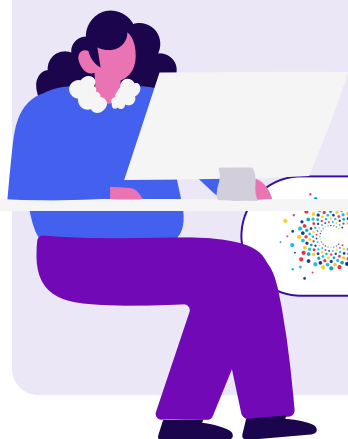




Fiche méthodologique de tests utilisateurs

Organiser mon test
d'inclusivité numérique



 **EMMAÜS
CONNECT**

 **Collectif
Citoyenneté
& Numérique**

 **GOUVERNEMENT**
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction
interministérielle
du numérique

 **numerique
.gouv**

Cadrer la démarche

- **Définir l'objectif précis du test :**
 - inclusivité, compréhension, parcours, barrières, accès aux droits, etc.
- **Définir le périmètre testé :**
 - Fonctionnalités, pages, type de parcours (ex : première demande, dépôt de dossier...).
- **Vérifier auprès de l'institution si l'on teste une maquette ou une version réelle**
- **Identifier les risques d'échec du test pour les publics :**
 - anticiper les blocages liés à la démarche (ex : sujet de la confidentialité, méfiance vis-à-vis de la démarche, peur des algorithmes de contrôle mais aussi oubli / absence d'identifiants)
 - anticiper les aléas techniques (ex : connexion sécurisée, pare-feux, pas de wifi)
- **Co-construire le cadrage avec l'équipe porteuse du service numérique (ex : DINUM)**
 - Réunions synchrones pour aligner objectifs, posture, périmètre.
- **Planifier le nombre de sessions et la durée**
 - Prévoir plus de personnes que nécessaire pour compenser les absences.
- **Prévoir une compensation symbolique (ex : bon d'achat) si c'est en accord avec la politique de la structure.**
 - En général, cette compensation est prise en charge par la structure qui demande à tester la démarche.



Une bonne compréhension des contours et des enjeux du test facilitera la mobilisation des partenaires pertinents.

Définir et mobiliser le public cible

Ciblage du public

- **Critères à prendre en compte dans l'identification. Exemples :**
 - Personnes concernées par la démarche testée
 - Publics en précarité numérique
 - Niveau de français suffisant (A2–B1 recommandé)
- **S'assurer que les critères de sélection sont réalistes**
 - éviter d'exiger « avoir fait la démarche en autonomie » si ce n'est pas compatible avec la réalité de la démarche ou le niveau d'autonomie des personnes cibles.
 - éviter de limiter le ciblage à un profil trop restreint qui rendrait difficile l'identification



Anticiper que certaines personnes refuseront – au besoin, prévoir du « surbooking »

Partenaires

- **Identifier des partenaires vraiment disponibles et proches des publics.**
- **Présenter le projet → préparer et diffuser :**
 - une présentation claire du projet
 - un formulaire à envoyer par mail (voir exemple en annexe)
 - une affiche / flyer si utile
- **Accompagner et impliquer les partenaires**
 - Prévoir des relances (J-7 / J-3 / J-1 si possible)
 - Adapter les horaires (soir, hors horaires bureau si nécessaire)



Mieux vaut cibler précisément et limiter le nombre de partenaires sollicités pour s'assurer du succès de la démarche.

Préparer le protocole de test

- **Prendre connaissance du scénario du test en amont pour pouvoir rassurer les participant·es le cas échéant.**
- **Confirmer la répartition des rôles avec le testeur :**
 - 1 personne qui anime le test
 - 1 personne qui observe et prend des notes (si possible)
- **Co-construire (avec la personne ou l'institution qui souhaite effectuer le test) un guide d'animation qui :**
 - reprend l'objectif du test
 - donne des éléments sur la posture à adopter :
 - bienveillance
 - rassurance : ce n'est pas la personne qui est testée
 - réprecise les conditions de passage du test :
 - confidentialité
 - non-intrusivité



Obtenir la confiance des participant·es implique de respecter une anonymisation stricte et d'éviter les questions administratives intrusives.

Un enregistrement peut être utile pour l'analyse a posteriori (une image vaut mieux que mille mots), aussi, s'assurer de recueillir le consentement des participants si un enregistrement de la session est prévu et garantir leur anonymat.



Le fait d'enregistrer peut être rédhibitoire pour la participation de la personne, préciser que seul l'ordinateur serait filmé.

Logistique du test

Le lieu

- **Sélectionner un lieu connu, rassurant, facile d'accès**
 - idéalement chez le partenaire, pas dans une administration
- **Privilégier une salle calme pour respecter la confidentialité**
- **Prévoir d'arriver 30–60 minutes en avance pour préparer la mise en place**

Le matériel

- **Avoir des ordinateurs à disposition (privilégiés par rapport au smartphone sauf si la démarche à tester requiert d'être sur smartphone) avec chargeur, souris, tapis**
- **On peut aussi faire passer le test sur l'équipement des personnes le cas échéant**
- **Prévoir un paperboard/cahier au cas où**

La connexion internet

- **wifi disponible ou prévoir un partage de connexion**
- **vérifier les pare-feux / limitations de connexion / navigation au sein du lieu du test**

Avant la session de test informer & rassurer

- **Informers les personnes du but du test, de sa durée et de la confidentialité**
- **préciser aussi que le test de la démarche n'aura aucun impact administratif pour la personne**
- **souligner que c'est bien la démarche qui est testée et non la personne, elles doivent pouvoir parler librement, c'est encouragé**
- **Prévoir un appel ou SMS de rappel**



Confier la communication avec les publics au partenaire afin de vous assurer du maintien de la relation de confiance.

Pendant la session de test

- Fournir un accueil chaleureux et rappeler le cadre du test ainsi que la confidentialité
- Laisser la personne naviguer autant que possible, ne guider que si elle est bloquée (**ajouter référence aux conseils du guide pour expliquer**)
- Observer les participant·e·s : compréhension des termes, hésitations, erreurs de manipulation, contournements
- Noter les verbatims, les difficultés rencontrées, les émotions
- Finir par un court échange oral



Ne pas oublier de distribuer le bon d'achat au début ou à la fin de la démarche.

Après la session de test

- Consolider les notes & verbatims
- Partager aux équipes produit / institution
- Planifier une restitution pour les partenaires prescripteurs.



Penser à capitaliser pour la suite : documenter ce qui a marché / n'a pas marché (partenaires utiles, méthode de mobilisation, dates et horaires, critères de sélection, scénario, posture) et adapter pour le prochain test.

En résumé

- Prendre le temps de définir au mieux le public cible et d'identifier les partenaires adéquats
- Aller vers les partenaires (ne pas attendre qu'ils envoient les publics)
- Organiser les sessions de test dans des lieux connus et rassurants pour les participant·es
- Guider les designer·euses et/ou animateur·rices sur la posture à adopter avec les publics
- Rassurer les publics sur les objectifs du test
- Protéger la confidentialité à chaque étape
- Partager les enseignements et résultats avec les prescripteurs