cadre, quels outils le designer peut-il mobiliser pour se saisir

<sup>1</sup> Jean-Louis Frechin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 104

<sup>2</sup> Edmund Husserl, *Méditations cartésiennes*, 1931, Paris, J. Vrin, 1992, p. 16

<sup>3</sup> Jean-Louis Frechin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 96



pleinement des enjeux de l'expérience ? Et quel registre formel pour travailler la *matière expérience* ?

# Partie 1 – De l'expérience au design d'expérience, entre ubiquité et impensé

## Omniprésence de l'expérience et difficultés à l'approcher

Aborder le sujet de l'expérience est un terrain de questionnement curieux, car c'est essayer de poser des mots sur l'évidence de notre quotidien, de notre vécu. L'expérience est ce fait intime auquel personne n'échappe, intime au sens d'inaliénablement personnel par excellence. Nous sommes en permanence plongés dans l'expérience : elle est notre monde à l'instant t. Elle nous échappe, car elle est sans cesse actualisée pour ne pas être située. La phénoménologie heideggerienne parle de *Dasein* (être-là) comme pour insister sur le fait que nous nous retrouvons projeté dans le monde et nous débattons avec lui. L'expérience est cette somme d'interactions forcées avec le monde, car nous sommes plongés inévitablement dedans<sup>4</sup>. Elle est notre condition humaine, nous ne pouvons pas lui échapper. Chaque expérience s'inscrit dans notre mémoire pour finir de construire notre rapport au monde, dans un devenir permanent. Par monde, j'entends tout ce qui est extérieur à moi, au sujet. L'expérience est ce subjectif par excellence, car elle a pour point de départ ma fenêtre sur le monde, la façon qu'a le monde de se dévoiler à moi. Par exemple, dans *Autobiographie des objets*, l'écrivain François Bon dresse l'histoire de tous ces objets avec lesquels il a été en contact et qui ont façonné son rapport au monde. Face à l'obsolescence programmée des nouveaux objets, il est frappé par la permanence des objets anciens. On se rend cependant vite compte que cette permanence n'a rien à voir avec l'accélération de notre rythme de consommation des objets mais bien avec le vécu qu'il a eu de ces objets, de surcroît dans son enfance. Il écrit : « L'ancien nous émeut : pas forcément pour l'avoir tenu en main dans l'enfance – un tracteur à rouiller dans un

champ, une voiture en équilibre sur la pile d'une casse périurbaine, vue rapidement du train, et c'est le temps tout entier qui vous surgit à la face, et ce qu'on n'a pas su en faire. »<sup>5</sup>. Il vient parcourir ces objets qui ont façonné ses souvenirs d'enfance, qui l'ont accompagné dans sa construction personnelle. Il débute par son premier achat d'un fil de nylon puis continue sur la place du Telefunken au sein du domicile familial. Ce Telefunken se révèle être le miroir des évolutions de la société jusqu'à pénétrer l'intimité du quotidien de nos vies de famille. Le Telefunken est d'abord associé à la solennelle voix gaullienne, ton politique aujourd'hui unimaginable. Il sera ensuite remplacé par un téléviseur et finira oublié, comme simple meuble. François Bon décrit le passage de l'écoute ritualisée de la radio à la présence quotidienne du téléviseur. Derrière le souvenir, l'expérience de ces objets laisse donc une empreinte indélébile sur notre construction en tant que sujet. L'expérience de ces objets est marquante car elle reste ancrée dans notre mémoire et nous façonne.

Les objets ne sont donc pas anodins, ils ne se limitent pas à de simples usages pratiques auxquels ils doivent répondre. Autre exemple, en 2007, le designer David Dubois a conçu la *Bag chair*<sup>6</sup> (illustration ci-contre) pour la villa Noailles. Cet objet faisait partie d'une commande, celle de l'aménagement d'une des chambres de la Villa afin d'accueillir des artistes en résidence. Bien qu'il ait dû composer avec une forte contrainte spatiale et budgétaire, David Dubois a pris plaisir à rajouter – quitte à le faire d'un geste exagéré – une deuxième fonctionnalité à la chaise, un sac sous l'assise permettant de ranger des affaires. Dans *Le design des choses à l'heure du numérique*, Jean-Louis Frechin distingue les « choses » des « objets »<sup>7</sup>. Les choses sont encore cette matière informe qui compose le monde qui nous entoure, avant de l'avoir rencontré, de les avoir chargés subjectivement : « Quand elles se présentent à l'esprit ou à la vue, les choses, devenues « objets » prennent forme. [...] Les objets portent une âme, la nôtre : nous les faisons, nous les utilisons ou nous les aimons tout simplement. »<sup>8</sup>. L'âme des objets dont parle Jean-Louis Frechin est l'expérience que nous en faisons et la façon qu'ils ont de s'inscrire dans notre vécu.

<sup>7</sup> Jean-Louis Frechin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 15  
<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 16

<sup>4</sup> Martin Heidegger, *Être et temps*, 1927, Gallimard, 1986, p. 6

<sup>5</sup> François Bon, *Autobiographie des objets*, Seuil, 2012, p. 1

<sup>6</sup> <http://www.davidduboisproduit.fr/1010-01-bag-chair.html>

La *Bag Chair* de David Dubois, 2007



Fabricant : Villa Noailles  
Série : Édition limitée d'une  
pièce & un prototype  
Matériaux : Acier, cuir  
Dimensions : 75 cm x 36 cm  
x 39 cm

David Dubois,  
*Bag Chair*, 2007,  
© David Dubois  
Design



David Dubois,  
*Bag Chair*, 2007,  
© David Dubois  
Design



David Dubois,  
*Bag Chair*, 2007,  
© David Dubois  
Design

Cette expérience des objets et *in fine* du monde reste cependant difficile à approcher. La phénoménologie s'y est essayée. Ce qui frappe dans cette tradition intellectuelle, c'est l'écriture qu'elle déploie : une écriture faite de répétitions et d'incises comme pour tenter d'approcher un point de vue sur le monde propre à chacun, insaisissable. Heidegger par exemple reprend le mythe de la caverne de Platon<sup>9</sup> et par une succession de dévoilements tente de mettre à jour la façon que nous avons de découvrir le monde, de construire notre rapport au monde. Cette écriture n'est pas explicite, elle veut comme percer pour nous faire comprendre ce qu'elle tente d'approcher. L'allégorie de la caverne ne se contente pas de décrire la façon dont nous sommes dans ou hors de la vérité, au travers de notre localisation dans ou hors de la caverne, mais est un dispositif nécessaire pour décrire la façon dont nous pouvons passer d'un état à un autre. L'approche phénoménologique prête une attention toute particulière à restituer la dynamique interne au sujet à l'origine de ce changement d'état, elle ne sait faire autrement que de passer par un langage poétique. Le passage par une langue poétique permet à Heidegger de rendre intelligible l'expérience du sujet qui change son orientation pour désirer le vrai<sup>10</sup>.

Pourquoi l'expérience est-elle aussi difficile à saisir ? Quel est cet insaisissable dans l'expérience qui rend les tentatives de travailler cette matière aussi difficile ? Pourquoi n'osons-nous pas interroger sérieusement la notion d'expérience ?

Notre expérience du monde est constituée de cette succession d'états mentaux difficiles à rendre intelligible pour autrui. Car, premièrement, l'expérience est un état mental immédiat, c'est-à-dire qu'une conscience actuelle ne requérant pas la médiation d'une connaissance d'un autre type. Cette absence de médiation rend son partage difficile. Bergson montre comment nous tentons de poser des mots objectifs sur une expérience subjective, faisant perdre une partie de la richesse par cette objectivation verbale<sup>11</sup>. Ces mots objectifs sont ensuite réinvestis subjectivement par une autre conscience qui vient projeter sa propre

expérience. Dans la communication de notre expérience du monde, de notre vécu, se perd toute une richesse de significations. Cette immédiateté amène l'expérience à revêtir un caractère privé, invérifiable et incommunicable.

Finalement ce qui se joue avec l'expérience c'est surtout l'impossibilité d'accéder à l'expérience de l'autre, car il nous est impossible de sortir de notre point de vue, de notre perspective. Dans l'article « *What is it like to be a bat?* » (1974)<sup>12</sup>, Le professeur de philosophie et de droit à l'université de New York (1980-2016) Thomas Nagel nous invite à adopter une approche phénoménologique en montrant que, lorsqu'il est question d'expérience, il est impossible de sortir de notre point de vue pour adopter celui d'un autre et vivre son expérience. L'expérience n'existe que en tant qu'elle est vécue depuis un point de vue subjectif. Son exemple de la chauve-souris, avec ses facultés perceptives (sonar, etc.) radicalement différentes de celle de l'homme, permet de faire ressortir à quel point il nous est impossible de nous transposer dans l'expérience d'une chauve-souris. Nous pouvons tenter d'imaginer ce que ce serait que d'être une chauve-souris mais nous ne pouvons pas savoir ce que c'est que d'être une chauve-souris (« *I might imagine what it would be like for me to behave as a bat behaves, but I seem unable to know what is it like for the bat to be a bat* »)<sup>13</sup>). Dans la compréhension de l'expérience de l'autre, il ne nous reste que l'imagination et l'empathie pour tenter de cerner, projeter, ce que l'autre vit mais cela ne fait pas une base rigoureuse pour cerner l'expérience de l'autre.

Il apparaît finalement que la matière de l'expérience recouvre un champ beaucoup trop intime, et inexprimable pour faire l'objet de cette "objectivation" propre à toute posture professionnelle.

## Poser des mots sur l'expérience

L'expérience est donc un concept difficile à saisir mais indispensable pour rendre compte de nos interactions avec le monde. Les différentes disciplines "scientifiques" recourent à cette notion pour livrer leur compréhension du monde, le rendre

<sup>9</sup> Martin Heidegger, *La doctrine de Platon sur la vérité*, 1942, Gallimard, 1968, p. 8

<sup>10</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Heidegger\\_et\\_la\\_rol%C3%A9siste](https://fr.wikipedia.org/wiki/Heidegger_et_la_rol%C3%A9siste)

<sup>11</sup> Henri Bergson, *Essai sur les données immédiates de la conscience*, 1889, PUF, 2013, p. 65

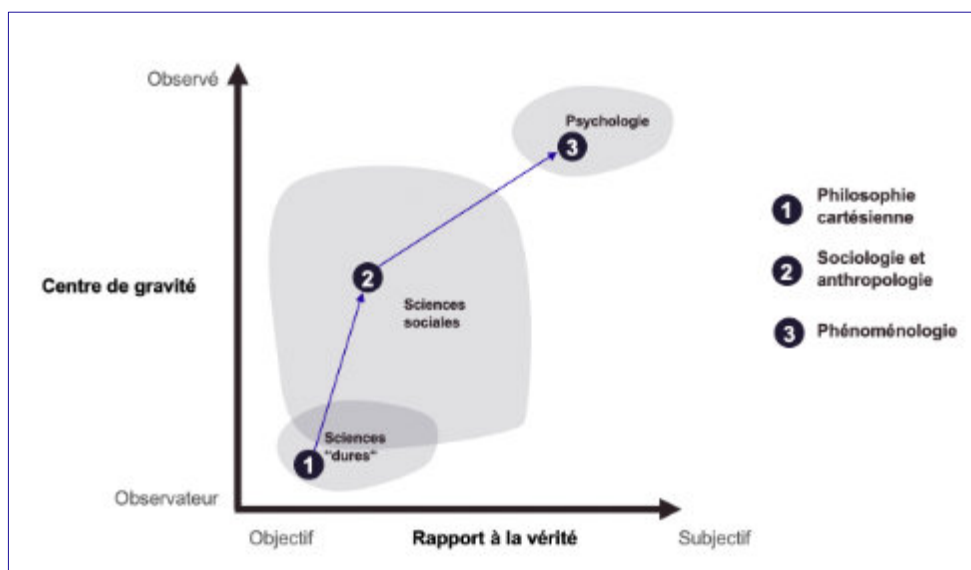
<sup>12</sup> Thomas Nagel, « *What is it like to be a bat?* », *The Philosophical Review*, 1974

<sup>13</sup> *Ibid.*

intelligible au travers de leurs lunettes. Les sciences "dures" voient dans l'expérience, au sens de « faire une expérience », un outil pour tester des hypothèses abstraites dans le monde physique. Ce monde physique est la mesure de la réalité objective et l'observateur tente de l'approcher, de valider la réalité de ses raisonnements abstraits. Pour les sciences sociales, le rapport à l'expérience est différent. Il n'y a pas de réalité physique objective mais une réalité sociale trop complexe pour être soit vraie, soit fausse. Les concepts ne visent pas l'exhaustivité mais expliquent une partie de la réalité sociale à un moment donné. L'observateur commence à questionner l'objectivité de son propre regard sur le monde et prend conscience de la subjectivité irréductible de chaque observé ; l'observé commence à se constituer comme sujet. L'observateur des sciences sociales continue de faire des expériences mais s'intéresse désormais aussi à l'expérience des observés. Pour autant, il tente d'agrèger ces subjectivités, de les regrouper, pour participer à son effort d'intelligibilisation du monde<sup>14</sup>. La psychologie va plus loin dans le basculement du centre de gravité de l'observateur vers l'observé. La réalité que l'on étudie est celle du sujet au travers de sa propre dynamique interne. En témoigne le fait que la psychanalyse désigne l'observé avec le participe présent « analysant », l'observateur s'efface pour accompagner l'observé dans sa propre connaissance et compréhension. De la même

façon, toutes les réflexions autour du « transfert » et « contre-transfert » visent à replacer l'observateur, l'analyste, dans toute la subjectivité de sa situation d'observateur participant. Aucune expérience n'est plus objective, qu'elle soit celle de l'observateur sur l'observé ou celle de l'observé sur lui-même. Au travers de l'histoire des idées, la philosophie est venue accompagner cette bascule du centre de gravité d'une expérience objective en quête de de vérités essentialisées à une expérience phénoménologique en quête de vécus subjectifs. Cette histoire de l'expérience brossée grossièrement au travers de ces trois disciplines scientifiques met en lumière le fait que le passage par le concept de l'expérience est un outil essentiel pour tenter de formaliser les interactions d'un sujet avec le monde. Dans les sciences "dures", l'expérience renvoie à un outil de vérification d'hypothèses associé à un protocole expérimental prédéfini. Dans les sciences sociales l'expérience renvoie à un terrain d'investigation constitué d'expériences disparates. Tandis qu'en psychologie, l'expérience renvoie à un concept qui permet de poser des mots sur le vécu propre à chaque patient. Au fur à mesure que l'observateur se retire, il laisse la place centrale à l'observé comme point de départ de toute expérience et in fine comme acteur de sa propre expérience.

Pour la suite de ce mémoire, nous allons resserrer la notion d'expérience sur l'acceptation de l'expérience comme vécu subjectif, propre à

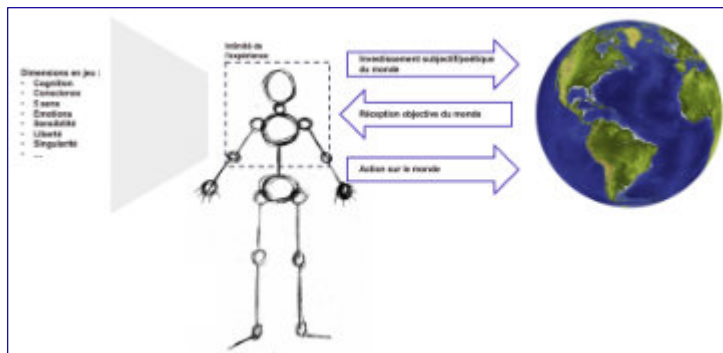


Cartographie simplifiée du déplacement définitionnel du concept d'expérience au travers d'une sélection de disciplines, David Aznar-Schwarz, 2021

<sup>14</sup> Voir le chapitre « Qu'est-ce que l'ethnométhodologie ? » dans Harold Garfinkel, *Recherches en ethnométhodologie*, 1967, PUF, 2007, p. 51

chacun. Cette acception nous pousse à inlassablement restituer, recontextualiser, le point de départ de toute expérience : un sujet qui éprouve et agit dans le monde, dans toute l'intimité de son vécu. Il est le

Représentation des interactions entre un sujet et le monde, David Aznar-Schwarz, 2021



point de départ et d'arrivée de tout, au point d'en rendre la communication à autrui impossible. Cela nous pousse à observer d'autant plus près ses interactions avec son environnement, sa part de réceptivité et d'activité. Nous avons déjà montré comment notre vécu est trop difficile à restituer pour être partagé à autrui<sup>15</sup>. Il faut s'imaginer le sujet comme enfermé dans un vécu trop riche, trop complexe, pour être restitué "tel quel" à quelqu'un d'extérieur. Dans cette "boîte noire" de l'intimité de l'expérience<sup>16</sup>, nous pouvons cependant observer ses interactions avec le monde. Le sujet reçoit tout d'abord "objectivement" le monde. Ce sont au départ des données quantifiables reçues par nos cinq sens : un visuel, un son, une odeur ou encore un toucher. Ces cinq sens renvoient à notre constitution biologique et sont traités par notre cerveau. On sent cependant déjà que ces données aussitôt reçues n'ont plus rien d'objectif et qu'elles sont reconfigurées par notre cognition et notre vécu propre en des données subjectives : le visuel devient attrayant, le son agréable, l'odeur bonne ou encore le toucher suave. L'expérience bascule imperceptiblement du domaine de la réception passive à une perception active : le monde est investi subjectivement. Cet investissement subjectif du monde vient guider notre action. Comment cette intimité de l'expérience reconfigure-t-elle notre activité sur le monde ? Cette intimité est constituée de toutes ces expériences passées, cet agrégat d'expériences que nous avons vécu et qui avec le temps ont façonné notre personnalité et notre perception. Elle est l'histoire de notre développement personnel, une histoire intime au travers de laquelle nous avons éprouvé notre liberté et nous sommes forgés des convictions.

Face à cette définition prolifique de l'expérience, quel usage de l'expérience le design fait-il ? Le lexique du designer fait souvent référence à l'expérience utilisateur, l'expérience client, le parcours utilisateur, etc. Ce qui frappe dans ces expressions, c'est que le mot expérience est rarement utilisé seul. On omet l'expression de « design d'expérience ». On préférera parler de design d'expérience utilisateur, de design UX ou encore de design de services. La communauté des designers peut être mal à l'aise avec le mot « expérience », car ce terme renvoie à un champ trop large et personnel pour être intégré à une pratique "professionnelle". Il faut comme en resserrer la définition en spécifiant immédiatement la cible (un usager, un utilisateur ou encore un client). L'insistance sur les « parcours » vient même resserrer les outils de l'expérience, on comprend qu'il s'agira d'un scénario figé. Les variables prises en compte sont limitées. Ainsi un client achète, on veillera à maximiser le déclenchement de l'acte d'achat. Tandis qu'un utilisateur utilise, on veillera donc à rendre le produit le plus fluide et ergonomique possible. Ainsi, Amazon Dash<sup>17</sup> permet aux clients Amazon Prime de bénéficier d'un bouton physique dans leur domicile pour déclencher l'achat d'un produit dès que celui-ci vient à manquer. Cet exemple est d'une fluidité ergonomique extrême dans la mesure où le simple fait d'appuyer sur un bouton physique permet à l'utilisateur de recevoir le produit manquant dans les 24 heures. L'expérience d'achat est rendue la plus intuitive possible pour faciliter au maximum le déclenchement de l'acte d'achat. Le spectre d'intervention du designer est alors souvent cantonné à la conception de services ou d'interfaces digitales. L'expérience se retrouve donc limitée à une scientificité objective des

<sup>15</sup> Voir p. 8 de ce mémoire  
<sup>16</sup> Voir le glossaire p. 39 de mémoire  
<sup>17</sup> <https://www.amazon.fr/dp/B076161478>

usages, comme si son objectivation scientifique nécessitait l'éviction de la réalité affective et psychique. Le designer emploie alors des termes plus audibles par le marché qui pourra lui accorder sa confiance plus facilement. Parler de design d'expérience, c'est cependant poser que tout objet de conception est l'objet d'une expérience, car le support d'un vécu de la part de son utilisateur. Parler de design d'expérience, c'est élargir le champ d'intervention du designer. Qu'il le veuille ou non tout designer conçoit une expérience. Parler de design d'expérience c'est, pour lui, prendre conscience de la dimension expérientielle de son travail et poser des mots dessus. Ainsi un designer industriel, lorsqu'il conçoit un objet, ne se limite pas simplement à lui donner une forme ergonomique adaptée à son usage, il conçoit également l'expérience de celle-ci, de façon consciente ou non. Plus que cela, parler de design d'expérience - et donc ne pas s'empresse de spécifier une cible - c'est prendre pour cible l'humain dans une approche holistique, sans le cantonner à une dimension. Il ne s'agit plus de concevoir une expérience pour l'utilisateur d'un service ou un client mais de concevoir une expérience pour un être humain doté de son vécu propre.

Thomas Wendel dans *Dasein for Design*, par son exploration du concept heideggérien de *Dasein*, permet de faire ressortir les particularités de l'expérience dont on veut parler ici et ses conséquences pour la pratique du design. « *Dasein is a situated Being, as an abstract form or overarching concept that might explain our current embodied state, but rather it is our embodied state. Our everyday experience of the world is what characterizes our conception of Being, as opposed to strict duality between thinking and doing* »<sup>18</sup> Par là, il ne s'agit pas simplement d'affirmer que l'expérience est située, contextualisée, mais de montrer qu'elle est comme fondue dans un contexte et, à mesure que nous nous débattons avec elle, est porteuse de sens. Et Thomas Wendel d'écrire plus tard : « *Our goal as designers, then, is to understand how users interpret their own involvement with the world as a meaningful activity* »<sup>19</sup>. L'expérience dont on parle est donc le résultat de notre activité dans le monde, ce perpétuel réagencement du monde pour lui donner du sens,

l'enrichir de significations. Cette expérience n'est donc pas seulement la reconnaissance de notre point de vue subjectif sur le monde mais celle de notre activité subjectivante<sup>20</sup>. Nous sommes dans un aller-retour permanent entre un sujet en devenir, en construction, l'environnement dans lequel nous sommes plongés. En effet, nous construisons notre façon de percevoir le monde, de le recevoir, à mesure que nous sommes en contact avec lui. En psychodynamique du travail, Michel Henry montre avec son concept de « corspropriation »<sup>21</sup> comment l'expérience du travail façonne notre rapport au monde. Il prend l'exemple d'un ouvrier qui, à force d'utiliser des machines-outils aux interactions simplifiées, appauvrit son rapport au monde jusqu'à s'en trouver touché dans sa cognition. L'expérience n'est donc pas seulement celle d'une réception intellectuelle mais également celle d'un corps plongé dans une situation qui sent et ressent. Ce point est important à comprendre au sujet de l'expérience : dans l'expérience, activité "intellectuelle" et "physique" se mêlent pour façonner le rapport au monde<sup>22</sup>.

Quel rapport à l'expérience ce constat vient-il ouvrir pour le designer ? Il ne s'agit dès lors plus pour lui de concevoir simplement des expériences comme un parcours centré utilisateur mais de s'intéresser à ce que l'on veut faire vivre à l'usager, à penser toute la situation dans laquelle l'usager est plongé. C'est une invitation de passer de l'usager au sujet. La complexité inhérente à cette posture renouvelle la pratique du designer. Il est invité à prendre un peu de hauteur pour se positionner en "metadesigner". Thomas Wendel écrit « *Experience design is a blanket term describing the collective activities of multiple design practices including, but not limited to, design research, interaction design, visual design, industrial design, interface design, (information) architecture, and many more. It is concerned with the cumulative experiential qualities a user might have with a system, and therefore has its roots in psychology, cognitive sciences, anthropology, sociology and philosophy, among others. In many cases, an experience designer may follow multiple design practices with varying levels of expertise in each.* »<sup>23</sup>. On comprend ici que ce "metadesigner" est un designer généraliste qui se pose sans

<sup>18</sup> Thomas Wendel, *Dasein for Design*, Thomas Wendel, 2015, p. 11

<sup>19</sup> Michel Henry, *La Barbarie*, 1987, PUF, 2014, p. 92  
<sup>20</sup> Duarte Rolo, « Penser la servitude volontaire à l'aide de la théorie du corps psychodynamique du travail », *Champs Psy*, n. 66, 2014, p. 69-71  
<sup>21</sup> Michel Henry, *La Barbarie*, 1987, PUF, 2014, p. 92

<sup>22</sup> Voir les travaux de Böhle et Milkau sur l'activité subjectivante dans *De la mainuelle à l'écran*, 1987, PUF, 2014, p. 92  
<sup>23</sup> Thomas Wendel, *Dasein for Design*, Thomas Wendel, 2015, p. 16  
<sup>24</sup> *Ibid* p. 17  
<sup>25</sup> Voir les travaux de Böhle et Milkau sur l'activité subjectivante dans *De la mainuelle à l'écran*, 1987, PUF, 2014, p. 92

cesse la question de ce qu'il s'agit de faire vivre à l'utilisateur et de sa réception par celui-ci. Il est le garant de l'intention initiale du projet, de l'ancrage dans le vécu de l'utilisateur. Cette dimension de l'expérience invite le design à se positionner comme une pratique transdisciplinaire pour être capable de garder une approche systémique de l'utilisateur auquel il s'intéresse : l'utilisateur est plongé dans un vécu dense et riche formé aussi bien de l'environnement dans lequel il évolue, la perception qu'il en a et les interactions permanentes qui en découlent. Le designer d'expérience devient le chef d'orchestre d'une approche transdisciplinaire au sein des projets de design. Plus que cela, il vient se poser en garant de l'expérience design<sup>24</sup>. La dimension expérientielle reste en effet inséparable à tout objet. Le designer d'expérience vient cependant s'assurer que cette dimension est traitée comme une dimension à part entière et de sa cohérence tout le long du projet.

## Les enjeux contemporains autour de l'expérience

L'expérience est devenue incontournable dans nos sociétés contemporaines. Le fait nouveau ne réside pas dans le fait que nous faisons des expériences, nous sommes inséparables de notre expérience comme expliqué plus tôt<sup>25</sup>, mais dans le fait que l'expérience devienne un objet de conception à part entière. La société de consommation s'est rapidement saisie de cet objet de conception pour encourager le déclenchement de l'acte d'achat. John Berger dans *Voir le voir* distingue dès les années 70 les « objets réels » des manipulations du capitalisme pour nous inciter à consommation. Il écrit : « Il est important ici de ne pas confondre la publicité avec le plaisir ou les bénéfices que l'on peut tirer des produits qu'elle propose. La publicité fonde d'abord son système sur l'appétit naturel pour le plaisir. Mais elle ne peut pas offrir l'objet véritable du plaisir »<sup>26</sup>. Il s'opère ici un premier mouvement de colonisation du désir du consommateur. C'est la première fois que l'on cherche à faire vivre une expérience au consommateur qui altère son vécu de façon à l'inciter à acheter au travers de cette irruption dans l'objet de ses désirs. Jeremy Rifkin poursuit cette analyse de façon plus contemporaine. Il montre

comment le capitalisme est passé d'un système de productions de biens à un système de production d'expériences<sup>27</sup>. Face au suréquipement des ménages en biens de consommation, les consommateurs se détachent de plus en plus de la propriété d'objets pour favoriser le fait de vivre des expériences. Le temps et les expériences qui l'occupent deviennent le support de consommation privilégié, reléguant les objets physiques au second rang. Face à ces nouveaux modes de consommation, les entreprises se battent pour le temps disponible des consommateurs et multiplient la création d'expériences désirables. On ne crée plus un produit mais une expérience produit, l'objet ne se suffit plus à lui-même, il faut l'entourer de services, d'un univers de marque voire donner naissance à une communauté pour l'animer. Le produit doit prendre vie dans le temps pour que ses consommateurs se l'approprient, au point de s'y identifier. La nouvelle marchandise pour laquelle se battent les entreprises est notre temps disponible en proposant toujours plus d'expériences. Le concept de *Life Time Value* (LTV)<sup>28</sup> renvoie à l'estimation du revenu généré par un consommateur tout le long de sa vie, ce concept marketing illustre bien la tentative de captation du temps disponible des consommateurs par les entreprises. Jeremy Rifkin remarque que : « Dans la nouvelle économie, les gens consomment leur propre existence en en faisant l'acquisition par segments commercialisés »<sup>29</sup> et met en garde contre « L'hégémonie de la sphère marchande comme principal médiateur de toute expérience humaine »<sup>30</sup>. Les expériences designées prennent une place de plus en plus importante dans nos quotidiens et font ainsi irruption dans notre disponibilité au monde. Ce qui se joue derrière cette extension de la sphère marchande sur notre vécu, c'est la façon dont ces expériences designées attaquent l'intimité de nos vécus au point d'altérer notre rapport au monde.

Jeremy Rifkin prend l'exemple des millénaires qui, à force d'évoluer dans des univers numériques aux expériences surstimulantes, ont tendance à développer des « personnalités multiples »<sup>31</sup> c'est-à-dire des modes de consciences fragmentaires et éphémères qu'ils utilisent pour négocier leur identité provisoire sur

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 18  
<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 18

<sup>27</sup> Jeremy Rifkin, *L'ère de l'accès*, Éditions La Découverte, 2005, p. 11

<sup>28</sup> Valeur vie client

<sup>29</sup> Jeremy Rifkin, *L'ère de l'accès*, Éditions La Découverte, 2005, p. 15

<sup>24</sup> Voir le glossaire p. 39 de ce mémoire

<sup>25</sup> Voir p. 7 de ce mémoire

<sup>26</sup> John Berger *Voir le voir*, 1974, Éditions B42, 2014, p. 141



les réseaux ou les univers digitaux à tel ou tel moment. Cet exemple pointe la façon dont ces expériences, par les stimulations incessantes auxquelles elles nous soumettent, altèrent notre rapport au monde jusque dans l'expression de notre personnalité (faible capacité de concentration, privation d'un cadre de référence, etc.). Cet exemple n'est pas anodin, il est le fruit d'un certain rapport à l'expérience dans lequel le "designer" cherche avant tout à créer une expérience attachante pour l'utilisateur sans égard et/ou conscience de ses externalités sur le rapport au monde de l'utilisateur. Cela amène Jean-Louis Frechin à déplorer, au sujet des interfaces digitales, l'émergence de services qui ne délivrent plus de fonctions mais qui sont uniquement destinés à mieux nous connaître et mieux nous vendre<sup>32</sup>. Les expériences que la société contemporaine nous propose ne sont donc pas anodines, elles sont souvent le fruit de choix de conception délibérés. Un designer peut chercher à privilégier des comportements addictifs. Des applications de *dating* comme Tinder<sup>33</sup> jouent à stimuler les circuits de dopamine de ses utilisateurs. L'algorithme situe l'utilisateur sur une échelle de désirabilité pour, dans un premier temps, lui proposer uniquement des personnes se situant au-dessus de son niveau estimé de désirabilité. L'utilisateur est alors euphorisé et amené à continuer à utiliser l'application sans véritable chance de "match" durable. Par exemple, Amine, un utilisateur de réseaux sociaux interrogé dans le cadre de ce mémoire, souligne : « Durant longtemps j'étais sur quelques réseaux sociaux. À chaque fois que je me désinscris je reviens dessus. L'intégralité du temps qu'on peut y passer sans que ce temps-là soit productif ou autre chose »<sup>34</sup>. À

l'inverse de ce témoignage, des choix de conception peuvent encourager l'utilisateur à rester actif. Ainsi la suite Creative Cloud d'Adobe<sup>35</sup> a été conçue de façon à proposer une suite de logiciels qui sont le support de créativité de ses utilisateurs. Cet outil permet de faciliter leur travail de formalisation, à condition qu'ils essayent et se familiarisent progressivement avec les potentialités offertes. Chaque logiciel qui constitue la suite permet de travailler un aspect créatif : Photoshop permet de retoucher les photos au pixel, Illustrator de faire du dessin vectoriel, Audition de faire du montage son, etc. de façon à ce que ce qui a été initialement travaillé avec un des logiciels de la suite puisse facilement être retravaillé avec un autre des logiciels de celle-ci. La suite a été conçue de façon à augmenter les interopérabilités et ainsi le champ possible créatif pour ses utilisateurs. De la même façon, le designer peut privilégier la valeur marchande d'une proposition ou diversifier la mesure de la valeur et mettre ainsi en avant son impact social ou écologique par exemple. On s'aperçoit que ces choix de conception font système et impliquent beaucoup de dimensions qui dépassent les projets, au sens où un designer n'est pas nécessairement pleinement conscient des conséquences de ses choix de conception. Il peut ainsi créer un parcours captif dans lequel il s'agit d'augmenter le temps passé par l'utilisateur

Représentation  
des choix en  
matière de design  
et des dimensions  
sous-jacentes en  
jeu, David Aznar-  
Schwarz, 2021

Matrice des choix politiques en design		Dimensions en jeu	
UX	↔	UA	Liberté, autonomie, détournement
Captation de l'attention	↔	Valorisation de l'attention	Ressources cognitives, addiction, liberté
Scénario d'usage	↔	Scénographie d'usage	Liberté, ouverture / fermeture des champs d'usage
Marchandisation du quotidien	↔	Esthétisation du quotidien	Choix de société, singularisation, rapport au monde
Valeur marchande	↔	Valeur sociétale	Choix de société, singularisation, rapport au monde
Immatérialité	↔	Matérialité	Choix de société, technocentriste, humanisme
Parcours captif	↔	Parcours ouvert	Addiction, liberté

<sup>32</sup> Jean-Louis Frechin, *Le désir de choses à l'heure du numérique*, Paris, Eyp, 2019, p. 220  
<sup>33</sup> Louis Chahineau, « L'amour sous algorithme, comment Tinder manipule nos rencontres », <https://www.adobe.com/fr/creativecloud/html>  
 Le Point, le 22/03/2019

<sup>34</sup> Voir l'entretien utilisateur sur la chambre de bonne p. 78 de ce mémoire

dedans. Il s'agira alors de maximaliser la valeur marchande du produit ou service. Lorsque ces choix de conception sont généralisés à l'échelle de la société, ils peuvent déboucher sur une marchandisation de nos quotidiens et impliquer une perte de liberté par le fait de stratégies répétées de captation de nos ressources cognitives. Cela finit par questionner la richesse de notre rapport au monde. De la même façon, cette captation de nos ressources cognitives interroge notre processus de subjectivation et ainsi la façon dont nous nous construisons. Il est donc important de pas perdre de vue que ces choix de conception ne sont pas limités à un seul produit mais sont faits par une multitude de designers et finissent de concerner la majorité voire la totalité des produits avec lesquels nous interagissons au quotidien.

