Photo par [Erik Mclean](#) sur [Unsplash](#)

CAHIER DES CHARGES

PROJET

Création d'une maquette de site web pour DIB74 à Saint-Julien-En-Genevois

Kenneth Rioja
Master in Learning and Teaching Technologies (2022-2023)
Ergonomie et Design Centré Utilisateur·trice

1. INTRODUCTION

Ce cahier des charges part d'un projet initial de conception d'une maquette de site web adressé à l'association de skateboard 'DIB74' à Saint-Julien-En-Genevois – le commanditaire est nommé selon les initiales 'VT'. L'objectif principal est de permettre un prototypage d'un site web selon une démarche de conception centrée utilisateur·trice (Hassenzahl, 2003 ; Venkatesh & Bala, 2008). Le terme 'conception centrée utilisateur·trice signifie que les résultats présentés au commanditaire proviennent directement de l'analyse d'entretiens avec des personnes du public cible.

> *« La Conception Centrée Utilisateur est une approche de conception qui prend en compte l'utilisateur de façon précoce et continue dans le processus de conception, au moyen de mesures empiriques, de méthode de conception itérative et d'équipes de conception pluridisciplinaire. »* (Bétrancourt & Venni, 2022)

Le projet vise à créer un site web offrant des cours de skateboard aux enfants âgés de moins de 14 ans. Le site web sera donc principalement destiné aux parents d'enfants souhaitant apprendre le skateboard. Il sera le point de contact principal entre l'association et les parents et enfants. Les deux objectifs du commanditaire sont **1) d'informer au mieux ces parents d'enfants sur les modalités d'inscription au cours**, et **2) leur donner des pistes et conseils quant à l'enseignement du skateboard pour les plus jeunes**.

2. MÉTHODOLOGIE

Le cahier des charges a été élaboré à partir de 4 étapes déroulées entre octobre 2022 et janvier 2023 (total : 4 mois).

2.1. Analyse de la demande du commanditaire

Premièrement, l'**analyse de la demande du commanditaire** (*1er novembre 2022*) permet d'avoir la « vision » de VT du site web. Pour ce faire, un entretien semi-directif (Lallemand & Gronier, 2016a) de 45 minutes avec VT a été conduit en ligne le 21 octobre 2022. Le storytelling, p.ex. « Raconte-moi les débuts… », et des relances non directives comme des reformulations ou questions ouvertes ont été utilisées comme méthodes dans l'entretien. À la suite de cet entretien, différents points ont pu été définis :

1) l'objectif stratégique – voir Objectif stratégique,
2) le public cible – voir Public cible,
3) la représentation du site selon le commanditaire – voir Au niveau du design,
4) les moyens alloués pour la maintenance du site – voir Moyens / Maintenance,
5) les sources utilisées pour le contenu – voir Mise à jour de l'information.

2.2. Analyse de l'activité de l'utilisateur·trice

Deuxièmement, l'**analyse de l'activité de l'utilisateur·trice** (*5 décembre 2022*) permet de définir selon quels moyens l'utilisateur·trice – les parents d'enfants – accomplit l'activité finalisée que soutient le site – trouver un cours de skateboard – et plus particulièrement quelles sont les difficultés rencontrées en tant que novices. Cette analyse de l'activité est constituée de deux entretiens semi-directifs d'environ 30 minutes avec deux parents d'enfants suivant des cours de skateboard. Un fût passé en face-à-face le samedi 26 novembre 2022, l'autre en ligne le vendredi 2 décembre 2022. Des méthodes multiples ont été utilisées comme le storytelling et des relances de type reformulations, demandes d'approfondissement – technique du « pourquoi ? comment ? » (Bisseret et al., 1999a), acquiescements, empathie, résumés, partages d'expériences personnelles et interprétations. A la suite de ces entretiens, un persona et une carte d'expérience ont été dressés :

1) Le persona permet une personnification du public cible qui permet de décrire les buts, besoins et caractéristiques de différents groupes d'utilisateur·trice·s (Lallemand & Gronier, 2016b). Ainsi on aura un aperçu en un clin d'œil des compétences, motivations, attentes, attitudes et comportements d'un·e utilisateur·trice cible – voir Persona.
2) La carte d'expérience permet de faire vivre ce persona à travers le temps en pointant les différentes expériences vécues, ce qui va permettre de définir les points de contact – moments où le persona entre en interaction avec le site web (Lefebvre, 2022) – voir Carte d'expérience.

2.3. Analyse de la concurrence

Troisièmement, l'**analyse de la concurrence** (*6 décembre 2022*) permet de comparer les sites web similaires en termes d'objectifs afin de connaître ce qui existe et de se baser sur ces éléments ou d'en extraire des principes négatifs ou positifs (Bastien & Scapin, 1993 ; Ergolab, 2005). Cette analyse de la concurrence se base sur le site nrsa.ch (Nyon Région Skateboard Association). Elle présente l'objectif et le public cible du site web analysé et le contenu et l'organisation des pages d'accueil (https://nrsa.ch/) et d'inscription aux cours (https://nrsa.ch/cours-de-skate/). Cette analyse permet de générer une liste des points forts / faibles selon les modèles d'utilisabilité et d'UX (Lallemand et al., 2015) ainsi qu'une liste des idées à garder pour le site sont dressés.

2.4. Tri de cartes

Enfin, le tri de cartes (*23 janvier 2023*) est une méthode d'organisation de contenus présents dans un site web. Un ensemble de cartes est présenté aux participant·e·s avec une carte correspondant à un contenu du site. Il est demandé à le/la participant·e de ranger et catégoriser ces cartes selon ses propres représentations mentales pour finalement nommer les groupes créés. Le but de cette méthode est donc de définir et nommer les rubriques du site (Ergolab, 2004). Cette partie est constitué de trois tris de cartes effectués en moins de 15 minutes, un a été fait en personne et deux en ligne. Les résultats de ces tris permettent la création :

1) d'un tableau permettant d'observer quelle carte a été le plus souvent classée avec telle autre carte par les participant·e·s que l'on nomme matrice de similarité (Lallemand & Gronier, 2016c) – voir Matrice de similarité
2) d'un graphique en forme d'arbre qui permet de visualiser le lien de proximité entre les cartes. La ramification des branches permet d'observer les regroupements les plus fréquents et d'identifier les différentes catégories. Ce graphique s'appelle un dendrogramme (Lallemand & Gronier, 2016c) – voir Dendrogramme.

2.5. Analyse par rapport aux attentes

Cette dernière analyse est un rassemblement des 4 analyses décrites précédemment. Elle va permettre de confirmer les choix des contenus et leur rassemblement en des rubriques argumentées selon les différentes analyses. Cette analyse va permettre de donner l'architecture finale à présenter au commanditaire et donne lieu à deux productions :

1) Un tableau montrant l'ordre d'importance de chacun des contenu présent dans les rubriques créées lors du tri de cartes. Ce tableau rassemble l'importance attribuée à chacun des contenus par chacune des analyses. Le tableau se lit de haut en bas, de l'importance la plus haute à la moins haute.
2) Une arborescence graphique du site montrant les catégories principales et sous-catégories et les liens sémantiques inter-pages. Cette arborescence liste la trentaines d'unités de contenus présents sur le site final.

3. OBJECTIF STRATÉGIQUE

Lors de **l'analyse de la demande du commanditaire**, nous devions répondre aux questions suivantes : *« Qu'est-ce que le site doit amener aux utilisateurs et utilisatrices ? Pour atteindre quel objectif (par exemple, avoir plus d'adeptes de l'activité sportive ou de loisir, prévenir les incidents, soutenir les débutants, sensibiliser à une problématique sociale...) ? »*.

VT souhaite en premier lieu avoir un endroit où seront déposés les documents nécessaires à l'inscription aux cours présentiels du samedi matin. Une page assez centrale pourrait être donc créée avec un lien pour télécharger les documents et les instructions pour s'inscrire au

club. De plus, VT souhaite que le site web puisse être une « vitrine » de l'association plusieurs pages pourraient être consacrées à la description des membres du club ainsi que des activités pourraient être créées : 1) fiche descriptive de chaque membre du club, 2) les cours du samedi matin, 3) les activités et contests du club, 4) la présence au forum des associations de Saint-Julien-En-Genevois. Ensuite, il sera question de faciliter la prise de contact avec le club, via un formulaire de contact directement implémenté sur le site web. Une page pourrait afficher l'adresse, les places de parking aux alentours ainsi qu'un formulaire de contact pour la communication avec le club. D'une autre part, le site permettra d'informer les parents d'enfants souhaitant les inscrire aux cours de skateboard, notamment en termes du prix des séances des cours, licences. Une page concernant le coût de la pratique en général pourrait être proposée. De plus, une partie publicité des différents partenaires pourraient afficher les prix chez ces derniers en tant que licenciés (shop de skate, salle de trampoline/rampe indoor). Une page de sensibilisation au port de protection et aux règles dans le skatepark pourrait être créé. La dernière proposition de VT concerne le contenu d'apprentissage de la pratique du skateboard à l'intention des plus jeunes. Il souhaite avoir une page avec des liens Instagram de personnes à suivre et faisant bouger le milieu du skateboard.

VT souhaite donc avoir un site internet qui va principalement être un lieu **1) d'information à l'intention des parents d'enfants sur l'inscription aux cours**, **2) de conseils à propos du monde du skateboard pour les plus jeunes**. Ces deux points sont retrouvés dans les analyses présentées plus tard, notamment les utilisatrices finales souhaitent en effet chercher des informations concernant le personnel accompagnant et l'analyse de concurrence montre une partie d'inscription complète et détaillée dont le site final en sera fortement inspiré.

4. PUBLIC CIBLE

À la suite de **l'analyse de la demande**, VT a décrit qu'un potentiel site web serait à destination des parents d'enfants de moins de 14 ans souhaitant les inscrire aux cours de skateboard. Il a été mentionné des jeunes adultes et adultes mais le site web ne serait pas spécialement important pour ces dernier·e·s. Selon VT, le seul intérêt serait de leur

permettre de s’inscrire au club afin d’avoir un certain poids auprès de la mairie de la ville. Ce poids permettrait d’avoir plus de subventions nécessaires pour l’amélioration et la construction de modules (rampes, etc.) supplémentaires sur le skatepark.

Lors de **l’analyse de l’activité**, Marie et Fanny (noms d’emprunt) ont été interviewés, ce sont deux mères de famille de 51 et 37 ans accompagnant leur enfant de 8 ans aux ours de skateboard à Plainpalais. Ces dernières font partie du public cible car lors de l’entretien, elles m’ont partagé le fait qu’elles ont cherché sur internet un cours de skateboard sur la région de Genève.

Par manque de personnes appartenant au public cible à disposition (période hivernale, les cours de skateboard n’étant plus dispensés en hiver), le **tri de cartes** a été effectué avec des personnes du master MALTT.

5. ANALYSE DE L'ACTIVITÉ AVEC LES UTILISATEUR·TRICE·S

5.1. DESCRIPTION

Cette analyse de l’activité s’inscrit après l’analyse des besoins du commanditaire et avant la conception du site web. L’objectif de l’analyse de l’activité est de définir un persona puis une carte d'expérience. Ces outils permettent de capturer ce que les utilisateur·trice·s attendent d'un tel site en termes de contenus, de fonctionnalités, selon les termes employés par ces personnes. Les interviews ont été conduits deux fois avec deux personnes différentes, la première en face-à-face, la deuxième sur Zoom.

5.2. PARTICIPANTES

Marie (nom d’emprunt) est une femme de 51 ans, elle est coach et superviseuse d’autres coachs dans des entreprises pour des problèmes de situations de changement de leadership. Elle soutient les gens qui ont des besoins pour réfléchir sur la résilience aussi en

gérant le stress. Elle travaille à Genève, Zürich et en ligne. Elle habite à Meyrin. Elle fait partie du public cible car son garçon de 8 ans est inscrit à un cours de skateboard et qu'elle est impliquée dans l'apprentissage de la pratique de son enfant en l'accompagnant aux cours de skateboard. Fanny (nom d'emprunt) est une femme de 37 ans, elle est enseignante en arts visuels depuis 14 ans, et est actuellement étudiante à l'IUFE (Institut Universitaire de la Formation des Enseignant·e·s) à Genève pour passer dans le public. Elle habite dans le quartier de Saint-Jean à Genève. Elle a deux enfants,une qui fait du skateboard à haut niveau, et une qui fait de la natation à haut niveau. Elle fait partie du public cible car sa fille de 8 ans assiste aux cours de skateboard depuis ses 6 ans.

