

Analyse du contexte par une « image riche »

L'analyse du contexte est une étape fondamentale, si tu penses créer une entreprise ou une association, ou même si tu prétends développer un projet de coopération. Mieux tu connais le contexte, plus tu augmentes ainsi ta compréhension et tes chances de réussite.

Le contexte de ta future action n'est pas seulement géographique, ou soumis à des influences Politiques, Economiques, Sociales, Technologiques, Environnementales et Légales (PESTEL), il est composé de personnes, organisations et leurs interrelations, ce qui « circule » entre elles.

Comment aborder cette analyse du contexte sans s'y perdre dans de longues listes ?

Un des outils pour réaliser cette réflexion est l'« Image riche » (*Rich picture*) de Peter Checkland, un dessin créé de préférence en mode collaboratif, pour illustrer progressivement un système complexe, avec de nombreux acteurs et relations entre eux.

Peter Checkland a qualifié ces dessins ou images de « riches » parce que l'idée est d'obtenir ainsi une représentation la plus riche possible d'une situation problématique, tout en gardant une grande « légèreté » et flexibilité dans ce processus d'exploration du contexte.

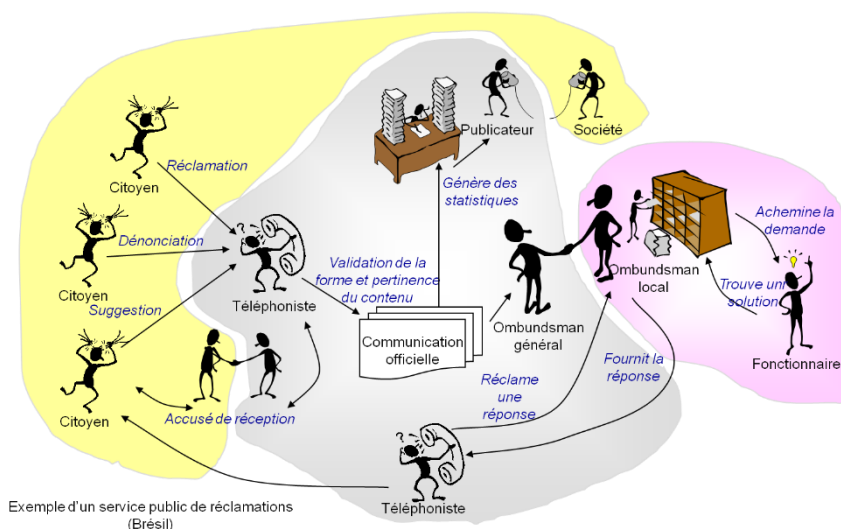
Dans une « image riche », on cherche à représenter :

- Les acteurs principaux et leurs relations, tels que les clients, leur entourage professionnel et social, les concurrents, les médias, etc. sans oublier ta propre structure ;
- Les éléments de structure et de processus, soit ce que les clients et bénéficiaires font ou pourraient faire, les processus dont ils font partie, leurs organigrammes, etc. ;
- Les relations entre les besoins, les problèmes et les opportunités ;
- Les facteurs externes influant la situation analysée, tels que économiques, sociaux, climatiques, etc.

L'« image riche » ne vise pas à être claire, au contraire, le flou qui l'accompagne lors du premier stade d'exploration est propice à la créativité et à l'intuition.

L'« image riche » doit être **plus visuelle ou symbolique que textuelle** parce que les symboles et les dessins permettent une perception et une expression plus intuitives.

Même des informations plus subjectives peuvent y figurer, telles que des perspectives, des préjugés, des conflits, des enjeux ou encore des désirs et des aspirations.



Dans la recherche des clientèles et de leur répartition en segments, une « image riche » permet de garder l'esprit ouvert, facilite la découverte et la pensée créative, se transforme en un outil de communication et synthèse. De plus, construite en groupe, elle contribue à une compréhension commune de la situation.



Le processus d'analyse d'un contexte, d'une opportunité ou d'une situation traverse plusieurs phases. Idéalement, l'analyse du contexte devrait être un évènement participatif, conduit par un animateur.

Les ressources de la première étape de l'analyse peuvent comprendre : un tableau blanc et/ou des feuilles de flip chart, pour y dessiner ou coller des éléments du contexte, que ce soit sous la forme de post-it, de feuilles de papier ou de carton. Il faut aussi des feutres, du papier collant et même éventuellement de la ficelle.

A la fin de l'exercice collectif, il est utile d'avoir un bon appareil photo pour capturer le résultat du travail et d'utiliser ensuite un logiciel de dessin graphique tel que yEd, InkScape, Powerpoint, Visio ou autre, pour le transcrire sous forme électronique et facilement partageable. On peut aussi créer simplement des listes d'éléments et de relations.

Etapas

La création des « images riches » est facilitée en respectant quelques procédures et règles simples :

1. Entre les **membres de ton équipe de travail**, déterminez l'objectif principal de l'image, qui peut être : segmenter les clientèles, identifier la concurrence, ou simplement mieux comprendre..., et décidez qui le dessinera, à partir de quelles informations ou si chacun interviendra avec ses qualités d'artiste ;
2. Définissez des critères de « richesse » pour votre image et réfléchissez à comment vous vous assurerez que l'image soit aussi riche que possible ?
3. Vous pouvez commencer par visualiser le thème ou la question centrale (du point de vue du client) au centre ou légèrement à droite¹ d'une grande feuille de papier. Essayez de transcrire cela au moyen d'un dessin simple ou dans le style d'une bande dessinée (p.ex. votre client perché sur un tabouret pour repeindre le plafond de sa cuisine...)
4. Ajoutez les éléments du contexte (p.ex. les acteurs et groupes importants, les clients de vos clients ou les fournisseurs de vos clients) qui semblent les plus pertinents dans la situation étudiée ;
5. Vous représentez l'un des acteurs ou groupes en présence dans la situation explorée ? Alors incluez-vous, dans le diagramme, avec votre rôle ;
6. Ajoutez toute activité ou processus qui vous semblent faire partie de la situation.
7. Lorsque vous ajoutez des éléments à votre image, essayez d'exposer toutes les relations entre eux, ou l'absence d'une telle relation, là où vous pensez qu'il devrait en exister une ;
8. Si vous avez discuté avec des acteurs de l'image, vous pouvez aussi reporter leurs impressions, ou commentaires. Une façon courante de le faire est d'utiliser des bulles de dialogues ;