Au regard des externalités produites par ses choix, le travail du designer n'est pas neutre et se retrouve engagé entièrement par les choix faits en toute conscience ou non. Ces conséquences dans l'intimité subjective de chacun font du design d'expérience une matière éminemment politique. Nous sommes entourés d'objets et de services conçus par des designers. Quand le directeur du Design Museum de Londres Deyan Sudjic écrit : « Les objets peuvent être beaux, spirituels, ingénieux, sophistiqués, tout comme ils peuvent être vulgaires, banals ou malveillants »<sup>36</sup>, il suggère qu'aucun objet n'est anodin, tout comme les choix de conceptions qui les ont amenés à être tels qu'ils sont avec leurs externalités -positives ou négatives- sur nos expériences intimes. Il est donc nécessaire de prendre pleinement conscience que manipuler une expérience n'est pas neutre, derrière il y a des sujets qui les reçoivent et interagissent avec. Il faut concevoir des expériences pas seulement en plaçant l'utilisateur au centre mais en allant plus loin, en reconnaissant qu'il est un sujet à part entière qui nécessite d'être respecté dans les choix de conception.

## Partie 2 – Du stratège au tacticien pour informer l'expérience

### Que signifie informer une expérience ?

La matière expérience peut être définie comme l'ensemble des dimensions et composantes sur lesquelles le designer d'expérience va chercher à travailler pour influencer sur l'expérience vécue de l'expérimenteur au travers de son expérience proposée<sup>37</sup>. Elle est immatérielle par excellence. On ne taille pas une expérience comme on taille une pierre. Le designer produit pourra certes passer dans un premier temps par un plan, un dessin, pour poser ses premières intentions de mise en forme, mais le cœur de son travail réside cependant dans ces incessants aller-retour avec des objets intermédiaires de conception lui permettant de donner forme progressivement - de façon tangible - au produit. Rien de tel dans la manipulation de l'expérience. Elle est trop immatérielle pour pouvoir être modelée directement et servir ainsi de base à un processus itératif. De plus, la façon de se saisir de l'expérience est propre à chaque utilisateur et intrinsèquement circonstanciée, pour se démultiplier infiniment à son contact. L'objet physique reste, quant à lui, inchangé selon l'endroit dans lequel il se situe et la personne qui l'utilise. Le problème posé ainsi, nous fait cependant retomber dans le registre de cette expérience trop difficile à approcher<sup>38</sup>. Pierre-Damien Huyghe permet de dépasser cette impasse. En philosophe, il réfute les mots « modéliser » ou « modeler » en design pour leur préférer le mot « modaliser »<sup>39</sup>. « Modaliser » par le fait d'affecter des modifications. Ce glissement sémantique permet de mieux comprendre la façon dont le designer peut se saisir de la matière expérience. Informer la matière expérience ce ne serait dès lors plus le fait de la modeler, directement, mais le fait de la modaliser, indirectement. « Ainsi, s'il s'agit pour le designer de proposer des futurs modifiables, et si l'on s'en tient à la signification même du mot (il s'agit bien de proposer, de ne faire qu'une proposition)... Bref, c'est peut-être intéressant, à condition que l'on s'en

tienne là, c'est-à-dire qu'il n'y ait pas dans la proposition quelque chose qui l'inscrirait dans l'ordre d'une prophétie ou d'un pronostic »<sup>40</sup>. Designer une expérience c'est faire une proposition ; celle-ci est résolument tournée vers l'avenir et donc vers sa réception. Ce futur doit donc être modifiable, car le designer ne peut pas maîtriser sa réception. Finalement le fait le plus prédominant qui apparaît de cette analyse, c'est que l'on cherche à influencer indirectement sur l'expérience sortante, celle qui sera vécue par un sujet. Thomas Wendel écrit à ce propos : « *This is crucial to understanding experience design. There is a key difference between a product or service, and the experience of that product and service. Surely, we cannot dictate the experience, as it is a purely personal phenomenon. Experience is based on unique interpretation and is often vastly different across individuals. But while we might not be able to dictate experience, we can certainly design for the potential of certain qualitative experiences over others.* »<sup>41</sup>. La matière expérience se situe donc du côté de la potentialité. Le designer conçoit la maximisation de ces potentialités qualitatives vers la direction qu'il veut donner au projet.

Quelles sont ces qualités matérielles ou immatérielles que le designer cherche à influencer en manipulant la matière expérience ? Le designer peut par exemple travailler les qualités physiques d'un objet pour chercher à agir sur des qualités immatérielles, l'expérience utilisateur.

Ainsi, le boîtier Kantu<sup>42</sup> de Meaningful Design sert d'instrument de mesure (luminosité, acoustique, qualité de l'air et température) et participe au diagnostic d'un espace de travail. Le boîtier est un cylindre octogonal peint d'un vert turquoise métallique mat découpé de fentes. Sa texture mate lui donne un toucher doux et calme et sa couleur turquoise est source d'apaisement visuel. Les caractéristiques physiques de cet objet portent la promesse de confort. Ces choix de conception n'ont pas été faits par hasard. En effet, ce boîtier est à restituer dans la phase de diagnostic, phase lors de laquelle la promesse n'a pas encore été délivrée. Ce qui est intéressant dans cet exemple, c'est que le boîtier Kantu par sa forme encapsule, matérialise, toute l'expérience du

<sup>37</sup> <https://www.meaningful.fr/work/kantu>

<sup>38</sup> <https://medium.com/@emba/collectif-conversation-avec-pierre-damien-huyghe-c6513ac63cb>

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Thomas Wendel, *Design for Design*, Thomas Wendel, 2015, p. 13

<sup>41</sup> Voir le glossaire p. 39 de ce mémoire  
<sup>42</sup> Voir p. 8 de ce mémoire  
<sup>43</sup> Interview de Pierre-Damien Huyghe pour le média en ligne Medium le 09/10/2017 :

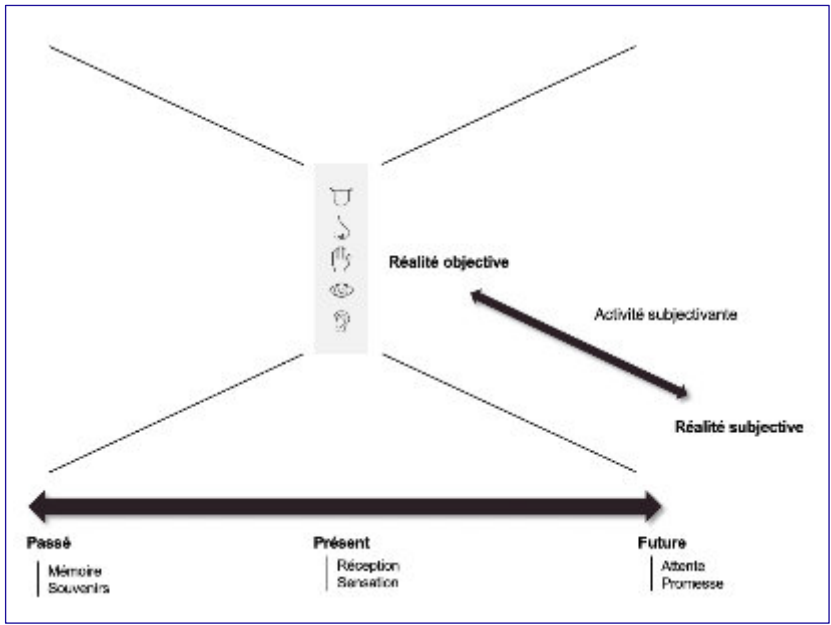
<sup>44</sup> Voir le glossaire p. 39 de ce mémoire

service Kantu. Il s'agit du seul point de contact physique de l'expérience Kandou, il est donc d'autant plus important que sa forme soit en mesure de rassembler toute la promesse à venir du service : celle d'un espace de travail source de sérénité et de productivité. Ce qui apparaît ici, c'est que c'est la matérialité du boîtier permet de renforcer l'impact de l'expérience proposée. Plus que cela, cet objet s'inscrit dans une temporalité. Sa présence fait ressortir les manquements passés (une absence de confort dans l'espace de travail), le présent (une phase de diagnostic qui doit permettre d'augmenter le confort de l'espace de travail) et le futur (la promesse d'un espace de travail confortable). L'objet en délivrant dans le présent un peu de confort annonce ainsi surtout le confort futur de l'espace et crée une attente chez l'utilisateur.

Cette analyse permet de faire ressortir le schéma ci-dessous. On s'aperçoit que toute expérience est ancrée dans une réalité "objective" purement présente et limitée aux formes physiques telles que cadrées par nos cinq sens (pour ensuite être chargée subjectivement). Dans le design de service, expérientiel par excellence, ce qui frappe c'est toujours la matérialité des points de contact, nécessaires pour donner une matérialité à l'ensemble du scénario d'usage, le tangibiliser. Dans l'exemple de Kandou, nous avons détaillé le point de contact du boîtier de mesure mais le

parcours client est cadencé par la rencontre d'autres points de contact tels que la création d'un compte client, l'appel du conseiller ou encore la communication des préconisations d'aménagement. Même lorsqu'elles sont digitales, ces étapes n'en restent pas moins matérielles. Chaque étape apparaît finalement comme autant de points d'accrochage où l'agencement de qualités matérielles vise à influencer sur sa réception subjective globale. Les qualités matérielles ne s'expriment pas dans un présent immédiat, nous les ré-agençons pour ouvrir sur une temporalité plus large, subjective, du passé au futur en passant par le présent. L'expérience vécue s'inscrit toujours dans le temps. Cette ouverture de la dimension temporelle est indispensable pour comprendre les qualités associées à une expérience. En effet, le passage à l'expérience vécue passe par l'ajout de significations à une réalité matérielle, ces significations viennent ré-agencer la réalité matérielle pour lui associer une histoire, un sens. L'expérience est avant tout la façon dont nous sommes marqués par une situation pour s'inscrire dans notre mémoire. Le designer tentera d'influer dessus.

Plus que cela, cette expérience vécue dont nous parlons prend une tournure poétique pour renvoyer à notre dignité humaine. La poésie peut être définie comme « L'art d'évoquer et de suggérer les sensations, les impressions, les



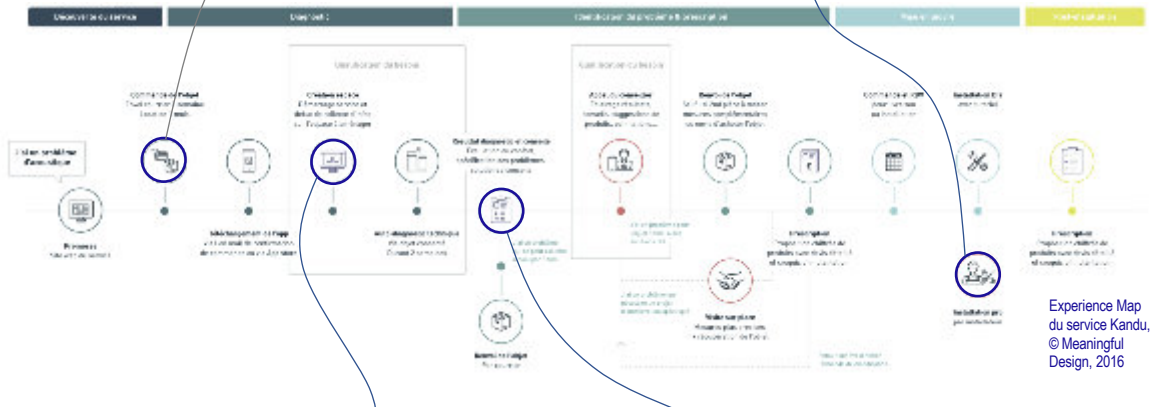
Représentation de l'activité subjectivante sur l'expérience, David Aznar-Schwarz, 2021

# Kandu de Meaningful Design, 2016



Boîtier Kandu, © Meaningful Design, 2016

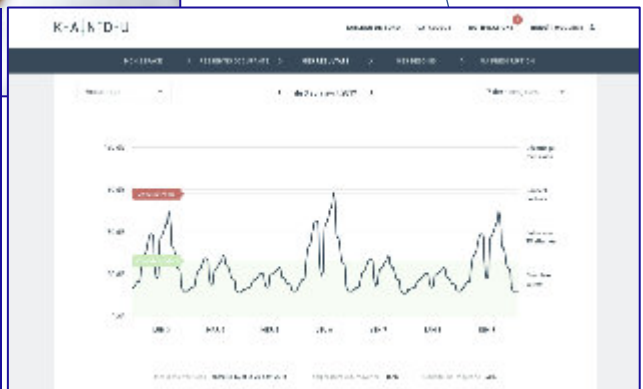
Pose nouvel enviro de travail, © Meaningful Design, 2016



Expérience Map du service Kandu, © Meaningful Design, 2016



Un usager face à l'interface Kandu, © Meaningful Design, 2016



Une capture d'écran de la retranscription d'un élément de diagnostic, © Meaningful Design, 2016

émotions les plus vives par l'union intense des sons, des rythmes, des harmonies, en particulier par les vers »<sup>43</sup>. Cette définition "restrictive" de la poésie a le mérite de souligner la façon qu'elle a de chercher à poser des mots sur des ressentis trop subjectifs pour être exprimés explicitement. La poésie tente de nous reconnecter avec le sens que nous donnons au monde. Le fait d'habiter un lieu est l'illustration la plus frappante de cette expérience vécue. Gaston Bachelard montre ainsi comment la maison, comme premier dedans, est « notre coin du monde. [...] elle est notre premier univers »<sup>44</sup> et conditionne la construction de notre rapport au monde, la façon dont nous allons affronter ce « dehors ». Les objets des designers remplissent ces lieux que nous habitons et ordonnent ainsi le vécu que nous en avons.

Ainsi, la chambre conçue à la Villa Noailles par David Dubois<sup>45</sup> propose une expérience d'habitation. Le défi posé à David Dubois était grand, car il s'agissait de concevoir l'expérience d'un lieu de création ; cela renvoyait donc à une expérience d'autant plus intime qu'elle devait permettre à ses résidents de trouver les ressources intérieures pour créer. De quelle façon David Dubois s'y est-il alors pris pour informer cette expérience ? Bien que ce soit en partie lié à l'exiguïté du lieu, David Dubois a veillé à ne jamais enfermer un objet dans un usage unique. Il aurait pu se contenter d'une table conçue simplement pour travailler, d'une chaise conçue simplement pour s'asseoir, d'une lampe conçue simplement pour éclairer, d'une serviette de bain conçue simplement pour se sécher, *etc.* Il a cependant décidé de systématiquement leur adjoindre au moins un deuxième usage. La chaise a ainsi été dotée d'une toile permettant de dégager un espace de rangement, le bougeoir d'un ruban adhésif permettant de l'accrocher n'importe où, la serviette de bain d'une fermeture éclair pour la transformer en sac de plage, *etc.* La portée de ce réflexe de conception va au-delà de la simple adjonction d'un deuxième usage. En effet, un objet avec deux usages reste encore un objet avec un scénario d'usage limité, prédéfini. Sa portée est poétique, par la constance de ce réflexe de conception, David Dubois signifie que l'habitant de cet espace va faire l'expérience d'un lieu de création dans

lequel rien n'est jamais prédéfini ! L'habitant est invité à ne jamais se contenter d'une première impression et à toujours rester ouvert. Il n'est jamais enfermé dans une manière de vivre cet espace.

Amine, étudiant corse habitant dans une chambre de bonne dans le 17<sup>ième</sup> arrondissement de Paris, nous permet de mieux comprendre ce réflexe de conception du designer David Dubois pour sa chambre (du reste, singulière) : « C'est un lieu qui relève vraiment de l'intime. Dans l'intégralité de la pièce je peux voir des choses qui me correspondent à mon vécu. »<sup>46</sup>. La lecture de son témoignage frappe par le récit qu'il fait de toutes ces astuces qui lui permettent de s'approprier les 16 m<sup>2</sup> de cet espace. Par exemple, sur un mur il vient accrocher méticuleusement ses casquettes et lunettes de soleil. Ce geste n'est pas uniquement celui d'une gestion optimale de l'espace forcée par l'exiguïté de son lieu de vie mais surtout une façon de signifier qu'il garde la maîtrise de ce lieu et y injecte quelque chose de personnel. Ces casquettes et lunettes de soleil ne sont pas simplement accrochées parce que ce serait "pratique" mais sont une stratégie d'appropriation très intime pour lui rappeler qu'il est dans un endroit familial, chez lui. La familiarité, la vie d'un lieu, vient de toutes ces stratégies quotidiennes d'appropriation. Celles-ci permettent à celui qui prend possession des lieux de détourner pour façonner l'espace à son image. David Dubois nous montre ainsi que pour toucher l'expérience la plus intime de celui qui va vivre ce lieu, il ne s'agit pas de simplement de disposer des éléments de façon à raconter une histoire mais de créer des décalages, des ouvertures poétiques, pour que l'occupant y injecte son propre sens. Tout le long de la conception de cette chambre, le designer s'est saisi de la question de la disposition, de la relation au contexte de l'occupant de cette chambre. Pour informer une expérience intime, le designer reviendra sans cesse à la question de savoir ce qu'il veut faire vivre fondamentalement à son utilisateur.

<sup>43</sup> Définition « Poésie » dans *Dictionnaire Larousse*, 2019.

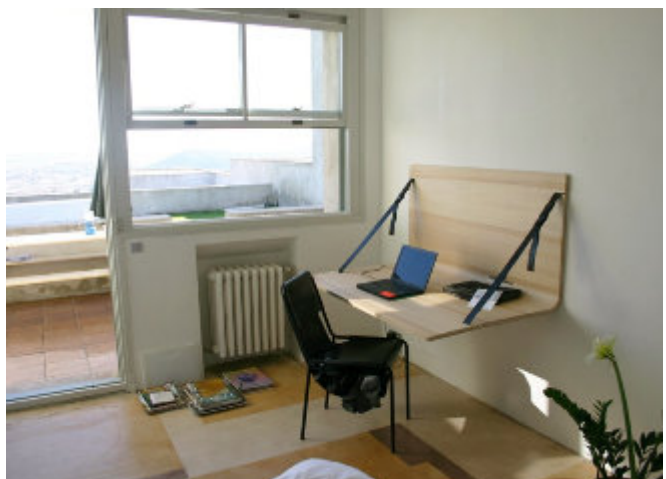
<sup>44</sup> Gaston Bachelard, *Psychologie de l'espace*, 1957, PUF, 2020, p. 24.

<sup>45</sup> David Dubois, *Une chambre à la Villa Noailles*, Édition Bernard Chauveau, Couleurs

Contemporaines, 2008

<sup>46</sup> Voir entretien utilisateur d'une chambre de bonne parisienne p. 78 de ce mémoire

## Une chambre à la Villa Noailles de David Dubois, 2007

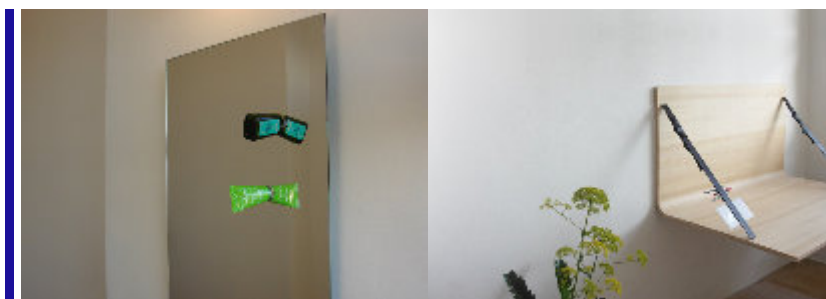


Commanditaire : Villa Noailles avec le support du Ministère de la Culture et de la Communication, de la Direction Régionale des Affaires Culturelles et de la Fondation de France  
Type d'installation : Installation permanent

Chambre « 3 » à la villa Noailles, David Dubois, © David Dubois Design, 2007

Gel douche avec fixation ventouse, David Dubois, © David Dubois Design, 2007

Bureau suspendu, David Dubois, © David Dubois Design, 2007



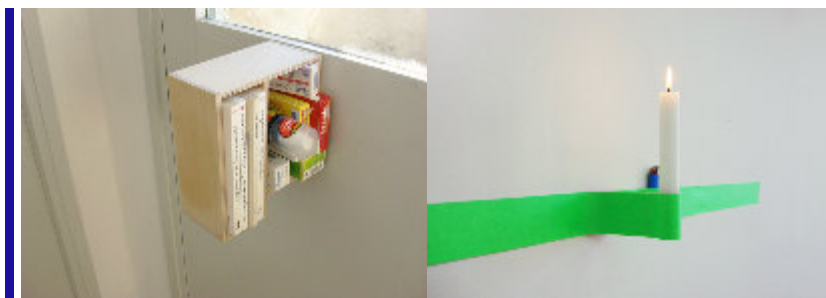
Basket portemanteau, David Dubois, © David Dubois Design, 2007

Table de chevet, David Dubois, © David Dubois Design, 2007



Étagère suspendue, David Dubois, © David Dubois Design, 2007

Bougeoir adhésif, David Dubois, © David Dubois Design, 2007



## Stratégie vs. tactique pour influencer sur l'expérience

Il apparaît finalement que le rapport à l'expérience du designer dépend en grande partie de sa posture et de la façon dont il va se positionner pour influencer sur l'expérience qu'il tente d'informer. Il peut se poser en stratège ou en tacticien. Le stratège cherche à verrouiller un maximum la réception de l'expérience par l'utilisateur tandis que le tacticien ouvre le champ de réception de l'expérience par l'utilisateur pour jouer avec lui et se laisser surprendre.

Le jeu d'échec est l'illustration du jeu de stratégie par excellence, car toute la partie se déroule dans un univers fermé et quadrillé composé de 64 cases et 32 pièces réparties équitablement entre les deux joueurs. Les joueurs peuvent ainsi anticiper leurs coups à l'avance en prévoyant les réactions de leur adversaire. L'objectif est clairement défini : il s'agit d'éliminer en premier le roi de l'adversaire. En design, le Designer peut également chercher à verrouiller au maximum l'expérience de l'utilisateur afin de s'assurer que ses objectifs soient atteints. Dans la relation client, par exemple, il s'agit de s'assurer la conversion du client et donc le passage à l'acte d'achat. On parlera alors d'expérience client : « *Customer experience (CX) design is the process design teams follow to optimize customer experiences at all touchpoints before, during and after conversion. They leverage customer-centered strategies to delight customers at each step of the conversion journey and nurture strong customer-brand relationships* »<sup>47</sup>.

Le service Kandu<sup>48</sup> propose un parcours client "relativement standard" en ce sens. Meaningful imagine l'ensemble de l'expérience digitale et numérique de la « Découverte du service » à la « Post-installation » en passant par le « Diagnostic », l'« Identification du problème & prescription » et la « Mise en œuvre ». Cette expérience est retranscrite au moyen d'une *expérience map* qui identifie l'ensemble des points de contact du parcours client. Il s'agit de détailler l'ensemble des interactions de l'utilisateur avec le service. Ces points de contact (site web, compte

client web et mobile et produit) ont tous été prototypés pour récupérer des retours utilisateurs et les préciser en conséquence. Ce scénario ne laisse cependant pas beaucoup de marge à son utilisateur. Il reste prisonnier dans un processus de relation client qui cherche avant tout à aider le commercial dans sa capacité à faire des recommandations plus pertinentes. Dans ce cas l'aspect tourné très processus du scénario montre que l'utilisateur est un client auquel il ne faut surtout pas laisser trop de liberté au risque qu'il s'éloigne de l'intention initiale et ne puisse pas être récupéré commercialement. Kandu est une expérience client avant tout ! Le designer stratège cherche donc à raconter à l'utilisateur l'histoire qui déclenchera son acte d'achat et à faire en sorte qu'il adhère à celle-ci, qu'il intériorise l'histoire qu'on lui raconte. Une relation client forte provient de cette capacité à s'inscrire dans le vécu de l'utilisateur du service. Outre l'*expérience map*, l'UX recèle d'autres méthodologies pour tenter d'influencer sur l'expérience de l'utilisateur. Ainsi, l'*expérience map* projetée<sup>49</sup> permet de superposer deux *expériences map* : celle représentant la courbe émotionnelle avant l'intervention du designer avec tous les points de friction et une deuxième après la levée des points de friction par le designer. Ces expériences map font parcourir à des persona un scénario pour raconter leurs réactions et leur vécu. Le point commun de toutes ces expériences est d'identifier les cibles d'un service et les émotions que l'on cherche à susciter auprès d'elles via l'histoire qui leur est racontée. Le scénario revêt ici une dimension performative dans la mesure où l'utilisateur est invité à vivre ce qu'on lui raconte.

La force performative des scénarii n'est cependant pas absolue, elle est indissociable de la réception par l'utilisateur et de la réaction induite. Le scénario proposé est cependant vécu par l'utilisateur, faisant voler en éclat le postulat de sa supposée passivité. Il reste donc irréductiblement actif et cette activité est difficilement entièrement anticipable par les stratégies mises en place. On ne peut que chercher à orienter, influencer, les réactions de l'utilisateur. Par exemple, le mobilier urbain présente un scénario d'usage simple. Un passant est invité à s'asseoir. Posé dans l'espace public, ce banc sera en réalité utilisé de façon

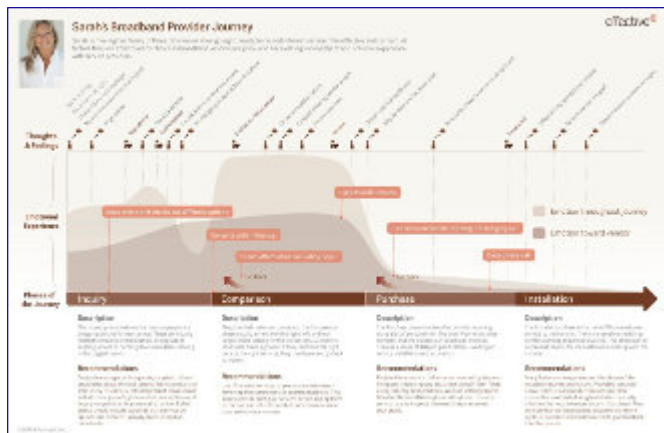
<sup>47</sup> <https://www.interaction-design.org/literature/topics/customer-experience?hpid=Customer%20Experience%20CX%20Design%20Nurture%20Strong%20Customer-BrandRelationships>  
<sup>48</sup> <https://www.meaningfultouch/kandu>  
<sup>49</sup> <https://www.ixpublic.com/experience-map-8-modeles-inspirants/>



## Sélection d'exemples d' *experience map* standardisées

Cette carte émotionnelle permet au travers d'un système de code couleur de visualiser l'intensité des émotions d'un persona type, ici Sarah, tout le long de son parcours

Sarah's Broadband Provider Journey, © UX Republic, date inconnu

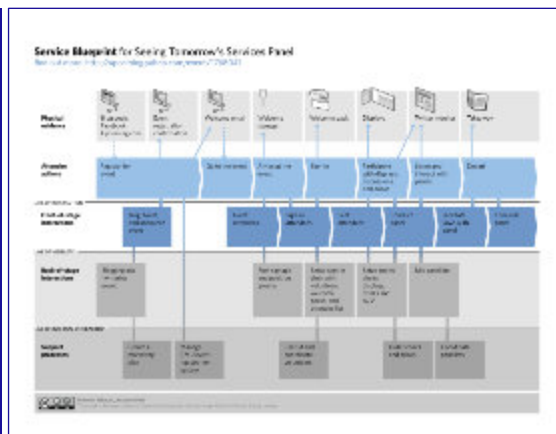


Cette *experience map* permet de mettre en avant l'ensemble des points de contact avec l'utilisateur, que ce soit les interactions avant, pendant et après la visite

Exploratorium Visitor Experience Map, © UX Republic, date inconnu

Le *Service Blueprint* met à l'arrière-plan la temporalité du service pour se concentrer les interactions entre l'utilisateur et le service proposé avec un code couleur pour distinguer le *back* et *front office*

Service Blueprint for Seeing Tomorrow's Services Panel, © UX Republic, date inconnu



## Alphabet de Pernelle Poyet, 2015



Vue latérale sur  
Alphabet, ©  
Pernelle Poyet,  
2015



Vue aérienne sur  
Alphabet, ©  
Pernelle Poyet,  
2015

## Lego Serious Play de Lego



Starter Kit, ©  
Lego, date  
inconnue

Connection Kit, ©  
Lego, date  
inconnue

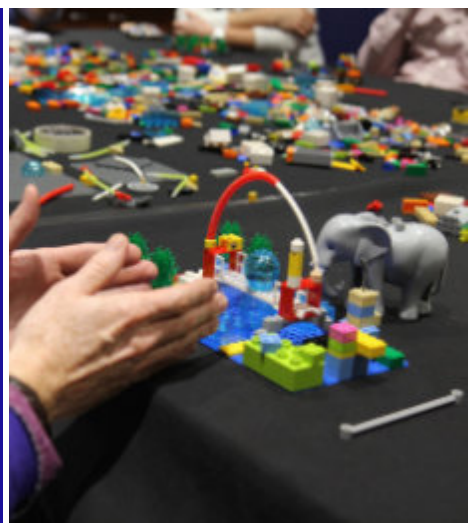


Identity and  
Landscape Kit, ©  
Lego, date  
inconnue



Le Lego Serious Play est une méthodologie de co-construction de modèles utilisant des briques Lego afin de résoudre des problématiques complexes en groupe au travers de l'élaboration d'un langage commun autour de métaphores

Utilisation du  
Lego Serious Play  
dans une situation  
de facilitation, ©  
Lego, date  
inconnue



différente par chacun des publics rencontrés : un passant pourra y attacher son vélo, un autre y dormir ou encore un autre boire un verre en groupe, etc. Dans le passage au réel, les scénarii sont infinis et varient pour chaque situation rencontrée. À la fin des années 1970, le philosophe Michel de Certeau réfléchissait à la supposée standardisation de la consommation de masse et réfutait la posture passive du consommateur. *« L'invention du quotidien, en déplaçant l'attention de la consommation supposée passive des produits reçus à la création anonyme, née de la pratique de l'écart dans l'usage de ces produits »*<sup>50</sup>. Il constatait que nous opposons à l'ordre dominant - cet ordre dominant par le langage et donc le récit - de multiples ruses pour le déjouer et se le réapproprier. De Certeau était ainsi parti à la recherche de ces pratiques dans « la modernité la plus normalisée »<sup>51</sup>. Il avait mis en lumière ces « arts de faire »<sup>52</sup> du quotidien, circonstanciés et sans cesse renouvelés, face au savoir établi qui les passe sous silence. Cela l'avait amené à s'intéresser à la pratique de la « perruque »<sup>53</sup>, c'est-à-dire la fabrication d'objets à usage personnel pendant le temps de travail, pour en faire une métaphore du détournement de l'ordre dominant au quotidien. Il ne s'agit ici pas simplement d'une désobéissance ouvrière à l'usine mais de tactiques quotidiennes mises en place face à une simplification des usages des machines utilisées. Ce sont des entrées en résistance sans illusion à changer l'ordre établi mais qui se suffisent en ce qu'elles replacent l'utilisateur en position d'activité. Ainsi s'insinue une « économie du don » (des générosités à charge de revanche), une « esthétique de coups » (des opérations d'artistes) et une « éthique de la ténacité »<sup>54</sup> (innombrables façons de refuser l'ordre établi). Il apparaît finalement que les stratégies sont le fruit du système dominant, qui essayent de quadriller de façon à « créer des lieux conformes à des modèles abstraits » face auxquelles les tactiques chercheront seulement à les « utiliser, manipuler et détourner »<sup>55</sup>.

Face au détournement de ses stratégies, les designers sont invités à ne pas verrouiller leur espace de proposition, à rentrer en dialogue avec l'utilisateur, à agir en designer tacticien. Il s'agit

alors de sortir du rapport de force pour jouer avec l'utilisateur, de le laisser jouer avec nous.

