



# GUIDE POUR LES ENTRETIENS

## Résultats de l'apprentissage

Vous apprendrez ici :

- Comment préparer un processus de Design Thinking
- Comment mener des entretiens qualitatifs et des groupes de discussion avec référence aux réfugiés
- Comment traiter les données



*Figure 1: Entretien en ligne*

## Informations de base



Dans ce guide comment organiser un processus de Design Thinking.



Le guide contient six chapitres principaux.



Vous aurez besoin de 3 heures pour terminer le guide.



Auteur : Ahmad Mobaiyed.

### AVERTISSEMENT CONCERNANT LES LIENS EXTERNES

Ce module contient des liens hypertextes vers des sites web externes.

Ces liens externes sont fournis à titre de commodité et à des fins d'information uniquement ; ils ne constituent pas une approbation par Go4DiGREEN des produits, services ou opinions de la société, de l'organisation ou de l'individu en question. Go4DiGREEN n'est pas responsable de l'exactitude, de la légalité ou du contenu du site externe ou des liens ultérieurs. L'utilisation se fait à vos risques et périls.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui reflète uniquement les opinions des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations contenues dans cette publication.



# Contenu

<b>RESULTATS DE L'APPRENTISSAGE .....</b>	<b>0</b>
<b>INFORMATIONS DE BASE .....</b>	<b>0</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>4</b>
<b>QU'EST-CE QUE LE DESIGN THINKING ? .....</b>	<b>4</b>
<b>PHASES DU DESIGN THINKING.....</b>	<b>6</b>
Un premier aperçu rapide.....	7
<b>Empathie.....</b>	<b>9</b>
<b>Définir.....</b>	<b>10</b>
<b>Idée .....</b>	<b>11</b>
<b>Prototype .....</b>	<b>12</b>
<b>Test .....</b>	<b>13</b>
<b>DESIGN THINKING EST UN PROCESSUS ITERATIF ET NON LINEAIRE .....</b>	<b>14</b>
<b>GUIDE DE REALISATION D'ENTRETIENS EN LIGNE ET DE GROUPES DE DISCUSSION AVEC DES REFUGIES.....</b>	<b>15</b>
<b>Préparation .....</b>	<b>15</b>
<b>Échantillonnage et sensibilisation.....</b>	<b>16</b>
Qu'est-ce que l'échantillonnage raisonné ?.....	18

Qu'est-ce que l'échantillonnage par quotas ? .....	19
Qu'est-ce que l'échantillonnage "boule de neige" ? .....	20
<b>Conditions générales d'un entretien en ligne .....</b>	<b>21</b>
<b>Préparation et défis à prendre en compte lors des entretiens en ligne .....</b>	<b>21</b>
Problèmes techniques .....	21
Comportementale et émotionnelle.....	22
<b>Gérer l'entretien.....</b>	<b>23</b>
Attitude de l'intervieweur .....	24
Principaux éléments de réussite pour gérer l'entretien .....	25
<b>Lignes directrices éthiques.....</b>	<b>29</b>
Caractère approprié .....	30
Respect .....	31
Bienveillance .....	32
Justice .....	32
Documents .....	33
<b>Techniques importantes pour gérer l'entretien .....</b>	<b>34</b>
<b>Exigences particulières pour le groupe cible des réfugiés .....</b>	<b>36</b>
Éviter les associations négatives.....	36
Prêtez attention aux différences culturelles.....	38
Prêtez attention aux expériences personnelles .....	39
<b>Après les entretiens .....</b>	<b>40</b>
Que signifie coder ? .....	41
Les programmes.....	42
<b>EXEMPLES DE PROCESSUS DE DESIGN THINKING - L'APPROCHE GO4DIGREEN .....</b>	<b>43</b>
<b>Autriche.....</b>	<b>44</b>
Méthodologie.....	44



Résultats .....	45
Conclusion .....	46
Recommandations.....	47
<b>Bulgarie .....</b>	<b>48</b>
Méthodologie.....	48
Résultats .....	49
Conclusion .....	50
Recommandations.....	50
<b>Belgique et Chypre.....</b>	<b>51</b>
Méthodologie.....	51
Résultats .....	52
Conclusion .....	54
Recommandations.....	54
<b>LISTE DE REFERENCE .....</b>	<b>55</b>
<b>LISTE DE FIGURES .....</b>	<b>55</b>

## Introduction

Ce guide explique comment mener des entretiens en ligne et des groupes de discussion avec des réfugiés. Nous avons utilisé l'approche Design Thinking pour créer ce guide.

Au début, nous clarifions la question de savoir ce qu'est exactement le Design Thinking.

Les chapitres suivants traitent de la planification et de la mise en œuvre des entretiens et des groupes de discussion. Pour cela, nous avons accordé une attention particulière au groupe de réfugiés. En tant qu'intervieweur, à quoi devez-vous veiller pour que tous les participants se sentent à l'aise et que vous obteniez les informations dont vous avez besoin pour la suite de votre travail ?

Nous abordons l'attitude de l'intervieweur et fournissons également quelques outils pour que les groupes de discussion et les entretiens fonctionnent bien.

De manière générale, ce guide décrit l'ensemble du processus, de la préparation à la mise en œuvre, ainsi que la manière d'évaluer les données collectées.

## Qu'est-ce que le Design Thinking ?

Le design thinking est un processus itératif dans lequel nous...

- chercher à comprendre l'utilisateur,
- remettre en question les hypothèses et
- redéfinir les problèmes pour trouver des stratégies et des solutions alternatives qui peuvent ne pas être immédiatement apparentes avec notre compréhension initiale.

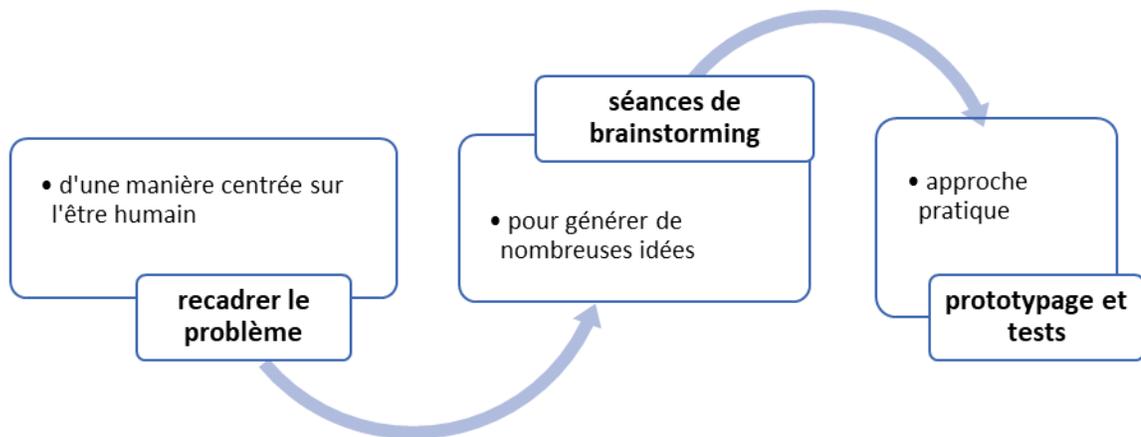
En même temps, le design thinking offre une approche de la résolution des problèmes orientée vers les solutions. Il s'agit d'une manière de penser et de travailler et d'un ensemble de méthodes pratiques.

Le design thinking est un intérêt profond à développer une compréhension des personnes pour lesquelles nous concevons nos services. Il nous aide à observer et à développer de l'empathie pour l'utilisateur cible.

