

L'expérience utilisateur au cœur de la stratégie

Christine Michel, Guillemette Trognot

DANS **I2D - INFORMATION, DONNÉES & DOCUMENTS 2015/4 Volume 52**, PAGES 40 À 41
ÉDITIONS **A.D.B.S.**

ISSN 2428-2111

DOI 10.3917/i2d.154.0040

Date de mise en ligne : 06/01/2016

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-i2d-information-donnees-et-documents-2015-4-page-40?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour A.D.B.S..

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur cairn.info/copyright.

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.



1

POSER LA QUESTION DE LA VALEUR : CONTEXTE ET ENJEUX

L'expérience utilisateur au cœur de la stratégie

[orientation] La construction de la valeur hédonique d'une bibliothèque s'appuie sur les émotions et le plaisir ressentis lors des visites. Les méthodes centrées utilisateurs peuvent être utilisées dans un contexte académique pour construire ce type de valeur.



Maître de conférences HDR (laboratoire Liris et département Génie industriel) à l'Insa de Lyon, Christine MICHEL est titulaire d'un doctorat et d'une HDR en sciences de l'information et de la communication. Ses recherches portent sur l'analyse des usages des technologies pour l'apprentissage. Elle privilégie les méthodes mixtes, combinant qualitatif et quantitatif.

christine.michel@insa-lyon.fr



Responsable des services au public, notamment de la communication, à la bibliothèque Marie Curie à l'Insa Lyon, Guillemette TROGNOT expérimente avec ses collègues de nouvelles approches avec son public cible, les étudiants, tant sur le plan de la communication que sur celui de la pédagogie : co-construction de services et nouveaux formats de cours.

guillemette.trognot@insa-lyon.fr

Différents concepts sont actuellement discutés pour modifier les caractéristiques des établissements culturels et des bibliothèques. La notion de troisième lieu ou de *learning center*, par exemple, propose de reconcevoir l'espace de la bibliothèque pour favoriser l'échange informel, le partage ou l'apprentissage. Si les caractéristiques et mises en application sont différentes, ces concepts convergent cependant sur un aspect : pour augmenter l'intérêt des usagers pour les bibliothèques, il faut proposer des environnements et des modalités d'accès à l'information, tant physiques que numériques, plus conviviaux et flexibles mais aussi plus ludiques. L'enjeu est de procurer à l'utilisateur un service utile mais qui lui apporte aussi du plaisir. Ce nouveau positionnement, déjà massivement employé par les concepteurs de produits, services ou lieux interactifs, s'inscrit dans la démarche de design de l'expérience utilisateur (*User Experience - UX*).

L'expérience utilisateur

L'expérience utilisateur (UX) résulte de l'ensemble des perceptions, interactions ou ressentis qu'un utilisateur éprouve vis-à-vis d'un produit ou service, avant, pendant et après son utilisation. Pucillo et Cascini se réfèrent à Hazzenthal lorsqu'ils expliquent qu'un utilisateur peut percevoir les qualités pragmatiques et hédoniques d'un produit/service¹. Les premières permettent de réaliser des objectifs d'action (*do-goals*), qui lui apportent un sentiment de satisfaction. Les secondes font écho à des besoins plus personnels (*be-goals*), comme le développement de soi ou de sa relation aux autres, qui procurent du plaisir. Ce dernier va, au fil du temps, être associé au produit/service et en augmenter la valeur pour l'utilisateur. La prise en compte de l'UX accroît ainsi le capital de valeur d'un produit/service : à la valeur d'usage s'ajoute la valeur hédonique. Sur un plus long terme, ces valeurs construisent la valeur de marque ou d'image.

Or, concevoir un produit/service respectant l'UX est complexe car cela suppose de respecter un certain nombre de bonnes pratiques tout en les questionnant en fonction du contexte d'usage. En effet, une expérience est par définition unique et difficilement prédictible. Il est donc recommandé d'utiliser des méthodes de « *conception centrée utilisateurs* »² et considérant les aspects

émotionnels³. Elles sont caractérisées par une compréhension explicite des utilisateurs, de leur ressenti, de leurs tâches et de leur environnement d'activité, en les faisant participer à la conception.

Le cas de la BMC

C'est cette approche que la bibliothèque Marie Curie de l'Insa Lyon (BMC) met en œuvre depuis trois ans pour reconcevoir sa stratégie de communication et son offre de services. Résultat de la fusion de deux bibliothèques fin 2009, la BMC a été pensée comme un *learning center*. Bien que le bâtiment soit très fréquenté, la BMC a fait en 2012 un triple bilan : les services et ressources documentaires proposés sont méconnus ; la communication, basée sur des *mailings* et *newsletters*, le site web ou les réseaux sociaux institutionnels, est inefficace et manque d'interactivité ; l'image est élitiste. L'enjeu pour la BMC était alors non seulement de faire évoluer l'image qu'elle renvoyait mais aussi de consolider, chez les usagers, la connaissance de l'offre et l'envie de venir à la bibliothèque. Pour mettre en place des leviers d'action, la BMC a utilisé des méthodes participatives et centrées utilisateurs. Sur la base de *focus groups*, d'enquêtes et d'entretiens avec les publics, elle a perçu et compris la nécessité d'adapter les formes de médiation à l'évolution des technologies et des usages mais aussi de considérer les aspects hédoniques de la relation usager-bibliothèque. Les caractéristiques les plus représentatives des besoins exprimés étaient de pouvoir disposer d'activités et services ludiques, mobiles et pervasifs.