Ces deux personnes diffèrent dans le sens où Fanny est plus expérimentée, dans le sens où cela fait 2 ans qu'elle accompagne son enfant faire du skateboard comparativement à Marie qui n'accompagne son enfant que depuis quelques mois. De plus, l'accompagnement social de la pratique du skateboard de leur enfant diffère aussi, pour Marie, son fils est le seul de son groupe de copains à faire du skateboard tandis que pour Fanny, sa fille a beaucoup de contact avec les 'grands' du skatepark qui l'encouragent et la challengent.

5.3. MÉTHODE

Les entretiens conduits sont de type semi-directifs sous la forme d'un storytelling, c'est-à-dire que l'entretien a commencé par la question « ». Une trame de l'entretien (voir partie Questions préparées) a été préparée en amont, commentée et validée par des expert·e·s. La recherche des personnes du public cible s'est conduite aux abords des skateparks de Plainpalais et de Saint-Julien-En-Genevois ou par le biais d'ami·e·s du milieu du skateboard. J'ai pu interviewer Marie en face-à-face alors qu'elle assistait au cours de skateboard de son enfant. Le contact de Fanny m'a été transmis par une connaissance et j'ai conduit l'entretien par Zoom. Leur consentement m'a été donné pour enregistrer les entretiens de manière audio et vidéo en Zoom. Les enregistrements sont désormais détruits.

Le premier entretien s'est déroulé le samedi 26 novembre aux alentours de 11h du matin au skatepark de Plainpalais à Genève. Je savais que des cours de skateboard avaient lieu les samedi et dimanche de 10h à 11h30. A 11h, je me suis approché de Marie en lui demandant si son enfant était présent au cours. Suite à son acquiescement, je lui ai demandé s'il était possible de l'interviewer sur la pratique du skateboard de son enfant. Après avoir accepté

ma demande et après son accord d'enregistrer l'entretien, j'ai enclenché le 'Dictaphone' de mon téléphone portable. La question d'ouverture posée à Marie était : « *Est-ce que vous pouvez vous présenter en quelques mots, en gros, comment vous vous appelez, votre âge, votre profession ?* ». Je lui ai ensuite posé la question : « *Est-ce que vous pouvez me raconter la première fois que votre enfant a fait du skateboard ? Depuis le moment où vous avez appris qu'il a fait du skateboard. (...) Votre enfant, il a quel âge ? (...) C'est quand qu'il vous a demandé "Maman, j'ai envie de faire du skateboard" ?* ». Des relances ont suivi sous la forme de reformulations ou de demandes d'approfondissement (« Comment / Pourquoi ? »), de partages d'expériences personnelles, d'acquiescements, d'empathie avec des rires. Lorsque j'ai senti qu'il n'y avait plus de relance possible, j'ai continué en prenant que j'avais préparé au préalable.

Le deuxième entretien s'est déroulé le vendredi 2 décembre à 20h par Zoom. Le contact de Fanny m'a été donné par un ami du monde du skateboard à Plainpalais et connaissant personnellement Fanny car il enseigne le skateboard à sa fille. Après une petite introduction de comment se passera l'entretien, d'une présentation de chacun·e de nous, ma première question d'ouverture fût : « Est-ce que vous pouvez me raconter la première fois que votre fille à fait du skateboard ? Comment ça s'est passé ? ». Des relances ont suivi sous forme de reformulations et de demandes d'approfondissement (« Comment / Pourquoi ? »), de résumés, de partages d'expériences personnelles, d'interprétations « Je pense que l'association s'est dit … ».

Les deux entretiens se sont donc conduits de manière identique sur le fait que la première question d'ouverture était axée sur la première expérience en termes d'accompagnement du skateboard pour leur enfant. En revanche, il y avait une différence dans la modalité de l'entretien (face-à-face / Zoom), en effet, il est plus difficile de faire des relances adéquates via Zoom, de plus il y avait quelques moments où la connexion n'était pas stable et donc les dialogues moins fluides.

5.4. RÉSULTATS DE L'ACTIVITÉ GLOBALE DE L'UTILISATEUR·TRICE

5.4.1. Biographie Générale

Comme mentionné plus haut, j'ai pu interviewer Marie et Fanny (noms d'emprunt), femmes de respectivement 51 et 37 ans. Elles ont des jobs différents, Marie travaille en tant que coach dans des entreprises, à Genève, à Zürich et parfois même en ligne, tandis que Fanny travaille depuis 14 ans comme enseignante d'arts visuels et est actuellement étudiante à l'IUFE de Genève. Marie a un garçon de 8 ans qui fait du skateboard depuis moins de 6 mois et Fanny une fille de 8 ans qui pratique le skateboard depuis 2 ans de façon « plus technique » (hors déplacement). Ces deux femmes accompagnent leur enfant aux cours de skateboard organisés par gvask8 au skatepark de Plainpalais à Genève, la première aux cours pour débutant·e·s le samedi matin (depuis septembre 2022), la deuxième aux cours pour avancé·e·s le mercredi après-midi (depuis 2020). On peut donc considérer Fanny comme étant plus experte dans l'accompagnement aux cours de skateboard de son enfant que Marie.

5.4.2. Rapport à l'Activité Étudiée

En tant que parent, les deux femmes disent clairement : « je suis les envies de mon fils », « on suit clairement notre fille dans ses envies, à aucun moment on les induit dans un sport ou dans un autre ». Ceci montre, qu'elles n'ont pas de but précis qu'elles imposent à leur enfant, mais plutôt, leur but est de suivre le but et les envies de leur enfant.

Elles accompagnent leur enfant aux cours de skateboard et régulièrement au skatepark : Marie accompagne son enfant, seule, « chaque samedi matin » « en voiture » tandis que Fanny accompagne son enfant, avec son mari, « chaque mercredi à 13h30 ». En effet, les cours du samedi sont destinés à des débutant·e·s, tandis que les cours du mercredis sont pour les enfants plus avancé·e·s. Leur accompagnement se prolonge au-delà des cours, pour Marie cela peut être une sortie les dimanches dans un skatepark plus proche de Meyrin et pour Fanny cela peut aller jusqu'à cinq fois dans la semaine, au minimum le samedi et d'autres jours de la semaine en fonction des disponibilités de Fanny et de son mari.

Marie m'a indiqué que son garçon était « un peu timide », « ce n'est pas facile pour lui s'il n'y a pas quelqu'un à côté, j'essaye de l'entraîner ». D'ailleurs nous avons été interrompus lors de l'interview par son garçon qui avait l'air de se demander ce que sa mère faisait. Marie souhaite aussi que son fils maîtrise un sport et qu'il le pratique régulièrement. Elle me confiait aussi à la fin de l'entretien que son fils faisait d'autres pratiques avant (violon, etc), et qu'elle souhaitait qu'il pousse et maîtrise un peu plus dans une activité. Tandis que pour Fanny, accompagner sa fille dans sa pratique « à haut niveau » du skateboard est devenu courant, Fanny cherche donc à ce que sa fille « progresse » (voir partie Attentes).

5.4.3. Compétences

Marie et Fanny ne pratiquent pas le skateboard. Marie, pour une accompagnatrice 'novice', m'a semblé de nature très observatrice et semble comprendre les règles adoptées dans la pratique du skateboard. A plusieurs reprises, toutes deux ont énoncé le nom de certains *tricks* (figures) du skateboard « ollie », « heelflip », « kickflip », « tail-whip » (ce dernier mot provient de la trottinette). Pour aider leur enfant dans la pratique du skateboard, Marie et Fanny font preuve de présence, elles « reste à côté » au skatepark, « on doit l'accompagner (…) on est là pour la regarder, surveiller, que tout se passe bien ». En ce qui concerne l'encouragement, Marie est actrice de cet encouragement : « s'il y a des skaters dans les petits skateparks, je lui encourage de leur demander [comment faire des tricks] ». De plus, lorsque son fils « hésite à faire des choses faciles » (comme la trottinette), elle l'encourage plutôt à prendre son skate, elle semble chercher le dépassement de soi pour son fils. Elle « encourage » son garçon, lui « donne des astuces non-expert » notamment lorsqu'il « roule des yeux », le rassure avec calme (exemple de l'interruption plus haut).

> *« C'est plus cool avec les jeunes qu'avec les parents »*

Cependant, elle se qualifie elle-même comme « pas très patiente » concernant l'enseignement du skateboard, ce qu'elle délègue grâce aux cours de skateboard où c'est « plus cool avec les jeunes qu'avec les parents ». Pour Fanny, elle semble déléguer cet encouragement aux 'grands' du skatepark : « Quand il n'y a pas de cours, il y a d'autres skaters super sympa qui lui filent des challenges (...) qui sont super stimulants pour elle ».

On voit aussi que Fanny délègue car elle semble sentir que l'encouragement pour le niveau de sa fille est plus pertinent s'il vient d'expert·e·s du domaine.

5.4.4. Attentes

Concernant les cours de skateboard, Marie et Fanny n'ont pas les mêmes attentes. Marie semble chercher l'*initiation* et l'*encouragement*. Tandis que Fanny et son mari, il s'agit plus d'un de *progression* et de trouver le *bon niveau* pour leur fille. Pour Marie, Il n'y avait pas forcément un mot qui revenait souvent, mais plus un champ lexical de l'initiation (« encourage », « entraîner », etc.). Si elle venait accompagner son fils au skatepark, c'était pour qu'il surpasse sa timidité, elle reste cependant très compréhensive et l'accompagne de manière raisonnable et raisonnée. Pour Fanny, le mot « progrès » et « niveau » sont revenus plusieurs fois dans l'entretien (7 fois pour chaque mot) avec Fanny. En effet, Fanny et son mari peuvent se déplacer plus loin (p.ex., Montreux) pour trouver un autre cours et « chercher autre chose » au contraire de Marie qui cherchait un cours pour débutants à Genève. Ce qui serait important pour Fanny, ce serait d'avoir des cours avec des enfants ayant des niveaux moins hétérogènes serait plus apprécié au vu du « niveau largement supérieur » de son enfant de 8 ans. Elle a mentionné les cours privés, plus chers, mais qu'« elle n'a, pour l'instant, pas encore fait ».

> *« (…) ce qui compte est l'envie de transmettre et de partager »*

Lors de la description de l'association via le site web gvask8.com par Marie, elle me disait qu'elle les avait choisis grâce au côté « plus sympathique ». Elle attend du groupe encadrant que ce soit « d'autres jeunes ». Fanny rejoint ceci en répétant qu'à Genève, il y a des « profs génaux ». Pour cette dernière, elle mentionne aussi l'importance d'avoir « Un prof motivé (…) ce qui compte est l'envie de transmettre et de partager qui fait énormément. » mais aussi que ces dernier·e·s aient un « regard plus technique ».

Marie a mentionné l'âge limite d'inscription des cours se faisait « à partir de 8 ans, ce qui n'était pas possible avec les autres fournisseurs ». Cet âge limite de 8 ans a été mentionné de la part de Fanny, elle avait besoin de trouver un cours pour sa fille de 6 ans à l'époque,

chose qu’elle a pu faire en négociant avec une personne de l’association gvask8 : « La personne présente dans l'association était assez ouverte pour permettre cette entorse à la règle ». Ce premier contact avec l’association est ressenti par Fanny avec enthousiasme comme « positif, super, adorable, génial ».

Le ‘feeling’ avec les encadrant·e·s au cours est très importante pour ces deux femmes. Pendant les cours, Marie observe l’attitude des jeunes encadrant·e·s envers son enfant, et elle s’en dit « hyper contente ». Enfin, elle attend de connaître l’histoire, l’expérience « s’ils savent ce qu’ils font », l’esprit « pro et ludique ensemble », « qu’ils sont bons avec les enfants, pas de pression, mais aussi exigeant, le bon équilibre », l’ambiance, leur capacité à répondre à des incidents. Pour Fanny, elle m’a raconté un événement : « En 2018, il y avait une initiation pour filles uniquement et [c’est ainsi qu’elle a pris] contact avec eux, et bon feeling avec jeunes filles skateuses ».