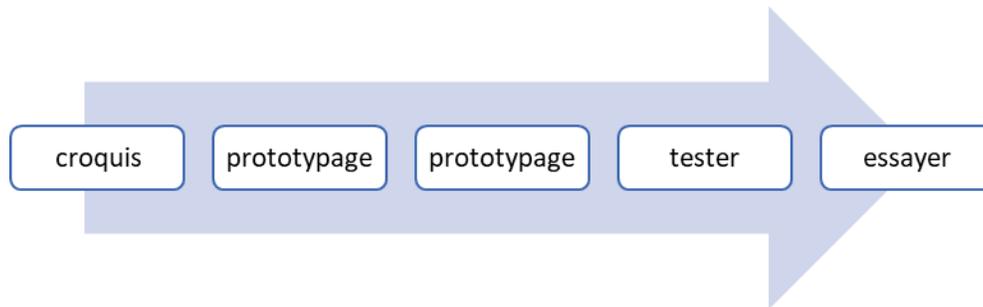
Le design thinking nous aide à poser des questions :

- à questionner le problème
- à questionner les hypothèses
- à questionner les implications

Le design thinking est extrêmement utile pour s'attaquer à des problèmes mal définis ou inconnus :



Le design thinking implique également une expérimentation constante :



Le design thinking fournit des outils pour appliquer, de manière systématique, un processus d'observation et de compréhension de l'utilisateur (empathie) qui aide à définir le problème. À partir de là, la génération d'idées, aussi nombreuses que possible, est encouragée dans le but de construire des prototypes basés sur les idées les plus appropriées générées. Enfin, les prototypes sont testés avec des utilisateurs réels afin d'observer comment ils interagissent, s'ils utilisent la solution comme le designer l'avait prévu ou s'il y a d'autres utilisations imprévues. Cette étape est essentielle pour générer une solution qui peut être proposée efficacement aux utilisateurs finaux.

## Phases du Design Thinking

Il existe aujourd'hui de nombreuses variantes du processus de "Design Thinking". Il existe des modèles de trois à sept étapes. Cependant, tous ces modèles reposent sur les mêmes principes, qui ont été décrits pour la première fois en 1996 par Herbert Simon, lauréat du prix Nobel, dans *The Sciences of the Artificial*. Nous avons choisi le modèle en cinq étapes du Hasso Plattner Institute of Design de Stanford (également connu sous le nom de "d.school"). Nous avons choisi l'approche de la d.school parce qu'elle est pionnière dans l'application et l'enseignement du design thinking. Selon ce modèle, il y a les cinq phases ou étapes suivantes.

## Un premier aperçu rapide

### Faire preuve d'empathie à l'égard de vos utilisateurs

- mener des entretiens
- découvrir les émotions
- chercher des histoires

**Définir les besoins de vos utilisateurs, leur problème et vos connaissances**

- recadrer et créer des énoncés de problèmes centrés sur l'humain
- identifier les surprises et les tensions significatives
- déduire des informations

**Faire preuve d'imagination en remettant en question les hypothèses et en créant des idées pour des solutions innovantes**

- faire un brainstorming sur les idées radicales
- s'inspirer des idées des autres
- suspendre le jugement

**Prototype pour commencer à créer des solutions**

- créer des objets et des expériences en basse résolution
- jeu de rôle pour comprendre le contexte et les caractéristiques principales
- construire rapidement pour penser et apprendre

**Solutions de test**

- Tester avec les clients pour affiner la solution et recueillir des données
- Acquérir une plus grande empathie
- Accepter l'échec

Entrons maintenant dans le détail et définissons plus précisément ces phases.

## Empathie

L'empathie est la phase au cours de laquelle nous observons le comportement des personnes et leurs interactions avec l'environnement dans lequel elles sont placées. Les designers observent les utilisateurs et discutent avec eux ; ils posent des questions sur tout ce qui a un rapport avec le sujet traité (pourquoi ?, quand ?). La collecte de ces connaissances permet de faire preuve d'empathie envers l'utilisateur et de se mettre à sa place. En outre, des experts sont consultés et des recherches sont effectuées en utilisant tous les moyens à notre disposition (observation, références bibliographiques, informations sur l'internet, enquêtes, etc.)



*Figure 2: Une élève discute avec son professeur*

L'objectif final de cette phase est d'obtenir un grand nombre d'informations sur le problème que nous allons résoudre et sur les personnes réelles auxquelles nous allons apporter des solutions innovantes.

Compte tenu de la nature de notre projet, toutes les étapes doivent être réalisées en ligne, ce qui peut poser de nombreux problèmes, notamment en ce qui concerne cette étape particulière. Comme mentionné ci-dessus, il est extrêmement important d'interagir et d'observer nos utilisateurs finaux afin de se mettre à leur place. Dans ce projet, il serait crucial d'utiliser des outils qui nous permettent

d'interagir et d'observer nos utilisateurs finaux de manière flexible afin de mieux comprendre leurs besoins.

## Définir

La phase de définition est très importante car les membres de l'équipe tentent de trouver et de définir les besoins réels de l'utilisateur final à partir des connaissances acquises au cours de la phase d'empathie.



*Figure 3: une personne prenant des notes sur sa table de travail*

Cette phase consiste à structurer et à organiser les découvertes de la phase d'empathie, c'est-à-dire ce qui est important, significatif, non pertinent, etc. Grâce au point de vue, nous essayons de répondre à des questions telles que "Que se passerait-il si ?" ou "Comment pourrions-nous ?"

Cette phase s'achève lorsque nous avons une définition claire du problème que nous allons résoudre.

## Idée

Une fois que nous avons trouvé le problème à résoudre et que les besoins et les motivations de nos utilisateurs finaux ont été identifiés et structurés, les designers essaient de générer un grand nombre d'idées et de concepts pour répondre aux besoins identifiés et résoudre le problème, à l'aide d'outils tels que le brainstorming. Dans le cas de @Go4DiGreen@, ces idées se présentent sous la forme de suggestions de matériel pédagogique dont les réfugiés pourraient avoir besoin pour devenir des entrepreneurs verts.



*Figure 4: Insertion au doigt d'une pièce de puzzle*

Plus nous obtenons d'idées sur les solutions possibles, mieux nous pouvons exécuter les phases suivantes. Ce processus doit donc être une véritable séance de brainstorming au cours de laquelle les idées sont produites, combinées, développées et affinées à un rythme rapide.

## Prototype

La construction d'un prototype est une étape dynamique et très rapide du processus de design thinking. Dans ce contexte, un prototype est surtout un instrument d'apprentissage. Les prototypes sont conçus pour être imparfaits, facilitant l'évaluation des idées et permettant des changements immédiats et radicaux si nécessaire. Un prototype peut être un croquis, par exemple, ou une boîte en carton que nous décorons pour représenter un appareil. Il peut même s'agir d'une vidéo ou d'un storyboard. L'objectif du prototypage est de visualiser rapidement la solution et de créer un modèle avec lequel les utilisateurs peuvent interagir et donner leur avis.



*Figure 5: Prototypage*

Dans notre cas, les prototypes s'inscrivent généralement dans l'un des outils pédagogiques préconçus dont nous disposons dans ce projet, tels que la plateforme, les vidéos en ligne ou le principal matériel pédagogique écrit.

## Test

Le test d'un prototype consiste à présenter le prototype aux utilisateurs finaux afin d'écouter leurs opinions et leurs réactions à son sujet. Les tests visent à déterminer si le prototype répond aux attentes des personnes réelles et quels aspects devraient être améliorés. Les tests nous permettent de comprendre les perceptions que les utilisateurs finaux ont de la solution proposée.



*Figure 6: réalisation de tests sur des pièces métalliques*

Cette étape pourrait être simple dans notre cas puisqu'il suffirait de présenter les idées.

## Design Thinking est un processus itératif et non linéaire

Attention ! Ces cinq phases, étapes ou modes ne sont pas toujours séquentiels !  
Elles ne doivent pas nécessairement se dérouler dans un ordre particulier.

