

FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES

PLAY  
&  
PULSE





« Je m’amuse »  
 « Je suis contente »  
 « Je me sens bien dans le jardin »

« J’aime l’odeur des plantes »  
 « J’aime sentir la terre entre mes doigts »

« Je jardine en famille »  
 « J’apprends à mes petits enfants à jardiner »  
 « Je partage ma récolte avec mes voisins »

« Je découvre les fruits et les légumes »  
 « J’apprends à compter les fruits que je ramasse »

« Je suis dans une position confortable pour m’occuper de mes plantes »

« Je favorise la biodiversité »  
 « Je fabrique ma jardinière moi-même »  
 « Je jardine bio »





# FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES

## LES EXPÉRIENCES DES PERSONNES

**Au démarrage d'un projet, les premières questions que se pose l'équipe sont très diversifiées : Comment aborder le problème soulevé ? Comment reformuler le besoin du client ? Comment reformuler le besoin des personnes qui vont utiliser le futur produit ?**

Lorsqu'une équipe projet se lance dans la conception d'une jardinière, la réflexion peut rapidement être dirigée par des contraintes de conception tels que : sa taille, son architecture, sa couleur, ses matériaux, en fonction de si elle est destinée à être utilisée en intérieur ou en extérieur, à un usage particulier ou professionnel. L'équipe projet peut également se questionner sur son nombre de pièces, son procédé de fabrication et son prix. Elle va éventuellement s'interroger sur son montage, son démontage, sa durabilité, sa recyclabilité, etc. Ces réflexions vont permettre de concevoir une nouvelle jardinière, certes différentes, parfois innovantes, mais pas toujours adaptée aux besoins des personnes qui utilisent régulièrement une jardinière, voir plus largement qui jardinent. En effet, personne ne souhaite véritablement utiliser une jardinière pour le simple « plaisir » d'utiliser une jardinière.

L'utilisateur est nécessairement guidé par un but lors de l'utilisation d'un produit. Notre utilisateur veut, avant toute chose, jardiner que ce soit pour avoir des fleurs sur son balcon, pouvoir manger ses tomates.

Pour répondre aux mieux aux besoins des utilisateurs, il nous semble préférable de formuler la demande différemment. Ainsi, au lieu de

s'intéresser à l'objet, au produit « jardinière » dans notre exemple, il est souhaitable, de se focaliser, au démarrage du projet sur les situations de vie, les habitudes de jardinage, sur ce que vivent les personnes qui jardinent. Ainsi, une équipe chargée d'un projet de conception de produits adoptant une démarche de Design Thinking va s'interroger sur quelles expériences vivent les personnes lorsqu'elles utilisent une jardinière, lorsqu'elles jardinent, afin de pouvoir proposer des solutions en accord avec les expériences vécues. Le questionnement n'est plus de concevoir une jardinière. Il est désormais de comprendre les usages existants et d'imaginer des nouveaux usages, des nouvelles expériences de qualité à faire vivre aux personnes afin de proposer des solutions de produits pertinents.

Aujourd'hui, les utilisateurs d'un produit ou les usagers d'un service, ne cherchent plus uniquement des produits fonctionnels, des services opérationnels, les personnes veulent des produits, des services qui leur permettent de vivre des expériences de qualité, qui ont du sens pour eux et qui leur procure des émotions. Le vocabulaire le plus fréquemment employé pour décrire ce besoin de vivre des expériences qui donne du sens est celui d'expérience utilisateur, souvent noté UX, pour User eXperience en anglais. Initialement utilisé dans la communauté informatique, des smartphones et des objets connectés, il est désormais utilisé pour tous types de produits. Cette expérience utilisateur correspond aux ressentis, aux perceptions, aux émotions, aux réactions physiques et psychologiques de l'utilisateur, à son comportement avant, pendant ou après l'utilisation d'un produit.





# FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES

## **Faire vivre des expériences de qualité aux personnes est un enjeu majeur, mais quels types d'expériences les personnes souhaitent elles vivre ?**

Le terme expérience utilisateur est souvent employé au singulier, et pourtant, un pluriel est indispensable pour répondre aux exigences propres à chaque utilisateur, à chaque projet, à chaque produit, service développé. Au fil des projets que nous avons conduit, des échanges avec les utilisateurs potentiels, nous avons identifié six expériences différentes.

**Les expériences émotionnelles** sont relatives aux émotions brutes sont ressenties par les personnes avant, pendant et après l'utilisation du produit. Ces expériences émotionnelles se retrouvent dans des expressions du type : « je suis triste », « j'ai peur », « je suis content ». Les produits provoquant des expériences émotionnelles fortes sont par exemple les manèges à sensations, les films, les livres, les jeux vidéo. etc.

**Les expériences sensorielles** correspondent aux sensations positives ou négatives perçues au niveau des sens : la douceur du toucher, l'agressivité d'un son, d'une odeur, d'un goût ravivant des souvenirs d'enfance. Ces expériences correspondent à des verbatim du type « c'est doux », « c'est agréable, désagréable » mais aussi à des réactions telles que se boucher le nez en entrant dans une pièce, faire une grimace en mangeant un aliment. Ces expériences sont centrales dans les produits alimentaires, cosmétiques, mais également dans les produits d'habillement, d'ameublement... Pour choisir un canapé, nous le touchons, le caressons et jouons avec sa texture.