L’aspect social avec les autres pratiquant·e·s est aussi un point d’intérêt pour ces deux femmes. Selon l’observation de Marie des autres jeunes et des interactions que son fils peut avoir avec ces derniers, elle semble satisfaite lorsque son fils demande des conseils à d’autres skaters et que ces derniers répondent avec plaisir. Pour Fanny, il s’agit de la même chose. Elle me racontait : « Il y a le côté challenge, c'est sympa de faire du skate avec les autres, de se faire envie "Tiens je fais un trick (figure), est-ce que tu sais le faire?", "Ah ouais tu as réussi mais est-ce que tu arrives à faire ça?", c'est très stimulant. Contrairement à la piscine (sport de sa deuxième fille) on n'a pas la tête dans l'eau, ça permet d'avoir des discussions, de se poser entre deux ».

5.4.5. Difficultés ou "points chauds"

Une des difficultés pour Marie s’est présentée lorsque son garçon lui a demandé d’acheter une nouvelle planche de skateboard. Cette dernière s’abîmant petit à petit, elle décide a proposé à son enfant de pratiquer pendant 1 an le skateboard avant de lui racheter une nouvelle planche. Une des difficultés pour Fanny est de trouver un skatepark sec lorsque la saison est pluvieuse ou neigeuse (la pratique du skateboard ne peut pas se faire sous la pluie). « C'est un réel problème. Elle est trop jeune pour aller toute seule [au skatepark], nous on doit l'accompagner. Elle a chaud, mais nous on est là pour la regarder, la surveiller, que tout se passe bien, quand il fait froid, ce n'est pas toujours évident. Mon mari est très

motivé pour y aller malgré tout. » Fanny mentionne aussi les skateparks de Lausanne et de Montreux qui sont des skateparks couverts où elle y va pour palier à ce problème et ainsi permettre à sa fille de continuer sa pratique du skateboard.

5.4.6. Incident critique négatif ou positif

Un des incidents critiques positifs de Marie est la fois où son enfant a voulu commencer le skateboard. C'était au mois de septembre 2022, à Leipzig, son garçon, qui faisait de la trottinette au skatepark, « a vu des skaters et a dit à ses grands-parents j'aimerais bien un skateboard pour mon anniversaire ». Suite à cela, ils sont allés à Titus, un magasin spécialisé dans le skate, et « il a choisi une board ». Une autre fois, dans un skatepark, alors que son enfant « tout seul, essayait de maîtriser, il y avait d'autres skaters, des jeunes de 15 ans, 16 ans, sont revenus du skatepark, vers le Petit-Sacconex, et ont dit 'Ouah cool ! Tu fais du skate' et lui ont montré des tricks, et c'était très sympa. Et aussi un autre papa d'un petit (skater dans sa jeunesse) a dit 'Oui oui, faut faire attention à ça'. ». Suite à cet incident critique positif, Marie a entamé des recherches sur internet « cours de skate genève », « cours de skate plainpalais » et est arrivée sur deux sites gvask8.com et un autre non mentionné. Elle a ensuite choisi gvask8 qui était plus central et s'est donc inscrite sur le site web via le Google form.

> *« Elle est très bien intégrée de ce côté-là. De voir comment une petite gamine de 8 ans va pouvoir avoir une discussion avec les autres skateurs qui lui donnent des challenges et qu'elle réussit à les faire, c'est super stimulant pour elle. »*

Pour Fanny, elle m'a raconté un incident critique positif : « Mais un moment 'wow', un moniteur a préparé une fête d'Halloween au skatepark. Il y avait une rampe, il fallait passer par-dessus, tout le monde le faisait à tour de rôle. Ma fille l'a passée et puis je ne sais pas, ils ne s'y attendaient pas, du coup c'était un 'Houra !' généralisé autour de ma fille, donc c'était assez émouvant de la voir à quel point elle est portée aussi par les grands du skatepark. Elle est très bien intégrée de ce côté-là. De voir comment une petite gamine de 8

ans va pouvoir avoir une discussion avec les autres skateurs qui lui donnent des challenges et qu'elle réussit à les faire, c'est super stimulant pour elle. C'est super pour la question d'assurance, d'estime de soi, je pense le skate lui fait beaucoup de bien. »

5.4.7. Sources de satisfaction

« C'est un sport qui est extrêmement généreux »

Marie et Fanny semblent très satisfaites de voir leur enfant s'épanouir, encouragé·e·s par d'autres jeunes et interagir avec cette culture du skate. Elles trouvent la communauté très aidante, très généreuse. Marie me confiait : « La culture du skate c'est très chouette. » et m'a dit percevoir le monde du skateboard comme « très cool ». Ces deux femmes semblent avoir confiance envers les instructeur·trice·s qui donnent les cours au skatepark de Plainpalais.

5.4.8. Étapes de l'activité

Marie mentionne la venue aux cours de skateboard les samedis matins comme une routine. « La famille sait » que les samedis matins, il y a cours de skateboard, ils se lèvent plus tôt que d'habitude en week-end, prennent le petit déjeuner pour partir à 9h du matin. Elle emmène son fils ensuite en voiture au skatepark de Plainpalais. Dans un premier temps, elle reste un peu, « fait quelques tours du terrain » tout en observant son garçon, puis part prendre un café pour enfin revenir 30 minutes avant la fin du cours.

Pour Fanny, elle m'a raconté qu'avec son mari, ils se sont informés d'un skatepark couvert et des cours qui y étaient proposés. Ils sont donc allés à Montreux et sont restés au skatepark couvert pendant tout le moment du cours. Ils discutent avec les gens du skatepark tout en « voyant faire » leur fille jusqu'à la fin de son cours. Cela permet à Fanny d'observer sa fille dans sa pratique, d'observer ses interactions avec les professeur·e·s et de décider ou non s'ils reviendront une prochaine fois.

5.4.9. Étapes clés

S'inscrire au cours :

1) Contact de son enfant avec d'autres skateboarders à des événements (p.ex. « Girls session »)
2) Encouragement des skateboarder·euse·s
3) Envie de l'enfant de faire du skateboard
4) Prise de contact via le site internet pour les cours de skateboard, puis par e-mail.
5) Assister aux cours

Assister aux cours :

1) Préparation de l'équipement
2) Déplacement en voiture jusqu'au skatepark
3) Accompagnement sur le lieu de pratique
4) Signifier ma présence à l'enfant pendant le cours
5) Discuter avec les personnes du skatepark en observant jusqu'à la fin du cours

5.5. PERSONA

Claire

Photo by Stephanie Liverani on Unsplash

« Le skateboard est un sport extrêmement généreux »

Informations personnelles

42 ans, couple, 2 enfants
Salariée d'une entreprise qui propose du coaching dans d'autres entreprises à Genève, Zürich et en ligne
Dans l'équipe, Claire s'occupe des situations de changement et de leadership en lien avec la résilience.

Biographie

Claire habite dans le quartier de St Jean à Genève. Elle et son mari consacrent beaucoup de son temps aux activités favorites de leurs filles. Tous les samedis matins, ils ont une routine d'aller au skatepark de Plainpalais accompagner une de leur fille au cours de skateboard.

Compétences

Claire est de nature très observatrice, lors des cours de skateboard, elle regarde attentivement les interactions que sa fille a avec les différents skater·euse·s et professeur·euse·s. Elle encourage aussi beaucoup sa fille dans sa pratique qu'elle considère comme très « challenging ».

Motivations

En tant que mère de famille engagée pour le bien-être de ses filles, elle n'hésite pas à « suivre les envies de mes enfants ». Elle souhaite que ses filles soient épanouies et heureuses dans les activités qu'ells font. En voyant les différentes interactions bénéfiques et positives avec les autres personnes du monde du skateboard, elle voit que ça « fait du bien » pour l'estime de soi de sa fille.

Attentes

Claire attend des encadrant·e·s des cours de skateboard d'être « pro » et qui soient motivés par l'enseignement du skateboard. Qu'il y ait un équilibre entre technicité et « fun ». Elle attend d'assister aux premiers cours de skateboard afin de se faire un avis basé sur le « feeling » ressenti par sa fille.

Attitudes et comportements

Lorsqu'une activité est appréciée par ses filles, elle va encourager cette appréciation et va mettre les moyens pour qu'elles continuent. Par exemple, en achetant du matériel pour continuer à pratiquer ou à trouver des cours qui sont proches via internet. Elle apprécie le contact par mail et n'hésite pas à envoyer des vidéos pour signifier de la motivation de ses filles.

5.6. CARTE D'EXPÉRIENCE

Photo by Stephanie Liverani on Unsplash

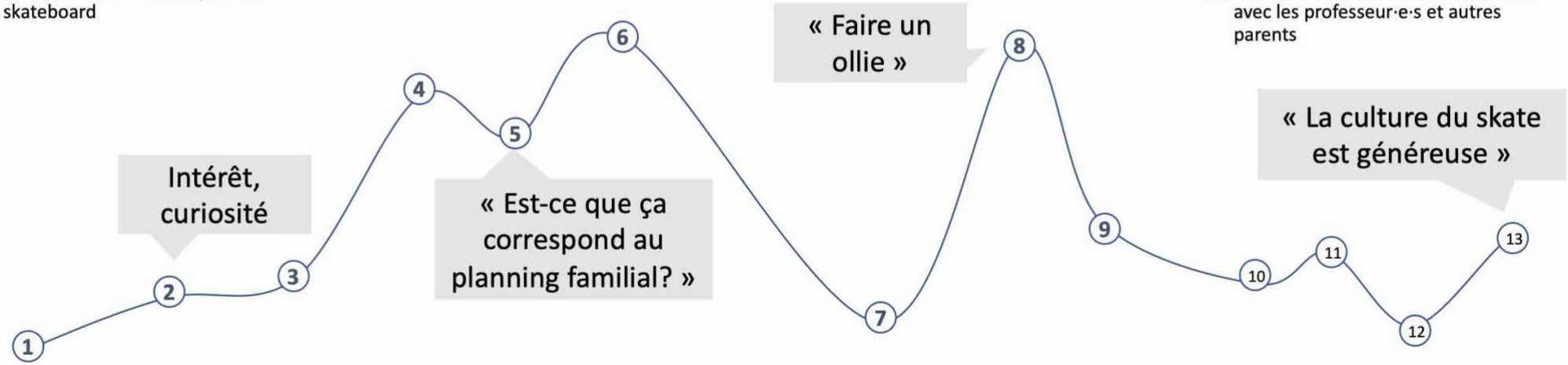
SCENARIO

Claire a accompagné sa fille au « Girls Session » au skatepark de Plainpalais, là-bas, sa fille a pu discuter avec les différentes skateuses expérimenté et a pu essayer le skateboard avec leur accompagnement. Sa fille a adoré et Claire cherche donc à inscrire sa fille, à la prochaine rentrée, aux cours débutant·e·s de skateboard. Les premiers cours se passent bien et elle observe avec attention le déroulement des premiers cours jusqu'à être à l'aise avec les professeur·e·s pour se permettre d'aller boire un café aux alentours.

BUTS ET ATTENTES

Claire souhaite trouver des cours de skateboard à Genève proche de chez elle. Elle habite à Meyrin. Elle souhaite aussi que les professeur·e·s qui soient « pro » tout en animant avec bienveillance.