Différentes actions ont alors été réalisées. En 2013, pour construire des actions de communication adaptées aux étudiants, la BMC travaille avec La Mouette, une association d'étudiants, et propose sur deux mois un jeu « en réalité alternée »⁴. Basé sur une histoire fictive et des énigmes dispersées sur le campus, le jeu utilisait les services de la BMC et s'est clôt par une soirée organisée dans ses locaux. En 2014 et 2015, la bibliothèque poursuit cette réflexion avec deux groupes d'étudiants. Elle réalise alors Doua Jones⁵, un *serious game* pour téléphone mobile utilisant la géolocalisation, ainsi qu'un plan de communication pervasif et ludique exploitant différents supports dans différents lieux.

Quel bilan ?

Les actions orientées vers les étudiants sont encore trop récentes pour mesurer des retombées effectives. Néanmoins, elles ont marqué une évolution dans l'image affichée de la BMC et dans les pratiques des bibliothécaires et documentalistes y travaillant. Les méthodes centrées utilisateurs ont facilité la conception

d'actions spécifiques. Il reste à savoir si elles sont suffisantes pour accompagner efficacement une reconception plus globale intégrant les aspects ludiques, pervasifs et mobiles.

L'un des objectifs de la BMC est, en effet, d'articuler les activités et services proposés directement au sein de la bibliothèque avec ceux accessibles *via* les réseaux sociaux, les sites web ou les jeux. Il existe actuellement peu d'actions de ce type et pas réellement de méthodes de conception. La piste la plus prometteuse consiste à adapter les méthodes de conception traditionnellement utilisées en design numérique et en design de l'UX aux bibliothèques. Les professionnels des bibliothèques ont donc ici un rôle fondamental à jouer en s'appropriant certaines de ces méthodes pour concevoir de nouvelles formes de médiation.

Un atout à exploiter

Les méthodes agiles, couplées aux méthodes centrées utilisateurs, seraient ainsi adaptées pour accroître la dynamique de conception et favoriser la collaboration entre les acteurs des bibliothèques, les usagers, les designers et les développeurs. En effet, les choix de conception doivent pouvoir être facilement réajustés en fonction des réactions des utilisateurs ou de la maturation des idées chez les commanditaires et les concepteurs. Pour comprendre les besoins spécifiques aux bibliothèques, ces méthodes sont couplées avec d'autres, plus centrées sur l'architecture de l'information, pour considérer et modéliser finement l'expérience des utilisateurs en fonction de l'information et des ressources documentaires, des contextes d'usage et des possibilités d'interaction des technologies. La méthode de Garrett⁶, adaptée à la conception de services web, se caractérise par le respect de la cohérence des finalités stratégiques des commanditaires et de l'UX des publics cible. Les propositions de Resmini et Rosati⁷ visent à faciliter l'analyse critique du travail de conception pour les solutions pervasives qui utilisent différents canaux d'information, en parallèle ou simultané. Des principes sont ainsi à respecter pour garantir une expérience utilisateur satisfaisante⁸ : la solution doit être exploitable et appropriable, cohérente, souple et robuste, simple et coordonnée. Mais ceci est difficilement réalisable sur tous les canaux ou toutes les activités. Certains choix peuvent être antagonistes et la connaissance du métier, des contextes et des publics est un atout majeur des acteurs des bibliothèques pour participer à l'arbitrage des décisions. ■

1. F. PUCILLO, G. CASCINI. « A framework for user experience, needs and affordances ». *Design Studies*, 2014, n°35, p. 160-179
2. D. DEUFF, M. COSQUER. *Méthode agile centrée utilisateurs*. Lavoisier-Hermès Science Publications, 2013
3. C. LALLEMAND. « *Workshop Evaluation UX* ». Journée thématique Flupa 2014 <http://uxmind.eu/2014/06/23/atelier-flupa-evaluation-ux/>
4. M.-P. VOITA, G. TROGNOT. « Communiquer autrement avec les étudiants : l'expérience du jeu en réalité alternée à la bibliothèque Marie Curie de l'INSA de Lyon », in : *Jouer, D. en bibliothèque. Se détendre, découvrir, apprendre*. Presses de l'Enssib, 2015
5. Du nom de La Doua, campus situé à Villeurbanne, banlieue proche de Lyon
6. J.-P. MAGUE, V. MABILLLOT. « Construire un site. Les niveaux de Garrett », in : *Architecture de l'information. Méthodes, outils, enjeux*. De Boeck, 2015, p. 25-49
7. A. RESMINI, L. ROSATI. *Pervasive Information Architecture. Designing Cross-Channel User Experiences*. Elsevier ; Morgan Kaufman, 2011
8. B. HABERT, C. MICHEL. « Intégrer le transcanal. La matrice de Resmini et Rosati », in : *Architecture de l'information. Méthodes, outils, enjeux*. De Boeck, 2015, p. 51-67