**Les expériences cognitives et psychologiques** sont directement liées aux stimulations cognitives, aux apprentissages, aux plaisirs de la découverte. Ces expériences s'expriment par des expressions telles que « c'est stimulant », « je suis fière d'y être arrivée ». Les produits provoquant cette typologie d'expériences sont nombreux : un documentaire, un jeu d'énigmes, un mot croisé, une activité de découverte de la nature ou scientifique, un robot à fabriquer seul, une boîte de petites pièces multicolores en plastiques permettant de reproduire des modèles, etc.

**Les expériences de bien-être, santé et qualité de vie** qui font référence aux bien-être physique, au confort des personnes et au respect de leur santé. Elles s'expriment aussi bien par des postures physiques exprimant le confort ou des douleurs physiques ou par des verbatim : « je suis bien installé », « j'ai mal au dos », « je me suis fait mal ». Les produits provoquant ce type d'expériences peuvent être aussi bien des produits médicalisés, que des produits d'ameublement que des postes de production par exemple. Les produits contenant des substances toxiques, un contenant de lessives, entraînant un risque de blessures, un couteau, un sécateur, peuvent entraîner des expériences négatives.

**Les expériences sociales et culturelles** correspondent au plaisir ou déplaisir d'être seul, en famille, entouré d'un réseau amical ou social. Ces expériences peuvent se retrouver dans des verbatim « je suis en famille » « je partage avec mon réseau ». Elles s'observent notamment par la diversité des acteurs impliqués dans l'utilisation des produits, ainsi une crêpière permettant de réaliser plusieurs crêpes simultanément par différents convives engendrent une expérience sociale plus fortes qu'une simple poêle.





# FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES

**Les expériences responsables** sont relatives aux sentiments des utilisateurs lorsqu'ils utilisent des produits respectueux de leurs besoins éthiques, responsables et solidaires. Cette typologie d'expérience peut se retrouver dans des expressions du type, « je fais une bonne action », « ce que je fais a du sens pour moi » pour les expériences positives. Au contraire les expériences négatives vont engendrer des réflexions du type « quand j'utilise ce produit, je pollue ». Des moteurs de recherche qui proposent de planter des arbres à chaque recherche se positionnent clairement sur la recherche d'expériences responsables positives.

Ces différentes expériences peuvent bien entendues se combiner, mais chaque produit ne doit pas viser à procurer toutes ces expériences au risque de perdre les utilisateurs. Certains produits visent à provoquer une seule expérience, tandis que d'autres visent à les combiner. Par exemple, un kit de construction d'une cabane en bois pour des enfants à monter en famille mêlent expérience sociales et culturelles, expériences responsables et expériences cognitives et psychologiques du fait du défi à relever.

L'expérience ou les expériences sont propres à chaque personne, elles sont fortement dépendantes de son expérience, de son vécu, du contexte d'utilisation. Elles peuvent également, notamment pour les expériences responsables et sociales être fortement dépendantes des valeurs propres à chaque individu.

**Il est possible d'identifier différentes expériences vécues par les personnes : expériences émotionnelles, sensorielles, psychologiques et cognitives, sociales et culturelles, de qualité de vie, de santé, de bien-être et enfin des expériences responsables. Selon le type de produits conçus, certaines expériences devront être recherchées en priorité. Dans le cadre de la conception d'un produit particulier, il n'est pas nécessairement pertinent de viser à atteindre toutes les expériences.**

Pour aller plus loin :

*Les travaux de Jordan en 2000 définissent des typologies de plaisir : le physico-plaisir, le socio-plaisir ou l'idéo-plaisir.*

*Norman en 2005 et 2013 a défini trois niveaux de traitement de l'expérience utilisateur : le niveau viscéral, le niveau comportemental et le niveau réflexif.*





# FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES

## **Les expériences vécues et souhaitées par et pour les personnes sont au cœur de la réponse à leurs besoins, comment se construisent elles ? Quels en sont les déterminants ?**

Imaginons, une situation particulière, que nous définirons comme une situation d'usage, nous sommes en plein été, en fin d'après-midi, dans un petit jardin urbain, une jeune grand-mère passionnée d'horticulture, coupe des roses avec sa petite fille de 4 ans pour composer un joli bouquet à offrir à la maman de la petite fille.

L'expérience vécue, par la grand-mère comme par la petite fille, est une expérience sociale et de partage, il y a de forte chance qu'elle soit riche pour la grand-mère, comme pour sa petite fille. La grand-mère n'a pas trouvé de gants à la taille des petites mains, la petite fille est main nue et se blesse légèrement avec une épine de rose. Bien qu'heureuse de partager avec sa grand-mère, la coupure, la vue du sang et la légère douleur provoquent une expérience de bien-être et de santé négative.