Premier essai	Premières recherches sur internet	Préparation au premier cours	Accompagnement au cours
1. Session « Only Girls » en passant près du skatepark de Plainpalais 2. Contact avec les skateboardeuses accompagnatrices et animatrices de l'événement 3. Premier essai « technique » du skateboard	4. Recherche de cours sur internet 5. Comparaison entre les différents prestataires 6. Contact via formulaire « Google Form » et/ou par e-mail	7. Achat de matériel pour la pratique du skateboard 8. Pratique préparative en regardant des vidéos et/ou en allant au skatepark 9. Premier cours de skateboard !	8. Préparation et déplacement au lieu du cours 9. Observation lors des premières 15-30 minutes pour signifier ma présence 10. Boire un café aux alentours 11. Revenir 15 minutes avant et discuter avec les professeur·e·s et autres parents



Promotion d'événements accessibles au grand public sur la place publique ou en ligne	Avoir un site web fonctionnel pour l'inscription lors de cet événement qui réponde aux besoins du public cible (inscription, horaires, âge d'inscription)	Proposer des liens pour les partenaires commerciaux en termes de matériel et vidéos explicatives avant les cours	Partage des dernières photos sur le site web et pages de réseaux sociaux pour continuer la pratique à la maison

6. ANALYSE DE LA CONCURRENCE

6.1. DESCRIPTION

Cette analyse de la concurrence s'inscrit après l'analyse des besoins du commanditaire et avant la conception du site web. L'objectif de l'analyse de la concurrence ici sera de trouver comment d'autres associations de skateboard s'y prennent afin d'attirer de jeunes adeptes via leurs parents et d'informer les parents sur la pratique du skateboard. Ainsi, cette analyse visera à répondre à ces questions : Dans un site web visant les mêmes objectifs, quels sont les services proposés, fonctionnalités et contenus disponibles ? Comment sont-ils présentés à l'internaute ? Lesquels seraient à garder lors de la conception finale ? Lesquels seraient à améliorer ou à rejeter ?

6.2. OBJECTIF DU SITE WEB ANALYSÉ

Le site web à analyser a été cherché en tapant sur le moteur de recherche '*google.com*', les mots clés « cours skateboard Haute-Savoie » et « cours skateboard Genève ». Plusieurs résultats ont été trouvés et le choix du site web a été orienté si les contenus suivants étaient proposés : il s'agit d'une association de skateboard et des rubriques concernant une possible inscription aux cours et/ou concernant des informations sur la pratique du skateboard étaient affichés dans la page d'accueil.

Parmi les sites web trouvés aucun n'a pu réunir toutes les conditions. Soit il s'agissait d'associations proposant uniquement des cours (http://annecyboardclub.fr/, https://nrsa.ch/, https://gvask8.com/), soit il s'agissait d'un site web afin d'enseigner le skateboard à des débutant·e·s (https://skategeneve.ch/).

Cette analyse de la concurrence portera sur le site nrsa.ch. Le contenu de ce site sera analysé selon les objectifs d'inscription au cours et de présentation de l'association. Il diffère de notre projet dans le sens où ce dernier n'affiche aucune rubrique portant sur l'enseignement ou la prévention du skateboard.

6.3. PUBLIC CIBLE DU SITE WEB ANALYSÉ

Le public cible de ce site est toute personne (enfant, adolescent·e, adulte) souhaitant s'inscrire à un cours de skateboard. Ces cours peuvent aussi être privés. L'âge requis pour les cours de skateboard n'est pas affiché. En effet, il est assez flou de savoir précisément si ce site web s'adresse à des parents d'enfants ou directement aux jeunes adeptes. Le public cible énoncé diffère avec notre projet dans le fait que notre public cible est plus précisément tout parent désirant inscrire son enfant de moins de 14 ans aux cours. Les cours proposés par l'association commanditaire ne sont possibles que pour les enfants et en groupe. Il n'est donc pas possible de faire cours à des jeunes adultes ou adultes – contrairement au site web analysé.

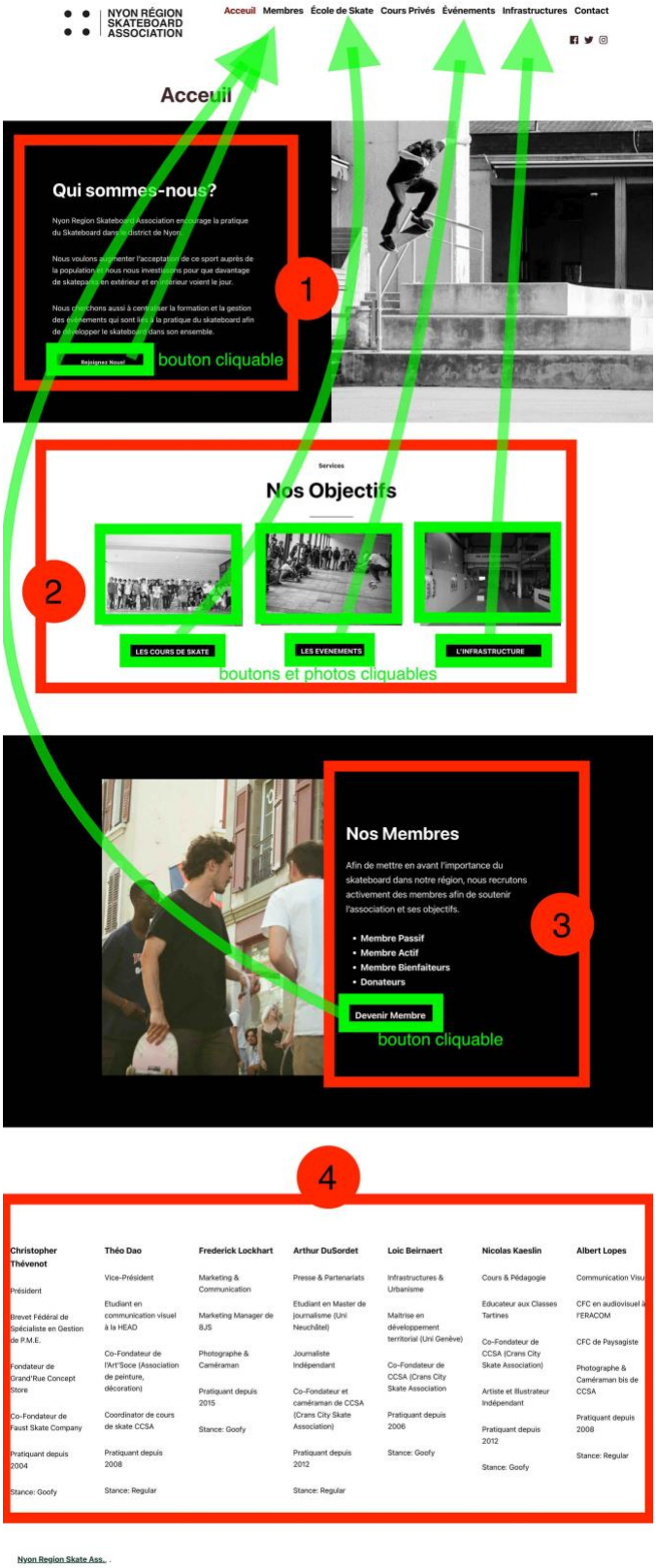
6.4. CONTENU ET ORGANISATION

6.4.1. Accueil

Cette page (https://nrsa.ch/) a trois fonctions : *la description*, l'*incitation à adhérer à l'association* et la *redirection vers les pages plus détaillées*. Ces fonctions sont possibles sur ce site web par le biais d'informations de type textes, images et boutons cliquables redirigeant vers d'autres pages du site web.

Cette page regroupe quatre zones différentes qui sont organisées de manière visuelle et sémantique : 1. « *Qui sommes-nous ?* », 2. « *Services, Nos Objectifs* », 3. « *Nos membres* » et 4. une présentation individuelle de chaque membre de l'association. Cette organisation en plusieurs parties introduit l'association du global au spécifique, c'est-à-dire des buts de l'association aux biographies de chaque membre actif.

Les textes permettent donc d'informer et indirectement de recruter de nouveaux membres. Ces textes sont surtout descriptifs et non interactifs dans les zones 1 et 4, elles permettent de communiquer sur les buts de l'association via trois courts paragraphes facilement lisibles par l'utilisateur·trice (zone 1) ainsi qu'une courte biographie des 7 membres actifs de l'association en 4 à 6 points, encore ici facilement lisibles par l'utilisateur·trice (zone 4). Le texte de la zone 3 est présentée avec une liste de point, décrivant les différentes manières de devenir membre



pour ainsi permettre le recrutement de « membres afin de soutenir l'association et ses objectifs ». Cette zone 3 est remarquablement bien mise après la description des buts (zone 1) et des objectifs (zone 2).

Cette zone 2 est particulièrement imagée, avec trois photos, cliquables et illustrant leur bouton respectif juste en bas de ces dernières. La première photo montre un groupe d'élèves de skateboard avec en dessous le bouton « Les cours de skate ». La deuxième montre un skateur au milieu d'observateurs avec comme bouton « Les événements. La troisième photo montre l'intérieur d'un bâtiment avec le titre « L'infrastructure ». Chaque photo et bouton est interactive et permet de rediriger respectivement vers la page dédiée : 'École de Skate, 'Événements', 'Infrastructure' (rubriques figurant sur le haut de la page). Cette zone 2, comme mentionné dans le paragraphe précédent, permet d'amorcer un possible recrutement qui est proposé dans la zone suivante. Contrairement aux photos présentes dans cette zone 2, les photos des zones 1 et 3 sont simplement décoratives mais répondent à l'image de l'association en montrant des jeunes adultes faisant du skateboard.

Enfin les boutons présents dans les zones 1 et 3 permettent, comme la zone 2, ont comme fonctionnalité primaire de rediriger les visiteur·trice·s aux pages dédiées. Étonnamment, les deux boutons des zones 1 et 3 redirigent vers la page membre. Ceci rejoint aussi un des buts de cette page de recruter de nouveaux adhérent·e·s.

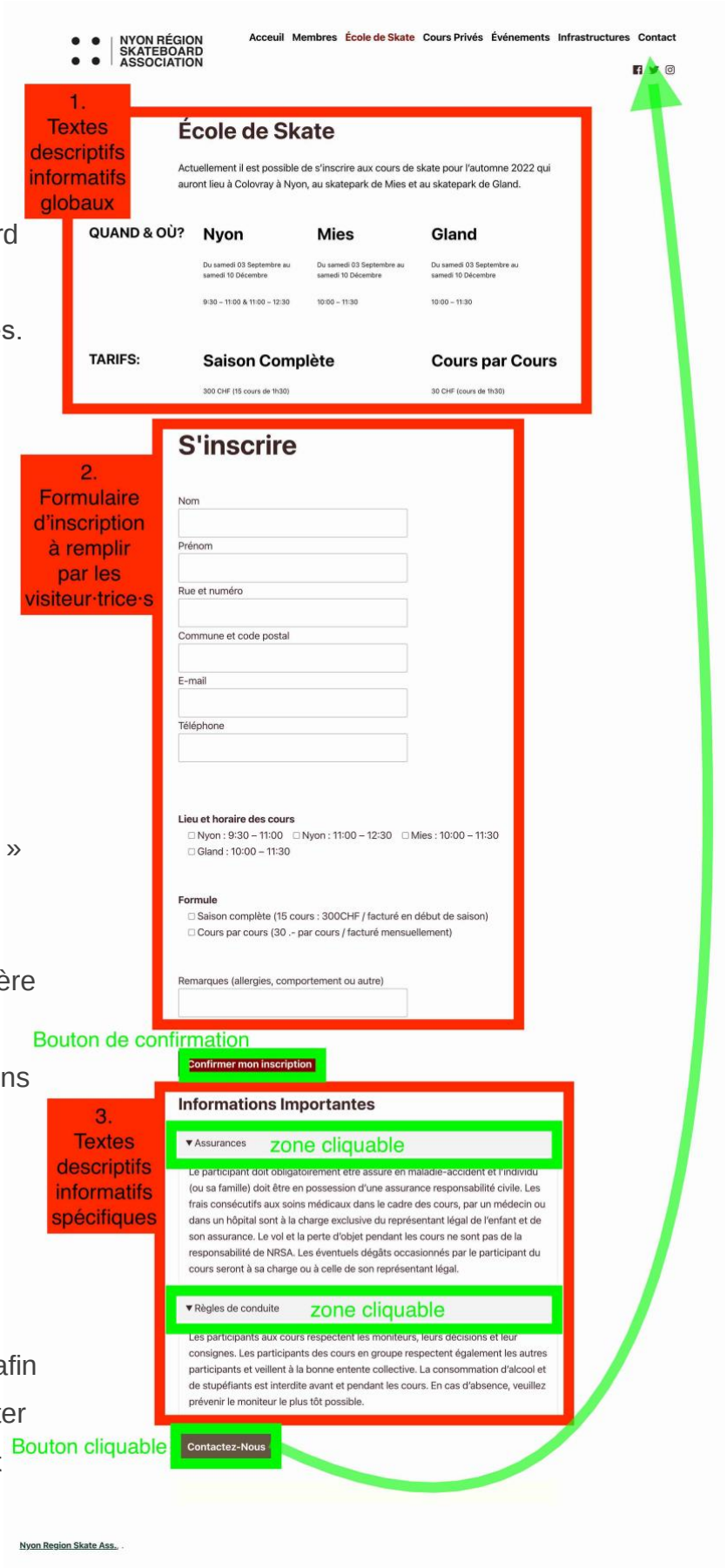
Cette page permet donc globalement d'informer globalement les visiteur·trice·s afin de recruter de nouveaux adhérent·e·s ou de rediriger vers d'autres pages plus détaillées du site.