En fait, il arrive souvent que ces phases se déroulent en parallèle et se répètent de manière itérative. En d'autres termes, les phases ne sont pas organisées de manière hiérarchique et ne sont pas nécessairement des étapes séquentielles.

Il faut plutôt les considérer comme une vue d'ensemble des modes ou des phases qui contribuent à un projet innovant.

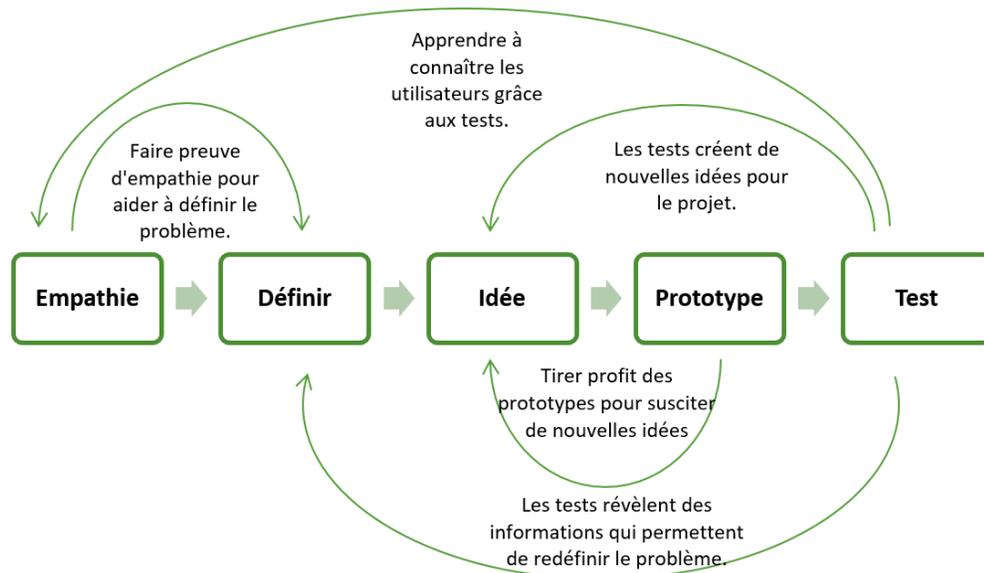


Figure 7: Design Thinking

## Guide de réalisation d'entretiens en ligne et de groupes de discussion avec des réfugiés

Les chapitres suivants sont essentiellement consacrés aux groupes de discussion et aux entretiens. Nous discutons de la planification, de la mise en œuvre et de l'évaluation de ces instruments et donnons des conseils sur ce qu'il faut prendre en compte dans les différentes phases.

### Préparation

L'objectif de l'entretien doit être clairement défini dès le début de la recherche. Lors de la définition des objectifs de l'entretien, il est important que les questions soient concises et conçues sous une forme objective.



*Figure 8: remplir un formulaire*

Nous voulons éviter les questions étroites, axées sur les résultats, qui cherchent simplement à valider notre hypothèse. Une approche semi-structurée s'avère avantageuse dans ce scénario, car elle permet aux participants de répondre aux questions de diverses manières et à partir de différents points de vue.

## Échantillonnage et sensibilisation

Dans le cadre d'entretiens qualitatifs et de méthodes de recherche, la collecte d'un échantillon représentatif et non biaisé (dans la mesure du possible) est indispensable, faute de quoi les résultats obtenus peuvent être considérés comme biaisés et non représentatifs, ce qui pourrait compromettre l'ensemble des conclusions de l'étude. Pour cela, un échantillon basé sur les données démographiques de la population cible doit être envisagé dès les premières étapes de la recherche.



*Figure 9: Recrutement et échantillonnage*

Sur la base de l'échantillon, des invitations peuvent être envoyées aux participants qui répondent aux critères de sélection initiaux et qui représentent également les groupes trouvés dans l'échantillon. La sensibilisation est généralement planifiée à l'avance dans le cadre d'une stratégie et d'un plan de sensibilisation, où les critères de sélection sont prédéfinis en même temps que certaines lignes directrices de base. L'une des principales lignes directrices consiste à toujours rappeler aux participants potentiels le caractère volontaire de leur participation.

La motivation est un autre élément important de la réussite des entretiens qualitatifs qui s'inscrit dans le plan de recrutement. Dans notre contexte, la motivation des participants à prendre part à nos entretiens devait être communiquée très clairement.

Par exemple, cela peut se faire en informant clairement les participants des raisons pour lesquelles ils sont sélectionnés et de ce qu'ils obtiendront exactement en échange de leur participation. Bien que la plupart des participants se soient montrés intéressés par les groupes de discussion dans l'intention de fournir des informations utiles sur le projet, nous avons tout de même décidé de récompenser les participants avec des bons d'achat en ligne.

En général, dans la recherche qualitative, seul un échantillon (c'est-à-dire un sous-ensemble) d'une population est sélectionné pour une étude donnée. Les objectifs de l'étude et les caractéristiques de la population étudiée (telles que la taille et la diversité) déterminent le choix et le nombre de personnes à sélectionner.

Les méthodes d'échantillonnage les plus courantes dans la recherche qualitative sont l'échantillonnage raisonné, l'échantillonnage par quotas et l'échantillonnage en boule de neige.

## Qu'est-ce que l'échantillonnage raisonné ?

L'échantillonnage raisonné, l'une des stratégies d'échantillonnage les plus courantes, regroupe les participants en fonction de critères présélectionnés en rapport avec une question de recherche particulière.

### Population vs. Échantillonnage raisonné :



Figure 10: Échantillonnage raisonné

La taille des échantillons, qui peut ou non être fixée avant la collecte des données, dépend des ressources et du temps disponibles, ainsi que des objectifs de l'étude.

### Les tailles d'échantillon raisonné sont :

- souvent déterminée sur la base de la saturation théorique (le moment de la collecte des données où les nouvelles données n'apportent plus d'éclairage supplémentaire aux questions de recherche).
- L'échantillonnage raisonné est donc plus efficace lorsque l'examen et l'analyse des données sont effectués en même temps que la collecte des données.

## Qu'est-ce que l'échantillonnage par quotas ?

L'échantillonnage par quotas, parfois considéré comme un type d'échantillonnage raisonné, est également courant. Dans le cas de l'échantillonnage par quotas, nous décidons, lors de la conception de l'étude, du nombre de personnes présentant certaines caractéristiques à inclure parmi les participants.

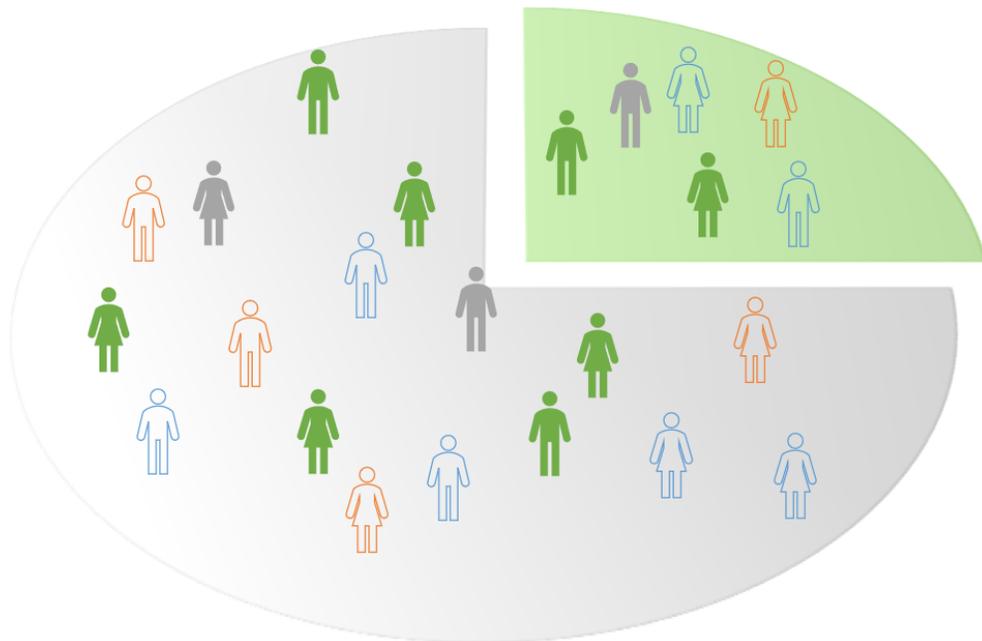


Figure 11: Échantillonnage par quotas

Les caractéristiques peuvent inclure l'âge, le lieu de résidence, le sexe, la classe sociale, la profession, l'état civil, l'utilisation d'une méthode contraceptive particulière,