Avec « Alphabet »<sup>56</sup>, la designer Pernelle Poyet cherche à concevoir un registre formel qui soit un outil de prototypage pour de petits objets, du mobilier ou de la mise en espace. Quatre-vingt-douze formes en hêtre composent un système cohérent et ouvert. Ce sont des formes géométriques simples inspirées d'un classicisme grec comme pour proposer une grammaire esthétique atemporelle que chacun puisse charger avec ses imaginaires et récits. Les formes sont rainurées et vernies pour permettre à un jeu de lumière de donner une texture différente selon le point de vue et ainsi de densifier l'expérience sensible de ces objets. Ces quatre-vingt-douze formes sont disposées sur un quadrillage orthonormé comme pour délimiter l'espace de jeu. Pernelle Poyet agit ici en designer tacticien de deux façons. Premièrement, elle n'impose pas de scénario, de récit, à son usager. Le quadrillage orthonormé apparaît comme la scène sur laquelle un récit va se jouer, grâce à l'agencement de quatre-vingt-douze formes. Pernelle Poyet ne propose que des éléments de décors, aux formes géométriques suffisamment simples pour rester atemporelles. Elle nous propose un début de scénographie, à nous de préciser cette scénographie jusqu'à faire émerger un scénario. La designer a la sagesse de s'arrêter à un rôle de scénographe, car elle sait que débiter l'écriture du scénario c'est déjà empiéter sur l'histoire que l'utilisateur voudra raconter et donc s'immiscer dans son expérience. Jean-Baptiste, un consultant en innovation, témoigne également de cette importance du récit dans son expérience du prototypage en Lego Serious Play<sup>57</sup> : « Le Lego dans une optique de simple maquettage resterait un support de légende, alors que là c'est se servir de la richesse des briques Lego pour être un support d'expression libre. Tu peux vraiment tout projeter dessus. [...] Le modèle que tu crées n'est pas figuratif mais métaphorique »<sup>58</sup>. La forme des briques Lego est neutre, non figurative, et permet ainsi aux participants de projeter leur récit. À tour de rôle, chacun s'empare des briques Lego mis à sa disposition pour construire sa portion du récit que les autres participants devront intégrer,

<sup>50</sup> <https://www.lesliecaquet.fr/>  
<sup>51</sup> <https://www.lego.com/fr/seriousplay>  
<sup>52</sup> Voir l'interview avec un utilisateur de la méthodologie Lego Serious Play p. 81 de ce mémoire

<sup>53</sup> *Ibid.*, p. 43

<sup>54</sup> *Ibid.*, p. 46

<sup>55</sup> *Ibid.*, p. 51

<sup>56</sup> Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, 1980, Folio Essais, 1980, p. VI

<sup>57</sup> *Ibid.*, p. 46

<sup>58</sup> *Ibid.*, p. 44

faisant ainsi émerger une histoire et un langage commun. De la même façon, Pernelle Poyet sait poser une limite entre son travail de conception et l'empiètement sur la liberté de l'utilisateur qui fait l'expérience de sa proposition. Son champ propositionnel doit être suffisamment indéterminé pour qu'il puisse être ré-agencé par l'utilisateur. Elle va cependant plus loin que de laisser l'utilisateur libre de son récit. Elle ouvre un espace de jeu à son usager et propose ainsi un cadre à ses interactions. Winnicott désigne ce cadre comme le « *game* »<sup>59</sup>. Le *game* désigne les règles du jeu, l'espace de contraintes. Il montre au travers du développement de l'enfant comment le « *play* », pur plaisir se développe au sein du *game*. La rencontre des deux principes forme l'espace transitionnel, ni totalement soi ni totalement l'autre. Ce qui ressort de cette analyse, c'est le besoin d'un cadre aux interactions, pour libérer leur potentiel créatif et affirmer sa singularité dans le réel. La poésie récupère ces deux notions pour mettre en lumière a façon dont un poète joue, *play*, au sein de règles grammaticales. C'est par sa connaissance des règles grammaticales qu'il peut jouer avec, se jouer d'elles, et ouvrir ainsi sur un espace de création, d'expression singulier. Dans le dispositif de Pernelle Poyet, l'utilisateur se confronte à cet espace jeu pour faire surgir son récit. Cet espace de jeu est un pur potentiel narratif, vide avant l'arrivée de l'utilisateur et en même temps plein de son potentiel narratif. Il est nécessaire que l'utilisateur se plonge dans ce terrain de jeu pour qu'un scénario émerge et qu'il donne du signifiant. Le scénario de ce dispositif ne prend naissance qu'au travers de l'activité de l'utilisateur. Il apparaît donc que le designer tacticien ne se concentre pas sur les conditions de la réception de son expérience proposée mais sur le cadre de l'activité de l'utilisateur. Il tire parti de la conviction que l'expérience est dans l'interaction c'est-à-dire qu'il anticipe le fait que la réception de sa proposition est le préalable d'une réaction, d'une activité. C'est alors qu'il rentre dans le domaine de la tactique en sortant du rapport de force pour mettre l'accent sur l'activité de son usager. Il s'agit alors de lui faire des propositions, créer des potentialités, le laisser les saisir ou non, le surprendre ou se laisser surprendre.

Matthieu Savary de User Studio vient cependant nuancer ce propos en montrant que « l'ouverture n'est pas une finalité pour autant »<sup>60</sup>. Il prend l'exemple du bouton d'Amazon Dash<sup>61</sup> qui permet par la simple pression sur un bouton disposé dans l'espace d'habitation de recevoir dans les 24 heures le produit manquant. Cet artefact est très fermé mais très utile et performant pour autant. Ce qui apparaît ici, c'est qu'il ne s'agit pas d'opposer de façon caricaturale le designer stratège au designer tacticien, il n'y a pas de jugement moral sur ces façons de manipuler la matière expérience. Selon le contexte du projet et les contraintes associées, l'une ou l'autre des deux postures est tout à fait adéquate, voire un équilibre des deux. En revanche, la prise de conscience de l'existence de ces deux postures doit amener à ne jamais perdre de vue la question de savoir : « Comment faire en sorte que l'utilisateur ne soit pas trop prolétarisant ? »<sup>62</sup>. Comprendre par-là que la prise en compte des contraintes projet ne doit pas amener à manipuler l'expérience de l'utilisateur sans considération pour son vécu mais, au contraire, mettre ce vécu pleinement au centre pour inlassablement se poser la question des conséquences des stratégies et tactiques sur son vécu.

<sup>59</sup> Voir l'interview avec Matthieu Savary de User Studio le 19/02/2021 p. 59 de ce mémoire

<sup>60</sup> Donald Winnicott, *Jeu et réalité*, Folio Essais, 1975

<sup>61</sup> Voir l'interview avec Matthieu Savary de User Studio le 19/02/2021 p. 59 de ce mémoire

<sup>62</sup> <https://www.amazon.fr/dp/B01F888888>

## Partie 3 – Prendre l'expérience au sérieux, vers une éthique pratique du design d'expérience

Ce cheminement aux sources de la notion d'expérience met en lumière le fait que le design d'expérience n'appelle pas une méthode mais ouvre sur une posture -une éthique - qui infuse un projet design de bout en bout. Chaque vécu est irréductible et doit être respecté comme tel. La capacité à proposer des expériences riches et denses est le corolaire du respect de l'expérience de celui à qui elle s'adresse. Cette conviction pousse Jean-Louis Fréchin à affirmer : « L'expérience, c'est-à-dire le vécu intime d'une personne, devrait être respectée »<sup>63</sup> et à appeler ainsi à la conception d'objets honnêtes<sup>64</sup>. Le designer doit respecter l'expérience pour laisser la place à la complexité, être au service de celui-ci et le laisser libre.

### Respecter l'expérience : laisser la place à la complexité

L'expérience est complexe au sens où elle ne peut être réduite à une explication simple et intelligible, la multitude de paramètres qui la compose implique le fait de faire des choix dans ce que l'on a perçu et décidé de rapporter. Edgar Morin revient à l'étymologique du mot complexité, pour le définir par l'intermédiaire de la métaphore du tissu, qui pose le paradoxe de « constituants hétérogènes inséparablement associés »<sup>65</sup>. La complexité est cet un et multiple, augmenté de tout un système de rétroactions. Cette définition fait écho à celle de l'expérience, irréductible à chacun et donc composée d'autant de fenêtres sur le monde. Le designer est mis au défi de prendre en compte, de faire une synthèse, de toutes ces parcelles de vécu qu'il rencontre en amont de son projet, ou en aval, quand il doit anticiper les réceptions de l'expérience qu'il conçoit. Un ensemble de boucles de rétroactions se mettent en

place, où l'expérience proposée influe cette expérience initiale de laquelle le designer avait tiré ses intuitions de départ. À travers sa définition de la complexité, Edgar Morin veut s'inscrire en porte-à-faux de cet héritage intellectuel cartésien, « paradigme de la simplification »<sup>66</sup>. En disjoignant le sujet pensant (*ego cogitans*) de la chose étendue (*res extensa*), Descartes serait à l'origine de la pensée disjonctive qui peine à composer avec la complexité. Thomas Wendel formule le même constat et montre comment l'approche phénoménologique permet d'apporter une réponse plus englobante, à même de répondre au défi de la complexité de l'expérience. Le fait de penser l'expérience au moyen du concept de *Dasein*<sup>67</sup> permet de réunir le sujet pensant et la chose étendue : l'expérience est indissociable de nos interactions dans le monde<sup>68</sup>. Une approche holistique est nécessaire pour sans cesse la ramener à son point de départ situé, et la mettre en lien avec les autres parcelles d'expériences vécues.

Certaines méthodologies tentent d'écarter cette complexité pour donner une illusion de maîtrise. Jean-Louis Fréchin prend l'exemple des conceptions centrées sur l'humain (HDC)<sup>69</sup>. Il montre comment en voulant donner l'impression de maîtrise au travers d'un resserrage de l'expérience sur l'humain, elles omettent le contexte dans lequel ces expériences s'inscrivent. « Cette injonction aux conceptions centrées sur l'humain est un anthropocentrisme utilitaire plus qu'un humanisme »<sup>70</sup>. Il montre ici comment l'expérience peut être récupérée comme outil de légitimation d'une approche design standardisée mais que celle-ci passe à côté de l'essentiel. Car le design, avant d'être une méthode, est une posture ancrée dans une réflexion éthique. Ces discours qui entendent maîtriser l'expérience tombent dans la tentative de rationalisation scientifique. De Certeau nous mettait déjà en garde contre ces approches qui cherchent la légitimation scientifique : « [...] toute scientificité exige une délimitation et une simplification de ses objets, mais parce qu'à la constitution d'un lieu scientifique, préalable de toute analyse, correspond la nécessité de pouvoir y transférer les objets à étudier. N'est traitable que le transposable »<sup>71</sup>. Or l'expérience ne peut être

<sup>63</sup> Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, 1980, Folio Essais, 1990, p. 38

<sup>64</sup> Jean-Louis Fréchin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 222

<sup>65</sup> *Ibid.*, p. 223

<sup>66</sup> Voir p. 12 de ce mémoire

<sup>67</sup> Thomas Wendel, *Dasein*, 2015, p. 22

<sup>68</sup> Jean-Louis Fréchin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 222

<sup>69</sup> *Ibid.*, p. 223

<sup>70</sup> *Ibid.*, p. 223

<sup>71</sup> *Ibid.*, p. 18

déracinée de son contexte et donc comprise au travers d'un prisme analytique formaté.

Quelle posture est, dès lors, la plus à même de répondre au défi de la complexité de l'expérience ? Cette prise de conscience est un appel à l'humilité, d'autant plus fort que le designer n'est pas un expert et ne doit pas avoir peur de se montrer sous un autre jour. Pour composer avec cette complexité infinie, il doit sans cesse rester vif pour cultiver son ouverture. Éric Chauvier, bien qu'anthropologue, permet de mettre en lumière cette posture d'humilité. Il est intéressant tout d'abord de noter qu'Éric Chauvier n'écrit normalement aucun essai, il cherche à restituer sous des formes libres et non formatées les vécus qu'il est venu rencontrer sur le terrain, dans toute la subjectivité de son propre vécu. *Anthropologie de l'ordinaire : une conversion du regard* (2011) est son unique essai dans lequel il cherche à rendre visible l'intention, la posture, qui guide son travail d'anthropologue. En 2006 paraît *Anthropologie* dans lequel il s'attache à retranscrire son travail d'enquête autour d'une jeune femme Rom qui s'adonne à la mendicité à l'entrée du centre commercial qu'il a l'habitude de fréquenter. Il est frappé à chaque fois qu'il rentre par la rencontre de son regard puis, du jour au lendemain, elle disparaît. Il décide alors de mener cette enquête anthropologique. Cette enquête est hyper située, puisqu'elle se concentre exclusivement sur la figure de cette femme Rom désormais disparue, mais surtout il embrasse ouvertement toute la subjectivité de l'enquêté. Il prend en effet pour point de départ son trouble, ce « trouble fondateur »<sup>72</sup>. Il explique comment la disparition de cette jeune femme l'a troublé émotionnellement pour le jeter dans une « familiarité rompue »<sup>73</sup> et interroge cette émotion dans toutes les dissonances qu'elle met au jour. Comment se fait-il qu'il a pu ressentir cet arrachement alors qu'il ne lui a jamais adressé la parole et ne connaît même pas son nom ? « La charge émotionnelle devient une promesse de communication »<sup>74</sup>. L'anthropologie d'Éric Chauvier nous dévoile qu'il est possible d'étudier l'expérience vécue à condition d'assumer les dissonances inhérentes à toute étude et de laisser de côté toute attitude professionnelle d'autorité pour se concentrer sur une

communication intersubjective avec "l'objet d'étude". Cette anthropologie amène à réfuter les méthodologies toutes faites pour déployer des approches hyper contextualisées où les biais apportés par l'observateur sont assumés et considérés comme faisant partie de l'étude. « L'anthropologie de l'ordinaire outrepassé les contraintes d'un savoir local, ainsi qu'une prétendue « subjectivité », en proposant un mode de connaissance axée non plus sur un monde-objet – et sur ses jeux de distanciation –, mais sur un monde vécu, puis lu, dans le sens d'un appariement de consciences »<sup>75</sup>.

Il apparaît finalement que cette posture n'est pas seulement éthique mais vise à enrichir, à densifier l'expérience proposée. Comment cette posture permet-elle cela ? Nous avons déjà parlé plus haut de la chambre que David Dubois a conçu pour la villa Noailles<sup>76</sup>. Ce qui est intéressant, c'est ce projet s'est nourri d'une longue immersion dans cette chambre, immersion lors de laquelle il a pu investir subjectivement cet espace. Cette immersion a été d'autant plus subjective qu'elle n'avait pas pour finalité son réaménagement. En effet, il a fait ces expériences d'habitation de ce lieu lors de diverses résidences, alors qu'il ne savait pas qu'il allait être amené à aménager un jour l'une de ces chambres. Ce lieu est associé à une mémoire intime. David Dubois est attaché au mobilier militaire, dont il s'est très bien contenté lors de ses résidences. Avec le temps il a même attaché des qualités de création à leur allure spartiate<sup>77</sup>. Il s'est bien senti dans ce lieu et a voulu donc conserver l'expérience subjective qu'il a pu en faire. Fort de cette expérience, David Dubois sait que la villa Noailles est sujette à des coupures de courant lorsque le mistral souffle trop fort ; cela lui permet de concevoir ce bougeoir adhésif qui nous fait attendre avec impatience la prochaine coupure de courant. De la même façon, la serviette de bain a été imaginée de façon à pouvoir être facilement transformée en sac de plage et se nourrit des souvenirs de ses virées sur les plages hyéroises. On pourrait l'accuser de généraliser son propre vécu, que son expérience personnelle n'est pas significative : c'est cependant le fait d'accepter de prendre sa propre expérience vécue comme point de départ qui lui permet de faire ressortir les points

<sup>72</sup> Ibid., p. 111

<sup>73</sup> Voir p. 19 de ce mémoire

<sup>77</sup> Interview de David Dubois in Paris-At (non daté) : <https://www.paris-at.com/david-dubois>

<sup>71</sup> Éric Chauvier, *Anthropologie de l'ordinaire*, Anacharsis, 2011, p. 109

<sup>72</sup> Ibid., p. 109

<sup>74</sup> Ibid., p. 110

de contact essentiels, ceux qui façonneront véritablement l'expérience telle qu'elle sera vécue et seront porteur de sens pour l'utilisateur futur. Son approche subjective lui permet de mettre du relief dans ce qu'il a vécu et faire ainsi ressortir le significatif pour amorcer une réflexion, une proposition, autour.

Jean-Christophe Paris<sup>78</sup>, *Insight Lead* chez Akkini, parle de son devoir de « représenter l'utilisateur [...] Si ça a touché quelque chose de vraiment fort chez la personne, je vais le valoriser, je vais lui donner du relief, quitte à truquer un peu la représentativité des choses »<sup>79</sup>. Il a été amené à revoir la signalétique et proposer une application digitale pour la station de ski Les Arcs. Dans sa restitution des usages, présentée au conseil d'administration, il a décidé de rapporter cinq scènes de ses observations. L'une d'entre elles est la suivante : une famille est au guichet pour acheter les forfaits de remontée mécanique. La caissière déroule le script machinalement : Quel forfait voulez-vous ? Désirez-vous prendre l'assurance associée ? À cette dernière question, le père et la mère regardent leurs enfants puis se regardent d'un air grave pour répondre d'un ton commun « oui ». Cette scène dure tout au plus cinq secondes, Jean-Christophe Paris décide cependant de la sélectionner pour figurer parmi les cinq insights les plus significatifs. « Elles [les cinq secondes] sont hyper importantes dans le parcours pour moi parce que c'est à ce moment-là que s'est exprimé tout leur historique »<sup>80</sup>. Il est personnellement touché par cette scène et comprend que ce regard recèle tout le vécu de cette famille : Peut-être ont-ils eu un accident de ski l'année dernière ? Peut-être est-ce la première fois qu'ils viennent skier ?

### Respecter l'expérience : être au service de l'utilisateur

Il ne s'agit pas simplement de respecter l'expérience pour la saisir dans toute sa complexité et la restituer, cette compréhension doit être au service d'une intuition pour le projet, le fait de vivre une expérience marque. Il s'agit d'être pleinement conscient du fait que nous sommes tous marqués par les expériences que nous vivons et ainsi, à

partir de cette prise conscience première, il s'agit de se poser la question de ce que l'on souhaite faire vivre à l'utilisateur. Géraldine Hatchuel écrit : « Nous voulons des expériences fondées sur un vécu qui nous modifient. À l'inverse d'un monde où l'on valorisait ce qui est figé, ce qui est là, on exige de l'expérience qu'elle mette en lumière notre mise en mouvement, ce qui nous fait évoluer »<sup>81</sup>. Celui qui reçoit l'expérience proposée n'est pas simplement un consommateur d'expérience mais bien un être humain. Il s'agit de créer des expériences engageantes, marquantes, transformantes et non de la dépendance émotionnelle pour déclencher l'acte d'achat<sup>82</sup>.

L'agence Étrange Ordinaire a accompagné la création d'une menuiserie collaborative dans la région montpelliéraine. Elle a été retenue pour sa capacité à déployer une démarche participative en ligne avec l'identité collaborative de la menuiserie souhaitée pour imaginer l'agencement des futurs 700m<sup>2</sup><sup>83</sup>. Les designers ont été chargés d'imaginer un lieu au service de l'expérience collaborative de ses usagers dont la démarche de conception devait elle-même refléter l'expérience à venir de ce lieu. Plus que de savoir ce que l'on veut faire vivre à l'utilisateur, il s'agit d'intégrer en amont l'utilisateur pour définir ensemble ce qu'il souhaite vivre. Au moyen de cycles de co-construction, les designers ont cherché l'alignement des futurs usagers autour d'une vision commune, que celle-ci soit en termes d'usages ou d'identité poétique. On peut le constater par les noms donnés aux différentes phases d'ateliers collaboratifs : « Débat mouvant : identifier les controverses », « Planche tendance : construire un univers visuel argumenté » ou encore « Débat "boule de neige" : vers une définition commune de la MCO ». Par la suite, l'équipe de designers va sans cesse revenir à cette intention initiale pour nourrir son travail de synthèse créative. Les designers ne prennent la relève des futurs usagers que lorsqu'ils butent aux limites de capacité de formalisation de ceux-ci mais toujours sous forme de propositions ouvertes que les participants pourront s'approprier. Cette phase de définition de la vision aboutit à des livrables tels que des « packages créatifs » ou encore « 10 principes pour la scénographie ». Ils ont été

<sup>81</sup> Géraldine Hatchuel, *Le design d'expérience... Scénariser pour innover*, Eyrolles, 2018, p.25

<sup>82</sup> Voir p. 13 de ce mémoire

<sup>83</sup> <https://etrangeordinaire.fr/mos-projets/la-menuiserie-collaborative/>

<sup>78</sup> <https://www.linkedin.com/in/jeanchristopheparis/>

<sup>79</sup> Voir l'entretien avec Jean-Christophe Paris le 26 février 2021 p. 61 de ce mémoire

<sup>80</sup> *Ibid.*

co-construits avec les futurs usagers et seront mis en place par eux. L'équipe de designer d'Étrange Ordinaire va cependant plus loin que la simple co-construction de la vision cible du projet. Il s'agit véritablement de définir ensemble ce que les futurs usagers seront amenés à vivre, intimement. Cela passe par une attention particulière à l'identité esthétique et poétique du lieu. Il ne s'agit là pas d'une coquetterie du designer, d'une simple "passe graphique". Cette identité esthétique et poétique est l'incarnation la plus tangible, la plus essentielle, de l'expérience intime, réflexive, que l'on souhaite faire vivre à l'utilisateur au sein de la menuiserie collaborative. Les dix principes pour la scénographie s'articulent autour de trois principes clés : l'Homme est contraint par la nature, l'Homme observe la nature et ses changements et l'Homme façonne la nature. Ces principes sont en accord avec toute l'expérience de la menuiserie, de surcroît collaborative, remis au goût du jour à l'aune du DIY. L'esthétique est l'âme de l'expérience que les futurs usagers seront amenés à vivre. Matthieu, usager de la menuiserie collaborative toulousaine L'Atelier des Bricoleurs<sup>84</sup>, n'est pas frappé par une esthétique particulièrement pensée en amont : « Il se dégage quelque chose dans ce lieu mais c'est absolument pas travaillé »<sup>85</sup>. Son récit marque cependant par la description de ces grandes machines fonctionnelles disposées comme sur une scène libre avec lesquelles les usagers de la menuiserie collaborative s'empressent d'interagir<sup>86</sup>. Chaque usager est porteur d'un projet, d'une tranche de vécu, qu'il apporte dans la menuiserie : « Il y avait un mec qui était un putain d'artiste, il faisait un bateau en forme de violon qui était un théâtre pour marionnettes, le tout en bois. Il nous racontait le spectacle qu'il avait créé. Il y avait la musique, les dialogues, le décor théâtral qu'il devait mettre à l'eau. C'était hyper poétique. T'avais des échanges de nulle part qui sortent comme ça »<sup>87</sup>. Les interactions machines/usagers, usagers/usager ou encore sachant/apprenant sont multipliées pour donner à ce lieu une dimension organique en perpétuel changement au gré des interactions dont elle se fait le réceptacle. L'âme du lieu naît de l'agrégation de toutes ces tranches de vie : la rencontre entre ce que le concepteur de l'espace cherche à faire vivre à ses usagers, ce que les

usagers sont venus chercher et ce qu'ils ont finalement vécu et garderont comme souvenir.

Derrière l'intimité de ce que le designer veut faire vivre à son usager se dessine l'engagement social du designer, le modèle de société auquel il veut contribuer. Pierre-Damien Huyghe montre que par les objets qui nous entourent la société est omniprésente dans nos quotidiens et façonne ainsi nos vécus. « D'une manière générale, ce n'est peut-être pas dans les espaces de types public [...], pas tant qu'on le croit du moins, que le social prend place. Dans nos espaces privés, dans nos demeures aussi nous sommes liés à la société. »<sup>88</sup>. Il montre que par les services que ces objets nous apportent, ils augmentent notre dépendance et grignotent ainsi nos espaces de liberté. Tous ces objets sont interconnectés entre eux et créent une dépendance à d'autres objets que nous ne maîtrisons pas. Il prend l'exemple de tous ces ustensiles de la maison qui dépendent eux-mêmes du réseau de distribution électrique. Ce constat pousse Jean-Louis Frechin à mettre en avant un design qui serait moins préoccupé par l'utilité des services et objets proposés, mais qui attacherait une plus grande importance à la « raison d'être et finalité »<sup>89</sup> des objets pour s'intéresser aux « manières dont ils vont faire évoluer les conditions d'autonomie et d'asservissement de l'homme »<sup>90</sup>.

Gwenolé Gasnier dans son travail autour de la porte<sup>91</sup> part de notre vécu de la porte, un vécu façonné par les fonctions sociales et sociétales de la porte. L'intimité de notre rapport à ce seuil entre deux mondes, et la prise en compte de l'objet porte, ouvre sa dimension politique et le type de société que l'on souhaite. Parmi trois accessoires possibles (la sonnette, le judas et un cadran temporel), il a décidé de s'arrêter tout particulièrement sur le judas en faisant deux propositions.

Le judas questionne la confiance de la société, car il permet de voir un visiteur sans être vu et instaure donc un rapport de défiance entre visiteur et visité. Prendre au sérieux l'expérience du judas, c'est accepter que le ressenti inquiétant de cet objet soit révélateur d'une société de la

<sup>84</sup> Ibid., p. 210  
<sup>85</sup> <http://www.atelierdesbricoleurs.net/>

<sup>86</sup> Voir entretien utilisateur de la menuiserie collaborative toulousaine L'Atelier des Bricoleurs p. 88  
<sup>87</sup> Jean-Louis Frechin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 210

<sup>88</sup> Ibid.  
<sup>89</sup> Pierre-Damien Huyghe *La voie du design, société, services, utilités*, De l'incidence, 2018, p. 68  
<sup>90</sup> Ibid.  
<sup>91</sup> <https://www.atelierdesbricoleurs.net/>  
<sup>92</sup> de ce mémoire



# La Menuiserie collaborative par Étrange Ordinaire, 2017

## 10 principes POUR LA SCÉNOGRAPHIE

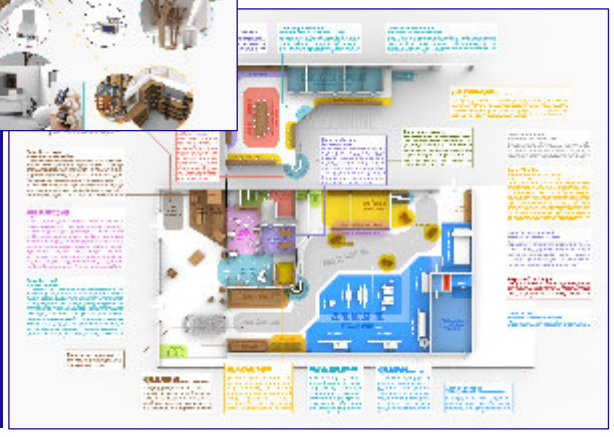


« La menuiserie collaborative est un atelier convivial et chaleureux, qui met à disposition de tous un outil de production performant. C'est un lieu de créations et de transmissions dans un cadre renoué et spectaculaire, naturel et industriel, un bazar organisé en un réseau structuré »

10 principes pour la scénographie, © Étrange Ordinaire, 2017



Plan d'usage Vue 2 Isométrie & zoom, © Étrange Ordinaire, 2017



Plan d'usage Vue 1 Zooming, © Étrange Ordinaire, 2017



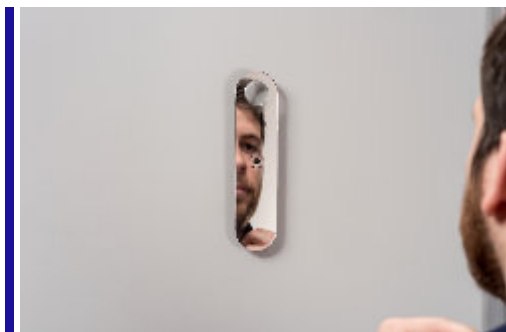
## À travers la porte de Gwenolé Gasnier, 2016



Travail  
exploratoire  
autour de la porte,  
© Gwenolé  
Gasnier, 2017



Sonnette retard, ©  
Gwenolé Gasnier,  
2017



Avoir à voir, ©  
Gwenolé Gasnier,  
2017



Judas Obscura, ©  
Gwenolé Gasnier,  
2017



La porte du soleil,  
© Gwenolé  
Gasnier, 2017

liberté. Certains objets nous perdent par la multiplication de sollicitations inutiles. Ils gardent cependant le mérite de nous maintenir éveillé, vivant, dans un fourmillement permanent d'interactions. Becket nous propose de faire l'exercice extrême d'imaginer un monde où toute forme d'interaction nous serait ôtée et l'inévitable folie qui en découlerait.

Du côté du design, cette conscience doit pousser le designer à avoir une attention particulière vis à vis de ces interactions. Jean-Louis Frechin propose de remplacer le terme « *User Experience* » par celui de « *User Activity* »<sup>96</sup>. Il cherche ainsi à déplacer le centre de compréhension d'une conception centrée utilisateur, qui s'attèle donc à chercher à comprendre le vécu de l'utilisateur, à une conception centrée activité, qui s'attèle à réfléchir au potentiel d'action d'un service ou d'un objet. C'est la façon de Jean-Louis Frechin de nous expliquer que chercher à comprendre le vécu de l'utilisateur n'est pas suffisant, il faut lui proposer des interactions toujours plus denses et riches avec le monde pour augmenter son potentiel d'actions. Matthieu Savary de User Studio<sup>97</sup> montre que les outils peuvent être très conditionnant. Il prend l'exemple des logiciels créatifs. Les logiciels 3D permettent de créer des cubes mais limitent ainsi l'univers créatif. L'outil ou tout artefact limite la manipulation du monde et donc la façon dont on va lui donner forme. L'utilisateur de ces logiciels finit par oublier que les interactions que lui proposent ces logiciels standardisent son approche, car ils l'obligent à créer avec un champ d'interactions défini et limité.

Comment augmenter la qualité de l'activité proposée aux utilisateurs ? Matthieu Savary explique que, pour sortir de ces interactions standardisées et limitantes, il est possible de travailler le niveau d'ouverture des objets, d'augmenter les paramètres en jeu, de laisser des portes ouvertes, etc. pour créer des espaces de surprise et d'appropriation aux usagers<sup>98</sup>. Le travail de Gwenolé Gasnier autour de la porte<sup>99</sup> permet de montrer comment une réflexion sur son potentiel d'activité permet d'aller au-delà d'une démarche qui se serait contenté de constater notre vécu. Il

prend comme point de départ le fait de regarder finement l'expérience affective liée à l'interaction créée ou non autour d'un seuil. La porte « sépare l'intime du collectif » tandis que le judas est un « objet inquiétant »<sup>100</sup>. Gwenolé Gasnier vient prendre suffisamment au sérieux ce constat pour en pousser toutes les conséquences jusqu'au bout. Une porte ouverte est une ouverture sur le monde et une porte fermée, le contraire. Gwenolé Gasnier veut redonner de la visibilité à cet objet frontière et prend ainsi au sérieux le constat de Sabrina, notre utilisatrice interrogée au sujet de la porte, qui rappelle que « C'est la première chose familière qu'on rencontre avant d'accéder à l'appartement. C'est le premier objet visible du chez soi, surtout quand on habite dans un appartement »<sup>101</sup>. Il a identifié pour cela quatre points de contact, quatre accessoires essentiels : Sonnette retard, Avoir à voir, Judas obscura et La porte du Soleil. La « Sonnette retard » vient révéler l'imprévu, « Avoir à voir » l'inquiétant, le « Judas obscura » l'image et « La porte du soleil » le temps. Tout ce travail nourrit une réflexion sur le potentiel d'activités possibles autour de la porte. En effet, les quatre accessoires identifiés ne sont pas de simples ajouts, ils fabriquent un mode de scénographie. Ces greffes visent à transformer « ce mur en une interface plus riche et plus complète »<sup>102</sup>. Au premier abord, on pourrait s'arrêter au scénario associé à chacun de ces accessoires. À y regarder de plus près, on s'aperçoit cependant que ces scénarii ne sont pas posés de façon ferme. Pudiquement, Gwenolé Gasnier écrit « Le scénario est le suivant : »<sup>103</sup> pour dérouler une prose simple. La tonalité poétique vient rythmer les étapes du scénario tout en suggérant notre interaction avec l'objet. Ce scénario n'est pas fermé, à nous de nous l'approprier, de vivre avec notre sensibilité propre. Ce scénario aurait pu être fermé dans la mesure où il vient proposer un enchaînement d'interactions avec l'objet, sa tonalité poétique l'ouvre cependant à notre sensibilité, et donc à nous de nous l'approprier, de le vivre, avec notre vécu intime. Par ces scénarii Gwenolé Gasnier écrit une histoire de l'expérience vécue, cette histoire est anhistorique, suffisamment universelle et suggestive pour en faire l'histoire intime de chacun et de personne tout à la fois. Pour être un objet facilement appropriable, ce scénario doit

<sup>102</sup> *Ibid.*  
<sup>103</sup> *Ibid.*

<sup>96</sup> Jean-Louis Frechin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 216  
<sup>97</sup> Voir l'entretien avec Matthieu Savary le 19/02/21 p. 59 de ce mémoire  
<sup>98</sup> *Ibid.*

s'inscrire dans un espace-temps neutre - en apesanteur - pure potentialité poétique, prêt à être investi par la vie et devenir vécu. L'utilisateur est mis en situation d'activité sans avoir à suivre à la lettre un scénario précadré. Dans « Sonnette retard », Gwenolé Gasnier donne des exemples de visiteurs face à l'absence du visité : le postier, le livreur ou encore le visiteur impromptu. Cette liste de visiteurs éconduits n'est pas exhaustive, c'est une ouverture. On comprend qu'il pourrait également s'agir de la mère ramenant le linge sale du fils prodigue ou encore d'un simple plaisantin de passage. La démarche de Gwenolé Gasnier semble faire écho à l'appel de Jean-Louis Frechin à augmenter les scénarii d'une scénographie. « Nous n'employons pas la figure du scénario qui est un script temporel de description d'un récit, mais celle de la scénographie qui l'élargit d'une dimension spatiale. »<sup>104</sup> Cette approche permet en effet de laisser l'utilisateur déambuler à la façon d'un spectateur d'exposition et de le laisser libre de s'approprier l'expérience proposée. L'utilisateur est ici libre, car le designer lui fait des propositions dont il peut ou pas se saisir et, plus encore, se les approprier à sa façon. La porte de Gwenolé Gasnier en multipliant les ouvertures densifie et augmente la zone d'achoppement, la zone d'appropriation.

Pour respecter la liberté de l'expérience vécue de l'utilisateur, le designer doit rester dans un rôle de proposition pour tenter de faire les projets les plus denses possibles, en laissant à l'utilisateur la liberté de les saisir ou non. Le designer crée des opportunités d'interaction et l'utilisateur reste libre de leur saisie et de son appropriation. Ce constat est également partagé par le designer Olivier Desportes qui porte la conviction que les designers doivent « être force de proposition mais aussi accepter de ne pas tout diriger. [...] La force est dans la liberté mais cette liberté n'est pas simple à gérer »<sup>105</sup>. L'étude des retours utilisateurs<sup>106</sup> frappe dans la convergence des réponses apportées à la question de donner un exemple d'un « objet, service ou application dans lequel il [l'utilisateur] s'est senti particulièrement libre » et un autre exemple « d'un objet, service ou application dans lequel il [l'utilisateur] a noué une relation intime ». Le « sentiment de liberté à un

objet » ne semble pas être rattaché principalement à une multiplicité de fonctionnalités pratiques mais plutôt à la densité de la relation construite, nouée, avec celui-ci. Sabrina donne l'exemple du livre de poche<sup>107</sup> qu'elle emporte avec une négligence d'autant plus jubilatoire que toutes ces marques de détérioration sont autant de marques d'appropriation jusqu'à en érotiser le toucher et sa propre voix. Quant à Matthieu il donne l'exemple de sa planche de *snow*<sup>108</sup> qui a un « pur style » et lui permet de décupler ses sensations dans l'immédiateté de la descente. Amine insiste sur le fait que sa montre<sup>109</sup> est « nulle » mais y est très attaché, car il l'a échangé à son père contre une autre montre et est tout compte fait « très pratique ». La liberté de l'utilisateur dévoile son intimité, car elle est fonction d'une appropriation qui se fait dans la durée, de tous ces achoppements sensibles qui finissent de densifier un réseau de souvenirs associés à l'objet. Respecter le vécu de l'utilisateur, c'est laisser l'utilisateur construire son propre récit de l'objet.