6.4.2. École de Skate

La page « École de Skate » (https://nrsa.ch/cours-de-skate/) est distribuée en 3 grandes zones : 1. la description globale des cours de skateboard (saison, dates, lieux, tarif), 2. le formulaire d'inscription, 3. les informations importantes.

Les informations sur cette page sont majoritairement représentées sous forme textuelle. Seul le formulaire d'inscription permet une interaction de la part des visiteur·trice·s via des champs textuels vides, des questions choix multiples avec des cases carrées pour représenter le choix ainsi que deux boutons interactifs permettant de confirmer l'inscription et le deuxième de renvoyer à la page « Contact » du site web.

En effet, le texte est présent dans la première et la troisième zone et sont toujours assez courts. Les champs textuels vides et boutons à choix multiples sont au milieu de la page et forment le formulaire d'inscription. Les boutons interactifs sont en dessous de chaque partie dédiée, sous le formulaire d'inscription ce qui permet de confirmer l'inscription, et en dernière partie de page afin de permettre aux visiteur·trice·s de contacter l'équipe si d'autres renseignements étaient nécessaires.



Le rôle de la partie description des cours de skateboard (zone 1) est d'informer rapidement les visiteur·trice·s sur les cours par des points clés (« Quand et où ? », « Tarifs »). Cette description est montrée de manière textuelle sous forme de liste afin d'être concis et efficace. La plupart de ces informations sont visibles entièrement sur un écran de 13 pouces, ce qui permet de ne pas oublier d'informations.

Le formulaire d'inscription (zone 2) demande aux utilisateur·trice·s d'entrer, d'une part, de manière textuelle leurs informations générales (nom, prénom, adresse, téléphone), puis de choisir via des boutons à choix multiples le « Lieu et horaires des cours » parmi 4 choix et de choisir la « Formule » parmi 2 choix. Les choix sont montrés sous forme textuelle et résument ce qui a été écrit plus haut, ceci évite aux visiteur·trice·s de revenir sur la partie précédente de la page. L'envoi de ces informations à l'association se fait en cliquant sur le bouton « Confirmer mon inscription ». Ces éléments seront nécessaires du côté de l'association pour avoir ces informations sur les personnes souhaitant s'inscrire aux cours.

La dernière partie du site (zone 3) informe l'utilisateur·trice sur les 'Informations Importantes', notamment en termes 'd'Assurances' et de 'Règles de conduite' sous forme textuelle, avec un bouton 'Contactez-nous' en dessous qui redirige vers la page « Contact ». Le rôle de cette partie est d'informer les visiteur·trice·s sur les informations additionnelles spécifiques à prendre en compte et/ou de les rediriger vers une prise de contact plus directe. Cependant l'accès à au texte est premièrement, en dessous du bouton de confirmation et deuxièmement, 'caché' derrière un bouton permettant d'afficher ces informations directement sous la zone cliquable (point discuté dans la partie suivante Problèmes et bonnes idées).

6.5. PROBLÈMES ET BONNES IDÉES

Les points forts du site sont la facilité d'utilisation. Les pages analysées sont claires, il n'y a pas d'information (textuelle ou images) inutile pouvant distraire les visiteur·trice·s. L'organisation des parties est bien agencée et donne toujours des informations globales jusqu'au spécifique. De plus, en termes d'efficacité (ou de brièveté selon Bastien & Scapin, 1993) : il y a 7 rubriques (le fameux 5 +/- 2 items pour le choix), et chaque rubrique n'est qu'une seule page à faire défiler. De plus cette brièveté est aussi présente sur les deux pages analysées. Il n'y a jamais plus de 7 informations présentes en même temps sur une zone d'intérêt et les informations sont répétées de manière concise et compréhensibles afin d'éviter de faire l'effort de revenir sur les pages et/ou zones. Dans son ensemble, le site est assez conventionnel et peu exigeant, nous pouvons aussi souligner son aspect assez sobre mais efficace.

> *« En termes d'efficacité, il y a 7 rubriques et chacune d'elles n'est qu'une seule page à faire défiler. Cependant, les pages mériteraient d'être plus compact. »*

Concernant les points faibles, peut-être pourrions-nous critiquer la longueur des pages à faire défiler qui mériterait d'être plus compacte, certains boutons présents en double (ex. page Accueil, le premier ou le dernier bouton pourrait être retiré. Il y a un problème de lisibilité cognitive, en effet, en cliquant sur 'Membres', je me suis attendu à avoir une liste des membres de l'association et je me suis retrouvé sur une page avec un formulaire d'adhésion à l'association. Idem pour la rubrique intitulée 'École de skate' (sur la bannière haute du site web) qui relève peut-être d'un problème de compatibilité, je m'attendais plutôt à 'Cours de skate'. En effet, lors de la navigation dans un site de cours de skateboard, je m'attends à voir une rubrique 'Inscription'. Cette rubrique 'École de Skate' mériterait une meilleure appellation.

6.6. SYNTHÈSE

Cette analyse de la concurrence permet essentiellement de connaître les informations d'un site d'une association de skateboard offrant des cours qui pourraient être gardées lors de la conception finale. En outre, pour la partie « Accueil », le souhait du commanditaire d'avoir une 'vitrine' de l'association et avec les besoins des utilisateur·trice·s d'être informés sur la compétence des professeurs. Les parties « Qui sommes-nous » (1), et la description des membres de l'association (4) sont les plus pertinentes à inclure pour notre site web. Cependant pour « Nos Objectifs » (2), ce dernier pourrait être traduit en « Les cours de skate » pour le site de DIB74 sachant que les cours sont l'événement principal de l'association. La partie « Nos Membres » (3) ne sera pas reproduite car avoir plus de membres n'est pas l'objectif principal du commanditaire.

Ensuite, pour la partie « Ecole de skate », le titre serait à changer en « Inscription aux cours » pour correspondre à la demande du commanditaire et aux besoins des utilisateur·trice·s de chercher la partie 'Inscription' avec les différentes informations respectives. Une partie introductive donnant le lieu, la/les date/s et les tarifs sont une idée à garder pour la maquette. Une deuxième zone avec le formulaire d'inscription en ligne est aussi essentiel. Enfin, la partie « Informations importantes » serait à déplacer au moins avant le formulaire d'inscription – si ces informations sont réellement importantes ! En général, il est utile d'avoir toutes les informations concernant l'inscription aux cours de skateboard sur une seule et même page. Cependant, le défi sera de réduire la mémoire de travail associée aux multiples informations présentes sur cette unique page. Un petit menu / liste sur la gauche, résumant les différents points à chaque fois qu'une zone / information importante est passée, peut aider à soulager cette charge mentale.

> *« Le défi sera de réduire la mémoire de travail associée aux multiples informations présentes sur cette unique page »*

En général, il sera crucial d’éviter la densité informationnelle et de rester sobre et efficace dans les informations qui seront proposées aux visiteur·trice·s. Il serait aussi préférable d’éviter les doublons.

Une dernière note, du point de vue du commanditaire, serait de permettre à ce dernier de changer les informations du formulaire d’inscription de manière rapide et efficace : les saisons changent, les prix se modifient mais la forme du formulaire d’inscription reste identique.

7. TRI DE CARTES

7.1. DESCRIPTION

Lors de la conception d’un site web, l’architecture – c’est-à-dire, comment organiser les contenus du site dans différentes rubriques – peut être créée sur la base du tri de cartes. Le tri de cartes est une variante de l’interview où un animateur·trice présente une pile de 30 à 100 cartes au / à la participant·e. Le but pour le/la participant·e est de trier ces cartes selon leur propre logique. La personne est fortement encouragée à verbaliser ses pensées tout au long de la passation afin de pouvoir suivre leur logique. A la suite de ce tri individuel, la personne labelise les catégories formées ce qui permet d’avoir l’architecture complète du site web. Plusieurs passations sont requise afin de comparer les différents résultats.

7.2. PARTICIPANTES

Alice (nom fictif) est une femme de 26 ans, enseignante primaire, travaillant à Genève et n’ayant aucune expérience avec le skateboard. Béa (nom fictif) est une femme de 31 ans, agente d'escale, travaillant à Genève et n’ayant aucune expérience avec le skateboard. Candice (nom fictif) est une femme 23 ans, étudiante et enseignante remplaçante dans le canton de Vaud et n’a aucune expérience avec le skateboard.

7.3. MÉTHODE

7.3.1. Passation

Le tri de carte a été effectué en présentiel pour Alice, dans une salle au calme et l'audio a été enregistré. Dans un premier temps, les explications concernant la passation ont été transmises verbalement la participante (cette phase est appelée l'**immersion**, voir partie consignes). Ensuite, chaque carte est lue à la participante et déposée en pile devant la participante (**définition des contenus**). Une fois toutes les cartes lues, la participante manipule les cartes et doit les trier par groupes qui font sens pour elle (**groupement**). Enfin, chaque groupe est labellisé par la personne (**labellisation**). La participante est fortement invitée à verbaliser ses pensées à chacune de ses actions. Lors de la passation, la participante a effectivement bien exprimé ses pensées aux étapes de définition, de groupement et de labellisation – voir la description de la passation individuelle en annexe : Alice. Le temps total de la passation (temps de l'audio) a été de 14 minutes et 1 seconde.

Pour Béa et Candice, le tri de carte s'est effectué en ligne sur le site https://www.optimalworkshop.com/. Une première question « Peux-tu te présenter rapidement avant de faire le tri de cartes ? (Nom, prénom, âge, profession) » a été présentée avant le tri de cartes. Les consignes (**immersion**) ont été adaptées pour un tri de cartes en ligne et ont été présentées en même temps que la phase de **groupement**. La **labellisation** des catégories s'est effectuée aussi à n'importe quel moment du groupement. Enfin, la **définition des contenus** et la verbalisation des pensées n'a pas pu être possible en ligne. Un lien disponible a été partagé sur un groupe de discussion, ouvert à toute personne souhaitant effectuer ce tri de carte. L'audio n'a pas pu être enregistré au moment de la passation. Béa et Candice ont effectué le tri en 12 minutes et 23 secondes et 5 minutes et 58 secondes respectivement – voir voir la description de la passation individuelle en annexe : Béa et Candice.

7.3.2. Liste des cartes utilisées

Pour rappel, une carte représente un contenu du site.