Les critères que nous choisissons nous permettent de nous concentrer sur les personnes dont nous pensons qu'elles sont les plus susceptibles d'avoir vécu, de connaître ou d'avoir des idées sur le sujet de la recherche. Nous nous rendons ensuite dans la communauté et, à l'aide de stratégies de recrutement adaptées au lieu, à la culture et à la population étudiée, nous trouvons des personnes qui répondent à ces critères, jusqu'à ce que nous atteignons les quotas prescrits.

## Qu'est-ce que l'échantillonnage "boule de neige" ?

Le troisième type d'échantillonnage, la boule de neige - également connu sous le nom d'échantillonnage en chaîne - est considéré comme un type d'échantillonnage raisonné. Dans cette méthode, les participants ou les informateurs avec lesquels un contact a déjà été établi utilisent leurs réseaux sociaux pour orienter le chercheur vers d'autres personnes susceptibles de participer ou de contribuer à l'étude.

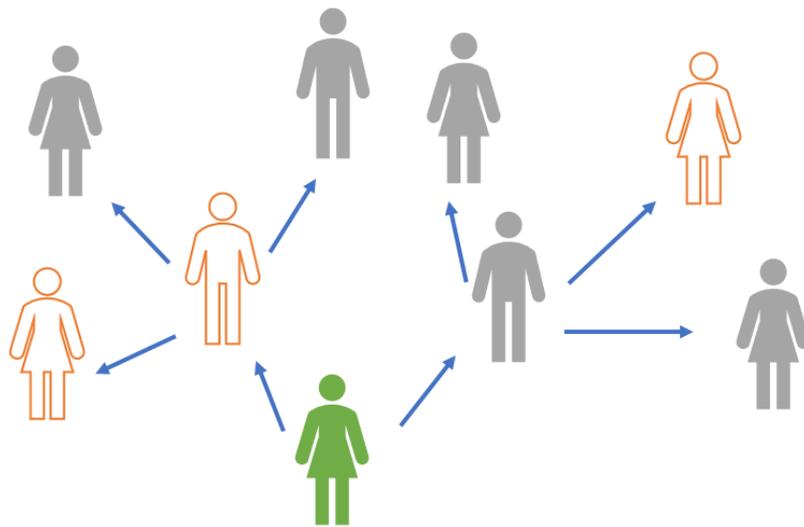


Figure 12: L'échantillonnage en boule de neige

L'échantillonnage en boule de neige est souvent utilisé pour trouver et recruter des "populations cachées", c'est-à-dire des groupes auxquels les chercheurs n'ont pas facilement accès par d'autres stratégies d'échantillonnage. Bien que les résultats d'un tel processus de sélection ne puissent pas être généralisés, il permet d'accéder pour la première fois à un tel groupe.

## Conditions générales d'un entretien en ligne

En général, nous nous sentons toujours plus à l'aise avec les entretiens et les sessions en ligne. Cependant, nous devons toujours nous efforcer de créer un climat de confiance dans un environnement en ligne. L'environnement d'un entretien en ligne est souvent axé sur l'objectif de l'entretien (il n'est pas possible de laisser de la place à des communications/activités non formelles), ce qui crée un échange limité. Nous courons généralement rapidement vers l'objectif de l'entretien sans garder à l'esprit le lien personnel que nous devons maintenir. Créer un bon environnement autant que possible est très bénéfique.

(Interaction personnelle).

## Préparation et défis à prendre en compte lors des entretiens en ligne

Les entretiens en ligne s'accompagnent d'une série de défis dont l'intervieweur doit être conscient et qu'il doit être prêt à relever une fois qu'ils se présentent. Ces défis se répartissent en plusieurs catégories.

### Problèmes techniques

Il s'agit notamment du matériel et des logiciels, de la connexion à l'internet et de la culture numérique. Ces éléments peuvent poser problème avant et pendant un entretien en ligne. D'une part, avant l'entretien, de telles lacunes peuvent affecter l'échantillonnage du groupe, simplement parce que nous avons généralement tendance à exclure ceux qui ne disposent pas d'un matériel et d'une connexion internet adéquats, ainsi que ceux qui n'ont pas de compétences numériques. D'autre part, pendant l'entretien, une mauvaise connexion et un dysfonctionnement du matériel peuvent créer une situation stressante pour tous les participants.

### **Outils pour les entretiens en ligne**

En général, il est recommandé de choisir un outil avec lequel la plupart des participants sont familiers et qu'ils utilisent en toute sécurité. De plus, il est préférable que l'outil ne nécessite pas de s'inscrire et de créer des comptes, ce qui peut constituer un inconvénient.

**Voici quelques exemples :**

- Zoom
- Google Hangouts

### **Comportementale et émotionnelle**

Étant donné que l'interaction avec les participants est limitée aux dimensions et au cadre des caméras, l'une des principales faiblesses de l'environnement en ligne peut être attribuée à l'absence d'observation au niveau physique. Cela signifie qu'il est impossible pour l'enquêteur d'observer le langage corporel des participants. Une façon d'y remédier est d'écouter très attentivement le participant et de se concentrer sur ses réactions. Pour cela, l'idéal serait que le modérateur se concentre uniquement sur les participants et les questions, et qu'une autre personne prenne des notes. Cette catégorie particulière peut également être liée à l'élément environnemental auquel nous avons fait référence précédemment. L'atténuation de cette lacune est directement liée à la création d'un environnement confortable.

## Gérer l'entretien

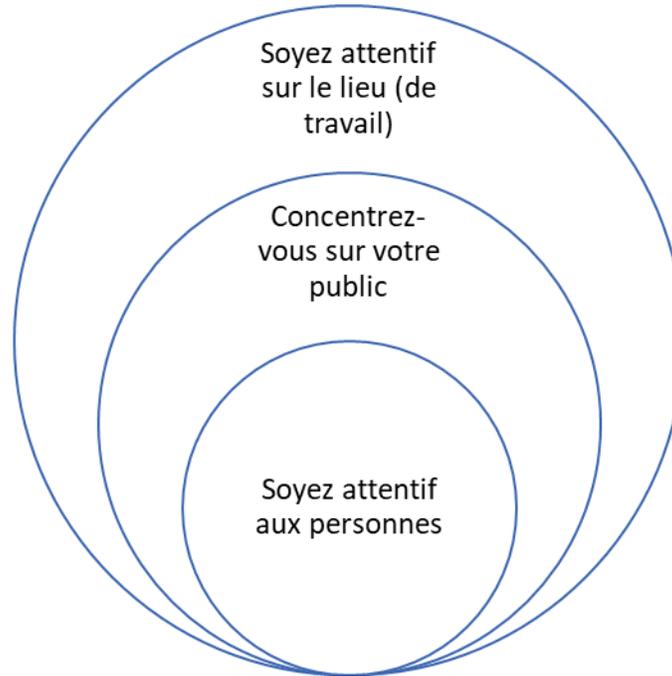
Tout d'abord, il convient d'établir un terrain d'entente et des consignes très claires sur la protection de la vie privée et des données dès le début. Il s'agit notamment de recueillir un consentement éclairé pour l'enregistrement, si nécessaire, et d'informer tous les participants de la manière dont les données seront traitées pendant et après l'entretien, de leur nature et des raisons pour lesquelles elles le seront, le cas échéant. Ces obligations relèvent des lignes directrices éthiques mentionnées plus haut et doivent être traitées en stricte conformité avec le règlement RGPD et la législation nationale.