<sup>104</sup> Jean-Louis Frechin, *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019, p. 215

<sup>105</sup> Voir l'entretien avec Olivier Desportes le 24/03/2021 p. 74 de ce mémoire

<sup>106</sup> Voir les entretiens utilisateurs à partir de la p. 75 de ce mémoire

<sup>107</sup> Voir l'entretien utilisateur de la porte p. 87 de ce mémoire

<sup>108</sup> Voir l'entretien utilisateur de la menuiserie collaborative p. 84 de ce mémoire

<sup>109</sup> Voir l'entretien utilisateur de la chambre de bonne parisienne p. 76 de ce mémoire

# Conclusion

La notion d'expérience vécue nous amène à regarder au-delà de l'acte de conception initial pour nous attarder sur ses conditions de réception. Quand il conçoit, le designer ne fait que proposer ; l'expérience n'advient entièrement que quand elle est vécue par un usager. Cette attention pour ses conditions de réception permet de donner véritablement chair à l'usager : celui-ci se saisit de ce qui lui est proposé, interagit avec, pour le réagencer à sa façon. Chaque usager porte une réception singulière et multiplie ainsi les façons de vivre l'expérience proposée. Comment gérer cette liberté ? Le designer se retrouver sur une ligne de crête entre deux postures en apparence antagonistes : celle du *designer stratège* et celle du *designer tacticien*. Le designer stratège verrouillerait au maximum l'espace de réception pour s'en assurer la maîtrise tandis que le designer tacticien le laisserait le plus ouvert possible pour laisser son usager libre. L'injonction à l'expérience sans entrave tourne cependant rapidement en rond ; pour être libre, l'usager a besoin d'un espace de jeu. Impossible d'être rebelle sans règles à contourner ! Sans plaisir de se jouer des règles, l'usager s'ennuierait bien vite. La finesse du designer réside dans sa capacité à avoir une compréhension suffisamment fine de la commande et de son contexte pour pouvoir identifier les préalables à la liberté. Il doit être stratège pour sortir du cadre de jeu tous ces préalables, fermer des portes pour laisser ouvertes celles qui valent la peine d'être explorées. Le designer tacticien peut alors prendre le relai du designer stratège pour construire cette relation riche et dense du jeu avec son usager. Plus que cela, il s'agit pour lui d'investir l'espace de conception à la manière d'un espace de jeu et de multiplier les partenaires de jeu : on ne joue pas qu'avec l'usager mais également de soi-même et du design. L'expérience vécue est une invitation à faire du design une matière organique, pour y injecter ce « supplément d'âme »<sup>110</sup> cher à Jean-Louis Frechin. Face à l'essoufflement du Bauhaus, le design italien des années 60-70 sort d'un design "fonctionnel" pour cesser de se prendre au sérieux et jouer. À sa façon, il opère un retour à une

expérience vécue. Il crée des objets décalés pour surprendre et se laisser surprendre. Il s'agit désormais de s'attacher aux objets, plus que de les juger pratique et bien conçus. L'exposition de 1972 « *Italy, The New Domestic Landscape* » au MoMa New York vient capturer cet élan retrouvé. Cet exemple ne vise pas à ériger le jeu et l'humour comme nouveau standard mais à montrer comment un mouvement s'est attaché à renouveler la pratique du design. Le design italien a su apporter de la surprise dans une pratique qui commençait à s'institutionnaliser et perdre en vitalité. La force d'une proposition se mesure à sa capacité à maintenir le dialogue avec l'usager vif. L'usager est ce récepteur hyper-sensible qui ne demande qu'à interagir et s'attacher aux objets et services proposés, pour cela il lui faut des propositions denses et riches auxquelles s'identifier. Nous renouvelons sans cesse nos façons de nous attacher, de vivre les expériences. Le design doit rester alerte. Laureline Galliot propose des théières imprimées en 3 dimensions dont la forme n'est pas arrêtée lors de la conception. Elle vient rappeler que tout projet de design est organique. Chez Laureline Galliot, aucune théière ne se ressemble et elle-même se laisse surprendre par le sortant de son processus de fabrication. Le résultat est une théière toute en rondeur aux multiples couleurs pastel. Elle élargit l'expérience design pour déplacer l'expérience vécue de sa réception à l'ensemble du processus créatif et de fabrication amont. Son exploration des nouvelles possibilités techniques (impression 3D, polymères, etc.) ouvre sur des interactions nouvelles et permet ainsi de relancer le dialogue entre le designer et son usager. L'usager ne vit pas seulement la proposition mais également tout le processus amont, faisant du design une matière organique. Le retour à l'expérience vécue de Laureline Galliot est une invitation à arrêter de figer un espace propositionnel pour le rendre lui-même organique. Sur quelles façons de vivre l'expérience design cette nouvelle-donne ouvre-t-elle ?

## Du design italien à la théière de Laureline Galliot



Affiche pour l'exposition « Italy: The New Domestic Landscape », © MoMA, 1972



Illustrations du processus de conception et fabrication, © Laureline Galliot, 2015



JUG, © Laureline Galliot, 2015

Teapot, © Laureline Galliot, 2015



**Annex**



<b>Glossaire</b>	<b>p. 39</b>
<b>Bibliographie et iconographie</b>	<b>p. 40</b>
Bibliographie	p. 40
Iconographie	p. 42
<b>Analyses d'objets et projets design</b>	<b>p. 43</b>
« La menuiserie collaborative » par Étrange Ordinaire	p. 43
« À travers la porte » de Gwenolé Gasnier	p. 45
« Alphabet » de Pernelle Poyet	p. 47
« Dirti » par User Studio	p. 49
« Kandu » par Meaningful Design et Elium Studio	p. 51
« AnDi » par idsl	p. 55
« Chambre à la Villa Noailles » de David Dubois	p. 57
<b>Entretiens avec des professionnels</b>	<b>p. 59</b>
Entretien avec Matthieu Savary (User Studio)	p. 59
Entretien avec Jean-Christophe Paris (Akiani)	p. 61
Entretien avec Olivier Desportes (Studio Olivier Desportes)	p. 74
<b>Entretiens avec des utilisateurs</b>	<b>p. 75</b>
Entretien avec un jeune professionnel	p. 75
Entretien avec un étudiant en chambre de bonne	p. 78
Entretien avec un un facilitateur certifié en méthode Lego Serious Play	p. 81
Entretien avec un usager d'une menuiserie collaborative	p. 84
Entretien avec une utilisatrice de porte	p. 87

# Glossaire

*Ce glossaire ne vise pas à définir la notion d'expérience, débattue tout le long du mémoire, mais de préciser et mettre en ordre toutes ces notions annexes à l'expérience indispensable pour mieux saisir les enjeux liés au design d'expérience.*

**Expérience vécue** : Rencontre entre une expérience proposée -notamment mais pas seulement par un designer- et un expérienceur.

**Expérience initiale** : Expérience vécue d'une situation nominale avant l'intervention du designer. Elle forme le terrain d'enquête du designer, duquel il va tirer ses intuitions en vue de la formalisation de son expérience proposée.

**Expérience proposée** : Expérience conçue par un designer, telle que pensée avant qu'elle ne soit vécue par un expérienceur.

**Matière expérience** : Ensemble des dimensions et composantes sur lesquelles le designer d'expérience va chercher à influencer pour influencer sur l'expérience vécue de l'expérienceur au travers de son expérience proposée.

**Design d'expérience** : Pratique du design qui s'attache à mettre explicitement en forme la dimension expérientielle d'un objet ou d'un service.

**Expérience design** : Expérience que fait tout expérienceur d'un produit ou service, que la dimension expérientielle de l'objet ait été explicitement pensée en amont ou non.

**Usager** : Public cible pour laquelle un produit ou un service a été conçu, il interagit avec le produit ou service.

**Expérienceur** : Usager à qui est adressé l'expérience proposée et qui par son activité la transforme en expérience vécue.

**Intimité de l'expérience** : Part subjective irréductible et incommunicable "tel quel" de l'expérience liée à chaque expérienceur.

**Designer stratégique** : Posture du designer qui cherche à verrouiller au maximum le champ propositionnel fait son usager afin de chercher à maîtriser le plus que possible l'expérience vécue de celui-ci.

**Designer tacticien** : Posture du designer qui cherche ouvrir au maximum le champ propositionnel fait à son usager afin d'encourager le plus que possible l'activité et la liberté de son expérience vécue.

# Bibliographie

## Livres

- Collectif : *Dictionnaire Larousse 2019*, Larousse, 2019
- BACHELARD Gaston : *Poétique de l'Espace*, 1957, PUF, 2020
- BECKETT Samuel : *Malone Dies*, 1951, Faber & Faber, 2010
- BERGER John : *Voir le voir*, 1974, Éditions B42, 2014
- BERGSON Henri : *Essai sur les données immédiates de la conscience*, 1889, PUF, 2013
- BÖHLE & MILKAU, Fritz & Brigit : *De la manivelle à l'écran*, Ed. Eyrolles, Paris, 1998
- BON François : *Autobiographie des objets*, Seuil, 2012
- CHAUVIER Éric : *Anthropologie de l'ordinaire*, Anacharsis, 2011
- DE CERTEAU Michel : *L'invention du quotidien I*, 1980, Folio Essais, 1990
- DUBOIS David : *Une chambre à la villa Noailles*, Édition Bernard Chauveau, Couleurs Contemporaines, 2008
- FRECHIN, Jean-Louis : *Le design des choses à l'heure du numérique*, Paris, Fyp, 2019
- GARFINKEL Harold : *Recherches en ethnométhodologie*, 1967, PUF, 2007
- HATCHUEL Géraldine : *Le design d'expérience : Scénariser pour innover*, Fyp, 2018
- HEIDEGGER Martin : *Être et temps*, 1927, Gallimard, 1986
- HEIDEGGER Martin : *La doctrine de Platon sur la vérité*, 1942, Gallimard, 1968
- HENRY Michel : *La Barbarie*, 1987, PUF, 2014
- HUSSERL Edmond : *Méditations cartésiennes*, 1931, Paris, J. VRIN, 1992
- HUYGHE Pierre-Damien : *[à quoi tient le design] société, services, utilités*, De l'incidence, 2018
- MORIN Edgar, *Introduction à la pensée complexe*, 1990, Points, 2014
- RIFKIN Jeremy : *L'âge de l'accès*, Éditions La Découverte, 2005
- SUDJIC Deyan, *Le langage des objets*, Pyramyd, 2012
- WENDEL Thomas : *Dasein for Design*, Thomas Wendel, 2015
- WINNICOTT Donald : *Jeu et réalité*, Folio Essais, 1975

## Revues

- CHAHUNEAU Louis : « L'amour sous algorithme, comment Tinder manipule nos rencontres », Le Point, le 22/03/2019
- NAGEL Thomas : « *What is it like to be a bat* », *The Philosophical Review*, 1974
- ROLO Duarte : « Penser la servitude volontaire à l'aide de la théorie du corps, contribution de la psychodynamique du travail », *Champs Psy*, n. 65, 2014

## Sites Internet

- <https://www.adobe.com>
- <https://www.amazon.fr>
- <https://www.arlo.com/fr>
- <https://www.atelier-des-bricoleurs.net>
- <http://www.davidduboisproduct.fr>
- <http://etrangeordinaire.fr>
- <http://www.gwenolegasnier.fr>
- <https://www.interaction-design.org>
- <https://www.lego.com>

- <https://www.linkedin.com>
- <https://www.meaningful.fr>
- <https://medium.com>
- <https://www.paris-art.com>
- <https://pernellepoyet.fr>
- <https://www.ux-republic.com>
- <https://fr.wikipedia.org>

# Iconographie

## Photos

- © David Dubois Design : Bag Chair (2007, p. 8), Chambre « 3 » à la villa Noailles (2007, p. 20), Gel douche avec fixation ventouse (2007, p. 20), Bureau suspendu (2007, p. 20), Basket portemanteau (2007, p. 20), Table de chevet (2007, p. 20), Étagère suspendue (2007, p. 20), Bougeoir adhésif (2007, p. 20)
- © Laureline Galliot : JUG (2015, p. 36), Teapot (2015, p. 36), Illustrations du processus de création et de fabrication (2015, p. 36)
- © Gwenolé Gasnier : Travail exploratoire autour de la porte (2017, p. 32), Sonnette retard (2017, p. 32), Avoir à voir (2017, p. 32), Judas Obscura (2017, p. 32), La porte du soleil (2017, p. 32)
- © Lego : Starter Kit (date inconnue, p. 23), Connection Kit (date inconnue, p. 23), Identity and Landscape Kit (date inconnue, p. 23), Utilisation du Lego Serious Play dans une situation de facilitation (date inconnue, p. 23)
- © Meaningful Design : Pose nouvel enviro de travail (2016, p. 18), Boitier Kandu (2016, p. 18), Un usager face à l'interface Kandu (2016, p. 18), Une capture d'écran de la retranscription d'un élément de diagnostic (2016, p. 18)
- © Pernelle Poyet : Vue latérale sur Alphabet (2015, p. 23), Vue aérienne sur Alphabet (2015, p. 23)

## Tableaux et affiches

- © Kate Rothko Prizel : Sans titre (jaune sur violet) (1956, p. 2)
- © MoMA : Affiche pour l'exposition « Italy: The New Domestic Landscape » (1972, p. 36)
- © Succession Yves Klein : Monochrome bleu sans titre (1959, couverture)

## Schémas et représentations

- © David Aznar-Schwarz : Cartographie simplifiée du déplacement définitionnel du concept d'expérience au travers d'une sélection de disciplines (2021, p. 10), Représentation des interactions entre un sujet et le monde (2021, p. 11), Représentation des choix en matière de design et des dimensions sous-jacentes en jeu (2021, p. 14), Représentation de l'activité subjectivante sur l'expérience (2021, p. 17)
- © Étrange Ordinaire : 10 principes pour la scénographie (2017, p. 30), Plan d'usage Vue 2 Isométrie & zoom (2017, p. 30), Plan d'usage Vue 1 Zooning (2017, p. 30)
- © Meaningful Design : Experience Map du service Kandu (2016, p. 18)
- © UX Republic : Sarah's Broadband Provider Journey (date inconnue, p. 22), Exploratorium Visitor Experience Map (date inconnue, p. 22), Service Blueprint for Seeing Tomorrow's Services Panel (date inconnue, p. 22)

# « La menuiserie collaborative » par Étrange ordinaire

*La méthodologie d'analyse des objets et projets design suit une logique en quatre parties : exposition de la problématique, comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet, les résolutions techniques et analyse à l'aune de l'expérience. Ce travail est une première ébauche d'analyse qui a pu évoluer lors de son intégration et développement au sein du mémoire*

**Problématique** : Le projet de menuiserie collaborative est accompagné par l'incubateur d'innovation sociale et environnementale Alter'incub depuis 2016. Après une phase d'étude marché pour valider la demande et le positionnement marché du concept, les porteurs du projet sont entrés dans une phase de conception, soutenue par l'agence de design spécialisée en innovation sociale étrange ordinaire. Cette agence a été retenue pour sa capacité à déployer une démarche participative en ligne avec l'identité collaborative de la menuiserie souhaitée pour imaginer l'agencement des futurs 700m<sup>2</sup>. Les designers ont été chargés d'imaginer un lieu au service de l'expérience collaborative de ses usagers dont la démarche de conception devait elle-même refléter l'expérience à venir de ce lieu.

**Comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet** : L'équipe de designer a proposé des cycles de co-imagination et co-production autour de trois axes de travail : l'identité esthétique et poétique idéale pour le lieu, le plan d'usage comprenant les zones, les activités et les services à intégrer à l'espace, et l'agencement global du lieu et du fonctionnement entre les zones et les services associés. Ces ateliers collaboratifs incluaient des bénévoles et futurs usagers des lieux et ont alimenté les différents supports de l'identité du lieu (logo, affiche, flyer, signalétique, décoration intérieure et extérieure, etc.), de construire l'agencement final de l'espace (plan de l'espace, cahier de préconisations sur les travaux à

faire, modélisation de l'espace et du mobilier que l'on pourra y trouver) et d'enrichir certains services et sous-services de la MCO. Les sortants de ce travail « en chambre » des designers s'est matérialisé par la finalisation de « packages créatifs » c'est-à-dire que les designers n'ont pas proposé un design complet et fini mais un ensemble de croquis et 3D ainsi que des images de mobiliers existants sélectionnées. Lors de la phase de construction, les designers ont été aux côtés des bénévoles et futurs usagers des lieux pour qu'ils puissent construire eux-mêmes leur menuiserie collaborative et s'approprier les propositions faites par les designers en amont.

**Les résolutions techniques** : La résolution technique frappe par deux aspects majeurs. Premièrement, les designers au travers des cycles de co-construction cherchent sans arrêt l'alignement des futurs usagers autour d'une vision commune, que celle-ci soit en termes d'usages ou d'identité poétique. On peut le constater par les noms donnés aux différentes phases d'ateliers collaboratifs : « Débat mouvant : identifier les controverses », « Planche tendance : construire un univers visuel argumenté » ou encore « Débat "boule de neige" : vers une définition commune de la MCO ». Par la suite l'équipe de designers va sans cesse revenir à cette intention initiale pour nourrir son travail de synthèse créative. Les designers ne prennent la relève des futurs usagers que lorsqu'ils butent aux limites de capacité de formalisation de ceux-ci mais toujours sous forme de propositions ouvertes que les participants pourront s'approprier. L'activité de l'utilisateur est privilégiée jusque dans le process amont de création, avant même la mise en service de l'équipement. Les livrables des designers sont ainsi des « packages créatifs » ou encore « 10 principes pour la scénographie ». N'est-ce pas cette appropriation amont qui conditionne toute l'appropriation des lieux par les usagers par la suite ?

**Analyse à l'aune de ma problématique sur l'expérience** :

- La démarche de conception de ce lieu est une expérience de création, illustrant les valeurs et

- principes du DIY (*Do It Yourself*) que le lieu va incarner. Dans le travail sur l'expérience, le processus de création doit incarner, être nourri, des intentions de l'expérience que l'on veut proposer par la suite. Travailler sur l'expérience, vouloir informer une expérience, nécessite une authenticité dans la démarche qui se reflète dans l'expérience de conception qui précède l'expérience utilisateur. Pierre-Damien Huyghe parle du design comme d'une expérience au sens d'un cheminement et replace de ce fait l'expérience non au niveau de l'utilisateur qui recevrait une expérience conçue pour lui mais bien en amont au niveau du processus de conception même.
- La démarche de ce projet attache une attention particulière à l'identité esthétique et poétique du lieu. Il ne s'agit là pas d'une coquetterie du designer, d'une simple « passe graphique ». Cette identité esthétique et poétique est l'incarnation la plus tangible, la plus essentielle, de l'expérience intime, réflexive, que l'on souhaite vivre à l'utilisateur au sein de la menuiserie collaborative. Les dix principes pour la scénographie s'articulent autour de trois principes clés : l'Homme est contraint par la nature, l'Homme observe la nature et ses changements et l'Homme façonne la nature. Ces principes sont en accord avec toute l'expérience de la menuiserie, de surcroît collaborative, remis au goût du jour à l'aune du DIY. L'esthétique est l'âme de l'expérience que l'on souhaite vivre.

#### Documentation liée :

[-http://etrangeordinaire.fr/nos-projets/la-menuiserie-collaborative/](http://etrangeordinaire.fr/nos-projets/la-menuiserie-collaborative/)

[-http://menuiserieco.fr/les-clubs-diy/](http://menuiserieco.fr/les-clubs-diy/)

[-https://terredavance.com/ouverture-menuiserie-collaborative/](https://terredavance.com/ouverture-menuiserie-collaborative/)

[-https://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/herault/montpellier/menuiserie-ouverte-tous-fabriquer-soi-meme-ses-cadeaux-noel-montpellier-1593437.html](https://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/herault/montpellier/menuiserie-ouverte-tous-fabriquer-soi-meme-ses-cadeaux-noel-montpellier-1593437.html)

[-https://heraultjuridique.com/entreprises/innovation/la-menuiserie-collaborative-de-montpellier-fete-ses-1-an-jeudi-15-novembre/](https://heraultjuridique.com/entreprises/innovation/la-menuiserie-collaborative-de-montpellier-fete-ses-1-an-jeudi-15-novembre/)

# « À travers la porte » de Gwenolé Gasnier

*La méthodologie d'analyse des objets et projets design suit une logique en quatre parties : exposition de la problématique, comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet, les résolutions techniques et analyse à l'aune de l'expérience. Ce travail est une première ébauche d'analyse qui a pu évoluer lors de son intégration et développement au sein du mémoire*

**Problématique :** Dans le cadre de son projet de fin d'étude Gwenolé Gasnier interroge la porte, il fait volontairement le choix de s'arrêter sur cet objet anodin à l'omniprésence telle, que sa présence devient invisible. Et pourtant la porte omniprésente structure nos quotidiens, notre rapport au monde, car une porte ouverte est une ouverture sur le monde et une porte fermée est une fermeture sur le monde. Gwenolé Gasnier veut redonner de la visibilité à la porte pour interroger comment elle structure l'intimité de notre rapport au monde et réinventer l'expérience de la porte à l'aune de ces enseignements.

**Comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet :** Gwenolé Gasnier prend comme point de départ de prendre au sérieux l'expérience affective d'une porte. Du judas « Avoir à voir », il écrit « Le judas est un objet inquiétant ». Le constat est posé et mérite d'être posé, car souvent nous passons à côté de ce constat anodin et qui pourtant est le premier point de contact de l'expérience du judas. Gwenolé Gasnier vient prendre suffisamment au sérieux ce constat affectif pour en pousser toutes les conséquences jusqu'au bout. Ces conséquences, en dessinant un rapport au monde de l'utilisateur, laissent entrevoir des enjeux éthiques et politiques.

**Les résolutions techniques :** La résolution technique de cette problématique passe par une succession de scénarii pour un ensemble de 4 accessoires de porte : Sonnette retard, Avoir à voir, Judas obscura et La porte du Soleil. Ces

accessoires sont 4 points de contact déterminants de l'expérience sur lesquelles Gwenolé Gasnier décide de s'arrêter. Le travail sur l'expérience demande à s'arrêter sur ces objets, détails, considérés comme les plus révélateurs de l'expérience que l'on souhaite faire vivre. Ils contiennent en eux toute l'essence de l'expérience à faire vivre. Leur esthétique et l'univers poétique auquel ils ouvrent sont l'intention de l'expérience renouvelée de la porte que Gwenolé Gasnier souhaite nous faire vivre. La « Sonnette retard » vient révéler l'imprévu, « Avoir à voir » l'inquiétant, le « Judas obscura » l'image et « La porte du soleil » le temps. Les scénarii eux-mêmes ne sont pas posés de manière ferme. Pudiquement, Gwenolé Gasnier écrit « Le scénario est le suivant : » pour dérouler une prose simple. La tonalité poétique vient rythmer les étapes du scénario tout en suggérant notre interaction avec l'objet. Ce scénario n'est pas fermé, à nous de nous l'approprier, de vivre avec notre sensibilité propre. Ce scénario aurait pu être fermé dans la mesure où il vient proposer un enchaînement d'interactions avec l'objet, sa tonalité poétique l'ouvre cependant à notre sensibilité et donc à nous de nous l'approprier, de le vivre, avec notre vécu intime. Par ces scénarii Gwenolé Gasnier écrit une histoire de l'expérience vécue, cette histoire est anhistorique, suffisamment universelle et suggestive pour en faire l'histoire intime de chacun et personne tout à la fois. Pour être un objet appropriable par chacun, ce scénario doit s'inscrire dans un espace-temps neutre -en apesanteur- pure potentialité poétique prêt à être investi par la vie et devenir vécu.

## **Analyse à l'aune de ma problématique sur l'expérience :**

- En interrogeant l'intimité de l'expérience de chacun de ces objets, en ne voyant pas que le côté fonctionnel, mais les conséquences sur tout l'écosystème d'utilisateurs autour de la porte, la prise au sérieux l'expérience permet de révéler la complexité des relations entre les utilisateurs et notamment de mettre en exergue le vécu du visiteur auparavant occulté par celui du visité. Un raisonnement en termes d'expérience client aurait resserré la



- problématique autour du seul visité, qui *in fine* est le seul "client" de la porte.
- L'intimité de notre rapport à la porte et sa prise en compte ouvre la dimension politique de la porte, du type de société que l'on souhaite. Le judas questionne la confiance de la société. Prendre au sérieux l'expérience du judas, c'est accepter que ce ressenti inquiétant de cet objet est révélateur d'une société de la défiance sur laquelle nous peinons à poser des mots. Notre rapport intime aux objets révèle notre place dans la société et notre pouvoir d'agir face à cela. Consciente de la dimension politique du judas, Gwenolé Gasnier peut formuler une proposition dans laquelle le rapport de force entre visiteur et visité est inversé, laissant au visiteur un agir sur le moment et la façon dont il sera vu par le visité.
  - Gwenolé Gasnier conçoit des expériences où l'utilisateur est mis en situation d'activité sans avoir à suivre à la lettre un scénario précadré. Dans « Sonnette retard », Gwenolé Gasnier donne des exemples de visiteurs face à l'absence du visité : le postier, le livreur ou encore le visiteur impromptu. Cette liste de visiteurs éconduits n'est pas exhaustive, c'est une ouverture. On comprend qu'il pourrait également s'agir de la mère ramenant le linge sale du fils prodigue ou encore d'un simple plaisantin de passage. L'usage est infini, car recomposé sans limite par l'activité de son usager au gré de la situation d'usage dans laquelle il est plongé.

#### Documentation liée :

[-http://www.gwenolegasnier.fr/designindustriel/portes/](http://www.gwenolegasnier.fr/designindustriel/portes/)

# « Alphabet » de Pernelle Poyet

*La méthodologie d'analyse des objets et projets design suit une logique en quatre parties : exposition de la problématique, comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet, les résolutions techniques et analyse à l'aune de l'expérience. Ce travail est une première ébauche d'analyse qui a pu évoluer lors de son intégration et développement au sein du mémoire*

**Problématique** : Pernelle Poyet cherche à concevoir un registre formel qui soit un outil de prototypage pour de petits objets, du mobilier ou de la mise en espace.

**Comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet** : La création d'un registre formel passe par une interrogation autour du langage et notamment sa capacité à être un système cohérent et limité et pour autant être investi comme support d'expression libre et infini par son utilisateur. Il s'agit de transposer ce système, cette grammaire, en trois dimensions. Ce travail de transposition a nécessité une réflexion sur l'expérience sensible des objets afin d'augmenter, de démultiplier, le potentiel imaginaire associé. La surface expérientielle offerte doit être la plus dense possible afin de multiplier les points d'achoppement avec la subjectivité de son usager et créer autant de surfaces de projection de celui-ci dessus. C'est la condition de son investissement subjectif de ces objets. Seul ainsi peut-il faire ce travail de recomposition, de réagencement, d'un espace limité, en quelque chose de nouveau, quelque chose qui lui est propre. On note ainsi l'attention de Pernelle Poyet aux matériaux utilisés, aux textures, aux formes géométriques simples et aux jeux de lumières et aux points de vue qui permettent de suggérer sans expliciter et ainsi de fonder un vocabulaire esthétique que chacun pourra réagencer à sa façon.

**Les résolutions techniques** : Quatre-vingt-douze formes de hêtre composent un système cohérent et

ouvert. Ce sont des formes géométriques simples inspirées d'un classicisme grec comme pour proposer une grammaire esthétique atemporelle que chacun puisse charger avec ses imaginaires et récits. Les formes sont rainurées et vernies pour permettre à un jeu de lumière de donner une texture différente selon le point de vue et ainsi de densifier l'expérience sensible de ces objets. Ces quatre-vingt-douze formes sont disposées sur un quadrillage orthonormé comme pour délimiter l'espace de jeu.

**Analyse à l'aune de ma problématique sur l'expérience** :

- Pernelle Poyet propose un espace de jeu limité, clairement délimité par un quadrillage orthonormé et un répertoire limité de quatre-vingt-douze formes. Le cadre de l'expérience de l'utilisateur est donc posé de façon figée, à la façon de l'expérience de la langue dont les règles de jeu sont également cadrées par les règles de grammaire. Le scénario de l'expérience n'est cependant pas écrit d'avance. Disposées sur le quadrillage orthonormé, les quatre-vingt-douze formes ne veulent rien dire. C'est à l'utilisateur d'écrire son scénario, de se confronter avec cet espace de jeu pour faire surgir son récit. Cet espace de jeu est un pur potentiel narratif, vide avant l'arrivée de l'utilisateur et en même temps plein de son potentiel narratif. Il est nécessaire que l'utilisateur se plonge dans ce terrain de jeu pour qu'un scénario émerge et qu'il donne du signifiant. Le scénario de ce dispositif ne prend naissance qu'au travers de l'activité de l'utilisateur.
- Le quadrillage orthonormé apparaît comme la scène sur laquelle un récit va se jouer, grâce à l'agencement de quatre-vingt-douze formes. Pernelle Poyet ne propose que des éléments de décors, aux formes géométriques suffisamment simples pour rester atemporelles. Elle nous propose un début de scénographie, à nous de préciser cette scénographie jusqu'à faire émerger un scénario. Pernelle Poyet a la sagesse de s'arrêter à un rôle de scénographe, car elle sait que débiter l'écriture du scénario c'est déjà empiéter sur l'histoire que l'utilisateur

voudra raconter et donc s'immiscer dans son expérience. Elle sait poser une limite entre son travail de conception et l'empiètement sur la liberté de l'utilisateur qui fait l'expérience de sa proposition. Son champ propositionnel doit être suffisamment indéterminé pour qu'il puisse être réajusté par l'utilisateur.

- La densification de l'expérience ne passe pas par la précision d'un scénario d'usage. Elle comprend que proposer une expérience riche ce n'est pas dessiner un arbre de possibilités dans lequel anticiper toutes les réactions de l'utilisateur et associer des réponses cadrées à chacune. Densifier une expérience c'est multiplier les points d'achoppement sensibles comme jouer avec les textures, les jeux de lumière, les motifs ou encore les points de vue. C'est chercher à influencer sur les qualités sensibles de l'objet et non lui assigner une histoire figée. Les qualités sensibles de l'objet sont la surface de contact proposée à l'utilisateur, de sa richesse dépend la façon dont l'utilisateur va investir subjectivement cet objet.

#### **Documentation liée :**

[-https://pernellepoyet.fr/](https://pernellepoyet.fr/)

[-https://ymlp.com/zANALc](https://ymlp.com/zANALc)

# « Dirti » par User Studio

*La méthodologie d'analyse des objets et projets design suit une logique en quatre parties : exposition de la problématique, comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet, les résolutions techniques et analyse à l'aune de l'expérience. Ce travail est une première ébauche d'analyse qui a pu évoluer lors de son intégration et développement au sein du mémoire*

**Problématique :** Problématique : User Studio est une agence de design de service et a souhaité mettre son expertise au service d'un projet de design expérimental pour venir interroger l'évidence de l'expérience des interfaces graphiques. Le fait que User Studio soit une agence de design de services et non d'interfaces digitales leur permet de poser un regard renouvelé sur le design d'interface et sortir des normes des standards marchés UX et UI. Il s'agit notamment de partir du constat que toutes les interfaces se ressemblent désormais et, limitées au digital, elles peinent à être tangible.

**Comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet :** User Studio a fait le choix dès le début de limiter la cible de son produit aux enfants, qui ont été sélectionnés pour leur spontanéité et candeur et donc leur capacité à mettre à l'épreuve une interface simple et intuitive. Les enfants ne sont pas les héritiers de dizaines d'années de tâtonnements en interfaces digitales qui ont fini d'éduquer l'utilisateur final et ainsi d'ancrer ses repères actuels. La réaction d'un enfant est la meilleure mesure de la pertinence des choix de conception. Il s'amuse et passe du temps avec l'interface ou ne s'amuse pas et se détourne de celle-ci. Sa réaction est inscrite au sein d'une démarche itérative, dans laquelle on revient sans cesse aux réactions de celui-ci pour valider ou non des hypothèses et s'assurer de la fluidité des interfaces proposées. L'enfant, par son incessante naïveté, est le garant de la direction exploratoire de la démarche et assure de ne jamais perdre de vue la question initialement posée : « Qu'est-ce que

l'expérience d'une interface ? Comment la poser à nouveau ? Comment proposer une interface tangible ? ». Pour aller chercher une interface « rebelle » et déconstruire les codes de l'interface, quoi de mieux qu'un enfant terrible qui ne cherche qu'à s'amuser sans égard pour les conventions. L'expérience du monde que fait un enfant ne peut se limiter à des interfaces graphiques plaquées sur un écran où sa seule interaction consiste à appuyer sur un bouton à l'aide de ses mains. Il est en plein éveil, il veut découvrir le monde, en découvrant avec le monde. L'enfant veut un terrain de jeu, un bac à sable dans lequel interagir dans un tumulte sauvage. C'est ce besoin de sollicitation dans le rapport au monde de l'enfant que les designers de User Studio sont allés chercher pour densifier l'expérience que nous faisons des interfaces. L'enfant a besoin que tous ses sens soient sollicités dans sa découverte du monde. Les designers ont ainsi conçu une interface qui permet de répondre à ce besoin de brouet en sollicitant de tous les côtés le toucher, la vue et l'ouïe au travers d'une interface sale où l'enfant pourra créer son propre désordre et faire l'expérience de son action sur le monde. Le résultat de cette démarche exploratoire aux côtés des enfants, par la densification de l'expérience proposée, permet d'ouvrir le champ des expériences en interface. En effet, l'interface ainsi conçue ne se limite pas à être un bac à sable pour enfants mais ouvre la voie à des nouvelles interfaces homme-machine qui permettent de repenser les interfaces avec par exemple les outils de conception 3D ou encore les outils de conception acoustique.