1. L'équipement peut s'acheter à Born2Ride, partenaire de l'association
2. Les cours du samedi matin se déroulent à 10h

3. Les cours s’adressent à des enfants de moins de 14 ans, de niveau débutant
4. Voici le formulaire d’inscription à remplir en ligne
5. Veuillez remplir et nous renvoyer ces documents pour l’inscription
6. Liste des contests dans la région
7. Dib74 est présent au forum des associations
8. Les cours de skateboard coûtent X par cours
9. A l’approche de Noël, Born2Ride offre 10% aux membres de l’association
10. Photos du dernier cours de skateboard
11. Liens de pages Instagram de skater·euse·s à suivre
12. Lien Facebook de l’association
13. L’arrêt TPG le plus proche du skatepark est Saint-Julien-Centre
14. Parkings gratuits présents autour du skatepark
15. Intermarché au 229 Route des Vignes
16. Atelier Du Pain au 3 Route des Vignes
17. Carrefour Market au 5 Rue Amédée VIII
18. L’alpi au 3 Rue Amédée VIII
19. Le port du casque est important et obligatoire pendant les cours
20. Dans un skatepark, on observe les autres utilisateur·trice·s avant de se lancer
21. Une journée d’initiation ouverte à tout le monde se tiendra …
22. Informations importantes avant de s’inscrire
23. Une planche de skateboard coûte X euros
24. Vincent est le président de l’association et professeur de skateboard

7.4. PRODUCTIONS

7.4.1. Matrice de similarité

Ci-dessous, la matrice de similarité générée par la plateforme *optimal workshop*. En regardant les liens uniques entre deux cartes, les cartes commençant par les mêmes mots « Les cours » ou « Liens » ou par la même structure sont toujours rassemblées ensemble. De plus, nous pouvons voir 6 groupes de cartes étant toujours classées ensemble (100%) sur les trois passations : 1) Intermarché, Atelier, Carrefour, Alpi ; 2) TPG, parkings ; 3) liste contests, liens Insta, liens Facebook ; 4) formulaire, renvoi documents, informations

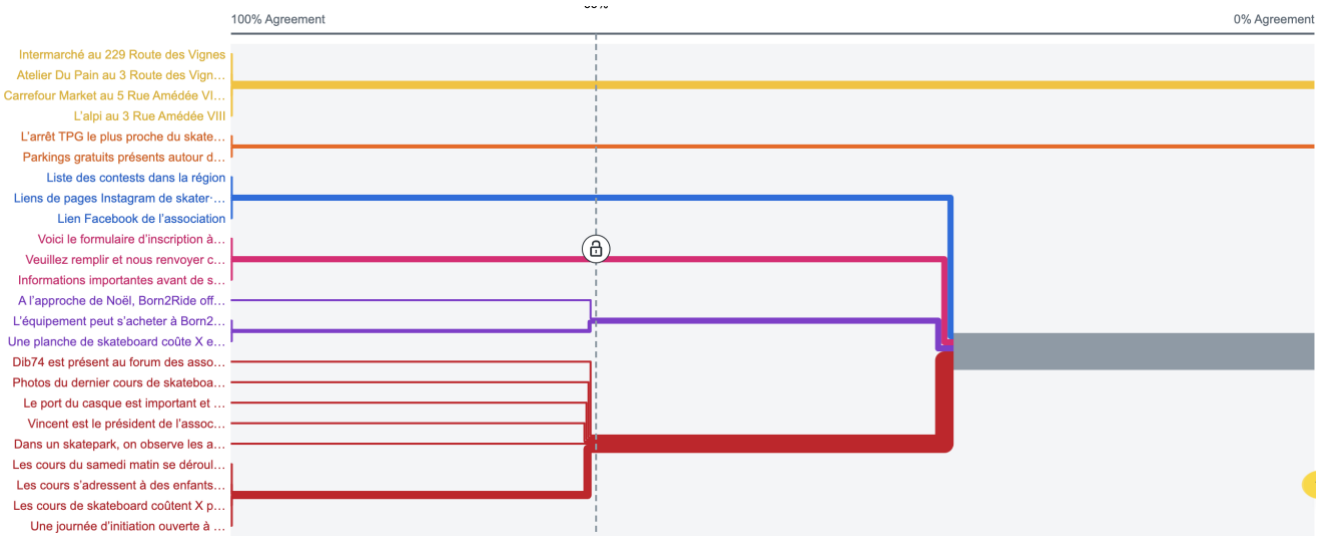
importantes ; 5) équipement achat, coût planche ; 6) cours samedi, cours enfants, coût cours, journée initiation.

En effet, nous pouvons imaginer que les cartes ont pu être rassemblées non pas sur le contenu, mais sur la forme externe – présence de même mots ou de même structure.

Les cours du samedi matin se déroulent à 10h																						
100	Les cours s'adressent à des enfants de moins de 14 ans, de niveau débutant																					
100	100	Les cours de skateboard coûtent X par cours																				
100	100	100	Une journée d'initiation ouverte à tout le monde se tiendra ...																			
66	66	66	66	Photos du dernier cours de skateboard																		
33	33	33	33	66	Dib74 est présent au forum des associations																	
0	0	0	0	33	33	Liste des contests dans la région																
0	0	0	0	33	33	100	Liens de pages Instagram de skater·euse·s à suivre															
0	0	0	0	33	33	100	100	Lien Facebook de l'association														
66	66	66	66	33	33	33	33	33	Vincent est le président de l'association et professeur de skateboard													
66	66	66	66	33	0	0	0	0	33	Le port du casque est important et obligatoire pendant les cours												
33	33	33	33	33	0	0	0	0	0	66	Dans un skatepark, on observe les autres utilisateur·trice·s avant de se lancer											
33	33	33	33	33	0	0	0	0	0	33	33	Voici le formulaire d'inscription à remplir en ligne										
33	33	33	33	33	0	0	0	0	0	33	33	100	Veuillez remplir et nous renvoyer ces documents pour l'inscription									
33	33	33	33	33	0	0	0	0	0	33	33	100	100	Informations importantes avant de s'inscrire								
33	33	33	33	33	0	0	0	0	0	33	33	33	33	33	L'équipement peut s'acheter à Born2Ride, partenaire de l'association							
33	33	33	33	33	0	0	0	0	0	33	33	33	33	33	100	Une planche de skateboard coûte X euros						
0	0	0	0	0	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	66	66	A l'approche de Noël, Born2Ride offre 10% aux membres de l'association					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Intermarché au 229 Route des Vignes				
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	Atelier Du Pain au 3 Route des Vignes			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	100	Carrefour Market au 5 Rue Amédée VIII		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	100	100	L'alpi au 3 Rue Amédée VIII	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	L'arrêt TPG le plus proche du skatepark est Saint-Julien-Centre
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100 Parkings gratuits présents autour du skatepark

7.4.2. Dendrogramme

Ci-dessous, le dendrogramme généré par la plateforme *optimal workshop* selon la méthode du « Best Merge ». Le curseur a été positionné là où j'ai estimé que la catégorisation me semblait assez fine et pertinente (Lallemand et Gronier, 2016). En effet, elle regroupe les groupes indiqués précédemment sur le dendrogramme et respectivement labellisés comme « Adresses utiles », « Accès », « Événements et réseaux sociaux », « Inscription », « Équipement », « Informations générales ». Nous pouvons voir dans cette dernière catégorie que les cartes ayant eu le plus de difficulté à être groupées sont les cartes : forum association, photos, port du casque, président association, observe dans skatepark.



7.5. RÉSULTATS

En regardant la matrice de similarité et le dendrogramme, nous pouvons dire que les cartes ont effectivement été triées comme ce qui était attendu. Il est plus ou moins clair que la seule architecture proposée soit celle montrée sur le dendrogramme. Une première partie « Adresses utiles » venant exclusivement des besoins des utilisateur·trice·s, savoir où peut se trouver un café/restaurant en attendant l'entraînement de leur enfant. Une seconde partie « Accès » demandée par le commanditaire et utile pour les utilisateur·trice·s finaux·les. Le commanditaire souhaitait aussi une partie de partage des photos et liens de réseaux sociaux, qui ont été mis ensemble à travers ces analyses sous le label « Événements et réseaux sociaux ». Une partie « Inscription » – comme demandée par le commanditaire, utile pour les utilisateur·trice·s finaux·les et de haute importance sur le site concurrent – est bien créée. Une partie regroupant les cartes en lien avec l' « équipement », soulignée dans l'analyse de l'activité avec le besoin d'acheter et de savoir où peuvent s'acheter une planche de skateboard. Et la partie la plus grande mais également la plus importante, « Informations générales », partie ubiquitaire dans tout type de site web, regroupant cependant des contenus hétérogènes allant de la description des membres de l'association aux règles dans un skatepark. Malheureusement, l'oubli de l'inclusion des cartes « Voici le formulaire de contact » et « Le skatepark se trouve au Stade de la Paguette » ne permettent pas de catégoriser ces deux contenus avec certitude selon les analyses présentées plus haut. Nous décisons donc d'ajouter le formulaire de contact dans la partie « Informations générales » et l'adresse du skatepark dans l'accès.

8. ANALYSE PAR RAPPORT AUX ATTENTES

8.1. DESCRIPTION

À la suite du rassemblement de toutes les analyses mentionnées plus haut, les contenus choisis se retrouvent dans le tableau ci-dessous. Chaque ligne correspond à un contenu / besoin mentionné dans chacune des trois analyses (demande, activité, concurrence) et son importance accordée par le commanditaire pour analyse demande, ou le public cible pour analyse activité, ou la concurrence pour analyse concurrence, allant de 1 = Pas d'importance à 5 = Importance capitale. Le tableau a été organisé en allant plus loin qu'une simple énumération des contenus. Une fois tous les contenus / besoins mis sous forme de liste et de note d'importance. J'ai créé une moyenne des différentes notes d'importance selon les analyses – ce qui me donne une moyenne d'importance (laissant les cases vides comme des non-réponses, p. ex. une moyenne de 3 peut refléter 4 + 3 + 2, de la même façon qu'une seule note de 3). Ensuite, en prenant le dendrogramme du tri de cartes, j'ai associé chaque contenu à une carte qui était effectivement présente en lui assignant le nom de la catégorie (et la couleur associée au dendrogramme). J'ai ensuite créé une moyenne de moyennes d'importance par catégories. Chaque contenu non présent sous forme de carte (non-italique) et chaque carte non présente sous forme de contenu (italique) sont ajoutés (en blanc) sous les cartes déjà triées (en couleur). Les contenus sont ainsi triés et ont été sélectionés selon ces règles de priorité (1 = Très important, 4 = Moins important) :

1) Leur apparition dans les trois analyses – reflète la présence du contenu chez le commanditaire et/ou le public cible et/ou le/la concurrent·e.
2) La moyenne des importances – reflète le poids du contenu
3) L'importance accordée selon les utilisateur·trice·s finaux·les – reflète l'importance de la méthodologie utilisée : design *centré utilisateur·trice*.
4) L'objectif stratégique du commanditaire – reflète la demande par le commanditaire

Le tableau ci-dessous liste les différents contenus proposés par les analyses précédentes. Il permettra d’avoir en un clin d’œil une visualisation de l’importance de chacun des contenus et des catégories (en haut = Très Important, en bas = Moins Important).

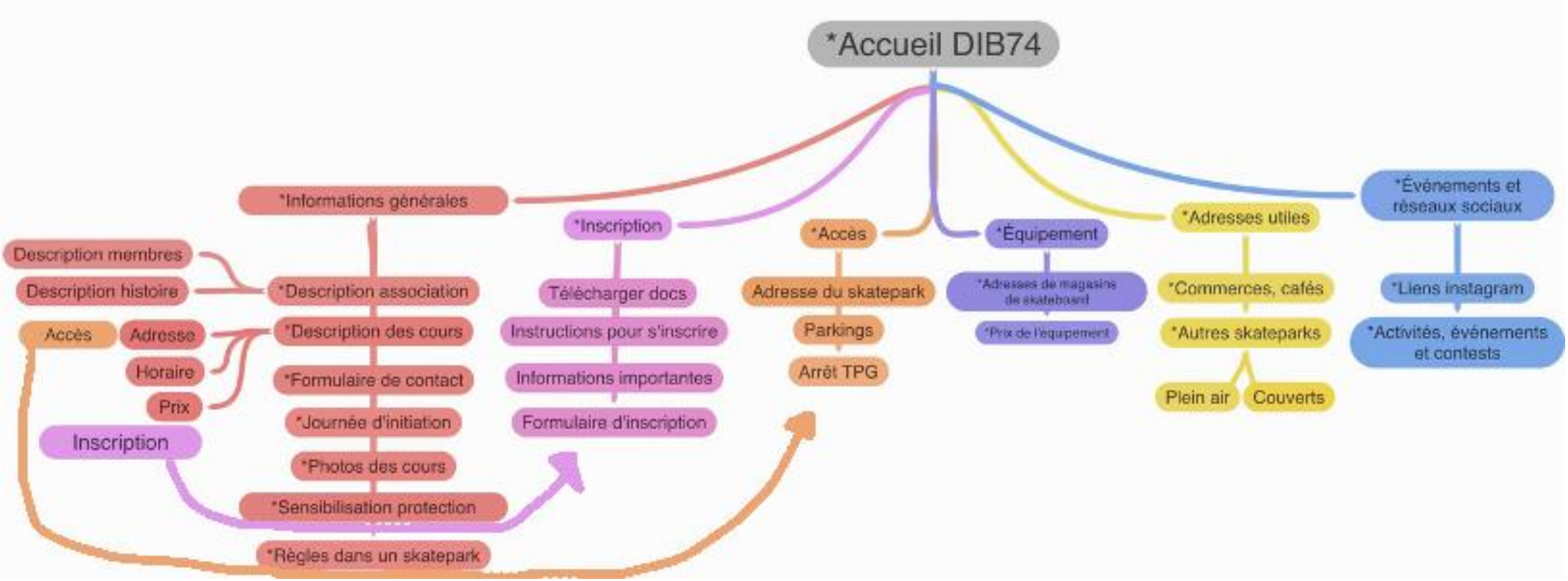
Par exemple, si on prend la description des membres de l’association, qui est 1) présent dans les trois analyses (demande, activité et concurrence), 2) a une moyenne d’importance de 4.7/5, 3) a une importance très élevée (5/5) du côté des utilisateur·trice·s finaux·les et 4) est très important aussi pour le commanditaire (4/5). Chaque ligne peut être lue selon ce schéma.