*Figure 13: Protection des données des participants*

## Attitude de l'intervieweur

Les attitudes suivantes peuvent vous aider à les maîtriser :



### **Soyez attentif aux personnes**

Tout ce que fait un designer est basé sur une tentative de mieux comprendre l'être humain. En fait, le terme " design centré sur l'être humain" peut être utilisé comme un synonyme de "design thinking".

### **Concentrez-vous sur votre public**

En travaillant avec le design thinking, nous devrions nous assurer de toujours garder l'être humain au cœur de tout ce que nous faisons : nous prenons soin de comprendre la situation et le contexte de cet être humain - les défis et les opportunités, les souhaits et les besoins. Nous essayons de comprendre le public cible du concept ou de la solution finale (par exemple, les filles qui devraient être encouragées à aller à l'école). Nous essayons également de comprendre les autres parties prenantes qui sont importantes dans cette situation (par exemple, les

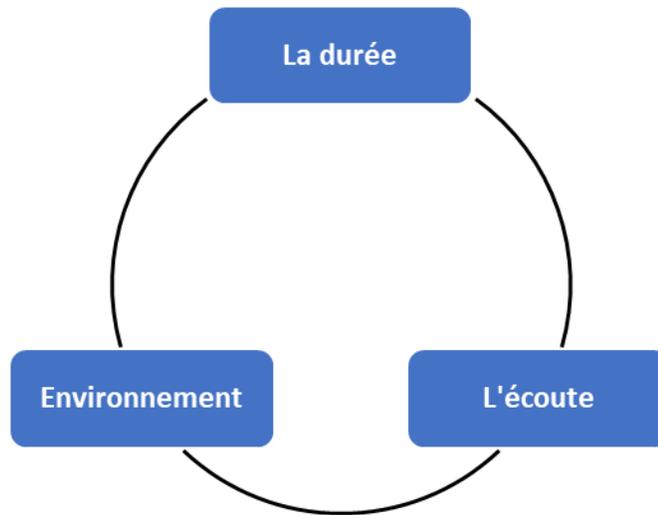
familles des utilisateurs finaux et d'autres personnes qui jouent un rôle dans leur vie).

**Soyez attentif sur le lieu (de travail)**

Pour soutenir l'équipe, il est utile de travailler dans un espace flexible. Dans notre cas, nous devons essayer d'être créatifs avec notre environnement en ligne autant que possible ! Cette étape exige également que nous soyons très interactifs et que nous assurions un flux de conversations et d'échanges afin de maintenir l'intérêt de notre public.

**Principaux éléments de réussite pour gérer l'entretien**

Dans notre cas et sur la base des données collectées, trois principaux éléments de réussite de la gestion d'un entretien ont été identifiés. Il est inutile de préciser que d'autres éléments et facteurs peuvent être trouvés dans la littérature académique. Les conclusions suivantes se limitent et se fondent sur ce projet et sur les résultats que nous avons recueillis lors des entretiens.



*Figure 14: la gestion de l'entretien*

### **La durée**

Le temps est un facteur crucial dans la conduite des entretiens, et il est donc indispensable de bien le gérer. Dans notre cas, la gestion de la durée de l'entretien est importante pour que les participants restent engagés et concentrés.



*Figure 15: durée*

Bien que la durée de l'entretien dépende généralement du sujet et du nombre de participants, il est utile de veiller à ce qu'elle soit courte, en particulier dans un contexte en ligne.

## Environnement

La gestion de l'environnement est un autre aspect important. Cela signifie que les modérateurs et les hôtes créent un environnement confortable pour les participants et tentent d'établir un lien personnel entre eux.



*Figure 16: environnement*

Cela est d'autant plus nécessaire lorsque les participants se rencontrent pour la première fois. Un autre aspect de la gestion de l'environnement consiste à s'assurer que le modérateur est chargé de diriger les entretiens et de maintenir les participants dans le cadre des questions. En d'autres termes, les réponses doivent être directes et en rapport avec le sujet. Dans le cadre de cet élément, d'autres lacunes ou défis importants doivent être pris en compte. Par exemple, dans les entretiens de groupe, il est probable que l'on soit confronté à des préjugés de groupe et à des schémas de réflexion de groupe ; le travail du modérateur dans ce cas est d'éviter de telles chutes autant que possible.

## L'écoute

cet élément ne nécessite pas beaucoup d'explications. Seule une bonne écoute permet d'obtenir des résultats significatifs et complexes.



*Figure 17: l'écoute*

Il est également important de montrer aux participants que vous comprenez vraiment ce qu'ils disent, ce qui peut les encourager à s'ouvrir davantage et à contribuer plus profondément. En outre, l'écoute active est essentielle pour établir un lien émotionnel avec les participants. La dimension émotionnelle est généralement l'un des principaux moyens de faire preuve d'empathie et de créer de véritables liens avec les participants. Par ailleurs, une bonne écoute peut aider l'enquêteur non seulement à mieux comprendre les participants, mais aussi à comprendre ce que le participant essaie de faire avec sa réponse. (gains d'intérêt personnel).

## Lignes directrices éthiques

À partir de ce qui a été dit jusqu'à présent sur l'attitude de l'enquêteur, nous avons maintenant les exigences éthiques qui doivent être fortement respectées lors d'un entretien qualitatif ou d'un groupe de discussion.

D'une manière générale, le respect d'une approche éthique dans la conduite d'un entretien qualitatif est plutôt une tradition dans le domaine de la recherche. Néanmoins, certaines remarques importantes doivent être soulignées, comme le fait d'être conscient des inégalités que nous pourrions avoir dans nos préjugés lors de la planification des entretiens, ces préjugés pouvant être liés au sexe, à la race, à l'origine ethnique, etc.

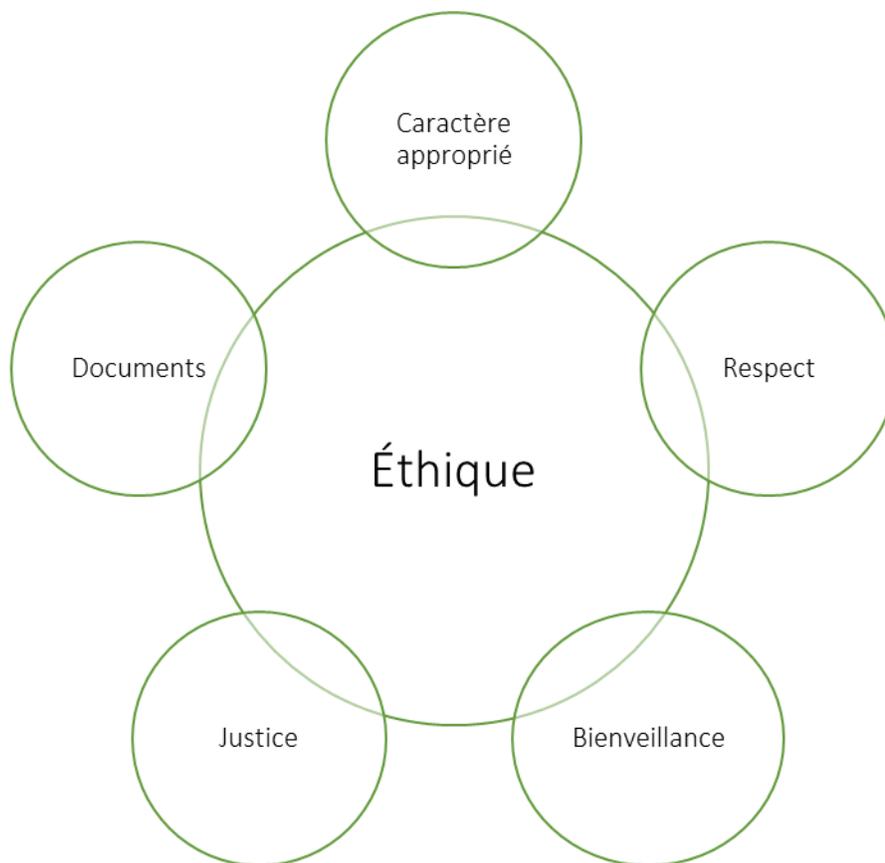


Figure 18: Éthique

### Caractère approprié

Un autre aspect éthique important à prendre en compte dans la phase de préparation est le caractère approprié. Dans notre contexte, cela signifie que les questions conçues pour l'entretien doivent respecter la vie privée, la sécurité et la dignité des participants. En règle générale, seules les questions ayant un lien direct