**Les résolutions techniques :** User Studio propose une interface homme-machine composée d'un grand bac rempli d'une substance semi-transparente (tapioca, riz, plumes, etc.). Cette substance doit pouvoir laisser passer la lumière pour qu'une caméra puisse scruter et restituer la densité, la quantité de mouvement et la forme des matériaux du bac. Une API permet de transmettre cette information à un ordinateur ou une tablette tactile pour interprétation par un logiciel consommateur. Le logiciel consommateur peut être par exemple un outil de conception acoustique. Dans le cadre du projet DIRTI, une première collaboration avait été faite avec l'IRCAM et le

designer sonore Roland Cahen pour restituer le mouvement des mains dans la matière contenue dans le bac en son.

[-https://user.digital/log/tapioca-toys-at-ircam-studio-5-en-direct/](https://user.digital/log/tapioca-toys-at-ircam-studio-5-en-direct/)

### **Analyse à l'aune de ma problématique sur l'expérience :**

- Le fait de devoir passer par les enfants pour déconstruire notre rapport aux interfaces n'est pas anodin. Il montre bien qu'à être immergé dans notre expérience quotidienne nous ne prenons plus la peine de réinterroger les expériences que nous faisons. Les interfaces digitales sont désormais ancrées dans notre rapport au monde et nous servent de repères. Elles ne sont plus conscientisées. Cela met en perspective le développement de l'UX et UI qui s'est fait lentement jusqu'à proposer ces interfaces digitales "évidentes". Elles sont le fruit de 20 ans de rétroactions et de pédagogie active vis-à-vis de l'utilisateur final pour le faire monter en maturité dans sa façon d'utiliser les interfaces.
- DIRTI est une interface sale par les mains. Elle utilise l'expérience du jeu des enfants pour explorer une expérience du monde primaire/primitive, celle d'un enfant qui en découde avec le monde pour l'explorer. Pour cela, il a besoin de la toucher, de la sentir de la façon la plus tangible possible. L'enfant est plongé dans le monde, il a besoin de se sentir en contact avec lui et surtout que ses actions ont un effet sur celui-ci. L'enfant construit son rapport à l'objet. Prendre cette expérience infantile pour point de départ permet de faire ressortir que faire une expérience, c'est avant tout être plongé dans une situation d'interaction. Dans toute expérience, l'utilisateur est plongé dedans et doit donc interagir dans l'expérience. Cette expérience est activité. UX et UI se confondent pour donner l'UA !

### **Documentation liée :**

[-http://www.userstudio.fr/projets/dirti-for-ipad/](http://www.userstudio.fr/projets/dirti-for-ipad/)

[-https://www.smallab.org/dirti/](https://www.smallab.org/dirti/)

[-https://www.smallab.org/sp-content/files/14/file59b92240e3bf9.pdf](https://www.smallab.org/sp-content/files/14/file59b92240e3bf9.pdf)

# « Kandu » par Meaningful Design et Elium Studio

*La méthodologie d'analyse des objets et projets design suit une logique en quatre parties : exposition de la problématique, comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet, les résolutions techniques et analyse à l'aune de l'expérience. Ce travail est une première ébauche d'analyse qui a pu évoluer lors de son intégration et développement au sein du mémoire*

**Problématique :** Saint Gobain souhaite tirer parti de sa double expertise en architecture d'intérieur et soin des bâtiments pour développer une nouvelle activité autour du bien-être au travail. Il s'agit d'adresser le marché "diffus" des petits espaces. Acteur majeur du B2B, cette nouvelle activité doit être un moyen pour Saint Gobain de pouvoir se rapprocher de ses clients finaux. Meaningful Design a été chargé de répondre à cette commande volontairement floue qui mêle émergence de nouveaux business modèles et exploration de nouvelles situations d'usage. L'enjeu stratégique pour Saint Gobain est d'être en capacité de s'inscrire pleinement dans l'économie des services et du numérique via une approche entrepreneuriale qui doit aboutir sur le lancement d'une start-up (avec la création d'une spin-off) au sein d'un grand groupe.

**Comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet :** Le lancement de Kandu s'est appuyé sur une solide phase exploratoire lors de laquelle 3 dimensions ont été investiguées : une dimension anthropologique au travers de la rencontre des occupants et gestionnaires d'espaces tertiaires, une dimension technologique au travers de l'étude des possibilités techniques de mesure et d'amélioration de la qualité de l'air, l'acoustique, la luminosité etc. et une dimension business au travers de l'analyse de business modèles innovants. Cette phase exploratoire a permis de faire émerger une vingtaine de concepts innovants. Une session collaborative réunissant une trentaine

d'experts de Saint Gobain a permis d'approfondir ces concepts et d'en retenir un : Kandu. Il s'agit d'un boîtier de mesure connecté qui doit permettre d'établir un diagnostic bien-être au travail d'un espace et de pousser des prescriptions d'aménagement à partir de ce diagnostic. Les designers de Meaningful Design se concentreront désormais sur le développement et la consolidation de ce concept afin de faire émerger une vision suffisamment mature du service pour être lancée dans le cadre d'une start-up *ad hoc*. Pour cela, Meaningful imagine l'ensemble de l'expérience digitale et numérique de la « Découverte du service » à la « Post-installation » en passant par le « Diagnostic », l'« Identification du problème & prescription » et la « Mise en œuvre ». Cette expérience est retranscrite au moyen d'une expérience map qui identifie l'ensemble des points de contact du parcours client. Il s'agit de détailler l'ensemble des interactions de l'utilisateur avec le service. Ces points de contact (site web, compte client web et mobile et produit) ont tous été prototypés pour récupérer des retours utilisateurs et les préciser en conséquence. Le point de contact avec le produit a fait l'objet d'une collaboration avec l'agence de design de produit Elium Studio.

**Les résolutions techniques :** Kandu est un boîtier connecté à poser dans l'espace de travail à analyser et est associé à un site web permettant de restituer le diagnostic et de faire des prescriptions d'aménagement. Une attention particulière a été attachée à l'identité de marque Kandu avec une gamme de couleurs calmes et lumineuses représentant le confort pour véhiculer à la fois le bien-être et l'expertise. Le boîtier est un cylindre octogonique peint d'un vert turquoise métallique mat découpé de fentes. Posé dans l'espace de travail, ce seul point de contact physique de l'expérience Kandu encapsule toute la promesse à venir du service : celle d'un espace de travail source de sérénité et de productivité. Sa texture mate lui donne un toucher doux et calme et sa couleur turquoise est source d'apaisement visuel. Les caractéristiques physiques de cet objet portent la promesse de confort. Ce boîtier est à restituer dans la phase de diagnostic, phase lors de laquelle la promesse n'a pas encore été délivrée. Il faut cependant faire sentir à l'utilisateur qu'il est

entre de bonnes mains et que cette phase de diagnostic va aboutir à un ensemble de prescriptions qui, appliquées, permettront de travailler dans un espace plus serein et productif. L'esthétique physique du boîtier ouvre sur un imaginaire de calme et de sérénité. Cet élément physique permet de rendre toute l'expérience plus tangible. Le fait que le boîtier soit posé dans l'espace en fait le meilleur représentant des changements à venir auprès des salariés. Les salariés sont notifiés que leur espace de travail va changer, pour quelque chose de meilleur. Le diagnostic porte sur les dimensions de confort suivantes : acoustique, luminosité, humidité, qualité de l'air, température et agencement de l'espace. Une application permet de restituer les préconisations sur la base de ce diagnostic. Le diagnostic vient nourrir toute la suite de l'expérience utilisateur avec un accent mis sur la relation client. Une application restitue les préconisations. Toute la suite du parcours client est construite en fonction du besoin de personnalisation de l'utilisateur. Il peut soit s'orienter vers des solutions standards en fonction de préconisations de l'algorithme de l'application avec des solutions DIY ou des solutions sur mesure avec l'aide d'un conseiller et l'intervention d'un professionnel sur place.

### **Analyse à l'aune de ma problématique sur l'expérience :**

- L'importance accordée au point de contact physique montre que le design d'une expérience, immatérielle par excellence, a besoin de passer par des éléments très tangibles pour être pris au sérieux, être réel. Kandu aurait pu se contenter d'une application mobile dans laquelle l'utilisateur aurait renseigné quelques caractéristiques de l'espace de travail à remodeler avec des commerciaux qui auraient pris le relai en réaction à ces renseignements glanés. De la même façon, le boîtier Kandu aurait pu être plus discret et se matérialiser par un simple instrument de mesure passepartout. Seulement, le boîtier Kandu se dresse au milieu de l'espace de travail. Il est là pour symboliser l'expérience que Kandu souhaite
- faire vivre à ses utilisateurs et notamment le renouvellement de la relation client qu'il ambitionne de porter. Le boîtier Kandu permet à la fois de montrer que le groupe Saint Gobain prend ses clients au sérieux en étant au plus près de leurs problèmes et également de représenter la promesse de Kandu par sa forme simple et confortable. L'*experience map* permet de se raconter l'histoire de l'expérience que l'on souhaite faire vivre, il ne s'agit cependant encore que d'un vœu pieu. Ce sont les points de contact qui permettent de tangibiliser et de véritablement influencer sur l'expérience que l'utilisateur va vivre. Tout le long, le boîtier Kandu rappelle à l'utilisateur qu'il vit une expérience très tangible de diagnostic et que ce diagnostic débouchera sur un espace de travail plus calme source de productivité, à l'image de lui. Le boîtier Kandu est le garant, le totem, que l'expérience que l'utilisateur vit est bien réelle et va impacter positivement la qualité de son lieu de travail.
- L'expérience de Kandu renvoie sans cesse à cette *experience map* qui sert de scénario de référence à la relation client que la start-up souhaite instaurer. Ce scénario ne laisse cependant pas beaucoup de marge de manœuvre à son utilisateur. Il reste prisonnier dans un processus de relation client qui cherche avant tout à aider le commercial dans sa capacité à faire des recommandations plus pertinentes. L'aspect tourné très processus du scénario montre que l'utilisateur est un client auquel il ne faut surtout pas laisser trop de liberté au risque qu'il s'éloigne de l'intention initiale et ne puisse pas être récupéré commercialement. Kandu est une expérience client avant tout !
- Kandu cherche à améliorer le bien-être et la productivité au travail. Cette notion de bien-être est floue et a donc besoin d'être précisée par l'adjonction de la notion de productivité. Il ne s'agit donc pas de chercher une expérience de bien-être mais une expérience de bien-être au service de l'augmentation de la productivité au travail. Pour cela Meaningful Design a clairement identifié 5 dimensions à même d'influer sur cette expérience de bien-être : l'acoustique, la luminosité, la qualité de l'air, la

température et l'agencement de l'espace. Ces 5 dimensions permettent de caractériser la notion de bien-être et de la sortir ainsi d'une subjectivité trop intime pour pouvoir être influée. Le travail sur l'expérience nécessite un travail d'objectivation de celle-ci par la précision des dimensions qui la compose. La limitation de l'expérience de bien-être au travail à 5 dimensions permet d'en faire une matière sur laquelle commencer à travailler.

**Documentation liée :**

[-https://www.kandu.fr/](https://www.kandu.fr/)

[-https://www.meaningful.fr/work/kandu](https://www.meaningful.fr/work/kandu)

[-https://www.forbes.fr/leaderstalk/kandu-limpact-du-bien-etre-au-travail-sur-la-productivite-des-entreprises/](https://www.forbes.fr/leaderstalk/kandu-limpact-du-bien-etre-au-travail-sur-la-productivite-des-entreprises/)

[-https://www.batiweb.com/actualites/nouveaux-produits-du-btp/avec-kandu-saint-gobain-cherche-a-ameliorer-la-qualite-de-vie-au-travail-2018-06-05-32696](https://www.batiweb.com/actualites/nouveaux-produits-du-btp/avec-kandu-saint-gobain-cherche-a-ameliorer-la-qualite-de-vie-au-travail-2018-06-05-32696)





# « AnDi » par idsl

*La méthodologie d'analyse des objets et projets design suit une logique en quatre parties : exposition de la problématique, comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet, les résolutions techniques et analyse à l'aune de l'expérience. Ce travail est une première ébauche d'analyse qui a pu évoluer lors de son intégration et développement au sein du mémoire*

**Problématique** : L'agence de design d'interactions idsl a voulu créer un outil de prototypage d'expériences interactives complexes permettant d'allier des composantes analogiques et digitales à même d'intégrer la plus grande variété de supports et donc de dimensions.

**Comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet** : Pour créer AnDi, l'équipe de designers d'idsl est partie de leur longue expérience en design d'interactions et notamment du constat que les outils de prototypage manquent de transversalité pour répondre aux enjeux du digital. Les outils existants ne permettent pas de faire le pont entre une expérience digitale et une expérience physique, car in fine toute expérience digitale est avant tout une expérience réelle dans le monde. Cette conviction est ancrée dans leur longue pratique des IHM. Ils sont partis des insuffisances des différentes solutions de prototypage : L'outil de prototypage IoT Arduino nécessite des connaissances en informatique et électronique, les outils de prototypage InVision, Adobe XD et UX design tool sont limités à des interfaces digitales et un prototype ESN (SS2I) est inadapté aux phases de créativité et complexe à développer. Le constat de ces lacunes a poussé les designers de idsl à s'interroger sur le spectre des interactions que le monde contemporain offre. Ils sont partis des possibilités technologiques actuelles offertes : IHM sur plusieurs écrans, IoT, robotique, expériences polysensorielles (visuelles, sonore, olfactives, etc.), 5G, phygitale, etc. Ce spectre d'interactions est large et s'étoffe au fur à mesure des percées technologiques. Or, pour les adresser, les outils de prototypage se multiplient et se complexifient mais n'arrivent pas à proposer une

approche transverse à même de tous les regrouper en un seul outil. Le besoin d'un outil simple et transversal est ancré dans une pratique de designer très attachée au besoin de concrétiser les idées de façon tangible pour accompagner la pensée, et tout le raisonnement de conception.

**Les résolutions techniques** : AnDi comprend un logiciel créatif et un kit électronique composé de capteurs et d'actionneurs. Le logiciel permet d'importer les créations visuelles et multimedia, de paramétrer toutes leurs interactions dans un même écran ou entre plusieurs écrans (sans limite de nombre, tailles ou formats). Il permet aussi de les faire réagir aux capteurs du kit, ou d'agir sur les composants du kit (comme un moteur) à partir des créations graphiques importées. AnDi a été conçu de façon à pouvoir être suffisamment intuitif pour pouvoir être utilisé sans connaissances préalables en programmation et électronique. Cette intuitivité destine AnDi à être un outil de prototypage suffisamment facile à prendre en main pour pouvoir accompagner la pensée. Il peut être aussi bien utilisé lors d'ateliers de créativité ou pour les besoins d'un prototype plus avancé.

**Analyse à l'aune de ma problématique sur l'expérience** :

- Derrière le design d'interfaces, c'est bien une expérience qu'il s'agit de concevoir. Les interfaces sont le moyen de donner forme à une expérience. Cette porte d'entrée par les interfaces permet de comprendre que l'on ne travaille pas directement l'expérience pour la modéliser mais que l'on cherche à la modéliser indirectement au travers des interactions, que ces interactions soient "actives" (un bouton, un curseur, un écran tactile, etc.) ou "passives" (une image, un moteur actionné, etc.). Cette division en interactions "actives" ou "passives" fait écho aux dimensions d'activité et de réceptivité inhérents à chaque expérience. AnDi permet donc de concevoir des expériences avec un nombre limité de variables sur lesquelles jouer pour influencer sur l'expérience souhaitée. AnDi donne une matérialité à l'expérience et fait de l'expérience une matière ainsi modelable.

- AnDi nous propose une réflexion sur une expérience de prototypage. AnDi ne s'inscrit pas dans un scénario d'usage fixe mais est une boîte à outil dont l'utilisateur devra se saisir pour écrire lui-même son scénario au travers des interactions qu'il modélisera. Sans l'activité de son utilisateur AnDi n'est rien, c'est encore une expérience en puissance, à son utilisateur de lui donner une forme. Cette forme qu'il lui donnera n'est pas fixe, car il s'agit bien pour lui d'un outil de tâtonnement, d'une histoire qu'il écrit au fur à mesure. L'objectif d'AnDi est d'être cet objet intermédiaire de conception à même de donner des retours tangibles sur l'idée imaginée de façon abstraite. Activité, l'utilisateur donne une forme matérielle à sa pensée puis, réceptivité, il constate la forme matérielle de sa pensée pour ensuite, activité, l'ajuster. L'expérience de prototypage est dans cet aller-retour permanent entre cet exercice de modélisation et l'analyse du résultat, entre l'intention et sa matérialisation.

**Documentation liée :**

[-https://www.id-sl.com/andi](https://www.id-sl.com/andi)

[-https://medium.com/idsl/catalyze-experimentation-in-design-6aa9c572281c](https://medium.com/idsl/catalyze-experimentation-in-design-6aa9c572281c)

# « Une chambre à la Villa Noailles » de David Dubois

*La méthodologie d'analyse des objets et projets design suit une logique en quatre parties : exposition de la problématique, comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet, les résolutions techniques et analyse à l'aune de l'expérience. Ce travail est une première ébauche d'analyse qui a pu évoluer lors de son intégration et développement au sein du mémoire*

**Problématique :** La Villa Noailles est un lieu d'exposition et de scénographie pour des designers et artistes contemporains. Elle propose une résidence d'artiste. En 2007, la Villa Noailles a chargé 4 designers, dont David Dubois, de la rénovation et de l'ameublement de 4 de ses chambres d'amis. Le cahier des charges reste volontairement ouvert et demande aux designers de seulement répondre à l'idée de s'éclairer, de dormir, de s'asseoir et de travailler.

**Comment le designer s'y est pris pour aborder le sujet :** David Dubois est parti de son expérience de vie du lieu. En effet, les designers retenus pour aménager ce lieu ont tous en commun le fait d'y avoir déjà longuement habité et donc de se l'être approprié. Jusque-là ils ont fait l'expérience d'un lieu spartiate aménagé par du mobilier militaire prêté par une caserne des environs. David Dubois a ancré toute sa démarche dans cette première expérience du lieu, une expérience qui reste marquée par un souvenir positif. Il fait le constat que ce mobilier militaire, spartiate, correspond bien à un lieu de création pour des artistes et designers en résidence qui veulent éviter un lieu qui leur imposerait une « manière de vivre ». En effet, les invités de cette chambre bénéficient d'une résidence le temps d'une recherche personnelle. Il est donc important de pouvoir leur garantir un espace ouvert, dans lequel ils peuvent se concentrer sur leur travail de recherche. Ce lieu doit rester un espace appropriable par ses résidents. En outre, David Dubois a intitulé son projet « Lieu de vie dans son contexte global ». Il montre ainsi son approche holistique. Il ne conçoit ici pas des objets isolés les uns des autres

mais bien une expérience de vie dans un lieu, tous ces objets concourent à une expérience de vie pour les futurs résidents.

**Les résolutions techniques :** David Dubois a conservé le cadre initial de la chambre : le mur blanc, le sol en une sorte de fresque cubiste et les fenêtres années 30. Dans cet espace dénudé, il est venu apposer des objets de sa conception : une chaise avec un sac par-dessous, un bureau en contreplaqué fixé au mur, des lampes gonflables très légères, un bougeoir mural, une patère murale, un lit soutenu par deux poutres et des accessoires de salle de bain. Chacun de ces objets répondent à un usager "premier" d'habitation comme le fait de s'asseoir, de dormir, de s'éclairer, de travailler ou encore de se laver mais ouvre leur usage l'adjonction d'un usage "second" d'habitation. Ainsi la chaise est augmentée par un sac en dessous permettant de ranger des affaires. De la même façon, le ruban adhésif du bougeoir permet de l'accrocher n'importe où dans la pièce. David Dubois détourne aussi certains objets simples comme une patère murale fabriquée à partir d'une paire de baskets blanches.

**Analyse à l'aune de ma problématique sur l'expérience :**

- David Dubois nourrit son travail par une longue immersion dans cette chambre, immersion lors de laquelle il a pu investir subjectivement cette chambre. Cette immersion a été d'autant plus subjective qu'elle n'avait pas pour finalité le réaménagement de cette chambre. En effet, il a fait ces expériences d'habitation de ce lieu lors de diverses résidences, alors qu'il ne savait pas qu'il allait être amené à aménager un jour une de ces chambres. Ce lieu est associé à une mémoire intime. David Dubois est attaché au mobilier militaire, dont il s'est très bien contenté lors de ses résidences. Avec le temps il a même attaché des qualités de création à leur allure spartiate. Il s'est bien senti dans ce lieu et veut donc conserver l'expérience subjective qu'il a pu

- coupures de courant lorsque le mistral souffle trop fort ; cela lui permet de concevoir ce bougeoir adhésif qui nous fait attendre avec impatience la prochaine coupure de courant. De la même façon, la serviette de bain a été conçue de façon à pouvoir être facilement transformée en sac de plage et se nourrit des souvenirs de ses virées sur les plages hyéroises. David Dubois densifie l'expérience d'habitation de cette chambre, car il accepte l'expérience qu'il a pu en faire dans toute sa subjectivité et vient nourrir son travail de conception de tous ces souvenirs subjectifs. L'acceptation de son souvenir subjectif, nourri la compréhension de David Dubois de la complexité de l'habitation de ce lieu.
- David Dubois veille à ne jamais enfermer un objet dans un usage unique. Il aurait pu se contenter d'une table conçue simplement pour travailler, d'une chaise conçue simplement pour s'asseoir, d'une lampe conçue simplement pour éclairer, d'une serviette de bain conçue simplement pour se sécher, etc. Il décide cependant de systématiquement leur adjoindre au moins un deuxième usage. La chaise se voit ainsi dotée d'une toile permettant de dégager un espace de rangement, le bougeoir d'un ruban adhésif permettant de l'accrocher n'importe où, la serviette de bain d'une fermeture éclair pour la transformer en sac de plage, etc. La portée de ce réflexe de conception va au-delà de la simple adjonction d'un deuxième usage. En effet, un objet avec deux usages reste encore un objet avec un scénario d'usage limité, prédéfini. Sa portée est poétique, par la constance de ce réflexe de conception -parfois poussée jusqu'à l'absurde- David Dubois signifie que l'habitant de cet espace va faire l'expérience d'un lieu de création dans lequel rien n'est jamais prédéfini ! L'habitant est invité à ne jamais se contenter d'une première impression et à toujours rester ouvert. Il n'est jamais enfermé dans une manière de vivre cet espace. David Dubois ouvre ainsi les possibilités d'usage tout en répondant au premier usager de ces objets.
- La conception et l'aménagement de toute une chambre est un projet assez particulier pour un designer produit. Elle l'oblige en effet à mettre

en relation les objets au service d'une expérience d'habitation d'un lieu. Les objets sont la matière que le designer vient modeler pour influencer sur l'expérience de la chambre.

Documentation :

- *Une chambre à la villa Noailles* par Pierre Doze
- <https://www.paris-art.com/david-dubois/>
- <http://www.davidduboisproduct.fr/index.php/residence-room>

# Entretien avec Matthieu Savary (User Studio) – 19/02/21

*Cet entretien n'est pas une retranscription littérale de l'échange avec Matthieu Savary mais une restitution des prises de notes d'entretien*

La question est plus large : question des « interfaces non standards ». Il ne faut pas rester prisonnier des patrons répétés à l'infini par tout le monde une fois qu'ils ont été établis par les grandes marques. Actuellement ils sont presque exclusivement établis par Apple, Google et dans une moindre mesure Microsoft. Avec l'interface tactile, il y a une évidence de l'interaction. L'affordance de ce dispositif est absolue. La question se pose de pouvoir sortir des interfaces différentes.

Le problème se pose ici avec les gens qui disent que le design ne se pratique que selon une méthode. Or les choses sont beaucoup plus complexes que cela. Il ne s'agit pas simplement d'affirmer qu'il n'y a pas une méthode, elles viennent de plusieurs domaines variés. En fait le truc le plus important dont on ne parle pas, c'est le fait que ce sont les contraintes qui enrichissent et définissent la forme. Le fait d'avoir des contraintes, c'est ça qui va faire qu'à la fin on a quelque chose de différent. Pour DIRTI, la contrainte qui a mené au tapioca, c'est le fait que de devoir manipuler un grand nombre de données et qu'aucune interface satisfaisante n'existait pour cet usage. La souris et le tactile n'y répondaient pas. La Wii Mot était ce qui s'en rapprochait le plus. On cherche à manipuler des objets de façon très précise mais avec quelque chose de très nuancé et réel comme des grains de sable. Au départ pour créer, on a besoin de contraintes ! Pour répondre à ces contraintes, on se met dans une posture d'un projet de recherche qui part des interfaces. L'expérience des enfants qui foutent le bordel, c'est le retour ! Le point de départ a été ce nouveau terrain d'interactions. Comment récupérer ce terrain ? Sur ce projet d'une certaine façon (même si ce sont

des aller-retour permanents), l'UI a précédé l'UX. On fait les deux mêmes temps et l'un informe l'autre. C'est un aller-retour. Il ne s'agit pas d'une DA qui vient habiller un *wireframe*. On continue toujours d'y injecter quelque chose de subjectif.

L'expérience d'un service est quelque chose de différent (cf. le site de User Studio sur le design de services : <http://www.designdeservices.org/>) . Le design de service c'est ce qui fait qu'on va entrer dans un café et pas un autre. Il y a quelque chose de mémorable.

Pourfendeur de l'expression de design numérique : ce qu'il peut y avoir de différent dans le digital, ce sont les différentes échelles d'objets. On peut produire beaucoup de choses avec des matérialités différentes. Chez User Studio on s'éloigne du terme d'UX et UI pour plus parler de *strategic service design*.

Ce qui compte, c'est le niveau d'ouverture des outils et des artefacts. Mais l'ouverture n'est pas une finalité pour autant. Certains artefacts sont très fermés et très performants et utiles pour autant (comme par exemple le bouton Amazone Dash). Comment faire en sorte que l'usage ne soit pas trop prolétarisant ? Cela dépend du besoin du sujet. On peut laisser des portes ouvertes et augmenter le nombre de paramètres. Les scénarii, s'ils sont utilisés sans réfléchir peuvent être vite débilisants. Tout dépend de la façon d'utiliser les outils. Le problème c'est quand on utilise des démarches très standardisées et irréfléchies, où on finit par se retrouver à enchaîner des étapes sans trop savoir pourquoi.

Au final un outil est très conditionnant ! Les logiciels 3D permettent de créer des cubes. Ils limitent l'univers créatif. L'outil ou tout artefact limite la manipulation du monde qu'on peut informer autour. L'outil simplifie les tâches. Le risque est de ne plus se rendre compte de ce qu'il y a derrière. De plus en plus d'outils d'interfaces sont désormais purement vectoriels avec par exemple Sketch et Sigma même si derrière on peut manipuler au pixel près. Or on aboutit à des dessins vectoriels standardisés. On se met directement sur la couche

supérieure sans pour autant maîtriser la couche inférieure. Une telle ignorance et non-maîtrise des systèmes fait qu'on ne se rend même plus compte qu'ils nous formatent. On ne sait plus ce qu'il y a derrière.

# Entretien Jean-Christophe Paris (Akkani) – le 26/02/2021

*L'entretien a été retranscrit sans les questions de l'interviewer avec l'ajout de titres pour en rendre la lecture et la compréhension plus facile.*

## **Prendre conscience du nécessaire décloisonnement des disciplines**

Il faut décloisonner les disciplines. Arrêter de regarder le monde avec une grille. Casser les barrières pour avoir une approche plus englobante. Sans être un expert en socio ou psycho, n'empêche que j'ai touché à toutes ces matières là et que je sais faire parler ces experts-là. Je suis à la fois ingénieur et docteur en facteur humain. Cartésien vient du monde des sciences dures jusqu'à ma sortie de prépa. Découvre l'Institut de Cognitique avec d'un coup une prise de conscience qu'il y avait un champ disciplinaire des sciences humaines auquel j'étais totalement hermétique et pas sensibilisé. Je me destinais à un parcours d'ingénieur. Je découvre qu'avant de solutionner les problèmes je vais passer un peu de temps à définir ces problèmes, notamment par une démarche via l'activité. Découverte du fait de comprendre que le monde des mathématiques ne peut pas tout expliquer et à un moment donné il y a tout un champs de l'humain, de sa sensibilité, de ses forces et de ses faiblesses, de sa façon de manipuler ce qui l'entoure, d'ingérer l'information autour, de les processer. Tout ce qui va être sciences cognitique. Avec du coup une bonne grosse gifle à ce moment-là et la compréhension du coup que l'humain est un être sensible. On ne peut pas tout voir comme si c'était une technique, on va plutôt parler de système sociotechniques, une somme d'humains en interaction avec des machines, des interfaces ou d'autres humains. Cette idée d'avoir un trièdre homme système environnement ça été une vraie révélation. Pendant 3 ans j'ai façonné un peu ça. [...] Je suis parti dans l'automobile en fin de cursus avec tout

de suite une posture à part. Le cogniticien je le voyais comme un interfacier, c'est-à-dire cette capacité à faire se parler des mondes qui ne se parlaient pas. Notamment le monde de la technique et le monde des sciences humaines. Notamment quand tu bosses avec des Valeo tu te rends compte que t'es dans l'archétype de la réponse technocentrée. Il y a une technologie qui apparaît on prend cette technologie et on se pose après la question de savoir ce qu'on va faire avec. L'idée c'est face à ça de proposer une approche centrée humain.

## **Une thèse en centered humain design**

Ma thèse est en humain centered design. Elle part de quel est l'utilisateur cible du système et par une connaissance de ce qu'il est en tant qu'être humain, des situations auxquels il va faire face en tant que conducteur et de toute la couche "backoffice" de la technique, de comment on fabrique une voiture l'idée était de faire le lien dans tout ça et de réfléchir sur les systèmes d'aides à la conduite avancée. Je prends un exemple concret. Le premier c'est si je te demande sur un trajet combien de fois tu as changé de vitesse tu serais incapable de répondre. On est ici sur des niveaux extrêmement intégrés de l'activité c'est-à-dire que tu vas parler d'expertise mais tu vas être passé sur des niveaux de contrôle qui ont été progressivement abaissé en t'appuyant sur un schéma de compétences, de règles et de connaissances (modèle SRK (*Skills Rules Knowledge*) de Jens Rasmussen) qui sont des modèles qui visent à modéliser la façon dont on acquière de l'expérience et la façon dont on agit en permanence. Par exemple la capacité que t'as de marcher en regardant ton téléphone vient du fait que t'as plusieurs canaux et tu vas processer en parallèle des tâches. Un premier truc : tout un volet est observable et dont on peut avoir conscience et d'autre qu'on fait machinalement par expertise. Toute cette question de l'acquisition de la connaissance, sur quel artefact cognitif tu t'appuyes pour faire sens du monde qui t'entoure et agir sur le monde qui t'entoure en prenant des décisions très nombreuses chaque jour. Le deuxième : quand tu conduis une voiture avec un système de maintien dans la voie. La vision du



concepteur est de dire : il faut que je me base sur des choses qui sont objectives (comme le code la route, la définition d'une voie de circulation donc moi en tant que concepteur je vais définir un outil qui va identifier par tout temps les marquages et qui doit s'assurer que je vais rester au milieu de la voie. Ça c'est la vision technocentrée. Tu peux avoir des niveaux de performance extrêmement élevées à 95%. Mais la vraie question c'est de se dire qu'est-ce qui se passe quand je fous ça dans les mains d'un humain ? Est-ce qu'on va parler d'une coopération ou est-ce qu'on va dans une concurrence déjà ? Quels peuvent être les impacts critiques de ce genre de chose. Exemple : tu roules sur une route de campagne. C'est la règle vs l'esprit de la règle. L'automaticien va se dire : la règle c'est je dois suivre ma voie. La pratique : c'est en fait non je ne reste pas tout le temps dans la voie parce qu'il y a des cas qui sont non délibérés, non conscient, parce que je suis en train de faire autre chose. Je m'endors. Dans 80% des cas on va sortir de la voie pour éviter un vélo, parce que la route se resserre, des piétons qui passent en face, parce que t'a une stratégie de conduite qui fait que t'es pas totalement au centre, etc. Donc là d'un seul coup tu touches du bois que si t'as une approche purement technicoteknique tu passes à côté de quelque chose. En fait on parle d'expérience vécue et tout ça mais il y a la question de l'adoption : si on pond la meilleure techno de la terre mais qu'elle ne reste pas utilisée ça reste une idée de merde ! L'idée est de se dire comment je ramène de l'humain dans tout ça. Moi pendant ma thèse sur quoi j'ai travaillé. En s'appuyant sur la démarche ergonomique (je parle beaucoup de la notion de cognition située c'est-à-dire que tu peux avoir une connaissance préétablie de comment fonctionne un humain mais ces choses-là volent en éclat quand on les met dans un contexte précis, il y a plein de choses à adapter. Tu ne vas pas appréhender la conduite auto comme celle d'un avion de chasse. Le contexte n'est pas le même : dans un avion tu peux t'échapper en trois dimensions, dans une voiture sur la route t'as un contrôle latéral et longitudinal et t'es à plat.

En gros c'est l'idée d'avoir une approche centrée humain, de se dire quels sont les déterminants humains dans le périmètre dans

lequel je suis en train de mettre les pieds.

### **Approche centrée humain**

Aujourd'hui on applique ce genre de raisonnement autant dans des questions du risque. Je te parlais de mon associé qui travaille avec des anesthésistes sur la question de la gestion du stress où t'a besoin d'avoir une connaissance fine de l'humain, comprendre son métier, modéliser son métier et comprendre à quel point il peut être disponible ? Ce qui nous amène à travailler sur des axes de mesure de signes physiologiques qui permettrait de mesurer la variabilité cardiaque et ce genre de chose. Qui est un volet de l'objectivation de la phénoménologie outillée dont je parlais tout à l'heure et avant tout ça y a toute l'approche décomposition de l'activité. Si je reviens sur le parcours de ma thèse, l'idée c'était vraiment en croisement entre des gens spécialisée sciences humaines avec des gens qui sont plutôt techniques d'avoir une approche d'ergonomie en temps réel. C'est-à-dire que par des études de cas très singulières de personnes qui conduisent où tu vas avoir un vécu instrumenté où tu vas mesurer tout un tas de choses et essayer de calibrer toutes ces situations vécues et tu faire exprimer toute cette partie invisible de l'activité que tu peux pas voir autrement que par des méthodes indirectes de types auto confrontation de l'activité, etc. donc faire expliciter l'implicite de l'utilisateur donc là y a tout un champs des démarches qui ont travaillé dessus. Comment est-ce que je peux essayer de faire prendre conscience telle action ? Cette idée de la réflexivité, je la trouver intéressante : confronter l'humain à sa propre activité.

