



## LE BRIEF

### FORMULER SON OBJECTIF

- Définir un brief qui correspond aux attentes des parties prenantes.
- Définir un brief ni trop large, ni trop précis.

La première étape lors du lancement d'un projet est de travailler sur la définition de la question de départ. Cela peut paraître simple, mais il s'agit en réalité d'un travail énorme. Sur le projet Étincelle, Chloé notre partenaire au sein d'Apprentis d'Auteuil, avait travaillé en amont pendant plusieurs années avec ses collègues afin de définir les contours du projet. C'est en faisant remonter les besoins du terrain qu'elle avait pu identifier les sujets du sourcing\* et de la sécurisation comme étant centraux.

Ces sujets demeuraient néanmoins trop larges. Or, il est facile de se noyer dans un projet trop large ou de manquer d'impact avec un sujet trop restreint. Nous avons énormément réfléchi au sujet, et après plusieurs reformulations, l'équipe a convergé sur : « Comment améliorer le sourcing des jeunes NEETs ? ("Not in Education, Employment or Training", soit les jeunes ni scolarisés, ni en situation d'emploi, ni en formation) ». Cette question est suffisamment concrète pour fournir un point de départ (les NEETs, le sourcing) sans pour autant proposer des pistes de solutions biaisées.

\*sourcing : terme d'origine anglaise souvent utilisé dans le milieu de l'insertion pour désigner le fait d'identifier et d'attirer des bénéficiaires vers les dispositifs d'insertion.



*Je pratique et j'enseigne le design au sein d'établissements de l'enseignement supérieur, et l'un des premiers enseignements que je prodigue est que les réponses que l'on obtient sont conditionnées par la manière de poser les questions. Lorsque l'on formule un brief, même s'il est voué à évoluer avec la recherche terrain, il faut avoir conscience qu'il conditionne les résultats que l'on va obtenir.*

**BENOIT CHRISTOPHE, HACT**



# PASSER À L'ACTION

## Comment faire ?

- **Toujours se questionner, ainsi que l'équipe, sur les objectifs finaux du projet**, quitte à poser plusieurs fois la question : "Pourquoi ?". Il faut chercher la vraie raison d'être du projet.
- **Spécifier le cadre du projet (temps, budget, accessibilité des acteurs)** pour pouvoir choisir intelligemment le niveau de problématique. Un temps ou un budget limité impliquent une question plus restreinte. A titre d'exemple, si nous avons eu seulement un mois à consacrer au projet, nous aurions posé une question plus restreinte telle que : "Comment identifier des jeunes vulnérables en milieu rural ?".

## Éléments de posture

- Un des problèmes souvent rencontrés lors de la conception de projets est de partir d'une idée de solution plutôt que d'une question. Par exemple : "Comment créer de la convivialité à distance grâce à la réalité augmentée ?". Il faut essayer de ne pas se lancer sur une solution pré-déterminée. Même si elle peut constituer une piste de recherche, elle ne doit pas composer le brief. Une meilleure solution consiste à élargir le sujet, par exemple : "Comment créer de la convivialité à distance ?".
- Accepter d'être surpris ou de revenir en arrière. On gagne du temps en changeant de question si celle-ci n'est pas juste.
- Savoir restreindre le sujet. Selon le cadre du projet, nous ne pourrons pas toujours tout résoudre. Il vaut mieux voir moins ambitieux, mais livrer le projet sans se noyer !



### À garder en tête

Rien n'est définitif. La recherche ethnographique va probablement vous faire découvrir des besoins et des contraintes qui vont challenger votre brief. Pas de panique !

Prévenir le porteur de projet et les parties engagées que nous allons peut-être reformuler, changer de piste, pour éviter des inquiétudes.