avec les objectifs de l'entretien (qui doivent être clarifiés au préalable et communiqués aux participants) doivent être posées. En outre, il convient de rappeler aux participants et de leur donner la possibilité de passer les questions auxquelles ils ne se sentent pas à l'aise de répondre. Par ailleurs, les principes éthiques les plus importants que nos résultats indiquent sont les suivants :

## Respect

Le respect des personnes exige un engagement à garantir l'autonomie des participants à la recherche et, lorsque cette autonomie peut être réduite, à protéger les personnes contre l'exploitation de leur vulnérabilité.



*Figure 19: Respect*

La dignité de tous les participants à la recherche doit être respectée. L'adhésion à ce principe garantit que les personnes ne seront pas utilisées simplement pour atteindre les objectifs de la recherche.

## Bienveillance

La bienveillance exige un engagement à minimiser les risques associés à la recherche, y compris les risques psychologiques et sociaux, et à maximiser les bénéfices pour les participants à la recherche. Les chercheurs doivent formuler des moyens spécifiques pour y parvenir.

## Justice

La justice exige un engagement à assurer une répartition équitable des risques et des bénéfices résultant de la recherche. Ceux qui assument la charge de la participation à la recherche doivent partager les bénéfices des connaissances acquises. Ou, en d'autres termes, les personnes qui sont censées bénéficier des connaissances devraient être celles à qui l'on demande de participer.



*Figure 20: Justice*

L'entretien est volontaire et peut être annulé à tout moment, même sans raison, sans aucune conséquence. Il est possible de ne pas répondre à certaines questions sans en donner la raison. Le respect et l'appréciation sont très importants.

## Documents

L'un des principaux documents que le chercheur doit préparer à l'avance et communiquer aux participants est un ordre du jour très clair.



*Figure 21: Documents*

Les participants doivent être informés des principaux points des entretiens et du projet. Il est indispensable que les participants soient bien informés pour que l'entretien soit éthique et productif.

## Techniques importantes pour gérer l'entretien

Les techniques et lignes directrices importantes pour gérer l'entretien en ligne sont les suivantes :

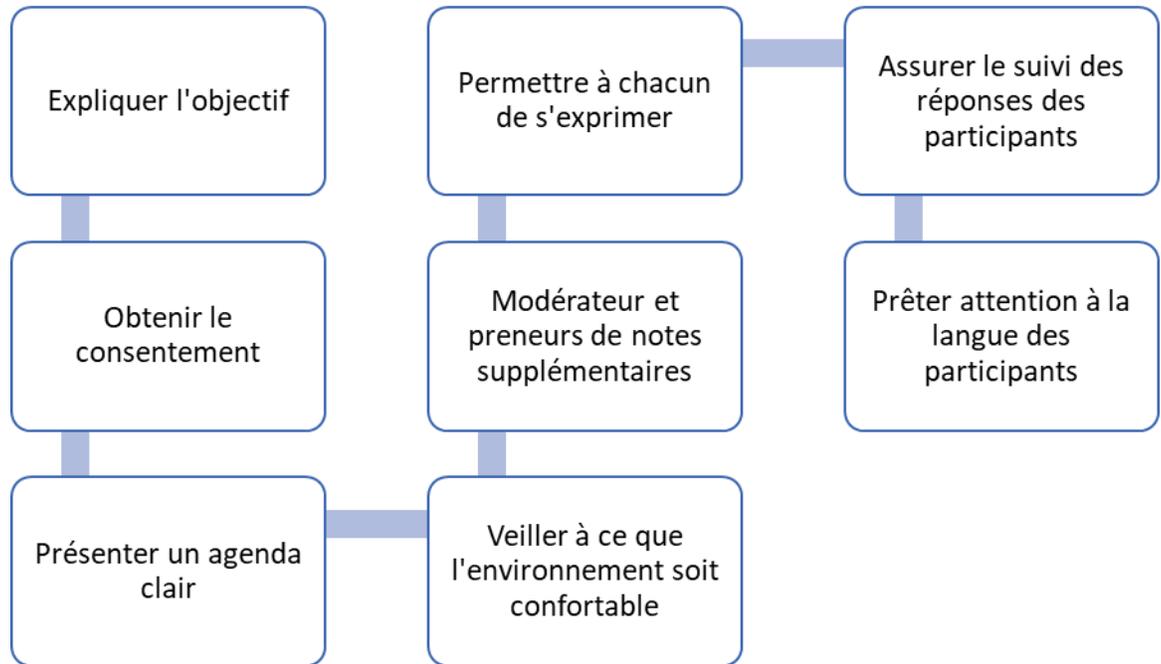


Figure 22: techniques d'entretien

### Expliquer l'objectif

Le modérateur doit commencer par expliquer l'objectif du groupe et ce que l'on attend de lui.

### Obtenir le consentement

Si la session doit être enregistrée sous forme de vidéo ou d'audio, le consentement des participants doit être obtenu au préalable. Une fois enregistré, l'accès à cet enregistrement ne doit être utilisé que dans le but annoncé au début de la session.

### Présenter un agenda clair

Partager un agenda très clair qui donne aux participants une idée précise de l'ensemble du processus d'entretien et de son objectif. Les personnes interrogées doivent avoir un bon sentiment et une bonne compréhension du processus d'entretien à l'avance.

**Veiller à ce que l'environnement soit confortable**

Chaque mesure est un traitement. Pour s'assurer que l'environnement général est confortable et pour établir un outil de mesure de base pour l'ensemble de l'entretien, il est recommandé de commencer par une question d'accueil pour toutes les personnes interrogées afin de mesurer comment elles se sentent au début de la réunion, et de terminer la session par une question de départ, pour déterminer comment l'entretien s'est déroulé et comment les participants se sentent à ce sujet.

**Modérateur et preneurs de notes supplémentaires**

Le modérateur n'est pas censé prendre des notes, cette tâche devant être confiée à quelqu'un d'autre. Le rôle du modérateur est de faciliter et de faire progresser la discussion sans y prendre part. Les preneurs de notes doivent également être présentés au début de la session.

**Permettre à chacun de s'exprimer**

Une autre tâche du modérateur est de s'assurer que les participants se sentent à l'aise pendant la session et d'éviter que quelqu'un ne domine la discussion.

### **Assurer le suivi des réponses des participants**

Soyez attentif aux réactions des participants et assurez-vous de donner suite à leurs réponses. Au cours de ce processus, vous voudrez peut-être vous assurer que tous les participants ont la possibilité de partager leurs opinions. Une bonne observation de l'ensemble de la scène permettra d'activer tous les participants et d'éviter la pensée de groupe et les tentatives de manipulation de la part des participants qui insistent toujours pour donner leur avis.