Après avoir fait ce tableau et en comparant avec les cartes à trier, je me suis rendu compte que le formulaire de contact et l’adresse du skatepark ne figuraient pas en tant que carte. Je les ai donc classés respectivement sous « Informations générales » et « Accès ». Le formulaire de contact étant souvent une page à part, je souhaite garder la classification comme créé par le tri de carte jusqu’à nouvel ordre.

8.2 TABLEAU DE CONTENUS TRIÉS PAR ORDRE D'IMPORTANCE

1		Commanditaire	Pub. Cible	Concurrence	*Moy. Analyses*	Tri de cartes	*Moy. Label*
2	Description membres de l'asso	4	5	5	4.7	Informations générales	
3	Description des cours	4	4	5	4.3	Informations générales	
4	Prix des cours	2		5	3.5	Informations générales	
5	Photos des cours	4			4	Informations générales	3.6
6	Sensibilisation au port des protections	4			2	Informations générales	
7	Règles dans un skatepark	3			3	Informations générales	
8	Présence au forum des associations	2			3	Informations générales	
9	Description histoire de l'asso		4	5	4.5	*Informations générales*	
10	Formulaire de contact	3	4		3.5	*Informations générales*	
11	Cours de différents niveaux		3		3	*Informations générales*	
12	Cours pour < 8 ans		3		3	*Informations générales*	
13	Cours dans d'autres asso		2		2	*Informations générales*	
14	Prix de la licence	2			2	*Informations générales*	
15	Prix de la pratique en général	2			2	*Informations générales*	
16	*Journée d'initiation*		4		4	*Informations générales*	
17	Lien pour télécharger les documents + Instructions pour s'inscrire	5			5	Inscription	
18	Formulaire d'inscription		4	4	4	Inscription	4
19	Informations importantes			3	3	Inscription	
20	Places de parking	3	3		3	Accès	3
21	Adresse du skatepark	3	5	4	4	*Accès*	
22	*Arrêt TPG le plus proche*					*Accès*	
23	Adresse de magasins de skateboard		4		4	Équipement	
24	Prix de l'équipement		3		3	Équipement	3
25	Prix chez les partenaires	2			2	Équipement	
26	Adresse de commerces, cafés voisins		4		4	Adresses utiles	4
27	Adresse d'autres skateparks		3	4	3.5	*Adresses utiles*	
28	Adresse de skateparks couverts		4		4	*Adresses utiles*	
29	Liens instagram d'autres skaters	5			5	Événements et réseaux	5
30	Activités, événements et contests de l'asso	4	4	5	4.3	*Événements et réseaux*	
31	*Listes de contests dans la région*	2				*Événements et réseaux*	
32	*Lien Facebook*	2				*Événements et réseaux*	

8.3. ARBORESCENCE



8.4. DESCRIPTION DES CONTENUS FINAUX

8.4.1. Page d'accueil

La page d'accueil contiendra les 6 catégories décrites en détail ci-dessous – elles ont les mêmes labels que ceux donnés par les participantes lors du tri de cartes : Informations générales, Inscription, Accès, Équipement, Adresses utiles, Événements et réseaux sociaux.

8.4.2. Informations générales

Comme visible sur le tableau ci-dessus, la description des membres de l'association est considérée comme très importante par les utilisatrices finales, de la même façon que la description des cours. De plus, elles sont demandées par le commanditaire et visibles dans le site concurrent. La description de l'association redirigera vers une page montrant la description des membres de l'association et une description de l'histoire de l'association comme il a été proposé par l'utilisatrice finale comme une façon d'évaluer le côté « pro et ludique » des professeur·e·s. La description des cours sera une page montrant l'adresse du skatepark, les horaires et le prix des cours du samedi matin. Proche de l'adresse, un lien redirigeant sur la page d'accès afin de permettre de voir plus précisément les moyens pour venir au skatepark. En bas de cette page de description des cours, un lien redirigeant vers l'inscription sera présent. Le formulaire de contact a été placé ici, mais il pourrait être aussi considéré comme une page à part entière – il est usuellement admis qu'une partie « Contact » est présente à la fin des catégories présentes (compatibilité, Bastien & Scapin 1993). Les quatres derniers contenus : Journée d'initiation, photos des cours, sensibilisation protection et règles dans un skatepark sont des contenus demandés par le commanditaire, nous allons les garder ici comme le tri de cartes le suggère.

8.4.3. Inscription

Concernant l'inscription, il s'agira d'une page ne redirigeant vers aucune autre, toutes les informations y seront présentes. Cette partie et obligatoire et fait partie intégrante de l'objectif stratégique de VT. L'ordre ne suit pas celui indiqué dans le tableau car comme montré dans l'analyse de la concurrence, les informations importantes, même si montrées en bas sur le site concurrent, doivent apparaître avant le formulaire d'inscription !

8.4.4. Accès

L'accès montrera en premier l'adresse du skatepark et les moyens de transports pour venir au skatepark : parkings et arrêt TPG. L'adresse du skatepark n'ayant pas été incluse dans le tri de carte, elle reste notamment cruciale pour les utilisateur·trice·s finaux·les afin de pouvoir effectivement venir aux cours. Ensuite, l'ajout de l'arrêt TPG le plus proche permet de montrer une alternative à la voiture comme mode de transport.

8.4.5. Équipement

Cette page sera constituée de deux liens. Premièrement les adresses de magasins de skateboard feront l'inventaire des magasins présents autour de Saint-Julien-en-Genvois tout en montrant aussi les promotions des partenaires comme Born2Ride – comme demandé par le commanditaire. Deuxièmement, le prix de l'équipement montrera une liste des équipements et leur prix afin de satisfaire aux besoins des enfants comme vu avec Marie lors de l'entretien avec son fils demandant une nouvelle planche de skateboard.

8.4.6. Adresses utiles

Cette page a été inspiré des utilisatrices interviewées lors de l'analyse de l'activité qui m'ont dit passer du temps dans un café à côté du skatepark pendant que leur enfant était au cours. Un lien montrant les différents commerces et cafés sera donc mis en évidence en premier. Ensuite, comme Fanny l'a indiqué lors de notre interview, elle qui se déplace beaucoup aux alentours pour trouver d'autres skateparks pour sa fille. Un lien montrant les différents autres skateparks (couverts et en plein air) sera présent dans cette partie des adresses utiles.

8.4.7. Événements et réseaux sociaux

Cette partie fait écho aux besoins du commanditaire. Premièrement, avec une liste de liens instagram fournis par le commanditaires afin de permettre aux plus jeunes de s'intégrer à la culture du skate. Ainsi que les activités, événements et contests, que le commanditaire avait exprimé vouloir sous forme de calendrier.

8.5. FONCTIONNALITÉS À INCLURE

Le formulaire d'inscription ainsi que le formulaire de contact seront les éléments centraux et clés de ce site web. Il sera donc crucial de les inclure et d'avoir une solide implémentation dans le système.

Concernant l'accès puis l'adresse du skatepark, une carte google maps pourrait aussi être incluse afin de permettre une navigation facilitée pour les utilisateur·trice·s

Enfin, comme mentionné précédemment, un calendrier reportant les activités, événements et contests pourraient être utile selon le commanditaire.

8.6. CONTENUS NON RETENUS

« Cours de différents niveaux » : Aux dernières nouvelles, l'association DIB74 n'offre pas de cours pour des niveaux hétérogènes, seulement pour les débutant·e·s. Ce contenu reste en retrait jusqu'à nouvel ordre.

« Cours pour les moins de 8 ans » : Ce contenu était perçu comme un besoin pour une utilisatrice finale, elle reste néanmoins une minorité car elle avait demandé pour une exception pour sa fille. Ce contenu est laissé de côté pour l'instant.

« Cours dans d'autres associations » : C'était un besoin exprimé par une utilisatrice cependant le commanditaire m'avait explicité qu'il ne souhaitait pas faire de la publicité pour d'autres associations. Décision compréhensible et totalement respectée.

« Prix de la licence » : Demandé par le commanditaire, mais à inclure dans la partie « Prix des cours ».

« Prix de la pratique en général » : De faible importance pour le commanditaire et non proposée par les utilisatrices finales, ni par la concurrence.

« Prix chez les partenaires » : Mentionné par le commanditaire mais non proposée par les utilisatrices finales, ni par la concurrence. À inclure directement à côté de l'adresse des magasins de skateboard ?

« Liste de contests dans la région » : Mentionné par le commanditaire sous forme de calendrier, mais pas discuté avec les utilisatrices finales. Aussi, page non présente dans le site concurrentiel. Pour l'instant mise de côté jusqu'à nouvel ordre. A inclure dans Activités, événements ?

« Lien Facebook » : Demandé par le commanditaire mais n'étant pas un moyen de communication / réseau social utilisé par les deux utilisatrices finales.

8.7. AU NIVEAU DU DESIGN

Un bandeau en haut du site web montrant les catégories comme vu sur le site nrsa.ch serait utile pour faciliter la visualisation des différentes parties du site. Ce bandeau devrait rester en haut de l'écran au fur et à mesure que la page défile vers le bas afin de toujours avoir ces repères en en-tête – ce qui n'était pas présent sur le site nrsa.ch.

Chaque contenu présent dans une page, une fois que cette dernière est passée, devrait être aussi visible sur le côté gauche afin d'alléger la mémoire de travail des usager·e·s – ne pas reproduire ce que le site nrsa.ch à fait !

Un court récapitulatif de la description des cours devrait être mis à disposition au moment du formulaire d'inscription afin d'éviter de revenir sur la page de la description des cours.

De plus, concernant l'esthétique du site, VT souhaiterait un site web qui reflète selon lui l'attitude des skateboarders. C'est-à-dire un site artistique et fun et non un site sérieux voire strict

9. ASPECTS TECHNIQUES

9.1. MOYENS/MAINTENANCE

VT souhaiterait avoir une personne qui puisse maintenir le site. De son côté, il ne connait pas de personne pouvant le faire, de plus les comptes du club ne permettrait pas de payer une telle personne.

S’il pouvait avoir une personne qui puisse s’occuper du site web, cette dernière devrait avoir les tâches suivantes : ajout de photos des cours de skate de manière régulière, ajoute des événements à venir dans la région comme les ‘contests’ ou des concours, maintien du calendrier des événements d’autres clubs de Haute-Savoie.

9.2. MISE À JOUR DE L’INFORMATION

Les sources utilisées pour le contenu viendraient directement de VT. Son expertise dans le domaine du skateboard sera suffisante pour l’ajout d’informations. Ainsi, il aimerait ajouter des liens ‘instagram’ de personnes à suivre et faisant bouger le milieu du skateboard.

9. RÉFÉRENCES BILBIOGRAPHIQUES

Bastien, C., & Scapin, D. (1993). *Ergonomic criteria for the evaluation of human-computer interfaces* (Doctoral dissertation, Inria).

Bétrancourt, M., & Venni, J. (2022). *Cours d'Ergonomie et Design centré utilisateurs I – 75307, Document d'accompagnement* [Fichier Word] Consulté le 1er février 2023 sur https://tecfalms.unige.ch/moodle/mod/resource/view.php?id=28915.

Bisseret, A., Sebillotte, S., Falzon, P. (1999a). *Chapitre 8 : La technique du « pourquoi ? comment ? »*. In : Techniques pratiques pour l'étude des activités expertes. Toulouse : Octarès Éditions.