L'étude détaillée de cette situation d'usage permet de faire apparaître des composants, communs à toutes situation d'usage :

**Les personnes** qui utilisent, interagissent avec le ou les produits. Dans notre exemple, nous pouvons identifier la grand-mère, sa petite fille et également potentiellement sa maman. Pour déterminer les personnes à étudier, il est indispensable de répondre aux questions suivantes : « Qui ? », « Avec qui ? », éventuellement « Pour Qui ? ». Il peut être également riche de s'intéresser aux relations entre ces personnes et ainsi de pouvoir avoir une vision globale de l'ensemble des parties prenantes.

**Les produits** qui sont utilisés par les personnes dans la situation d'usage. Par exemple, dans le cas de notre scénette, les produits intéressants à étudier sont les sécateurs, les gants, les paniers pour déposer les roses, les poubelles pour jeter les déchets, etc. Pour identifier l'ensemble des produits nécessaires à la réalisation de l'activité étudiée, il peut être intéressant de s'interroger sur le « Quoi ? » et sur le « Comment ? ».

**Les lieux et les espaces** dans lesquels les personnes évoluent et interagissent avec le produit. Ici le jardin de la grand-mère et plus précisément sa roseraie, mais il pourrait également être intéressant de s'intéresser aux lieux de rangements des outils de jardinage, à la cabane au fond du jardin, au garage. Ainsi, il faut chercher à répondre à la question « Où a lieu l'activité principale ? », « Où sont les produits utilisés pour l'activité principale ? » « Où sont les différentes personnes impliquées dans l'activité ? » etc.

**Le temps**, qui correspond au temps de l'action, de l'utilisation du produit. Dans notre exemple, l'histoire se déroule un week-end d'été, en fin d'après-midi, un jour de beau temps, pendant un temps relativement court. Cette temporalité peut être étudiée grâce à la question « Quand ? ».



**Les univers socioculturels, thématiques, éthiques ou encore économiques** dans lesquels s'insèrent le produit, son utilisation. Dans notre exemple, le jardinage semble être réalisé par passion, pour le plaisir d'avoir de jolies fleurs, de les offrir. L'étude de ces univers nécessitent de se focaliser sur les « Pourquoi ? », sur « Quels contextes ? » mais ces univers peuvent être plus larges et demandent une interrogation très globale de l'ensemble des problématiques entourant le produit.

**Les expériences sont vécues par les personnes au cours de situations d'usage du produit. Pour bien comprendre ces situations d'usage, l'ensemble des éléments la constituant doivent être étudiés :**

- **Les personnes qui vivent la situation d'usage**
- **Les produits utilisés ou utiles**
- **Les lieux et espaces dans lesquelles elle se déroule**
- **Le temps où l'activité se déroule**
- **Les univers relatifs à la situation d'usage**



Les situations d'usage



Les expériences vécues





# FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES

**Pour comprendre les expériences vécues et en imaginer de nouvelles, il est donc nécessaire d'étudier les situations d'usage et les éléments la constituant. La question qui se pose rapidement est comment étudier les personnes, les produits, les lieux, le temps les univers etc. ? Quels types de connaissances faut-il recueillir ? Quel périmètre doit être exploré ?**

Revenons à notre grand-mère et sa petite fille qui cueillent des roses, plantent des tomates ou arrosent les fleurs. Que doit savoir une équipe projet sur ces deux personnes ? Quelles connaissances doit-elle acquérir pour mieux comprendre les expériences qu'elles vivent et qu'elles souhaitent vivre à l'avenir ?

Cette question se pose pour chacun des composants de la situation d'usage : les personnes, les lieux et espaces, les produits, le temps et les univers ainsi que pour la situation d'usage, elle-même.

Différentes réponses peuvent être apportées, notamment en fonction des champs disciplinaires étudiés. Nourries de nos compétences initiales, d'une analyse de la littérature se focalisant essentiellement sur des travaux en ergonomie cognitive et physique, en design produit, en ingénierie mécanique et à travers quelques incursions dans les domaines de l'informatique et du marketing nous proposons une analyse la plus fine et exhaustive possible de l'ensemble des composantes de la situation d'usage.

Ainsi, par exemple, dans le cadre de l'étude des personnes, il est nécessaire de coupler l'analyse experte de l'ergonomie en se focalisant sur la recherche d'informations relatives aux caractéristiques physiques, cognitives, psychologiques des personnes avec l'analyse experte du design qui s'intéressent en priorité aux caractéristiques culturelles et idéologiques. L'ensemble des informations et connaissances recueillies sur ces différentes caractéristiques doivent pouvoir permettre de construire une représentation fine des personnes, utilisables à des fins d'analyse et de conception de produits. Ces informations peuvent permettre de construire des profils utilisateurs, des personae, ou tous types de représentations pouvant servir de supports de communications entre les experts de l'équipe projet. Nous y reviendrons ultérieurement dans la partie traitant des guides de connaissances et des synthèses.

Notre démarche a été similaire sur chacun des composants de la situation de vie. Les pages suivantes présentent en détails les caractéristiques de chaque composant, et donc les connaissances correspondantes nécessaires à acquérir. La situation d'usage constitutive de l'ensemble de ces composants est également étudiée du fait de ses caractéristiques propres.