### **Prêter attention à la langue des participants**

Mener l'entretien dans la langue maternelle des participants ou dans leur seconde langue. Il est essentiel de veiller à ce que les participants puissent vraiment s'exprimer. Si nécessaire, répartissez les participants en différents groupes en fonction de leurs préférences linguistiques et faites appel à un traducteur.

## **Exigences particulières pour le groupe cible des réfugiés**

Les exigences particulières à prendre en compte lors des entretiens avec les réfugiés ne sont pas nombreuses par rapport aux non-réfugiés. Toutefois, les quelques différences que nous avons constatées sont encore importantes et doivent être abordées avec sensibilité.

Ces différences se situent principalement à deux niveaux :

### **Éviter les associations négatives**

Tout d'abord, le mot "entretien" a des connotations négatives pour les personnes d'origine réfugiée. La plupart des réfugiés ont, à un moment ou à un autre, été soumis à des entretiens menés par la police ou l'autorité chargée des demandes d'asile, ce qui peut créer une situation stressante.

Le mot "entretien" pourrait peut-être être remplacé par "conversation". Une autre observation est que les personnes ayant l'expérience du statut de réfugié sont souvent issues de systèmes fortement hiérarchisés et qu'elles se trouvent souvent



dans un rôle vulnérable. Par exemple, si le réfugié est interrogé par un professeur d'université, on ne peut pas supposer qu'il parlera ouvertement et donnera des réponses honnêtes.



*Figure 23: Personne stressée*

## Prêtez attention aux différences culturelles

Deuxièmement, les aspects culturels. Les cultures d'entretien diffèrent d'un pays à l'autre et d'un lieu géographique à l'autre. Même si le groupe cible se trouve actuellement dans le pays d'accueil, certaines différences culturelles subsisteront et devront être traitées de manière appropriée.



*Figure 24: Les différences culturelles*

La plupart du temps, ces différences sont gérées en préparant un questionnaire de sensibilité culturelle qui prend en compte les différents contextes culturels des participants. Un autre aspect est lié à la formation et à l'expérience du modérateur. Parfois, il est plus approprié d'avoir un modérateur qui appartient au groupe cible, dans d'autres cas, les participants peuvent préférer avoir un modérateur qui appartient à un autre pays ou à une autre culture. L'idéal serait donc d'avoir deux modérateurs, l'un formé et appartenant au groupe cible, et l'autre également formé mais appartenant à une autre culture (le pays d'accueil par exemple).

## Prêtez attention aux expériences personnelles

Troisièmement, les exigences liées à l'expérience personnelle. À ce niveau, il est essentiel de prêter attention et de garder à l'esprit les expériences que les participants ont pu vivre.



*Figure 25: expériences*

Étant donné que notre groupe cible est constitué de réfugiés, certaines questions peuvent être très délicates, comme celles qui concernent l'histoire du participant par rapport à son pays, son voyage vers le pays d'accueil et les questions sur les membres de la famille et les amis qu'il a pu perdre lors de la crise dans son pays d'origine. Il est donc fortement recommandé d'être approprié dans le questionnaire. En effet, poser une mauvaise question ou une question délicate qui n'est pas liée à l'objectif de l'étude mettrait en péril le processus et rendrait la contribution du participant très difficile.

## Après les entretiens

Il est important de savoir à qui s'adresse la date. Est-elle destinée à l'usage interne de votre organisation ou souhaitez-vous publier vos résultats ?

Cela définit la manière d'analyser vos données.

Analyse qualitative du contenu (selon Mayring, 2021)

La base de l'analyse qualitative du contenu consiste à classer les passages de texte dans ce que l'on appelle des catégories. Les catégories ont un caractère abstrait et classificatoire et doivent refléter le contenu des passages de texte concernés.

**La formation des catégories peut se faire de manière inductive ou déductive :**

- **Inductif**

La catégorie est développée "sur le matériel", c'est-à-dire sur le passage de texte correspondant. On examine quelle catégorie peut le mieux représenter ce passage.

- **Déductif**

La catégorie est créée à l'avance sur la base d'une théorie ou de connaissances préalables. Le passage est ensuite attribué à la catégorie.

- **Déductif-inductif**

Avant le codage, certaines catégories sont dérivées de manière déductive. Elles sont complétées par des catégories créées de manière inductive sur le matériel.

## Que signifie coder ?

Le codage consiste à classer les passages du texte dans des catégories respectives.



*Figure 26: codage*

Comme nous l'avons déjà mentionné, cela peut se faire soit de manière inductive, soit de manière déductive.

Cependant, il existe également des formes mixtes de ces deux procédures. Il est courant, par exemple, que certaines catégories principales (c'est-à-dire des catégories supérieures, plus générales) soient déjà déterminées de manière déductive à l'avance et que ces catégories principales soient complétées et différenciées de manière inductive par des sous-catégories au cours du codage. La longueur du passage de texte concerné (l'unité de codage) qui est assignée à une catégorie varie. Des mots isolés, des sections ou des textes entiers peuvent être affectés à une catégorie.

## Les programmes

NVIVO aide les chercheurs qualitatifs à organiser, analyser et trouver des informations dans des données non structurées ou qualitatives telles que des entretiens, des réponses ouvertes à des enquêtes, des articles de journaux, des médias sociaux et du contenu web, lorsque des niveaux d'analyse approfondis sur de petits ou grands volumes de données sont nécessaires.

NVIVO est un excellent outil d'analyse de données pour la recherche qualitative. Il permet aux utilisateurs de coder les données qualitatives, ce qui facilite l'analyse du contenu des données. L'interface de NVIVO est très conviviale et l'apprentissage de l'application ne demande qu'un minimum de temps.

Le langage corporel et l'interaction pendant les entretiens sont des points importants. Dans un contexte en ligne, cela peut s'avérer difficile. L'analyse du programme NVIVO peut également prendre en compte le langage corporel.

L'objectif d'ATLAS.ti est d'aider les chercheurs à découvrir et à analyser systématiquement des phénomènes complexes cachés dans des données non structurées (texte, multimédia, géospatial). Le programme fournit des outils qui permettent à l'utilisateur de localiser, de coder et d'annoter des résultats dans des données primaires.



Figure 27: NVIVO



Figure 28: ATLAS.ti

## Exemples de processus de Design Thinking - L'approche Go4DiGREEN

Dans le cadre de notre projet, nous avons organisé trois groupes de discussion au total.

**Vous trouverez ci-dessous un bref aperçu de la structure de notre processus :**

### **Travail à domicile**

Effectuer une recherche initiale sur les utilisateurs finaux et sur le sujet

### **Focus Group 1**

Appliquer les étapes pour trouver un moyen adéquat d'organiser des groupes de discussion en ligne pour l'ensemble du projet.

### **Focus Group 2**

Répéter les étapes du design thinking pour découvrir le besoin des réfugiés d'être des entrepreneurs verts.

### **Travail à domicile**

Travailler sur les résultats des deux premiers groupes et préparez le dernier groupe de discussion.

### **Focus Group 3**

Appliquer les résultats des groupes 1 et 2 et les évaluer.

Voici des exemples de la manière dont les entretiens qualitatifs et les groupes de discussion ont été utilisés dans le cadre du partenariat du projet. Ils mettent en évidence les résultats d'un groupe de discussion qui visait à explorer des approches efficaces pour mener des entretiens qualitatifs en ligne avec des réfugiés. Le groupe de discussion a recueilli les points de vue d'experts et de praticiens afin d'identifier les meilleures pratiques, les défis et les opportunités dans ce domaine.

## Autriche

### Méthodologie

#### **Les participants**

Au total, 10 participants ont été recrutés pour le groupe de discussion, dont des chercheurs, des universitaires, des praticiens et des personnes ayant une expérience directe du travail avec les communautés de réfugiés. Tous les participants possédaient des connaissances et une expérience substantielles dans la conduite d'entretiens qualitatifs avec des réfugiés.