### **Doter la technologie d'un reflet de l'activité humaine**

L'idée *in fine* c'est de doter la technologie d'un reflet de l'activité humain et de s'assurer que le reflet de l'activité de la machine était clair pour nous. On est bien dans une logique de coopération : y n'y a pas deux acteurs qui sont en interactions, mais trois : il y a l'humain, la technologie et la représentation qu'on de la technologie (comment ça fonctionne par exemple des gens qui utilisent un régulateur de

vitesse en ville ce sont des personnes qui dépassent ce pour quoi le dispositif a été fait. Sauf que si le concepteur laisse faire ça potentiellement le détournement d'usage est soit délibéré ou involontaire ça peut mener à des catastrophes. Exemple de Tesla avec le choix pour leur autopilote que le conducteur doit remettre ses mains sur le volant de façon récurrente. Il faut garder l'humain dans la boucle : question de l'humain *in the loop* ou *out of the loop*. Il y a deux choix : soit tu mets un capteur de poux sur le volant ou un capteur de pression (parce que c'est le grip). Tesla a fait ce choix-là. L'inconvénient est qu'il y a des gens qui s'amuse à faire ce que l'on appelle le « orange hack ». En positionnant une orange entre le centre du volant le tableau de bord tu exerce une pression sur le volant l'automate pense que tu es en train de tenir le volant. Pour moi quand t'es concepteur le fait de ne pas te poser cette question-là : de comment tu vas détourner ou pas l'usage c'est hyper grave ! Marketingement parlant tu vas parler d'un autopilote. Il est autonome ce qui est parfaitement faux. Et en même temps le concepteur fait un choix qui est relativement permissif, il y a des gens qui s'endorment bourré sur la place du conducteur et qui vont te dire « mais en fait la seule différence entre moi et les autres c'est que moi je me suis fait chopé » c'est-à-dire que l'acceptation même de l'erreur et de la faute devient inexistante.

### **Définir l'expérience : L'expérience ne se designe pas, elle se vit**

Pour revenir sur la définition de l'expérience. Pour moi, l'expérience ne se designe pas. C'est pour ça que je ne crois pas du tout à l'UX design. Autant on peut croire à des profils d'UX design qui sont des designers pour l'expérience qui vont être en fait des gens qui vont s'assurer qu'on ait anticipé, qu'on ait cadré un maximum de choses qui fait qu'on sait à peu près comment ça pourrait se passer. Pour moi l'expérience ne se conçoit pas, elle se vit. Qui dit vivre une expérience dit mesurer potentiellement. Et c'est là que pour moi du coup l'approche d'ingénierie des facteurs humains est centrale. Si tu n'as pas ça en tête, tu passes à côté du U de UX. Une expérience, l'expérience de

l'utilisateur, est une somme d'expériences. C'est une somme de micro-moments qui sont l'interaction entre un humain et un système par un médium à un instant t dans un contexte et qui va gérer une émotion. C'est ma définition d'un morceau d'expérience.

Du coup, l'expérience utilisateur en fait ça va être la somme de tout ça. La somme de ce que toi tu peux maîtriser en tant que concepteur c'est bien tenir compte que tout s'inscrit dans une continuité, dans une histoire. En fait chaque humain est singulier, chaque expérience est singulière. Quand bien même on aurait été jumeaux, on n'est pas identique. Nos référentiel (référentiel utilisateur) sont différents.

Il y a une idée de mesurer : je ne peux que regarder le constat soit observable directement ou non regardable directement de l'expérience proposée. On peut parler de design d'expérience proposée à la limite ! Fondamentalement c'est le moment où il y a la rencontre entre ton service et ton utilisateur : là on peut dire qu'il y a une expérience vécue ! Donc ça nécessite aussi une approche holistique.

### **Retour d'expérience : stations de ski**

On a bossé pour des grosses agences pour des stations de skis. Quand t'as des DA qui travaillent à Paris qui veulent un fond blanc, tu leur dis écoutez les gars juste là de base votre créa est pourrie. Ça va être utilisé les pieds dans la neige donc il va y avoir une réverbération hyper importante. Ce qu'on a vu en étant concepteur et testeur de cette appli là, au moment que tu mes ça dans les mains d'un utilisateur et que t'es aux Arcs, le mec il est comme ça en train de regarder sur son écran parce que fondamentalement ils ont justement oublié ça. Alors parfois les mecs disent qu'on est des ingénieurs du bon sens. Bah ouai, je n'ai pas de problème avec ça. Force est de constater que tout le monde ne partage pas ce bon sens-là. C'est aussi projeter le contexte cible. Si t'as un truc qui doit être utilisé dans un contexte de mobilité c'est pas la même chose que quelque chose qui doit être utilisé depuis ton canapé. Qu'est-ce que ça me confère le

*background* en ingénierie en facteur humain c'est une vraie plus-value dans U de UX en fait !

## Changer au contact du monde et le changer à son contact

En fait toi tu changes au contact du monde et le monde il peut changer à ton contact. C'est un échange permanent entre les objets qui t'entourent et ce qu'il y a dans ta tête. Ça peut aller d'un système de valeur qui peut être bouleversé en découvrant un nouveau service ou quelque chose qui fait vraiment un pas de côté par rapport à tout ça. Ça peut être aussi des qualités pragmatiques, car il y a aussi le fait d'atteindre un but que tu ne pouvais pas atteindre avant. Donc la question est bien ça : dans l'expérience vécue il y a des moments intenses. Les moments émotionnels sont très importants et ce qui est très dur c'est qu'on peut difficilement mesurer les émotions, la frustration, ce qu'on cherche en termes de frein et inversement plutôt le côté gratifiant positif c'est ça qui doit driver la démarche. Pour moi c'est qui fait écho à la question de l'éthique. Moi ce que je porte avec mon équipe c'est la capacité à respecter l'humain en tant qu'humain.

### Au-delà de l'UX : une agence d'usage

Pour moi l'idée, on est une agence UX on ne va pas se mentir c'est comme ça qu'on communique parce que c'est comme ça que ce terme est identifié. Le problème c'est qu'il y a un imbroglio dans ce secteur-là. Cet effet *buzzword* crée une appétence mais inversement il y a une bonne partie de gens qui étaient web designer et du jour au lendemain ils sont devenus UX designers. C'est un truc que j'ai beaucoup de mal à comprendre, car on s'en fout que tu sois UX ou pas mais la question est de savoir quelle est ta portée et sur quoi tu te concentre. Pour moi un UX designer c'est un prototype dans lequel il y a des gens qui vont créer du contenu. Pour moi un bon copywriter c'est un UX designer, car il va travailler une des composantes, un des médiums de l'expérience voulue/cible/souhaitée. C'est aussi important d'avoir un bon DA qui va te faire quelque chose de joli, un bon architecte d'informations qui va te faire quelque chose de catégorisée,

un bon producteur de contenu qui va te mettre les choses en accord avec tout ça et puis à un moment donné tu vas te décentrer un peu, il faut que l'ensemble soit homogène. Bien sûr il faut que ça réponde à des besoins, etc. Nous on ne parle pas d'agence UX mais d'usage, car ça été notre donnée d'entrée. C'est un pivot d'affichage qui a été naturel. En 2009 on crée la boîte, on avance. On parlait à l'époque de FH, facteur humain, et UX de l'autre côté. En gros ça voulait dire que quand on parle à l'industrie on parle de facteur humain parce que ça fait plus sérieux et scientifique pour aller chercher les enjeux performance ou risque. On avait déjà un volet digital et là c'était plus naturel de parler d'UX. Moi aujourd'hui l'UX c'est les gens qui sont dans l'usine digitale, etc. ça m'agace j'écoute plus. Et des gens qui pensent avoir découvert la poudre : l'UX c'est pas que le digital, on le sait déjà ça ! Donc c'est l'approche. Quand tu t'oblige à passer par la donnée d'usage à l'entrée mécaniquement on est passé de FH/UX à design par les usages et dans design par usages on deux grands piliers : un premier qui est insight (qui va plutôt se revendiquer de l'ethnologie, l'ethnographie, démarche de terrain, la mise en contexte, etc.) et un volet qui va être design qui pour moi est le bras armé de l'insight parce qu'une bonne traduction sans insight ça ne sert à rien. Pour nous c'est une chaîne de valeur qui part de la donnée d'usage. Et ça va être des couches de données d'usages qui sont ultra variés.

Pour moi l'utilisateur c'est autant l'utilisateur de mon client. D'ailleurs nous on fait du B2B2C, car l'expérience qu'on va proposer à nos clients ce qu'on va leur faire résoudre en termes d'ouverture d'esprit de capacité à décloisonner c'est une partie aussi importante du résultat que ce que eux derrière vont être capable de délivrer à leurs propre utilisateurs.

### Multiplier les façons d'observer l'utilisateur : monter en abstraction et non généraliser

En fait moi j'utilisais le terme d'évangélisation, je pense que fondamentalement c'est ça. Je suis convaincu que la démarche d'intégrer l'utilisateur est la bonne tu l'intégreras moyennant tes contraintes financières. Il y a une

palette de méthodes, tu parlais d'observation participante, en fait c'est quelque chose de très organique. Ça vit. On a plus deux observations de la même manière aujourd'hui. On va regarder ce qu'on fait rentrer dans le périmètre, la façon dont on va l'outiller, ça peut être de la vidéo, du dessin. Par exemple dans un festival de musique, on se posait la question de la façon dont les gens s'approprient le terrain. Bah un des moyens de la faire. Question similaire dans deux univers différents : dans le cas de la SNCF on a proposé de l'*eye tracking* avec une démarche assez objectivable où on faisait redessiner le parcours a posteriori pour essayer de voir les ancrages cognitifs, ce qui avait marqué les gens mentalement. Alors que dans le cas du festival d'un autre côté j'ai juste pris des gens qu'on suivit. Et à partir de ça tu fais émerger la subjectivité de l'individu à qui tu vas parler donc forcément c'est très délicat. C'est des gens qui regrettent ce type d'approche : c'est trop qualitatif, on ne peut pas généraliser, etc. ! Moi je m'en fou. Pour moi la question n'est pas celle de la généralisation mais ce que tu peux en tirer et en quoi ça va me documenter sur les choses. C'est vraiment l'expertise qui va permettre de monter en abstraction. Ce n'est pas la même chose de monter en abstraction que de généraliser ! Et donc d'un côté c'est artillerie lourde et de l'autre c'est quelque chose d'assez soft. Pour autant, ça permet de documenter de la même manière sur la notion d'usage au sens à quoi je prête attention, comment est-ce que je lis le monde, qu'est-ce que j'ai pu remarquer, qu'est-ce que j'ai compris interprété d'un certain endroit et c'est hyper riche en fait. Nous on va vers un design plus humain en tout cas !

### **Respecter les attentes générées**

Si mon DA essayait de remettre en cause quelque chose qui venait comme un signal faible du terrain ça ne peut pas partir en livraison parce qu'à un moment donné tu t'engages par une forme d'honnêteté intellectuelle à rester cohérent par rapport aux données du terrain et ce qui va sortir à la fin. Ça arrive aussi de dire non. Ça c'est dans la posture de défenseur. On dit souvent qu'on est des représentants des utilisateurs. Je n'aurais pas cette

prétention là mais je pense qu'on a une mission et on nous accorde une certaine confiance dans ces missions-là. Je pense à ce qui est les sujets métiers, de transformation ou de conduite du changement, à un moment donné quand tu vas au contact des gens ça génère pleins de questions. Donc il y a tout un doigté à avoir en disant mais moi ce que je dis très souvent. Ok vous nous avez fait faire ça, on est allé voir ces gens-là. Voilà les doléances mais par contre le point de vigilance : là on vient d'ouvrir une porte maintenant il va falloir assumer l'attente que vous allez générer. Il va falloir assumer le fait de faire descendre l'information à un moment donné. Il va falloir assumer le fait de se donner les moyens d'aller sur autre chose. Après on n'est pas omnipotent et chacun gère ses responsabilités mais je pense qu'il y a un engagement de bout en bout qui fait que de la manière que quand une maquette est intégrée par des dev on refuse catégoriquement d'être hors de la boucle à ce moment-là. Les maquettes on est responsable de la façon dont elles seront intégrées. Ce qui se passe en aval ça nous concerne aussi.

### **Proposer une expérience un processus créatif collaboratif**

Plusieurs niveaux de réponses. Le processus créatif est collaboratif. C'est toujours quelque chose menée de façon applicative et collaborative. On essaye de comprendre dans le projet très tôt comment chaque partie prenante va lui-même apprécier la réussite du changement. Il n'y a aucune expérience qui est décorrélée d'autres personnes qui essaient de manipuler. Les donneurs d'ordre visent à changer l'expérience et donc va lui-même apprécier la réussite du changement. Je pense que c'est important de la garder en tête. Je pense qu'il n'y a aucune expérience parfaitement désintéressée ou libre d'autres personnes qui essaient de manipuler. Si je caricature un peu, il y a tout le temps des gens qui tirent les ficelles, car un moment donné une expérience spontanée ça n'existe pas sinon ça s'appelle la contemplation. Mécaniquement quand t'es en train d'utiliser quelque chose t'es un peu en train de te faire manipuler. C'est un peu la logique : tu rentres dans un certain sillon que quelqu'un a

pensé pour toi. Et bien déjà sans répondre à la question de l'aval, je pense que sur la façon de faire le fait d'avoir l'approche de dire nous on va viser d'essayer à mesurer l'écart entre ce qui est supposé se passer de ce qui se passe réellement. Déjà on a un élément de réponse. Aujourd'hui tu as plein de gens qui vont rester dans un ensemble d'a priori. Ils vont partir d'hypothèses qu'ils ne vont pas avoir la démarche d'aller tester. En ayant un reflet de la civilisation en entrée de ton projet, la civilisation sur laquelle tu vas mettre le périmètre qui te concerne. En ayant ce périmètre qui te concerne mais en étant pas trop con et en regardant un tout petit peu autour ce qui se passe. Déjà ça c'est beaucoup. Par exemple, si je suis Volkswagen Finances et je fais du crédit auto et je pense que les gens qui m'intéressent sont ceux qui aiment les voitures. Et bien erreur déjà ! Je pense que là il y a l'idée d'élargir un peu le cercle.

Deuxième élément de réponse. Le fait d'amener la réalité à l'entrée, de s'intéresser à plusieurs composantes de la réalité qui sont l'étiquette tes propres préoccupations, celles sur quoi tu peux avoir une emprise mais aussi celles qui sont juste à côté. Je prends l'exemple de la station de ski. Quand on a travaillé avec les Arcs. On leur a demandé à parler aux responsables d'hôtellerie, de location, le conducteur de navette, une personne du service technique de la mairie, etc. On nous a répondu c'est compliqué. Ouai, mais les gars on est dans un monde compliqué ! Par une approche systémique, vous êtes tous acteur de tout ça. À un moment donné quand il y en a un qui défaille c'est l'ensemble qui prend. C'est intéressant parce que ça veut dire que la perception de la satisfaction de l'utilisateur elle est éminemment dépendante d'une somme d'actions portée par un ensemble d'acteurs. Donc déjà la capacité à faire entendre à ton client que tu veux toutes ces personnes c'est déjà essayer de garantir qu'on a une certaine. Je vais prendre une métaphore. Pour moi l'activité c'est une sphère et bien trop souvent on éclaire cette sphère depuis une direction et la démarche qu'on porte elle doit aller chercher les angles morts. Elle doit tourner un peu autour de tout ça. Je pense que dans la plupart des projets dans lesquels on passe, on amène les clients à se poser des questions qu'ils ne seraient

pas posés spontanément donc c'est bien un premier travail de contextualisation, de remise en perspective. Par exemple pour la téléconsultation en cardiologie et bien moi je veux travailler avec des médecins de spécialités différentes parce que ce qu'on est en train de questionner c'est un parcours de soin dans son ensemble, ça s'inclut dans un ensemble et si on ne traite que cette partie-là on va passer à côté du problème. Si maintenant on va sur le côté aval qui est le bénéficiaire de l'expérience : c'est toujours pareil, l'idée de rester présent, pouvoir faire du différentiel. La logique du avant/après est quelque chose qui marche assez bien. Une particularité c'est qu'on ne fait pas que du grand public. Parfois le résultat d'un projet c'est déjà quand une boîte réussie à se transformer c'est déjà un vrai résultat en fait. Et l'expérience en elle-même elle n'est pas transcendée mais c'est plutôt qu'est-ce qui va en advenir. C'est le fait de lever une barrière, recréer un lien dans une équipe, etc. ça peut être éminemment important. Ce qui va se passer après ça me regarde moins. Le but étant d'avoir identifié ça dans le système. On sait que là il y a un point bloquant, que ça c'est le nerf de la guerre. C'est pas forcément un truc auquel ils avaient pensé mais en levant ça on va rapprocher les gens, remettre un fil rouge, un référentiel. Le référentiel est hyper important. Quand on travaille avec OuiSNCF et qu'ils nous disent on veut définir nos persona. La façon dont on va faire des personas. Quand tu veux partir du monde des usagers c'est vachement plus compliqué. Il faut croiser les approches individuelles, outils augmentés, etc. c'est là qu'il y a une vraie expertise de comment je fais émerger, comment je capitalise la connaissance utilisateur dans sa globalité. Et quand on dit connaissance utilisateur ça peut être les fragments d'expérience vécue. Voir quelqu'un qui est en détresse sur des sujets particuliers. Ça peut être un mec qui est bourré dans un festival, qui a perdu ses clés de bagnole et qui cherche un stand d'information : pour moi ça c'est un fragment d'expérience. En fait le truc c'est qu'avant d'impacter l'expérience, il faut que je convaincs en interne les gens qui proposent l'expérience.

Il faut changer à la fois la posture et les données d'entrées qu'ils prennent.

## L'exemple du festival de musique

Un exemple un peu emblématique à faire vivre à un utilisateur mais c'est plutôt une expérience que j'ai fait vivre à une équipe projet qui délivre une expérience. Notamment dans un domaine qui est le divertissement, qui est un festival de musique, dans quelque chose qui est très sensationnel, qui fait appel à des sensations. Les gens cherchent un esprit de liberté. Tout ça on va le prendre en ligne de compte. Quand on rentre sur un terrain se pose la question de savoir ce que va chercher tel ou tel profile. Est-ce que les valeurs de ceux qui font l'expérience sont en accord avec ceux qui vont la vivre potentiellement ? L'exemple de cette étude : en demande d'entrée : on me demande faire une étude de la signalétique. Je leur réponds : on va plutôt faire une étude des usages en matière de prise d'informations des festivaliers. On fait de l'observation sur le terrain, on suit des gens en *shadowing*. On se met derrière les gens, on écoute ce qu'ils se disent. Écouter au téléphone qui recherche un ami c'est hyper intéressant. Maintenant dans le comment : comment font les gens quand ils recherchent un ami. Il y a des personnes qui prennent des talkiewalkies parce qu'ils sont français et qu'on est sur le territoire suisse. Il y a des gens qui quand ils rentrent sur le site c'est RDV dans 2 heures devant la fontaine. Tu sens qu'il y a toute une stratégie qui se déploie et chaque stratégie elle est singulière par rapport à des groupes, peut-être l'âge de ces groupes-là, le niveau de connaissance du festival de ces gens-là, etc. Donc tu imagines toute la complexité que c'est : j'ai toutes ces données-là, plus d'une centaine d'histoires utilisateur que j'ai en tête et on me donne 20 minutes pour présenter ça devant le comité du festival. Donc je me retrouve devant 100 personnes qui sont les personnes qui font le festival pour rendre compte de mon diagnostic et j'ai 20 minutes. En 20 minutes ce que j'ai fait : j'ai raconté 5 histoires. J'ai pris 5 photos par histoire. Première histoire : l'histoire d'une personne qui arrive depuis la gare de Lyon. Donc c'est quel mode d'arrivée, ça reprend pleins de choses une personne qui vient de la gare et en fait je montre son cheminement, qu'est-ce qu'il voit, qu'est-ce qu'on lui donne à voir sur son chemin, sur son parcours utilisateur. Et en fait t'as un point de

décision : à gauche l'entrée et à droite le camping. Le mec rentre, il commence à monter sa tente et là il se demande mais en fait il est où le camping. Bah là en fait t'as plein de choses qui rentre en ligne de compte : son référentiel, le mec a peut-être fait avant ça les Vieilles Charrues ou les Eurockéennes dans lesquels peut être que le camping est au fond du terrain. Ce n'est pas très grave fondamentalement, il s'est juste trompé : il a pris 5 minutes et il est reparti. Sauf que quand t'as plus de 50 000 personnes et que sur ces 50 000 personnes tu vas considérer qu'il y a 10% de nouveaux arrivants. Ça fait 5 000 personnes qui se posent des questions dans des chassés croisés de flux, ça va poser des questions en termes de management de flux. D'un seul coup ça va parler au service communication, au service balisage signalétique, etc. En fait en trouvant des choses qui les rapprochent, à savoir l'expérience vécue de leurs utilisateurs, je n'ai fait que ramener ça ! J'ai fait la même chose aussi avec des gens qui avaient des enfants et qui cherchaient des casques antibruit. Je leur ai dit vous avez un effet pingpong. Bah regardez, il y a ces deux personnes qui arrivent je les attrape je suis. A un endroit du parcours. Je leur demande par où ils sont passé et je leur fais refaire leur parcours. On est allé aux caisses et on nous a dit que c'était de l'autre côté dans le centre d'information. Elles sont à antenne sécurité. C'est le troisième rebond. Elles arrivent au centre d'information, on leur répond que c'est bien ici et s'ils veulent les acheter ou les louer. On leur répond alors que pour les acheter ce n'est pas ici mais au shop. On a donc ici 5 lieux qui divulguent de l'information spectateur, 5 rebonds. On va dire que ce n'est pas grave mais bien sûr que c'est grave. C'est juste la partie visible de l'iceberg, ça montre qu'en amont, vous êtes siloté, vous avez des gens qui font l'implémentation du site qui ne travaillent pas avec la signalétique. Ceux qui ont décidé d'appeler ça antenne sécurité, qu'est-ce que ça veut dire antenne sécurité ? Et pareil, à l'entrée de ce festival, il y a une pancarte « Attention à vos contremarques ». Si tu passes 10 minutes à l'entrée au moment où il y a des cars qui rentrent, il y a des gens qui se demandent « Qu'est-ce que c'est les contremarques ? » Les gens ce qu'ils cherchent c'est le temps. En fait la contremarque c'est le tampon ultraviolet qui te

permet d'entrer et sortir. Le fait de montrer l'information à cet endroit-là, ça ne sert à rien. Elle n'est pas au bon endroit.

Et en fait c'est une somme de petits détails comme ça qui montre juste que tout est là, tout est fait mais le maillage qui est pensé en amont n'est pas fait. C'est là qu'on peut dire qu'on pense l'expérience. Tu vas scénariser en disant « je suis tel profile avec tel besoin, par où je passe ? ». Et quand tu prends c'est hypothèses là, tu calques ça sur ton système et tu te demandes « Okay, est-ce que ça marche ? ». Si ça ne marche pas, je repense mon système. Et attention parce que quand tu repenses ton système, peut-être que pour le scénario A ça marche mais pas pour le scénario B. Dans une approche itérative, tu vas devoir confronter des tranches d'expériences vécues aux aspects fonctionnels de ton système. Et du coup si tu ne te poses pas la question de ton besoin, tu ne poses pas la question du parcours, de la typologie des utilisateurs, du médium, tu passes tout simplement à côté du sujet. On va être intégrateur de ces morceaux d'expérience c'est-à-dire qu'on va venir sous poudrer l'équipe projet de ces moments-là pour que ça devienne leur moment de vérité. Ce qui est très important : pour moi il y a trois axes : C'est 1/ La façon de mener un projet. 2/ Côté équipes projets, les révélations que ça peut avoir et 3/ Côté équipes métiers le but quand on est de l'autre côté est de dire qu'on n'est pas des magiciens et on vous garantit que nous on est sera présent pour dire que ce qui est envisagé respecte les conditions d'exécution dans lesquels vous allez faire c'est-à-dire les contraintes managériales que vous avez.

J'ai l'impression que c'est vraiment un *mind set*, une façon de procéder plus qu'autre chose.

### Vers un design participatif

Et du coup, évidemment tester en cours de conception et une fois que le concept est là, c'est hyper important mais j'ai quand même l'impression que le fait qu'ils soient impliqués. Quand on parle de design centré utilisateur, il faut être réaliste, les utilisateurs, ils sont là en amont et en aval dans

75% des cas c'est ça. Aller dans du design participatif notamment dans les politiques publiques, pour moi quand on fait de la consultation avec un avis a priori de la solution c'est dégueulasse. Parce qu'on va donner l'impression à un utilisateur d'avoir une emprise alors que ce sont des choses qui sont déjà arbitrées. Ça fait beaucoup de mal parce que c'est le niveau nominal de ce qui s'est passé en matière de concertation dans les 30 à 40 dernières années. Tout ça pour dire que le fait de garder toujours à l'esprit qui sont ces utilisateurs, ce qu'ils voudront faire et de s'assurer à la fin et parfois pendant, on essaye de le faire de plus en plus, ça amène à plus de transparence. Je pense que le Covid accentue ça. On est sur la MAIF sur une mission de *legal design*. L'impact sur l'expérience que j'envisage, c'est qu'un mec qui demain va prendre un devis MAIF ne va pas dire « Putain c'est vraiment imbitable ». À la limite juste ça c'est déjà énorme. Parce que par ce processus de transformation de l'intérieur. Comment ça être mis en avant l'information, ça va avoir un effet de bord positif sur l'expérience.

### Sortir de l'approche client pour penser service à l'utilisateur

Ce qui est intéressant, je ne sais pas si tu as remarqué, mais je ne parle pas de client. L'effet de bord chiffre d'affaires honnêtement je m'en branle vraiment. Je ne le dis pas aux clients mais pour moi c'est un effet de bord, c'est-à-dire que ce n'est pas ce que je vais piloter. Et c'est pour ça qu'on quasiment pas de clients e-commerce à proprement parler. Quand on travaille pour e-SNCF, je m'en fous qu'ils vendent plus de billets, ce qui m'intéresse c'est que le service qu'ils proposent sera mieux adapté à moi quand je voyage avec ma femme et ma fille par exemple, car je suis utilisateur aussi. Et puis dans l'idée de l'expérience, il y a aussi le fait d'éviter de trop être sur ta propre expérience à toi et ça c'est intéressant l'idée de se décentrer. Je ne prends jamais mon expérience propre comme étant une base travail et c'est dur de se détacher de ça, car on reste des humains et regarde le monde avec nos yeux.

Je pense que ce serait prétentieux en tant qu'agence d'avoir la main mise sur la façon dont ils [les clients] vont mettre en œuvre ces choses-là. Je pense que l'exécution est extrêmement impactante de ce qui va se passer et dans ce qui va être vécu du coup. Exemple, quand les Arcs lance la super application YUGE, le fait d'avoir fait un plan de communication avec deux objectifs au départ : notoriété et appropriation. Bah quand tu mets 60 000€ sur la table pour mettre du YUGE partout et que les gens sont là « YUGÉ mais c'est quoi YUGÉ ? » mais en fait « YUGER » c'est dans ta tête, quand t'es à Paris et que tu fais du *branding* ça te parle. Mais quand t'as des gens qui viennent de Savoie ou de Lille, et bien YUGE en fait ça ne parle pas à tout le monde. La notoriété était là mais pas l'appropriation ici !

Et il y avait eu deux exemples emblématiques. Le premier c'est de passer complètement à côté de la logique démultipliée, c'est de dire « je propose un outil digital, car c'est ça qu'il faut ». Qu'est-ce qui se passe en réponse, c'est que tu satures l'office de tourisme d'appels par des gens qui sont un peu plus âgés avec des téléphones qui sont un peu moins performants et qui ne peuvent pas utiliser YUGE. En face de ça tu pars du principe que le boulot parce que c'est un sujet purement digital, tu l'as fait porter exclusivement par la DSI et ben du coup on parlera plus tard aux gens de la station. Et bien non en fait, ça va se répandre comme de la poudre. Derrière t'a des gens qui sont en contact ! Nous on fait beaucoup de design de services c'est-à-dire que c'est un ensemble de points de contact. C'est pour ça que je parle d'approche holistique. Quand tu mènes un projet de ce type-là, il faut que les gens soient au courant. Je ne dis pas qu'ils doivent absolument savoir en parler mais il faut qu'ils sachent que ça va arriver, qu'ils sachent ce que ça fera et ce que ça ne fera pas par exemple. Le deuxième exemple que j'avais en tête : journée noire. Des queues de malade aux caisses aux Arcs. Et une hôtesse de caisse qui se dit « il y a l'application, on va leur dire qu'on peut charger les forfaits sur l'application ». Ça part d'un bon sentiment. Ils commencent du coup à distribuer des sous-cartes vierges. Mais la seule fonctionnalité qui manquait dans le MVP1 c'était justement le fait de

charger un forfait sur l'application. Donc là t'as 2500 personnes que tu renvoies chez eux. Et derrière ils se sont pris le tollé du siècle sur les réseaux sociaux et sur place. Juste à cause d'un manque de communication au sein de l'équipe. Et je trouve ça tellement emblématique, c'est le micro-caillou dans la chaussure qui peut prendre des dimensions absolument hallucinantes.

Ce qui est intéressant, c'est que quand on conçoit un outil qui va être implémenté, en général le client lâche un peu la main. Mais très souvent on intervient pour améliorer quelque chose qui est déjà existant. En fait c'est un cycle en permanence : tu délivre ça, ça génère ça, etc. C'est une spirale et l'idée c'est d'aller toujours un peu de l'avance quitte à parfois à faire un pas en arrière aussi. Vous avez lancé ce truc là mais ça ne colle pas, les gens n'adhèrent pas.

## Évangiliser le client

J'ai l'impression que c'est [la proposition d'interactions riches] dans tout ce qui vient avant. En ayant fait en sorte à ce que le client ne s'enferme pas dans une solution préconçue, d'entendre un peu raison quand tu vas lui dire que de faire ce choix-là risque d'être problématique. L'exemple type c'est la connerie du mobile first, c'est pas du mobile first c'est du mobile only. Moi j'aimerais bien faire du mobile first, je n'ai pas de problème, à condition qu'on ne délaisse pas tout ce qui se passe autour. Par exemple lorsque tu bosses sur des questions de rythmes scolaires ou de participation citoyenne, à un moment donné ta plateforme de questionnaire en ligne c'est pas suffisante. Je vais répondre par la diversité des utilisateurs et non pas par la diversité offerte à un utilisateur.

L'inclusivité. Je propose un écran d'*onboarding* dans une application, ça sert ou ça ne sert pas. Ça peut servir. Mon client va me répondre que 90% des gens ne vont pas l'utiliser mais je m'en fou, car j'ai 10% des gens qui vont l'utiliser. Donc c'est aussi dans cette posture-là de dire : ce n'est pas parce qu'on est sur un signal faible ou que ça ne concerne qu'une personne qu'on a rencontré qui nous en parlé que pendant 2



minutes. Si moi en tant qu'expert, j'estime que c'est un point qui a criticité plus forte, je vais le défendre. Je ne lâcherai rien.

Par exemple l'application YUGE a un bouton SOS aujourd'hui, quand on le leur a dit que ce serait intéressant. Ils nous ont dit : on ne peut pas prendre la parole sur la sécurité ça fait peur aux gens. Là tu batailles un peu. J'essaye d'élargir le périmètre et je leur demande d'accéder au PC de sécurité. Et quand tu vois dans ce PC une personne qui a un téléphone, un radio et un plan des pistes, qui reçoit des appels toutes les 4 minutes. Qui a chaque appel à des gens qui sont en panique au bout du file. Que cette personne-là doit faire deux choses en parallèle : remonter le chemin d'où est la personne potentiellement et bien pendant qu'elle est en train de faire ça, elle est en train de faire un travail très social en fait c'est-à-dire de répondre à une personne en détresse. Quand tu fais comprendre à ces porteurs de projet que dans leur système, il n'y a pas de prise en compte de ces situations-là. Et bien on aboutit à ce que la géoloc ne te permette pas que de gagner des badges parce que t'es passé sur telle piste mais également à retrouver des gens. La gamification ce n'est qu'une partie de la population. Ce qui m'intéresse c'est qu'à la fin YUGE tout le monde l'ai dans sa poche pour n usages différents. Parce que les gamins veulent faire tous les badges, parce que Robert, il cherche la bonne table à réserver le soir, parce que Micheline est tombée et elle a mal.

**Vers un design adaptatif : expérience personnalisée mais non expérience autogénérée**

Pour moi c'est du design adaptatif. Aujourd'hui je pourrais te proposer une expérience qui va varier en fonction de ton expérience singulière à toi. Je sais que tous les matins à chaque fois pendant la pause dej tu vas ouvrir twitter, etc. On pourrait imaginer quelque chose, scénariser quelque chose. En fait la question, c'est comment tu peux en manipulant de la singularité proposer de la singularité. Je pense qu'aujourd'hui on commence tout juste à arriver à moment de maturité où la démarche centrée utilisateur se généralise. L'état

d'après c'est peut-être la surpersonnalisation justement. Personnaliser l'expérience. J'ai l'impression qu'on encore tellement de retard sur ce que j'appelle la maltraitance cognitive ou l'absence totale de prise en compte des référentiels humains dans la perception que ça me paraît un petit peu gadget. J'ai l'impression que le sujet n'est pas là aujourd'hui. Je pense que certains secteurs s'y prêtent. Le jeu vidéo est un bon exemple où en fonction de ta progression il y a toute une arborescence qui se déploie.