Bisseret, A., Sebillotte, S., Falzon, P. (1999b). *Chapitre 10 : La technique des incidents critiques*. In : Techniques pratiques pour l'étude des activités expertes. Toulouse : Octarès Éditions.

Ergolab (2004, 21 mars). *Tri de cartes et ergonomie web* [Fichier PDF] Consulté le 1er février 2023 sur https://tecfalms.unige.ch/moodle/pluginfile.php/39730/mod_resource/content/1/ergolab_tri_de_cartes.pdf .

Ergolab (2005, 16 août). *L'analyse concurrentielle en ergonomie* [Fichier PDF] Consulté le 1er février 2023 sur http://tecfa.unige.ch/tecfa/maltt/ergo/articles/P2/analyse_concurrentielle_(Ergolab).pdf.

Hassenzahl, M. (2003). The thing and I: Understanding the relationship between user and product. In M. A. Blyth, A. F. Monk, K. Overbeeke, & P. C. Wright (Eds.), *Funology: From usability to enjoyment*, Human-computer interaction series (3) (pp. 31–42).

Lallemand, C. & Gronier, G. (2016a). *Fiche 4 : Entretien*. In : Méthodes de design UX. 30 méthodes fondamentales pour concevoir et évaluer les systèmes interactifs. Paris : Eyrolles.

Lallemand, C. & Gronier, G. (2016b). *Fiche 13 : Entretien*. In : *Méthodes de design UX. 30 méthodes fondamentales pour concevoir et évaluer les systèmes interactifs*. Paris : Eyrolles.

Lallemand, C. & Gronier, G. (2016c). *Fiche 20 : Tri de cartes*. In : *Méthodes de design UX. 30 méthodes fondamentales pour concevoir et évaluer les systèmes interactifs*. Paris : Eyrolles.

Lallemand, C., Koenig, V., Gronier, G., & Martin, R. (2015). Création et validation d'une version française du questionnaire AttrakDiff pour l'évaluation de l'expérience utilisateur des systèmes interactifs. *European Review of Applied Psychology, 65*(5), 239-252. https://doi.org/10.1016/j.erap.2015.08.002

Lefebvre, L. D. (2022, 12 décembre) *Openclassrooms – Mettez vos données en perspective au travers d'une experience map*. Consulté le 1er février 2023, de https://openclassrooms.com/fr/courses/5192236-menez-une-recherche-utilisateur/5450316-mettez-vos-donnees-en-perspective-au-travers-d-une-experience-map

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences, 39*(2), 273–315. https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x

10. ANNEXES

Toutes les annexes que vous jugez utiles doivent être inclues dans le fichier PDF.

10.1. GUIDE D'ENTRETIEN – ANALYSE DE L'ACTIVITÉ

✅ = question posée, ❌ = question non-posée, 🔄 = question modifiée lors de l'entretien

✅ Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ? (nom, age, profession, statut marital, ce que vous aimez faire, vos domaines de compétence)

✅ Racontez-moi la première fois que votre enfant a fait du skateboard, depuis le moment où vous avez appris qu'il voulait faire du skateboard, jusqu'au moment où vous l'avez emmené au skate park. Comment ça s'est passé?

🔄 Comment avez-vous réagi ? Qu'avez-vous fait ?

✅ Comment s'est passé la première fois que vous avez accompagné votre enfant au skate-park ? Comment vous y êtes-vous pris – depuis le début, ce que vous avez envie de raconter ?

🔄 Comment vous y êtes-vous pris pour vous renseigner sur la pratique du skateboard ? Si non, qu'avez-vous fait avec votre enfant ?

❌ Racontez-moi la dernière fois où vous ne saviez pas quoi répondre à votre enfant en parlant / discutant du skateboard ?

❌ Comment pensez-vous que vous pourriez être mieux informé ? Ou avoir plus de connaissance/compétence en termes de skateboard ?

✅ Racontez-moi la dernière fois que vous êtes venu·e au skate-park avec votre enfant ? Comment avez-vous planifié votre venue ? Qu'avez-vous fait sur place ?

❌ Comment pensez-vous que vous pouvez améliorer votre venue ?

❌ Quel est votre ressenti à l’idée de venir au skate-park ? Y a-t-il de la joie, de la peur, frustration ? Si oui, pourquoi ?

❌ Quelles sont vos attentes sur un lieu comme le skate-park ?

🔄 Et vos attentes concernant l’association encadrant le skate-park ?

🔄 Que pensez-vous des cours de skateboard ?

🔄 Quelles sont les informations importantes, pour vous, à avoir en termes de cours de skateboard ?

❌ Comment souhaiteriez-vous que cela se passe ? En termes de contact avec l’équipe encadrante par exemple ?

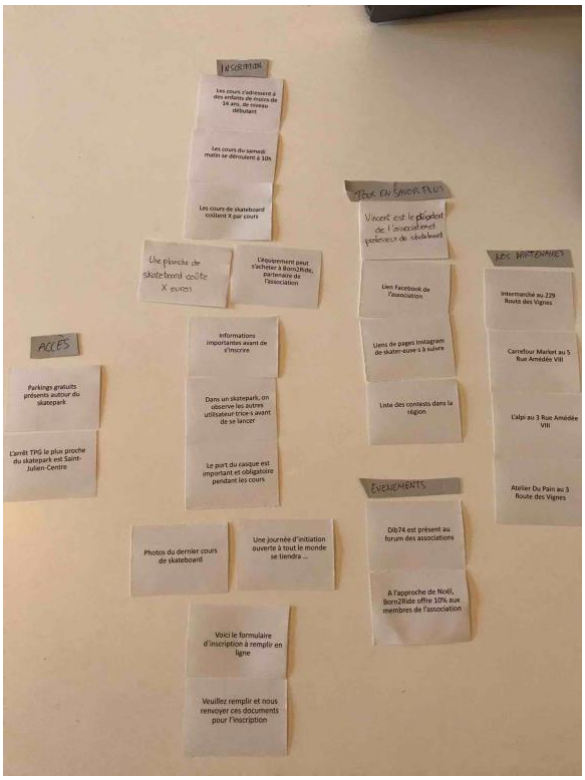
❌ (Que souhaitez-vous pour votre enfant dans l’avenir du skateboard ?)

✅ Est-ce que vous aimeriez ajouter quelque chose à ce que l'on a discuté ?

10.2. DESCRIPTION DES TRIS INDIVIDUELS – TRI DE CARTES

10.2.1. Alice

Alice a trié les cartes selon cette disposition :



5 catégories ont été créées. L'**Accès**, ou « comment on accède à l'endroit », regroupe les cartes du parking et de l'arrêt de bus, ce groupe était déjà en tête de Alice dès la définition des contenus et a rapidement été mis en place dès le groupement sans être changé tout au long de la passation. **Inscription** est un grand groupe de 12 cartes découpé en 5 sous-parties selon Alice. Ce groupe était aussi en tête de Alice dès la définition des contenus. Cette catégorie faisait sens pour Alice car il s'agissait de la procédure complète d'inscription : en premier, voir les informations sur « l'âge, le niveau, l'heure et le prix » des cours (cartes cours débutants, cours matin, coût cours), en deuxième « les informations importantes à regarder » le prix et où acheter de l'équipement (coût planche, achat partenaire), en troisième, les informations importantes et générales avant de s'inscrire (infos importantes, observation, port casque), en quatrième, des exemples de cours pour voir « avant de s'inscrire » (photos, journée initiation) pour enfin finir sur « comment s'inscrire » (formulaire, renvoi docs). Le groupe **Pour en savoir plus** rassemble les cartes. **Événements**. Le groupe **Nos partenaires** a tout d'abord été pensé comme la catégorie 'Sponsors' ou encore 'Commerces'. Alice a placé en tout début de passation les quatre cartes (Intermarché, Carrefour, Alpi, Atelier) correspondant à ce groupe et a rapidement confirmé et figé ce groupe.

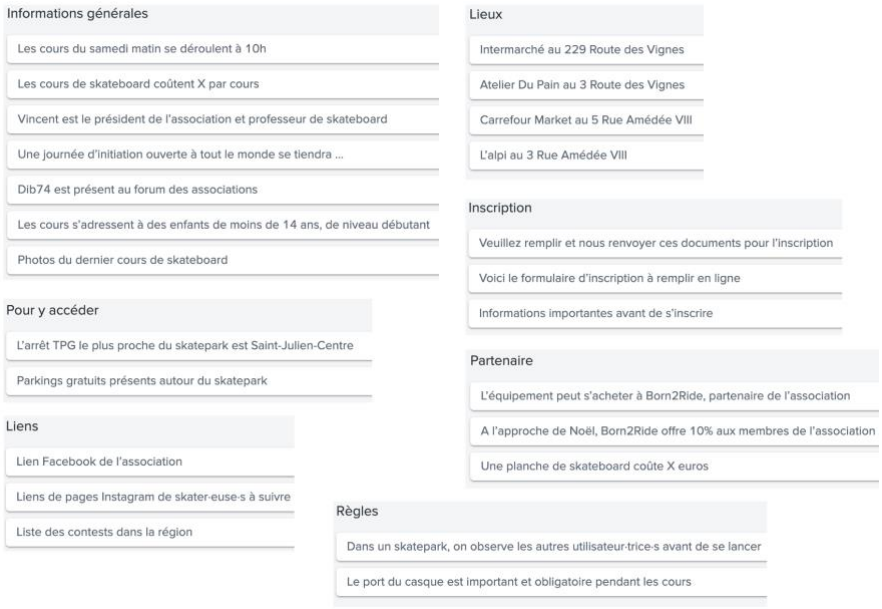
10.2.2. Béa

Béa a trié les cartes selon cette disposition :

Nous pouvons voir **7 catégories** dressées par Béa. L'**Équipement** rassemble les cartes parlant du prix de la planche, du lieu d'achat et de l'offre de Noël – Béa met l'importance sur l'objet de la planche de skateboard. Le groupe **Inscription** est plus succinct que ce que Alice avait dressé, ici, il s'agit des informations importantes, du formulaire et du renvoi des documents. Le groupe **Adresses utiles** est composé des mêmes cartes que le groupe *Partenaires* de Alice, mais sous un autre label, exprimant plus le lieu que les personnes/commerces contribuant à la vie de l'association. Une catégorie de 5 cartes **Événements et réseaux sociaux** regroupe les contests, les photos, le forum, le lien Facebook et Instagram, cette catégorie est spécifique à tout contenu pouvant être partagé en dehors des cours de skateboard. Le groupe **Pratique** (du sens de la facilité et non de l'action de faire du skateboard) regroupe les cartes parking et TPG, ce dernier est identique au groupe *Accès* que Alice avait constitué. Ensuite, le groupe **Informations générales** est constitué de 6 cartes (Vincent, initiation, cours enfants, port casque, cours samedi, coût cours) et met l'importance sur les cours de skateboard avec la présentation de l'enseignant, l'événement de l'initiation en lien avec les cours. Enfin, une dernière catégorie constituée d'une seule carte sur les **Conseils** avec l'observation au skatepark.

10.2.3. Candice

Candice a trié les cartes selon cette disposition :



Candice a trié les cartes selon **7 groupes**. Les groupes **Lieux**, **Pour y accéder** et **Inscription** sont identiques à Béa avec une labellisation quasi identique sémantiquement parlant. Le groupe **Informations générales** reprend presque les mêmes cartes que Béa avait groupées ensemble, mais ajoute les cartes photos et forum, tout en enlevant la carte du port du casque. Cette dernière carte est classée avec l'observation afin d'en faire une catégorie des **Règles**. Un groupe strictement réservé aux **Liens** a été créé avec les cartes de lien Facebook et Instagram et la liste des contests. Ce groupe diffère de la catégorie *Événements et réseaux sociaux* de Béa car n'inclut pas les photos ni le forum. Candice a choisi de rester sur une labélisation plus vague mais plus restreinte que Béa. Enfin, le groupe **Partenaire** est identique avec Alice au niveau du nom donné par le groupe, mais diffère des cartes utilisées. En utilisant le mot Partenaire, Candice a groupé les cartes présentes dans le groupe *Équipement* de Béa (achat chez partenaire, offre Noël, coût planche).