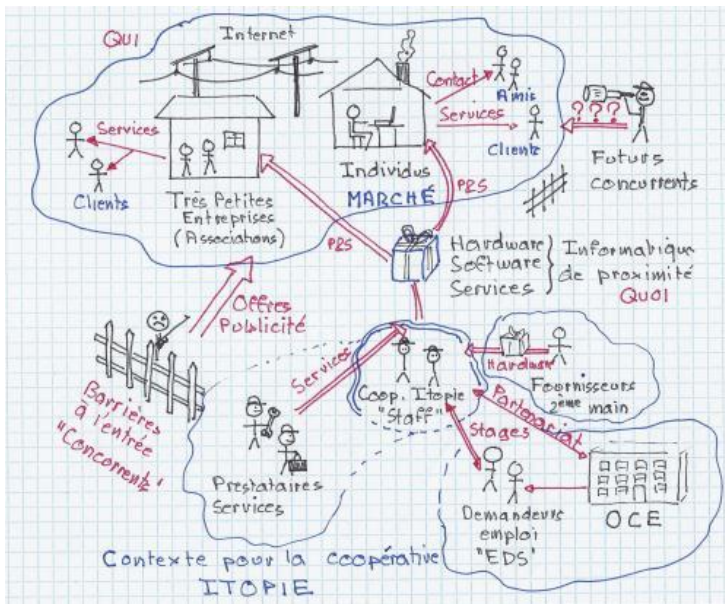
¹ La position des éléments ne suit absolument pas une règle obligatoire, mais l'effet psychologique de placer le client ou bénéficiaire du futur projet près du centre peut collaborer au bon développement de l'analyse

9. Veillez aux zones qui prêtent à confusion ou qui ne sont pas claires – essayez de les mettre en évidence.
10. Prenez le résultat en photo et conservez-le... Lors de la transcription dans un outil informatique, il y aura certainement une perte relative de la « richesse » pictographique.

Petite astuce : laisse cette image riche bien visible sur un de tes murs et jettes-y un œil chaque fois que tu passes devant, tu seras étonné d'avoir chaque fois la possibilité d'y contribuer avec de nouveaux éléments ou de nouvelles perspectives !

Quelques exemples

1. Contexte d'une coopérative informatique



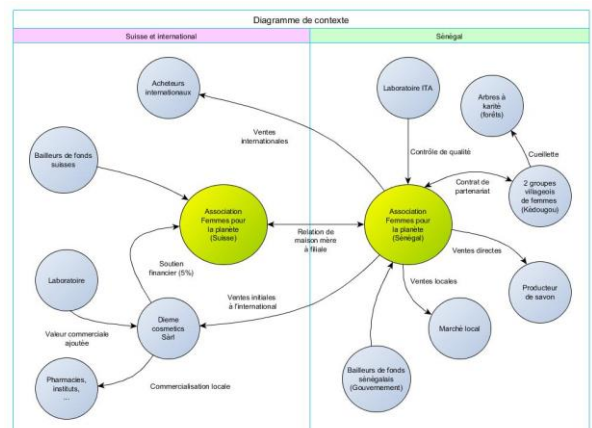
Cet exemple d'image riche illustre le contexte d'une coopérative informatique, avec un double objectif : fournir du matériel informatique d'occasion et des services connexes à des personnes individuelles et à des très petites entreprises, tout en permettant à des demandeurs d'emploi de se réinsérer sur le marché du travail, par le biais de stages formatifs de 3 à 6 mois.

L'idée sous-jacente de la coopérative est d'offrir la possibilité aux clients et prestataires de devenir membres et de bénéficier, non seulement d'avantages financiers, mais d'entrer aussi dans une démarche participative de développement durable.

2. Production de beurre de karité au Sénégal

L'exemple ci-dessous représente une analyse simple du contexte concernant des groupes de femmes africaines œuvrant dans des conditions difficiles et précaires de production de beurre de karité.

Pour donner suite à un premier dessin fait sur un tableau blanc, l'image riche a été transférée en format électronique.



3. Exemple fictif d'une coopérative de production de chickwange²



Cette image riche a été construite sur une grande feuille de format A0 et a été utilisée lors d'un atelier, pour un exercice sur la gestion des risques. L'exemple ci-contre montre les cinq premiers post-it placés :

1. Sécheresse sur les plantations de manioc ;
2. Contamination de l'eau de trempage du manioc ;
3. Blocage des équipements de production achetés en Suisse à la douane ;
4. Tornade retardant d'un mois la livraison de chickwange pour les consommateurs en Europe, à la limite de la perte complète ;
5. Personne n'achète les bâtons de purée de manioc et ceux-ci restent invendus.



² La chickwange (kwángá en lingala) – également appelée « bâton de manioc » et parfois bâton-haricot – est un mets traditionnel du bassin du fleuve Congo, consommé notamment en République démocratique du Congo, au Cameroun en République du Congo au Gabon et en République centrafricaine (source wikipedia)