La question ici si on renvoie à la philosophie des sciences, c'est le déterminisme vs l'autogénération. Enfin je te rejoins, ça ne reste qu'un arbre qui est très déterminé mais là j'ai l'impression qu'on touche du doigt quelque chose qui est plus complexe en soit. Je pense que rendre un citoyen acteur de sa citoyenneté c'est déjà faire un peu ce dont tu parles. C'est lui donner les clés pour être acteur et du coup influencer son expérience in fine. La démarche de participation citoyenne. Peut-être pas au niveau d'aujourd'hui mais demain. Par exemple, le fait de donner la parole aux enfants. Rendre les gens acteur du monde qui les entoure en fait de façon très générale. J'y mettrais autant des démarches un peu socio de café philo dans des barres HLM géré par des sociologue que faire réfléchir ensemble les ouvriers d'une industrie parce qu'aujourd'hui ça n'existe même pas. Je suis très partisan de la méthode et de comment on fait faire. Je crois que j'ai du mal à sortir de ça. J'ai l'impression que ça vraiment qui détermine les choses. Comment tu peux donner à faire à quelque chose à quelqu'un qui va lui permettre de faire une expérience sans avoir toi-même pas fait un certain nombre de choix ? Car sinon il faut que chacun soit développeur ou designer. On est quand même obligé de borner et cadrer ça. Pour qu'une expérience vécue soit viable, il faut un certain nombre de prérequis. C'est pour ça que je parlais de la personnalisation, car je ne suis pas convaincu que 100% de l'expérience soit autogénéré, autogénéralisable.

Toute interaction a un effet. Quand bien même quand tu prévois que l'outil te permet de te rapprocher de tes proches, comme par exemple

WhatsApp. Derrière, il va y avoir une telle variabilité que ça reste un outil potentiellement très libre. Ça va aller à des conspirationnistes qui ont besoin d'un outil avec une potentialité de diffusion rapide et puissante, des groupes familiaux qui vont envoyer des photos de façon hebdomadaire pour rapprocher des gens qui ne sont pas dans la même ville, des groupes pour des potes en weekend. En fait c'est plus la généricité des fonctionnalités qui sont proposées que tu permets l'expression d'usages qui sont variées. Là où je te rejoins c'est qu'on ne maîtrise pas au moins 50% de l'usage qui va en être fait. J'ai quasiment l'impression que toute expérience est personnalisable de facto. Dans l'interaction avec l'utilisateur, tu auras des variations pour chaque utilisateur avec des degrés de variation potentiellement assez faibles mais ce ne sera jamais la même chose.

## Éthique et design

Il n'y a pas une éthique, il y a des éthiques. Je pense que tout ce que je te disais sur le respect : j'ai entendu quelque chose d'un utilisateur, j'ai observé quelque chose d'un utilisateur. Quand bien même c'est un millionième de mon échantillon. Si ça a touché quelque chose de vraiment fort chez la personne, je vais le valoriser, je vais lui donner du relief, quitte à truquer un peu la représentativité des choses.

Par exemple, dans les stations de skis, j'avais fait des observations côté caisses. De voir comment ce couple demande des forfaits de remontées mécaniques. Les hôtesses ont un script là-dessus. Et du coup la question systématique c'est « Est-ce que vous voulez grand massif ? ». Madame décide et répond « Pourquoi pas ». Puis vient la question suivante. La scène se fige « Est-ce que vous voulez prendre l'assurance ? ». En une fraction de seconde les deux se regardent, un instant qui est assez grave, ils plissent les yeux, regardent leurs enfants, se regardent à nouveau et là tous les deux en simultané ils disent « oui on va prendre l'assurance ». Ce fragment-là, donc à l'échelle d'une semaine au ski on parle de 5 secondes. Et bien ces 5 secondes là, elles sont hyper importantes dans le parcours pour moi parce que c'est à ce moment-là que s'est exprimé tout

leur historique. Tu ne sais pas mais ça se trouve leur petit gamin s'est peut-être cassé le bras l'année dernière ou alors madame a entendu que le fils d'un tel s'est cassé la gueule ou c'est monsieur qui s'est déjà blessé par le passé. Ou alors ils ont vu dans la presse que Schumacher s'était cassé la gueule. Je crois beaucoup à ces effets de boule de neige là. Quand tu regardes les stations de ski avant après l'accident de Schumacher au niveau du port du casque c'est flagrant. D'un seul coup t'as des trainées de poudre. Et donc ces 5 secondes là sont hyper importantes, car elles disent énormément de choses. Le côté solennel du moment, le côté viscéral. Cette question-là n'a pas du tout le même écho que « Est-ce que vous voulez Grand Massif ? ». En restitution je suis incapable de ne pas parler de ce moment-là. C'est trop intense, ça dit trop de choses pour pas être dit. Le responsable marketing qui gère les hôtesses, tu lui dis : Est-ce que tu te rends compte du côté robotique que tu proposes à ton utilisateur ? Qu'est-ce qu'il a de son propre utilisateur face à lui ?

On a fait un lancement de projet pour une marie. On travaille sur fusionner des services. Et j'avais le lancement avec les élus le premier jour du projet. Ma fille aînée vient de naître. Je suis dans le train pour aller à cette réunion et je lis un truc à la con du genre « Tout ce que vous n'avez jamais osé demander ». Je photographie une page et je la mets sur une slide pour ma présentation. C'est l'histoire d'un mec qui raconte que la déclaration de son enfant a toujours été un moment solennel. Il avait toujours halluciné par la froideur avec laquelle c'était pris par un agent municipal. Et du coup je leur ai dit : bah en fait la vraie question pourquoi on est là, c'est pour répondre à cette question : Comment on fait en sorte pour passer d'une approche froide, systématique et quasiment procédurale à la prise en compte d'un moment de vie et qu'on réponde de façon humaine à une tranche de vie ? C'est-à-dire que mon souhait ici c'est de dire que tu ne gères pas quelqu'un qui est en deuil, quelqu'un qui arrive pour ses papiers, etc. de la même façon. Alors qu'aujourd'hui ça ne fonctionne pas comme ça. Je me souviens, on est allé déjeuner avec les cadres de la mairie. À côté de nous, il y avait un couple hyper bien sapé. Ils

avaient rendez-vous à 14h avec l'agent de l'état civile pour se paxer. Du coup j'avais assisté à toute la conversation avant. C'était un putain de beau jour pour eux, un moment important. Ils ont été reçus dans une mairie au milieu d'un *open space* avec un pauvre paravent, ça a duré 10 minutes, merci au revoir. Là pour moi, il y a un problème. C'est-à-dire qu'on déshumanise complètement, on ne respecte pas le contexte dans lequel sont ces personnes à ce moment-là. On ne personnalise pas l'accueil, on est juste sur un truc qui est très standardisé qui va complètement faire exploser l'humanité qu'on est censé mettre à ce moment-là. On est devant quelqu'un qui vient renouveler le contrat pour la tombe de ses parents. Je comprends que le profile métier soit dans une approche outillée, car il faut ça 150 fois par jour. Je pense que pour autant il ne le fait pas par gaité de cœur d'être aussi froid. C'est parce que le système, la façon de faire, a été tellement procéduralisées qu'on en arrive à déshumaniser les choses. On a supprimé tout ce qui pouvait être de l'ordre de la perte de temps.

Je travaille beaucoup avec le responsable de Valeo sur les questions de sécurité. Et quand t'as un sociologue qui gère la sécurité, ça n'a rien à voir. Ce n'est pas les gars de Securitas avec les grands bracelets et les gros bras. C'est juste une approche de conditionnement : comment par une somme de petits gestes tu mènes les gens dans un état d'esprit à bien se comporter, à être là pour être là, à s'amuser dans le respect des autres. Ça m'a vraiment fasciné de me rendre compte que même pour les sujets de la sécurité, il y a des gens qui défendent des approches qui sont humanistes. C'est dire que la foule n'est pas un amas de connards, c'est ensemble d'individus !

## Refuser certaines missions

Est-ce qu'il y a des choses qu'on refuse de faire ? Oui. Respecter les expériences, toutes les considérer, mettre du relief même si c'est symbolique et pas représentatif. Respecter les attentes générées. L'ouverture sur la partie adaptation : donc respect de la diversité (penser un questionnaire en ligne pour démarche de participation citoyenne c'est de la connerie, penser

multicanal, car il y aura toujours des gens). Et puis certains projets pour leur finalité. J'ai des gens qui m'ont déjà proposé : j'ai 4 cours à proposer dont qui s'appelle explicitement « Manipuler l'utilisateur ». Je leur réponds de 1 je ne vais pas venir et de 2 j'espère que personne ne viendra. Ou sinon pour le *mind set* de l'équipe. Quand tu sens que les gens sont là et te disent on s'en fou de ce que vous allez faire de toute façon on a une subvention. Bah non dans ce cas on ne va pas le faire. Et puis refuser des projets parce que l'équipe ne veut pas y aller comme par exemple sur des sujets de pornographie ou autre chose. Dans l'absolu on ne va pas faire un veto mais on va en parler à l'équipe. Il y a des sujets sur lesquels on sait qu'il n'y aura pas moyen de faire quelque chose. Et puis tout ce qui peut être de l'ordre de la manipulation, du *dark patern*, etc. On ne fait jamais.

J'ai deux prismes : je ne vois rien de façon naïve et puis après dans la conception aussi. Je ne conçois pas d'application à proprement donné. Mon volet est plus celui de l'insight mais ça se détecte assez vite. Sur des étapes, des tournures de messages, un enchaînement d'écran, etc. Ça saute un peu aux yeux quand t'as l'habitude. Il n'y a pas de régulation sur ces aspects-là. Donc c'est un travail individuel.

On a une charte des 10 principes sur lesquels on ne transigera jamais. De la même façon peut-être faudrait-il une charte pareille pour les UX designers. C'est quelque chose qui n'existe pas alors que ça existe dans d'autres métiers. D'autant que chaque acte de design n'est pas neutre.

## Le modèle du *low cost* : L'expérience dégradée consentie

UX et *low cost* : au profit d'un modèle économique. La notion d'acceptation d'une expérience dégradée je trouve ça vraiment intéressant. Qu'est-ce que les gens sont prêts à renier de leur expérience ? En quoi ils sont prêts à faire des concessions au profit du prix, c'est hyper intéressant ? Easyjet est hyper malin, comment ils ont défini un socle minimal en disant que le mec

veut pouvoir s'asseoir dans un avion, réserver rapidement et d'attendre dans des conditions à peu près décente. Comment derrière ils ont mis en place une stratégie d'obsène en disant okay là-dedans il y a peut-être des gens qui voudront payer pour le placement, d'autres pour le bagage. Et en fait quelque part ici ton expérience vécue tu la fait à la carte. Après tu vas payer en fonction. Ce sont des points sur lesquels tu vas faire des économies en tant que fournisseur de service mais aussi en tant qu'expérimenteur. C'est la dégradation consentie de l'expérience. Je pense qu'il a un vrai socle minimal en deçà duquel tu ne peux pas aller. Ce qui fait qu'un Ryanair a une image encore plus *low cost* qu'Easyjet.

### Une approche de phénoménologie outillée

On a eu un projet de recherche en interne qui s'intéressait à la performance cognitive. On a testé pas mal de choses avec des rugbyman et de la réalité augmentée. L'idée était de coupler une approche subjective avec une approche objective. En les faisant jouer, on venait ensuite réanalyser avec eux la partie pour leur faire identifier les temps forts et les temps faibles. Là j'étais en train d'exécuter quelque chose, là en train de préparer quelque chose : des étapes cognitives. On a combiné ça avec des signaux mesurables : la variabilité cardiaque, la sudation, la dilatation pupillaire (la façon dont ta pupille va se dilater est corrélée au niveau de charge que tu ressens à un instant donné. La charge est une notion relative, on ne peut pas quantifier ta charge mais on peut savoir si t'es en sur ou sous charge. Donc en ayant fait ça, on s'est dit qu'on a des algorithmes qui permettent d'identifier en fonction de ces données là si t'es en temps fort ou en temps faible.

Aujourd'hui un Voyage SNCF va mesurer la satisfaction utilisateur avec un pauvre questionnaire en gros si vous avez aimé de 1 à 10. Pour autant c'est de la phénoménologie : j'essaye de mesurer l'expérience vécue avec un baromètre. La SNCF sort son NPS et constate son évolution et change tout en fonction, c'est comme ça que ça marche. Ça pour nous c'est une approche un peu limitée. On essaye plutôt de se dire.

Je suis un parc d'attraction, est-ce que je peux pas avoir quelque chose qui me permettrait de collecter de la donnée via des coordonnées GPS sur les temps passés sur des zones ou ce genre de choses et de qualifier l'expérience vécue mais d'une somme d'individus. Tu prends 100 personnes sur une journée à Disneyland. Le bracelet fait GPS et en même temps truc d'accès. Bah tu peux détecter juste son trajet, t'es ici dans une forme de *tracking*. Et de pouvoir analyser ce genre de données là de l'expérience, en l'occurrence, de compléter ça par du carnet de bord. Tu vas passer une semaine au ski, à l'arrivée on te donne un petit carnet de bord qu'on va te demander de compléter au fil de ton expérience. Ça peut être du carnet de bord digital, on va te demander de dire comment ça s'est passé, on peut te demander de dessiner ou prendre des photos. L'idée, c'est de discriminer le monde et de s'appuyer sur des petites touches de moments vécus, toujours très uni focal. Par exemple lors de la journée de chassée croisée au ski, tu vas demander à quelqu'un d'allumer Sporttrackers et de prendre en photos les points d'information depuis le début de son parcours pour arriver à la station. Donc en fait ça c'est un exemple de comment un carnet de bord / *tracking* / photo tu peux justement collecter de l'information. Ça te dit plein de choses : ce que les gens ont considéré comme important, ils peuvent remonter des informations positives ou négatives, dès qu'il y a quelque chose d'un peu marquant. C'est dans l'idée de pouvoir utiliser l'utilisateur comme une paire d'yeux sur le terrain et à travers lui de nous faire remonter des points qui sont remarquables. Ou faire des times laps dans des lieux pour savoir comment les gens circulent. Le but c'est d'avoir les yeux grands ouverts et de se dire que ce qui est dégradé peut-être une opportunité. Montre qu'on peut faire des choses différemment.

# Entretien avec Olivier Desportes (Olivier Desportes Design) – le 24/03/2021

*Cet entretien n'est pas une retranscription littérale de l'échange avec Olivier Desportes mais une restitution des prises de notes d'entretien.*

On peut définir l'expérience de façon différente : il faut voir en fonction de l'endroit où on la prend. Dès le début : Si tu fais intervenir l'expérience au niveau de la conception même de ton produit tu vas essayer de vivre quelque chose pour aider à la produire. Tu vas questionner le ressenti pour créer. L'expérience peut commencer là. Souvent l'expérience est liée à l'usage, l'usage d'un service, d'un produit, etc. À mon sens elle se retrouve beaucoup à ces deux endroits là. On peut lui faire dire ce que l'on veut. Soit quelque chose qui permet de générer de la donnée et de la data, un apprentissage, faire évoluer un usage et des comportements. Mais en fonction de là où on la place dans le dispositif créatif on n'intervient pas sur la même chose. Moi je n'utilise pas beaucoup ce mot, car on l'utilise aujourd'hui pour tout.

Le design expérientiel. Très bien mais qu'est-ce qu'on en fait vraiment ?! Autour de ça qu'est-ce qu'elle veut dire, comment on la traite réellement ? Comment on en traite le résultat, comment on le ressent ? C'est que quelque part on doit vraiment l'utiliser !

Interaction réelle et ressenti avec l'objet : c'est là où je situe l'expérience. L'expérience vient de ce que je sens, vit et perçoit. Donc sous-entend que j'en ai un ressenti. Je peux vivre une expérience que je ne comprends pas mais il faut que j'ai un ressenti.

Travailler en même temps l'usage et l'expérience. L'expérience est ce que l'on veut faire vivre à l'utilisateur par l'usage. Pas décorrélée ! Il y a un dispositif narratif quand on va commencer à

produire et créer quelque chose. Itératif. C'est à ce niveau-là qu'on a une interaction entre l'expérience et l'usage.

Singularité et la sensibilité de chaque personne. Je donne une possibilité de comprendre les choses souvent à différentes strates comme si je parlais à différentes personnes. Ce qu'ils en font ça leur appartient. L'expérience qu'il en font ça leur appartient. Être force de proposition mais aussi accepter de ne pas tout diriger. Je n'ai pas à le maîtriser. La force est dans la liberté mais cette liberté n'est pas simple à gérer.

Par exemple, dans un vieux projet que j'ai fait de luminaires à composer. [...] À chaque fois que tu rajoutes un module, tu crées une luminosité différente. En même temps que tu crées ta forme, tu crées une intensité lumineuse. Une langue est créée chacun avait le sien. Chacun prend possession d'un matériel et de quelque chose d'immatériel. Une vraie interaction avec l'espace. T'interviens sur un objet, un produit limité, mais aussi sur quelque chose d'immatériel qui va aussi créer un ressenti en termes d'intensité lumineuse et aussi de chaleur.

Densifier l'expérience : Le mieux c'est de jumeler des moments avec des usages et éventuellement des souvenirs (mais des souvenirs qui sont propre à chacun mais qu'on peut aussi retrouver chez tout le monde). Tu peux permettre de révéler des choses sur quelqu'un, de révéler en éclairant des choses dont on en se ne souvenait pas, proche de l'inconscient. Expérience double : tu te sers de ce que tu as en tout pour développer des choses que tu découvres. Chacun va vivre à sa façon, car fait appel à son existence propre. Tu crées quelque chose d'identique mais qui révèle des choses identitaires chez chacun. Je l'ai fait sur différents objets mais qui ne sont pas sortis, ce sont des études. Par l'olfactif, l'auditif, des choses qui vont te rappeler des choses. Il est intéressant d'interroger les neurosciences par rapport à ça.

# Entretien avec un jeune professionnel

**Profile interrogé :** Analyste *private equity* dans un fonds d'investissement lyonnais, Bertrand

*L'entretien utilisateur se compose de deux parties : une première partie avec des questions spécifiques sur les espaces de bureau et une deuxième partie générale sur les objets/services/applications aliénants, libres ou intimes.*

**Qu'est-ce que pour toi un environnement de travail source de sérénité et de productivité ?**

Il faut que déjà que ce soit beau. Il faut que tu sois dans un beau quartier déjà. Tu dois être dans le 8ième quoi ou dans le centre-ville. C'est chiant d'être à La Défense. Encore La Défense ça peut aller mais par exemple j'avais fait une mission pour la banque Palatine, elle était en banlieue de Paris. C'était après le parc de Vincennes. Bref une banlieue où t'es dans un truc un peu *back office*. C'est pas une histoire d'être productif c'est pas assez *high level*. Dans ton environnement de travail ce qui est important c'est d'avoir tous les services quoi vont avec. BNP c'est nul t'avais 2000 personnes et t'avais pas de service de conciergerie, de pressing ou de crèche. Alors qu'Unicredit t'avait tout ça. Après t'as les trucs basic. Avoir de l'espace, une bonne luminosité. Sur l'*open space* tu peux avoir un débat infini. Et du coup c'est très différent comme expérience. Quand t'es pas en *open space* ça influe beaucoup sur ton travail, pas sur ton travail en lui-même, sur ta connaissance de l'organisation. Je ne sais pas ce qui est mieux. Quand t'es junior avoir un bureau qu'a deux c'est pas bien du coup tu te laisses aller à des digressions, t'es moins concentré. T'as pas la pression de l'*open space*.

**Un bon *Open Space* c'est quoi ?**

Ça dépend vraiment de tes voisins, faut être à côté de gens qui bossent avec toi sinon ça sert à rien. L'intérêt c'est de parler avec lui ou lui poser une question quand y a besoin. Pas l'*open*

*space* où t'arrives et t'as pas une place assignée. Ça ça m'angoisserait. Je ne pourrais pas venir et dire il faut que j'arrive plus tôt sinon je peux pas avoir ma place. Faut que je puisse laisser mon bordel à mon bureau. J'aime pas le *clean desk policy*. J'aime tout imprimer et surligner et donc forcément y a des papiers qui traînent. Maintenant t'as de moins en moins de boîte où t'imprimes des trucs. Après en finance c'est particulier, il y a plein de trucs que tu vois pas quand t'imprimes pas.

**Dans tes lieux / expériences de travail précédentes, donne moi celui dans lequel tu t'es le mieux senti ?**

Alors c'est difficile à dire. Je me suis jamais mal senti à un endroit. Finalement je ne sais pas si le fait que tu te sentes bien à un endroit ça dépend du lieu où t'es mais plutôt des gens avec lesquels t'es. Bien sûr que la configuration du lieu a son importance. Par exemple quand j'étais en stage à la BNP à Paris j'étais dans un petit bureau de 4 et du coup je suis devenu potes avec eux. Peut-être que dans un *open space* c'est plus neutre. Si t'es à côté de gens que t'aimes moyennement ça peut passer parce que c'est plus grand. La personne te fait chier c'est plus facile. Ce qui est très chiant, toujours chez BNP mais à Milan, tu te retrouves avec la moitié de l'*open space* qui est rempli avec le Covid. Du coup c'est un peu plombant d'être très peu au bureau et que la moitié est à la maison. À la fois t'es peut-être plus efficace parce qu'il y a pas les gens qui sont en call et qui parlent. En même temps c'est chiant. Pendant le Covid comme le bâtiment était pas assez vide il le chauffait pas assez. Tu crevais de froid à ton bureau. À 22h il faisait hyper froid. J'en avais marre du coup je me cassais à 22H. Chez Naxicap aussi ça m'est arrivé quelque jour, quelques jours et j'étais seul au bureau.

**Au travers de quels détails se matérialise le bien-être au travail ?**

Quand tu fais de la finance, y a que des mecs pour moi c'est chiant. Faut qu'il y ait la parité. Il faut que les gens ne parlent pas trop fort, quand t'as un *open space* alors c'est chiant. Après faut que ce soit beau, faut que ce soit design ? Ce

que j'ai vraiment aimé à Milan c'est qu'il y avait pas de services mais au moins c'était beau, t'étais au 25ième étage t'avais une belle vue. Des trucs impersonnels mais qui passent bien. Localisation pas la meilleure de Milan mais au moins t'as une belle vue, de grands espaces et de beaux volumes. Alors que la BNP à Paris t'es dans le 2ième arrondissement, hôtel particulier mais c'était une cave à stagiaires. T'es en RDV c'était vieux, une moquette dégelasse. T'étais dans un bel hôtel particulier mais t'avais un espace de travail de merde. Même les VP et analyses aux étages supérieures la luminosité n'était pas cool. Pareil Naxicap à Lyon c'est pas les bureaux de PE grand luxe mais plus appart dans son jus.

**Y a-t-il un objet qui était promesse de confort dans ces espaces sur lequel ton attention s'est attardée ? Lequel ?**

Alors un objet que j'ai jamais vu mais que j'ai jamais eu. Des salles où tu peux faire des siestes. Quand tu bosses 70 h par semaines il faudrait une nap room. Un espace un peu convivial où t'as des canapés et tu peux te détendre. Putain les bureaux c'est quand même hyper important. L'autre objet important c'est la machine à café. Chez BNP putain y avait pas de machine à café. Il y avait une cafètera très bonne avec du café Illy mais en plus fallait le payé et tu fais ça 2-3 fois max par jours. La qualité du bureau que t'as au bureau. Et après là où c'était le mieux c'était chez Mirabeau à Londres, ils avaient une machine à café suisse tu pouvais te faire des capuccino et tout. Et t'avais des fruits gratos c'était pas mal. Avoir une machine à café correcte. Il faudrait avoir une expresso, c'est le minimum. Par exemple chez Naxicap y a deux machines à café. Y a une expresso pour les réunions mais tu peux taper dedans sinon t'as une espèce de machine en grain c'est pas mal aussi mais ça dépend du grain. Pour résumer il faut une machine à café qui soit bien quoi. Une machine à café et canapé. Alors je réfléchis à quelque chose d'autre que j'ai et donc je ne pourrais pas me passer : l'ordinateur portable avec une *docking station*. Alors l'objet qui ne devrait plus exister c'est le téléphone fixe. Je ne comprends pas à quoi sert la ligne fixe. C'est juste chiant, c'est pas synchronisé avec ton ordinateur. Ça complique les

choses en fait. Ça dépend, ce qui est chiant c'est qu'il faut deux casques, un branché sur ton ordi et un autre sur le tel. Sur ma signature je mets que mon téléphone pro, le fixe c'est le Moyen-Âge.

**Peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti enfermé dans son utilisation ? Quand est-ce que tu t'es senti limité dans son utilisation ? Qu'est-ce que ça a provoqué comme réaction ?**

Genre tu peux pas t'en échapper. Ça te fait chier de les utiliser. Bah les produits Appel typiquement, tu commences t'as un iPhone puis un mac. C'est chiant parce que t'as pas le bon chargeur. T'es obligé d'utiliser tout l'écosystème de l'objet. J'ai pas encore succombé aux Airpod, ça va pas tarder, c'est bien comme objet quand même. T'as l'impression. D'ailleurs j'ai vu que l'UE a lancé un procès contre ça pour l'abus de position dominante avec l'application Music. Ils ont créé une espèce d'action donc tu peux pas en sortir, je peux pas avoir un autre téléphone qu'Appel donc c'est chiant. Ordinateur si mais c'est vrai que c'est un bel objet. C'est chiant quoi, tu te dis tu te fais encore nické. Typiquement ce qui est chiant, le truc que je déteste maintenant c'est les nouveaux écouteurs Appel, ils sont compatibles avec rien. Tu peux même plus les brancher à ton ordinateur du coup il te faut sans arrêt un casque. C'est chiant.

Un autre objet où je me suis senti enfermé, c'est intéressant. L'environnement fermé est intéressant. Avec le mac tout est compatible, le hardware est sur-mesure pour le software alors qu'une machine Windows ça fonctionne sur 10 000 marques et ordinateurs différents. Et tout l'écosystème, tout est vraiment fluide mais du coup t'es embarqué et c'est chiant parce que ça te coûte une blinde. Et peut-être que ça t'enferme dans une manière de faire les choses parce que du coup peut être que c'est pas la meilleure façon de faire les choses. Je parle aussi des gens d'Appel, eux même n'arrivent pas à en sortir. Alors que si le système était plus ouvert, ils pourraient s'enrichir des autres. Après c'est agréable d'être dans quelque chose de familier.

**A *contrario*, peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti libre dans son utilisation ? À quoi étais-ce dû ? Qu'est-ce que cela a provoqué comme réaction de ta part ?**

En fait est-ce que tu peux vraiment te sentir libre ? Est-ce que ton rapport aux objets est un rapport de liberté ? Tu peux te sentir contraint par quelque chose mais est-ce que tu peux te sentir libéré. C'est un instrument un objet, c'est un truc technique, y a toujours des limites. T'as toujours une limitation en fait. T'as pas un pouvoir absolu sur l'objet ou l'objet a toujours une faille, une fonction que t'aimes pas. Se sentir libre je dirais que c'est pas possible. Ou alors il faudrait que ce soit un objet tellement con : je sais des chiottes y a pas beaucoup de limitation. Après tu peux avoir des chiottes japonaises qui te lavent le cul mais c'est pas vraiment utile. Le design des chiottes tu t'en fout un peu. Et pourtant tu passes beaucoup de temps. Mais ce genre d'objet c'est mieux. C'est truc qui bouge pas et qui sont toujours très utile. Une plaque de cuisson à induction, ça me fait hyper chier en fait. Je préfère le gaz avec des vieux bouton. Si tu mets un peu d'eau dessus ça marche pas. Je suis jamais satisfait de rien dans la vie donc encore moins des objets.

Peut-être que les banquiers d'affaires ont détourné PowerPoint aussi. Au départ la philosophie première du logiciel était de faire des présentations, des slides. Mais un livret de banque d'affaire est très chargé et n'a rien à voir avec ce que fait un gars du marketing. Ce sera plus une manière graphique de présenter des infos. Ce sera jamais présenté, toujours imprimé comme un livre. Je ne suis pas sûr qu'un PowerPoint, je pense que c'est une manière de standardiser les choses qui pose problème. Quand tu lis un info mémo tu lis toujours les mêmes conneries. Best in class je sais pas quoi, etc. Je me demande si tu faisais un Word qui présentait vraiment la société est-ce tu te permettrais d'écrire les mêmes conneries. C'est une manière de format les choses qui sont toujours identiques avec PowerPoint. Est-ce que si les banquiers faisaient les info mémo à l'ancienne sous Word avec plus de texte et moins d'images où t'as des vraies phrases écrites. Est-ce que ce serait

pas plus pertinent de faire ça ?

**Peux-tu me parler d'un objet avec lequel tu as noué une relation intime ? Qu'est-ce que cet objet a provoqué en toi ? À quoi est-ce lié ? Quelles sont les caractéristiques de l'objet qui viennent susciter cela en toi ?**

Mes deux téléphones. C'est les objets dont je ne peux plus me passer, c'est horrible. Mes cheveux sont pas bien si j'en ai pas au moins un. C'est une addiction, du matin au soir. Tu peux tout faire avec ; je m'en fou de mes messages à la limite, le fait de pouvoir checker un truc rapidement plus les messages. Ce que j'aime bien c'est que t'as toute l'info à portée de doigts. Ça fait tout quoi réveil le matin, minuteur quand tu fais tes pâtes à midi. Le soir quand tu rentres t'as la lumière. Il manquerait plus que ça fasse mon café. Je me suis mis à Siri là, je l'ai mis en italien parce que ça me fait marrer. Ça sert pas à grand-chose, y a un truc pour lequel c'est pas mal c'est pour le minuteur, ça te fait gagner du temps. Surtout c'est bien quand t'es en train de cuisiner. Pour la météo aussi c'est bon. Le matin quand t'es à la bourre tu cries à ton téléphone quel temps il fait c'est pas mal. Les téléphones c'est l'objet par excellence que j'ai tout le temps à la main. C'est horrible je ne pourrais pas vivre sans, c'est le seul objet où c'est comme ça. Une montre je m'en, bracelets je m'en fou, les lunettes quand même. Ça j'imagine qu'on exclue.



## Entretien avec un étudiant en chambre de bonne

**Profil interrogé :** Étudiant de Philosophie vivant en chambre de bonne à Paris, Amine

*L'entretien utilisateur se compose de deux parties : une première partie avec des questions spécifiques sur l'expérience d'habitation d'un espace exiguë et une deuxième partie générale sur les objets/services/applications aliénants, libres ou intimes.*

**Peux-tu nous décrire la chambre dans laquelle tu as vécu à Paris en tant qu'étudiant ?**

J'ai 16 m<sup>2</sup> 50 7<sup>ième</sup> étage sans ascenseur, j'ai une salle de bain et les toilettes sur le palier. Machine à laver l'eau et la cuisine. Un bureau et un lite clic clac et j'ai même une télé. Au niveau de l'électroménager, frigo et machine à laver.

**Qu'est-ce que vivre dans 16 m<sup>2</sup> ? Au quotidien as-tu mis en place des stratégies pour faire face à cette contrainte d'espace, à l'exiguïté de ton lieu de vie ? Comment cette contrainte spatiale a-t-elle changé ta façon de t'approprier cet espace, de le vivre ?**

Déjà l'intérieur de l'espace. L'optimisation de la place. J'essaye d'utiliser tout l'espace, même les murs. Il y a tout un système de clous pour attacher mes affaires mes lunettes, mes casquettes, même au niveau de la cuisine les ustensiles sont accrochés. La gestion de l'espace est ultra rigoureuse. Mon lit c'est un clic clac du coup quand je reçois des gens je peux le remonter. Quand j'achète des chaises c'est des chaises pliables donc quand je reçois des gens je peux les ressortir. Le fait d'être à Paris ça me permet de passer beaucoup de temps à l'extérieur. Chez moi c'est un lieu de repos et de maison. En un sens c'est un lieu de repos. Avec le confinement c'est devenu littéralement un lieu de vie. J'ai toujours eu

l'occasion de vivre à l'extérieur. Du coup, là il y a le confinement donc ça change. Sinon je passais très peu de temps chez moi. Je faisais mon sport le temps de rentrer chez moi et à ressortir. Même pour lire j'allais me poser en bibliothèque. C'est un atout de vivre en ville, j'ai tout à proximité. J'ai pas besoin de sorti de chez moi pour quoi que ce soit. Après il y a des activités que je fais chez moi comme lire ou la play mais c'est ce qui relève de l'expérience intime. Par contre pour d'autre truc comme le sport voir des filles, sociabiliser ou boire des coups je vais ailleurs. J'invite rarement des gens chez moi parce que c'est un espace tellement petit que j'invite pas. Pour résumer, c'est principalement 2 attitudes : optimiser la place qu'il y a et vivre la vie dans la ville, profiter au maximum de la citoyenneté urbaine.

**Parle nous de ton expérience du confinement dans cette chambre ? Ce lieu a-t-il été un lieu d'introspection ? Voire de création ? Qu'est-ce qui concrètement dans cet espace en faisait un lieu d'introspection ou de création ?**

C'est devenu un lieu d'introspection pas par choix mais par nécessité donc le fait de pas pouvoir bouger c'est sûr qu'en un sens ça force surtout à partir du moment que l'intégralité de ta journée devienne de plus en plus codifiée. Je me levais le matin je lisais un certain nombre d'heure, etc. Ça m'a juste soulé. Chez moi c'est un espace qui me ressemble beaucoup même au niveau de la déco, mes photos. C'est un lieu qui relève vraiment de l'intime. L'intégralité de la pièce je peux voir des choses qui me correspondent à mon vécu. Donc en un sens c'est chouette c'est un endroit qui me ressemble mais le fait de pas pouvoir sortir et être uniquement ici c'est usant mais même si c'est cool le fait de pouvoir décorer. Ma propriétaire est très chouette. Je peux faire ce que je veux dans mon appart ça signifie que je peux aménager et décorer ce que je veux pour que la forme me corresponde. Ça rend cet espace plus personnel. Mais même au niveau de l'affectif, les photos sur les murs, les affiches, mes tableaux et mon miroir. Il y a des trucs pas utiles, de l'agrément. C'est à ce niveau-là que je me reconnais. J'ai quand même un mur complet avec des photos etc. À la limite même ce genre de chose ça me rappelle que l'espace est à

moi, c'est le mien. J'ai un mur complet qui est décoré. Je le regarde je me sens bien j'ai la sensation que c'est chez moi et j'ai l'impression de m'être approprié l'espace. Ou les casquettes ça me correspond de faire attention à l'agencement et au fait que l'appartement ne soit pas totalement dérangé.

**Peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti enfermé dans son utilisation ? Quand est-ce que tu t'es senti limité dans son utilisation ? Qu'est-ce que ça a provoqué comme réaction ?**

Durant longtemps j'étais sur quelques réseaux sociaux. A chaque fois que je me désinscris je reviens dessus. L'intégralité du temps qu'on peut y passer sans que ce temps-là soit productif ou autre chose. Et même le fait que ces applications soient conçues pour que tu passes du temps dessus et c'est bien foutu pour ça. Lors du 1er confinement j'avais l'expérience de passer un temps fou sur mon téléphone. C'est pas censé être un problème, c'est un problème à partir du moment où tu le remarque et tu te rends compte que c'est un problème. Je me rendais compte que je passais une partie incroyable de la journée à rien faire et du temps que je pourrais mettre à profit à faire autre chose.

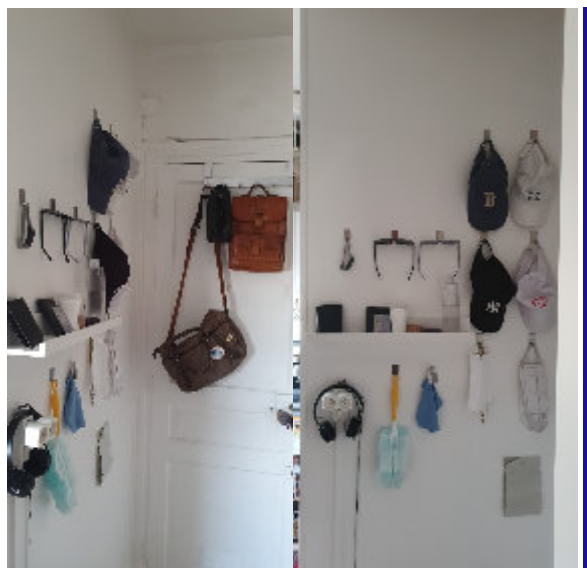
**A contrario peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti libre dans son utilisation ? À quoi étais-ce dû ? Qu'est-ce que cela a provoqué comme réaction de ta part ?**

C'est trop triste à dire parce que j'ai peu cette sensation. La pratique sportive en première analyse. Mais même ça je prends compte que j'en suis dépossédé, car je le fais pas que pour faire des progrès mais pour répondre à certains standards, etc. Ce genre d'objet j'ai l'impression que quand on les rencontre on s'en rend vraiment compte mais là comme ça je m'en rends pas compte.

**Peux-tu me parler d'un objet avec lequel tu as noué une relation intime ? Qu'est-ce que cet objet a provoqué en toi ? À quoi est-ce lié ? Quelles sont les caractéristiques de l'objet qui viennent susciter cela en toi ?**

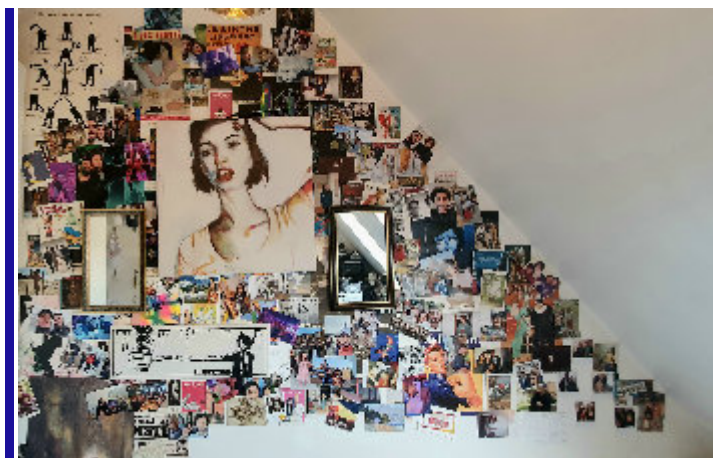
Je vais répondre aux deux questions du coup : ma montre. Je m'en sépare jamais. C'est une montre toute simple Casio à 30€. J'avais une autre montre que je m'étais offerte. Et bref elle était très bien, elle m'avait coûté quand même 300€. En rentrant en Corse mon père a cassé sa montre du coup je lui ai donné ma montre. C'est une montre Casio noir digital toute simple. Je la trouve très pratique. Le fait qu'elle soit digitale elle est ultra pratique. Les boutons sont vraiment bien positionnés. Elle est pleine de fonctionnalités. Le timer je l'utilise tout le temps. J'ai un rapport intime un petit peu avec cette montre, car je l'ai échangé à mon père contre une autre montre. Donc mine de rien je l'ai toujours avec moi. C'est une montre nulle mais qui pour moi elle a de la valeur. Sinon je te parlerais d'une bouteille de saké que j'ai gardé chez moi qu'on m'a offert et je la trouve magnifique.

## Photographies de la chambre de bonne d'Amine, 2021

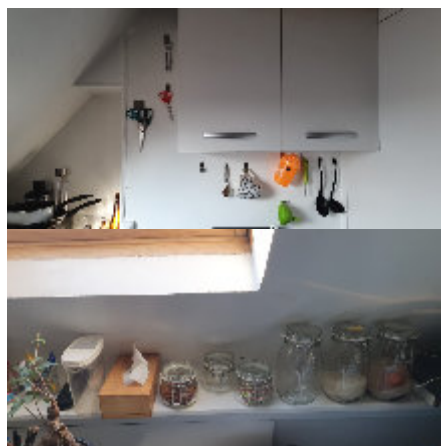


Accrochage des lunettes et casquettes vue latérale, © David Aznar-Schwarz, 2021

Accrochage des lunettes et casquettes vue frontale, © David Aznar-Schwarz, 2021



Mur d'affiches, © David Aznar-Schwarz, 2021



Accrochage des ustensiles cuisines, © David Aznar-Schwarz, 2021

Pots de cuisine, © David Aznar-Schwarz, 2021

# Entretien avec un facilitateur certifié en Lego Serious Play

**Profil interrogé :** Consultant en innovation certifié en méthode Lego Serious Play, Jean-Baptiste

*L'entretien utilisateur se compose d'une seule partie avec des questions spécifiques sur l'expérience de prototypage au travers de sa pratique du Lego Serious Play*

**Tu es un facilitateur certifié en Lego Serious Play, décris-nous brièvement en quoi consiste cette méthode de prototypage ?**

Je ne dirais pas que c'est une méthode de prototypage en soi. Car en fait le Lego Serious Play. C'est issu du groupe Lego. C'est plus une méthode de facilitation. Au moment du développement des jeux vidéo et des Playmobil où le marché du Lego s'est rétréci, ils ont essayé de se lancer sur d'autres business. À partir là ils ont exploré sur une méthodologie de co-construction et se sont alliés avec le MIT pour explorer des liens avec les neurosciences. Quand tu t'exprimes avec des briques Lego tu fais travailler d'autres intelligences. Cette méthodologie permet de chercher autre chose. C'est pas du maquettage ! Tu ne vas pas faire une maquette avec des Lego, tu vas plus utiliser la métaphore. Il y a des questions de construction et un protocole rigoureux à suivre où tu poses des questions, chacun y répond individuellement. Tu vas chercher la créativité individuelle. Chacun y répond genre « c'est quoi les deux ou trois bénéfiques clés sur ce futur site industriel ? ». Selon les questions que tu poses, tu mets à disposition des briques différentes. Tu construis et tu racontes une histoire, chacun fait un tour de table. Chacun partage son histoire sa métaphore. À partir de ça lors de la mise en commun tu construis un modèle où tu les mets en commun et tu matérialises des liens. Au fur à mesure tu as un modèle commun qui prend en compte l'ensemble des réponses individuelles. T'es obligé de tenir compte de la métaphore de tout le

monde dans le modèle. Tout le monde participe de l'expérience de construction. Tu racontes une mega-histoire qui se raconte à partir des histoires individuelles dans le modèle collectif. La vertu c'est qu'au-delà de se sentir libre de s'exprimer par la construction, chacun se sert de ça comme support d'expression propre et l'expérience de construction commune fait que chacun s'approprie le modèle qui en train d'être construit, que chacun se remémore de cette expérience-là. Tu peux tout faire dessus : du coaching, etc. Le tout est d'avoir des questions de construction qui soient un peu ouverte pour avoir une marge d'interprétation individuelle. Le Lego c'est une expérience de construction un peu particulière car tu te défais de quelque chose de très rationnel. Ce qui est intéressant si tu veux illustrer ça c'est cet aspect neuroscience c'est-à-dire le lien main-cerveau y a beaucoup d'études qui ont prouvé que c'est une intelligence différente de connexion et d'interprétation. Ça va chercher au-delà du rationnel. Si tu le bosses avec des templates tu vas rester à des éléments assez simplistes et c'est fini. Le Lego dans une optique de simple maquettage reste un support de légende alors que là c'est se servir de la richesse des briques Lego pour être un support d'expression libre. Tu peux vraiment tout projeter dessus. À chaque fois que tu veux avoir un modèle collectif tu passes par 4 étapes. Ça te permet d'avoir un truc vraiment incroyable. Tu peux même monter une boîte et construire des offres et des activités et former ça sur un modèle et représenter sous d'autres constructions connexes le paysage concurrentiel, etc. Tu peux venir jouer des scénarios après. Le modèle que tu crées n'est pas figuratif mais métaphorique. Vu qu'il y a du sens tu peux quand même jouer y tellement du sens dedans que si tu fais jouer un scénario tu peux jouer un scénario que si on se maille on rachète une boîte concurrente qu'est-ce qui se passe. Tu vas pouvoir jouer ça puisque tous les éléments sont connectés. Y a des tensions et donc tu vas casser des pièces. Tu poses concrètement les éléments sur le modèle tu te poses et t'en tire des conclusions dans la vraie vie. Tu réinterprètes ou tu désinterprètes dans un sens ou dans un autre. C'est un vrai support de construction collective et ce sont les gens autour de la table qui sont les dépositaires de ce modèle-là. Mais difficulté à

transmettre ce modèle, car tu peux pas prendre juste la photo du modèle, car dépend des gens dépositaires autour de la tables. Donc on reraconter l'histoire pour expliquer chaque brique du

modèle et le fonctionnement global du modèle agrégé. Comme c'est une histoire c'est beaucoup plus porteur, les gens se l'approprie beaucoup plus et se la reraconte. L'intuition sur ton sujet de l'expérience, je le vois sur le côté expérience de construction, de collaboration, de construction un truc qui a du sens, qui joue sur les métaphores et qui prend en compte puisque c'est physique tu prends vraiment en compte la somme des constructions individuelles.

**Qu'est-ce qui dans ces briques de Lego fait que tu peux t'en saisir pour en faire une matière de prototypage ? Qu'est-ce qui dans ce dispositif matériel fait que tu peux t'en saisir ?**

C'est le support en lui-même. Tu joues avec plusieurs kits Lego. Un kite qui s'appelle « Connexion » qui sont des pièces de connexion. Y a un kit de construction « Paysage » quand tu fais un modèle un peu complexe par l'addition de plusieurs briques. Ça peut être un paysage concurrentiel, stratégique d'une boîte ou organisationnel d'une boîte. Concrètement le seul truc contre-intuitif c'est que quand tu veux créer un produit ou un service il faut pas l'utiliser comme un outil de prototypage. Tu ne vas pas maquetter mais tu vas raconter l'histoire. T'auras à la rigueur ton parcours utilisateur mais t'auras pas une correspondance trait pour trait. Tu auras plus l'expérience globale avec les bénéfiques, ses attributs, etc. C'est pas un travail rationnel de conception. Au début t'as quelques étapes préalables pour que les gens comprennent bien qu'on attend d'eux des métaphores. Au fur à mesure des tours de conceptions les gens qui galèrent un peu s'y habituent de plus en plus. Le but c'est juste que si toi individuellement ça te parle à toi vu que tu le partage tout le monde est supposé maîtriser ta métaphore et du coup la partage. Le but n'est pas d'être fort en Lego mais de construire un langage commun.

Du coup c'est très inclusif. Une personne

qui a des difficultés dans une modalité de contribution classique dans un groupe de travail va ici devoir contribuer. Tout le monde a quelque chose d'intéressant à dire. Il y a quelques règles clés : on suspend le jugement de tout le monde. Autre règle de respect individuel t'as pas le droit bouger les constructions des autres. Il faut demander l'autorisation à celui qui les a posé pour les déplacer, c'est celui qui les a déposés qui a le dernier mot. C'est très inclusif ça respect vraiment la parole des autres mais c'est très procédurier du coup. C'est un exercice contre-intuitif qui fonctionne très bien.

Tu concentres sur quelque chose de plus fondamentale qui est la proposition de valeur et l'expérience. Tu reviens au sens premier du prototypage vs quand tu faire du wireframing qui engage déjà sur une app. Permet de construire un cahier des charges qu'un UI/UX pourra reprendre par la suite. C'est un contre-pied par rapport au prototypage qu'on entend aujourd'hui

**Te sens-tu contraint par ce dispositif matériel ? Comment ?**

Pas trop de limitation, car y a ce truc du hard fun ou le flow. Y a des chercheurs qui ont travaillé sur ça : au début compliqué de se mettre dans le bain de manipuler des briques puis ça devient un second langage. Ça devient tellement au-dessus de tout que tu passes au-dessus du médium. Ça se fait par des briques.

Playmobil avec Playmobil Pro ils essayent de développer une espèce de kit mais ça fait mal copier le Lego, car pour le coup Playmobil ce sont des figurines alors que le Lego n'est pas figuratif. Du coup c'est un support hyper riche. Y a que quelques briques dans le Lego qui sont figuratives comme un éléphant etc. Ces briques-là figuratives souvent les gens se jettent dessus et en fait c'est assez pauvre. En fait s'ils se jettent dessus pour représenter la lourdeur administrative tu peux la représenter de plein d'autres façons différentes.

Ça fait un peu date c'est pas juste un livrable à la fin de l'atelier c'est un living livrables, ils s'en souviennent. Un truc comme le Léo

Serious Play ça réintroduit la dimension expérientielle très simplement. Donc j'en garde un bon souvenir. C'est un outil très puissant.

T'essayes de laisser suffisamment de place et de marge d'interprétation en tant que concepteur pour que tout le monde s'y trouve. Quand tu bosses avec un CODIR RH le langage est déjà commun donc tout le monde s'y retrouve. En revanche si t'es sur un sujet avec des gens qui ne font rien ensemble au quotidien tu dois faire l'effort de trouver des questions de constructions qui ne sont pas des questions expertes. Le but est que tout le monde réponde à la question. Si quelqu'un bloque et ne veut pas répondre t'es obligé de l'attendre parce que sinon t'exclue quelqu'un. C'est un impératif que tout le monde soit là tout du long.

On dit l'ASE il faut que tout le monde soit là du début à la fin mais c'est faux, il y a des gens qui partent et viennent. Là si tu pars ne serait-ce que 20 minutes c'est pas possible, car tu vas loucher des choses des gens avant tout et tu seras incapable de t'en souvenir pour nourrir ta construction.

C'est juste que si tu te souviens de tes expériences de jeux de Lego c'est un jeu formidable à donner à ton gosse parce que tu te souviens. Et tous ces Lego où on te dit quoi construire je trouve ça dommage car c'est tout sauf ça. C'est un bac à sable, un bac à brique, qui est superbe. Faut vraiment faire l'exercice une fois pour le vivre et pouvoir s'en rendre compte. Question : David est-ce que tu peux me construire une caractéristique de l'entreprise dans laquelle tu veux aller après T&C et t'as devant toi une petite plaque verte. Tu as 3 minutes pour construire une caractéristique de cette entreprise. Et tu vas me construire un truc et tu vas me dire un truc hyper intéressant, qui a du sens pour toi. Bref tu peux faire ça sur tous les sujets. Je connecterais la liberté sur la complexité, car tu peux projeter du sens que tu veux sur tout. Donc les sujets a priori très complexes. Donc en fait utiliser le Lego Serious Play permet d'éviter les mots valise qui ne veulent plus rien dire. Tout le monde peut contribuer à son niveau et proposer un

élément de réponse. Ça fait table rase, le seul langage que tu dois pouvoir maîtriser c'est raconter des histoires. Tout le monde est capable de mettre du sens sur des choses et raconter des histoires. La liberté est hyper forte. Y a des mouvements LSP for change qui essaient de réfléchir à des communs ou des enjeux sociétaux à partir du Lego Serious Play. Tout le monde va être capable de raconter l'expérience du futur. Y aura besoin de maîtriser aucune notion et aucun input. Ça c'est important on ne donne aucun entrant parce que les inputs ça vient biaiser. Parce que quand t'as lu un input ça dirige. Tu demandes juste de partir de ton vécu. Le final c'est que c'est très puissant parce que tout le monde est autour de la table et tout le monde comprend tout. Souvent, la seule peur, c'est de laisser de côté le coté expert et tout ça. Mais tu pourras le rattacher après en fait. Tout le monde ressort avec une histoire. Après charge aux experts de s'emparer de cette histoire pour le retraduire dans un langage qui va bien. Ça fait du moment de construction un moment hors du temps. Tout le monde a compris qu'il peut s'exprimer en Lego avec des histoires. Ça met à plat tout le monde. Le chef est autour de la table. La personne qui est moins bien vu peut enfin dire quelque chose de pas si con. Comme ici tu peux pas t'accrocher à des mots valise t'es obligé de répondre à la question de façon honnête sans jeux de posture. Il y a quelque chose de libérateur.

# Entretien avec un usager d'une menuiserie collaborative

**Profil interrogé :** Ancien usager d'une menuiserie collaborative à Toulouse et ingénieur en aéronautique, Matthieu

*L'entretien utilisateur se compose de deux parties : une première partie avec des questions spécifiques sur l'expérience d'une menuiserie collaborative et une deuxième partie générale sur les objets/services/applications aliénants, libres ou intimes.*

**Quels espaces DIY fréquentes-tu ? Peux-tu nous décrire le fonctionnement de ces espaces ?**

J'ai été dans une menuiserie collaborative. Ça s'appelle l'Atelier des Bricoleurs. C'est un atelier où t'as toutes les machines de menuiser, les tours, les grosses machines électro stationnaires. Deux personnes ont toutes les compétences. Le mec qui a créé ça est un ingé. Du coup ils dispensent des formations et je me suis formé pour savoir utiliser toutes les machines et savoir comment faire un projet de menuiserie. Ce qu'il y a de cool c'est que toutes les machines sont utilisables en libre-service et en fonction des machines que t'utilise tu payes à l'heure. Il trouve ça cool de faire ça comme ça, car il trouve que ça permet d'enseigner une certaine productivité dans la tâche vue que c'est un ancien ingé. Moi ça me soule.

**Comment se manifeste la dimension collaborative dans cet espace ?**

Le gérant, Laurent, ce qu'il aime dans la vie c'est aider les gens. Ce qu'il attend c'est qu'il y ait des mecs qui viennent qu'il a formé avec des projets. Il adore mettre son nez dedans et donner son avis. Deuxièmement c'est un endroit avec plein de machines assez grandes. C'est un vrai atelier. Il

y a pas mal de gens en train de travailler. Quand t'es sur un truc un mec à coté est en train de finir un truc. Donc il y a une interaction qui se crée. Les projets sont assez cool donc naturellement tu vas parler : Tu fais quoi ? Faut savoir que c'est à Toulouse donc c'est pas un truc de bobos même si au final y a beaucoup de gens comme moi qui vont à cet endroit. Il y avait un mec qui était un putain d'artiste il faisait un bateau en forme de violon qui était un théâtre pour marionnettes, le tout en bois. Il nous racontait le spectacle qu'il avait créé. Il y avait la musique, les dialogues, le décor théâtral qu'il devait mettre à l'eau. C'était hyper poétique. T'avais des échanges de nul part qui sorte comme ça. Et aussi les repas se font ensemble. Il y a vachement de partage de bouffe. C'est un truc que t'apprend un peu en formation. La manière dont les choses se font se transmet puisque c'est du bouche à oreille. Dans la formation il nous dit on est là pour 3 jours. A midi n'hésitez pas à ramener des trucs que vous voulez partager. Tout le monde en amène. Il y a des gens c'est des desserts et d'autres des tartes. Aussi c'est un mec qui kiffe trop le café du coup le café est offert. Ça aide à créer le lien.

**Qu'est-ce qui fait que tu te sentais libre dans cet espace ?**

C'est assez grand tu vois. T'as pas à faire la queue. Tu te sens assez libre parce qu'il y a de l'espace. Deuxièmement t'es face à des machines professionnelles. Si t'as pas d'idée en tête tu peux pas faire semblant. Tu viens vraiment parce que t'as envie de créer d'autant plus que tu payes à l'heure ta machine. T'as plutôt envie de faire ça rapidement. En tout cas t'es efficace quand t'utilises les machines. Après t'as des tables où tu peux flâner et t'as pas à payer à l'heure.

Ce qu'il y a, c'est que je me retrouve face à une machine. Cette machine ne fait que ce que tu lui demande de faire. C'est à toi d'en faire ce que tu veux. C'est à toi de la dompter. Ce qui est ouf c'est de voir les projets des uns et des autres qui n'ont rien à voir. Il y avait ce mec qui faisait son théâtre pour marionnettes, un autre une étagère, moi une boîte. Le fait de voir les projets des autres ça te donne envie. Ça te donne envie de te mettre

dans une atmosphère de *maker*. D'aider les autres et de faire ton truc.

### **Quelle était l'esthétique de cet espace ?**

Il se dégage quelque chose dans ce lieu mais c'est absolument pas travaillé. C'était exactement comme la cour principale des ateliers de l'ENSCi. Hyper neutre, des structures métalliques et des établis et sinon rien. Sur les côtés t'avait des étagères de rangement et tout le matos bien rangé. Vraiment le strict minimum avec juste un scotch pour marquer où ranger quoi. Vraiment pas travaillé fait au marqueur. Et ça marche vraiment bien. Pas du tout d'esthétique qui est travaillé. Du coup c'est un cadre qui est propice à la création. T'es dans un lieu purement fonctionnel et la création c'est toi qui l'apportes.

### **Peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti enfermé dans son utilisation ? Quand est-ce que tu t'es senti limité dans son utilisation ? Qu'est-ce que ça a provoqué comme réaction ?**

Mon logiciel SAP au taf pour entrer mes heures consommées. C'est moche tu comprends rien. Y a que des boutons partout. Les boutons tu comprends pas à quoi ils servent alors que la tâche demandée est hyper simple : simplement dire sur quoi t'as bossé dans la semaine alors qu'il m'arrive de bosser que sur un seul truc dans la semaine c'est pas nécessaire. C'est une espèce d'usine à gaz monstrueuse. Tout est compliqué. Le truc super chiant. Il faut que rentre un code UI. Déjà ce code il faut l'avoir. Il faut que ton chef de projet te l'ait communiqué. Donc tu renseignes ensuite faut pas oublier de renseigner le code activité en fonction de ce que tu fais. Chaque code correspond à un truc. Bonjour l'ergonomie. Faut ensuite que tu renseignes le type de facturation que tu veux mettre. Parce qu'à chaque fois derrière la machine va imputer différemment. Pour rentrer dans les rentabilités des logiciels d'investissement du bureau d'étude. À chaque fois c'est fait avec des codes. Le truc anti ergonomique de pur ingé. Et surtout à la base c'est pour un truc qui me fait chier : pour dire bah ouai j'ai bossé toute la semaine. Je trouve ça très angoissant mais je

comprends qu'il y ait une utilité derrière. C'est le truc tu sais qu'il faut le faire à la fin de la semaine et tu repousses toujours à la dernière minute et en plus c'est juste avant de partir et du coup tu le fais vite. T'es stressé c'est vraiment l'angoisse ce truc.

### **A *contrario* peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti libre dans son utilisation ? À quoi étais-ce dû ? Qu'est-ce que cela a provoqué comme réaction de ta part ?**

Genre Miro. C'est un super exemple ça ! Parce que c'est simple c'est efficace c'est pertinent. Tout est évident. Il y a deux trois trucs à découvrir mais c'est fluide c'est bien pensé. Le truc est presque illimité donc tu peux en faire ce que tu veux. Et puis même tu peux jouer avec tous les éléments. Tu peux faire des trucs hyper cool. C'est hyper agréable parce que pour des personnes qui ont une pensée qui part un peu vite c'est cool pour structurer leur pensée. Pour les gens qui ont tendance à partir un peu dans tous les sens c'est génial car ça permet de tout garder. Je trouve ça génial, car tu peux facilement détourner des manières de faire et t'approprier l'outil. Il est assez neutre pour que tu te l'approprier un peu à ta manière. En vrai je ne sais pas tu peux vraiment l'utiliser de mille façons différentes. Tu peux vraiment faire des trucs cools. Chaque élément que tu mets dans Miro en gros il y a une adresse qui lui est propre et du coup tu peux mettre un lien qui point directement vers cette zone géographique donc tu peux vraiment faire des parcours comme si c'était un espace virtuel. Genre tu cliques sur une petite flèche et boom ça te fait avancer un peu plus loin. Il y a un truc je trouve ça vraiment trop.

### **Peux-tu me parler d'un objet avec lequel tu as noué une relation intime ? Qu'est-ce que cet objet a provoqué en toi ? À quoi est-ce lié ? Quelles sont les caractéristiques de l'objet qui viennent susciter cela en toi ?**

Je vais dire ma planche de *snow*. Déjà elle a un pur style. Elle est hyper originale pour une planche de *snow*. Elle est hyper flexible et a donc un super pop. C'est pas les planches les plus achetées, car



quand tu vas vite ça devient plus instable mais moi j'en ai rien à foutre tu vas à fond avec. Déjà t'as des sensations dans ce sport c'est ouf les sensations que tu peux avoir. C'est un peu comme le surf. Et c'est un sport aussi où tu dois maîtriser une certaine technique pour descendre mais quand tu la maîtrise t'es capable de dépasser tes limites et que tu provoques des sensations hyper fortes parce qu'il y a du danger. Tu fais corps à corps avec cet objet. En plus t'es attaché à ça. Quand le lien se désolidarise tu peux mourir quoi. Et surtout c'est un sport où il y a une certaine esthétique que tu vas déployer dans une pratique. Tu peux descendre la piste à la même vitesse qu'un autre mais y en a un qui a un pur style et pas l'autre. C'est un sport où tu peux vraiment jouer avec ça. Ça joue vraiment. Il y a un vase communiquant entre la pratique sportive les techniques et les sensations. Et en plus c'est une pratique où tu vois des émotions et tu bouges dans l'espace et donc ton sport il fait plein de choses donc c'est assez complet. Tu dois engranger plein d'informations à la seconde. Il y a plein de paramètres et toi tu vas à fond t'enchaines. Et c'est tout ton corps que tu vas mobiliser à chacun de ces paramètres. T'es hyper sollicité. C'est hyper complet.

# Entretien avec une utilisatrice de porte

**Profil interrogé :** Psychologue clinicienne en collocation dans un appartement en proche banlieue parisienne, Sabrina

*L'entretien utilisateur se compose de deux parties : une première partie avec des questions spécifiques sur l'expérience de la porte et une deuxième partie générale sur les objets/services/applications aliénants, libres ou intimes.*

## Décris-moi la porte de ton appartement

C'est une porte rouge avec un judas un peu bas. Que dire d'autre sur cette porte ? Une belle porte avec le charme des appartements parisiens, un peu usé mais qui donne aussi son charme. Voilà je ne sais pas quoi dire d'autre.

## Comporte-t-elle d'autres accessoires que le judas ?

Une serrure, un verrou, un loquet, une poignée, une poignée centrale arrondie.

## Utilises-tu ces accessoires ?

Plus ou moins. La poignée quand même, pas pour ouvrir la porte mais pour la fermer en sortant. Le judas rarement. Le loquet ma collocatrice l'utilise mais moi non. Moi j'ai pas le syndrome, cette crainte irrationnelle de penser que quelqu'un va défoncer la porte et faire intrusion dans l'appartement. Du coup, j'utilise pas ce loquet. Il sert un peu à ça, on va le dire. C'est un peu le représentant du fantasme du viol, je pense que cet accessoire est particulièrement par les femmes plus que par les hommes. Le judas c'est très voyeuriste, c'est la fonction scopique qui est très utilisée.

## Elle t'évoque quoi cette porte ?

C'est aussi l'accès vers son intimité aussi. Il y a quelque chose, c'est la première chose

familière qu'on rencontre avant d'accéder à l'appartement. C'est le premier objet visible du chez soi, surtout quand on habite dans un appartement.

## Que dis le judas du rapport au monde ? Est-il source de distance ?

C'est un accès un peu, en même temps source. On pourrait penser à quelqu'un de méfiant derrière un judas et ça pourrait aussi être quelqu'un de curieux. Il y a quelque chose où on se cache du regard de l'autre et nous on porte un regard scrutateur de ce qui se passe derrière. Un peu honteux de regarder dans le judas, ce qui est déjà une méfiance. Si quelqu'un sonne et qu'on regarde dans le judas. Le fait de vérifier de cette façon-là, il y a une forme de méfiance, il y a quelque chose qui peut venir nous agresser de l'extérieur. Mais par contre ça peut être une curiosité quand quelqu'un sonne chez le voisin et avoir cette manie de regarder dedans pour voir ce qui se passe dans le couloir. Là c'est pas de la méfiance plutôt de la curiosité.

## Qu'est-ce que ce serait une porte qui rapproche si tu devais l'imaginer ?

Quand on vient y accrocher quelque chose, car quand on vient y accrocher quelque chose c'est pas adressé à soi mais aux autres. Un mot de bienvenu, ça dénote d'un espace chaleureux qui peut se trouver derrière.

## Peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti enfermé dans son utilisation ? Quand est-ce que tu t'es senti limité dans son utilisation ? Qu'est-ce que ça a provoqué comme réaction ?

Les espaces ENT. C'est pas très intuitif. Il n'y a pas des espaces interactifs de mise en contact d'autres utilisateurs. C'est pas très fluide. La mise en page est un peu vieillotte. Là où aujourd'hui c'est assez commun de faire ça, ils n'ont pas pensé à ce qu'on puisse utiliser l'ENT autrement que sur l'ordinateur. C'est assez contraignant de sortir l'ordinateur, de pas avoir cette fluidité là avec éventuellement un système de

notifications sur le portable. Ils ne cherchent pas à se vendre, ils cherchent pas à être sexy. C'est important aujourd'hui. Même la façon de déposer un fichier ou d'accéder à un fichier déposé sur le site est vieillotte.

**A *contrario* peux-tu me donner l'exemple d'un objet, produit ou application où tu t'es senti libre dans son utilisation ? À quoi étais-ce dû ? Qu'est-ce que cela a provoqué comme réaction de ta part ?**

Les écouteurs. Ils sont sans file, en même temps ça me permet autant de mettre de la musique, prendre des appels, me couper du monde aussi si je veux simplement étouffer les sons. Le Bluetooth fluidifie l'ensemble. Il est sans file. Il m'accompagne partout. Voilà. Et puis les écouteurs ça occupe sans occuper. Pour autant ça rester, on se promener avec des écouteurs sur la tête, la curiosité ne s'atrophie pas. Là où si le regard est posé sur un téléphone portable ou un livre il n'y a pas que cet objet-là qui compte et le reste du monde est un peu étouffé. Les écouteurs c'est tout l'inverse. Et en même temps on en fait une expérience du monde, un peu décuplée par moment.

**Peux-tu me parler d'un objet avec lequel tu as noué une relation intime ? Qu'est-ce que cet objet a provoqué en toi ? À quoi est-ce lié ? Quelles sont les caractéristiques de l'objet qui viennent susciter cela en toi ?**

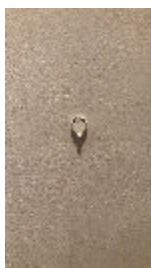
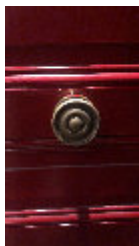
Ça peut être des objets multiples. Ça va être bateau mais je vais dire le livre, le livre souple où tous les sens sont impliqués. Le toucher, la vue, l'odorat. Même quand on tourne les pages, on entend les feuilles qui tournent. C'est très sensuel un livre. Il y a une appropriation aussi, c'est un objet il est à soi. On peut le griffonner, on peut y revenir. Il peut nous accompagner partout. On est dans une lecture d'un livre, pendant quelques jours il teste toujours présent près du corps, dans la poche arrière d'un pantalon, dans un sac, entre les doigts. On aime le voir se détériorer. Et puis c'est un objet souvent qui change au cours du temps, surtout les éditions de poches avec les pages qui finissent par jaunir. Chaque livre, chaque édition, a

sa spécificité, sa typologie, l'épaisseur des pages, papier glassés ou granuleux, etc. Et puis c'est très intime aussi au cours de la lecture l'autre voix qu'on entend qui est la sienne et qui en même temps n'est pas la nôtre. C'est un dialogue autant avec une autre personne qu'avec soi-même. Il y a quelque chose de très étrange comme ça. Sensualité des mots, la ponctuation.

## Photographies de la porte de Sabrina, 2021



Porte  
photographée  
depuis l'extérieur  
et ses  
accessoires, ©  
David Aznar-  
Schwarz, 2021



Porte  
photographée  
depuis l'intérieur  
et ses  
accessoires, ©  
David Aznar-  
Schwarz, 2021









Ce mémoire est le fruit d'une année de maturation, à chercher à faire la synthèse de ce qui est venu me nourrir et me construire : design bien sûr mais également consulting, philosophie et psychologie.

Mon année passée a été riche de toutes ces interactions, qu'elles soient des rencontres amicales ou intellectuelles. Je suis encore à cet âge où l'on construit son rapport au monde, le sens qu'on veut lui donner...

Peu à peu, j'ai voulu explorer la notion d'expérience qui me semblait être la seule à pouvoir être à la croisée d'une intellegibilisation personnelle et professionnelle.

J'ai été frappé par tous ces mots valise employés que nous ne prenons pas la peine d'interroger. L'expérience est à la mode, tout est expérience au point de rouler à vide. Il m'a semblé important de comprendre de quoi on parlait et d'en esquisser les conséquences pratiques.

---



David Aznar-Schwarz est un consultant en transformation d'entreprise chez Tribe&Co où il déploie des approches collaboratives auprès de ses clients. À l'ENSCi-Les Ateliers, il est venu enrichir sa posture de facilitateur en venant se former à la conduite du changement par le design. Il est également licencié en Philosophie.