#### **Collecte des données**

Le groupe de discussion a été organisé virtuellement à l'aide d'un logiciel de vidéoconférence. La session a été enregistrée en audio et vidéo avec le consentement des participants. La discussion a été guidée par une série de questions et d'incitations prédéterminées portant sur les aspects clés de la réalisation d'entretiens qualitatifs avec des réfugiés en ligne.

#### **Analyse des données**

Les enregistrements audio et vidéo ont été transcrits mot à mot et une analyse thématique a été effectuée afin d'identifier les thèmes communs et les schémas dans les données.

## Résultats

### **Accessibilité et connectivité**

L'un des principaux défis soulignés par les participants était la question de l'accessibilité et de la connectivité. Il a été noté que certaines populations de réfugiés peuvent être confrontées à des obstacles pour accéder à des connexions internet stables ou à des appareils adaptés pour les entretiens en ligne. Des stratégies telles que la fourniture d'une assistance technique, l'offre d'alternatives (par exemple, des entretiens téléphoniques) ou l'exploitation des ressources communautaires ont été suggérées pour atténuer ces difficultés.

### **Langue et sensibilité culturelle**

La langue et la sensibilité culturelle sont apparues comme des facteurs essentiels lors de la réalisation d'entretiens qualitatifs avec des réfugiés en ligne. Les participants ont souligné l'importance d'engager des interprètes ou des enquêteurs bilingues, d'utiliser des formulaires de consentement et des guides d'entretien traduits, et d'être conscients des nuances culturelles pour assurer une communication et une compréhension efficaces.

### **Établir un rapport et une confiance**

L'établissement d'un rapport et d'une confiance avec les réfugiés au cours des entretiens en ligne a été identifié comme crucial. Les participants ont recommandé d'investir du temps pour créer un environnement accueillant et favorable, de faire preuve d'empathie et d'humilité culturelle. L'utilisation d'activités brise-glace, l'établissement de relations continues et la conduite d'entretiens dans des espaces sécurisés ont été suggérés comme des stratégies efficaces.

### **Flexibilité et adaptabilité**

Les participants ont souligné la nécessité de faire preuve de souplesse et d'adaptabilité lors des entretiens en ligne avec les réfugiés. Compte tenu des perturbations potentielles, telles que des conditions de vie instables ou des expériences traumatisantes, il a été recommandé de prévoir des pauses, d'ajuster la



durée des entretiens et d'adapter les techniques d'entretien pour tenir compte des besoins et contextes spécifiques de chaque réfugié.

### **Considérations éthiques et confidentialité**

Les participants ont insisté sur les considérations éthiques et la confidentialité. La protection de l'identité des participants et des informations sensibles, l'obtention d'un consentement éclairé et la garantie de la confidentialité par le biais d'un stockage et d'une transmission des données sécurisés ont été considérées comme des principes essentiels à respecter tout au long du processus d'entretien qualitatif.

## **Conclusion**

Le groupe de discussion a fourni des informations précieuses sur la conduite d'entretiens qualitatifs avec des réfugiés en ligne. Les résultats soulignent l'importance de relever les défis liés à l'accessibilité, à la langue, à la sensibilité culturelle, à l'établissement de rapports, à la flexibilité et aux considérations éthiques.

En mettant en œuvre les stratégies et les bonnes pratiques recommandées, les chercheurs et les praticiens peuvent améliorer la qualité et l'inclusivité de leurs entretiens qualitatifs avec des réfugiés dans un environnement en ligne.

## Recommandations

**Sur la base des conclusions des groupes de discussion, les recommandations suivantes sont formulées :**

- Traiter en priorité les questions d'accessibilité et de connectivité afin de garantir une participation égale.
- Investir dans un soutien linguistique et une formation à la sensibilité culturelle pour les intervieweurs.
- Établir un rapport et une confiance par une communication empathique et une humilité culturelle.
- Rester flexible et adapter les techniques d'entretien aux besoins et contextes individuels.
- Respecter les considérations éthiques, y compris le consentement éclairé et la confidentialité, tout au long du processus de recherche.

## Bulgarie

### Méthodologie

#### ***Équipe et répondants***

Les groupes de discussion ont été mis en place par des équipes multifonctionnelles (interviewer et preneur de notes). Au total, 21 personnes ont participé au groupe de discussion - des réfugiés et des professionnels de l'humanitaire. Les participants ont fait preuve de connaissances et d'expérience dans la mise en œuvre d'entretiens avec des réfugiés.

#### **Collecte des données**

Le groupe de discussion s'est déroulé virtuellement en utilisant la vidéo MS Teams. La discussion a été guidée par une série de questions et d'incitations prédéterminées portant sur les aspects clés de la conduite d'entretiens qualitatifs avec des réfugiés en ligne. Les questions ont été envoyées à l'avance aux participants, avant la session en ligne. Au cours du groupe de discussion, les données ont été rassemblées dans une matrice.

#### **Analyse des données**

Les informations recueillies dans la matrice de collecte des données sont affinées et analysées en fonction de l'objectif de la recherche.

## Résultats

### **Connectivité**

La connectivité et l'accessibilité sont des préoccupations majeures soulevées par les participants. Certains groupes de réfugiés ont des difficultés à accéder à des connexions internet fiables et à des appareils adaptés aux entretiens en ligne. Pour résoudre ces problèmes, il a été suggéré de fournir une assistance technique, d'envisager d'autres options telles que les entretiens téléphoniques et de tirer parti des ressources communautaires.

### **La langue**

Lors de la réalisation d'entretiens qualitatifs avec des réfugiés en ligne, la langue et la sensibilité culturelle sont apparues comme des éléments essentiels. Pour garantir une communication claire et une bonne compréhension, les participants ont souligné l'importance d'engager des interprètes ou des intervieweurs multilingues, d'utiliser des documents d'autorisation et des directives d'entretien traduits, et d'être conscient des habitudes culturelles.

### **Environnement positif**

Les participants ont suggéré de consacrer du temps à la création d'un environnement amical et encourageant, de faire preuve de sympathie et d'humilité culturelle. Parmi les tactiques efficaces, on peut citer les activités destinées à briser la glace et l'établissement de liens à long terme.

### **Adaptabilité**

Lors des entretiens en ligne avec les réfugiés, les participants ont souligné l'importance de l'adaptation et de la flexibilité. Ils ont notamment suggéré d'autoriser des pauses, d'ajuster la durée des entretiens et de modifier les approches pour tenir compte des circonstances particulières de chaque réfugié, telles que des conditions de vie précaires ou des expériences traumatisantes.

**Aspects éthiques :** Les participants ont souligné l'importance de la protection de la vie privée et des questions éthiques. L'autorisation éclairée, le maintien de la confidentialité par un stockage et un transfert des données en toute sécurité, et la protection des noms des participants et des informations sensibles ont été considérés comme des aspects cruciaux à conserver tout au long du processus d'entretien qualitatif.

## Conclusion

Le groupe de discussion a donné des indications précieuses sur la manière de mener des entretiens qualitatifs en ligne avec des réfugiés. Les résultats ont souligné à quel point il est crucial de traiter des questions telles que l'accessibilité, les barrières linguistiques, la sensibilité culturelle, l'établissement de relations, l'adaptabilité et les considérations éthiques.

Les chercheurs et les praticiens peuvent améliorer la qualité et l'inclusivité de leurs entretiens qualitatifs avec des réfugiés en ligne en mettant en pratique les tactiques et les meilleures pratiques suggérées.

## Recommandations

**Sur la base des conclusions des groupes de discussion, les recommandations suivantes sont formulées :**

- Il est nécessaire de résoudre les problèmes de connexion et d'accessibilité pour garantir une participation équitable.
- Il est nécessaire de fournir aux intervieweurs une assistance linguistique et une formation à la sensibilité culturelle.
- Les méthodes d'entretien doivent être flexibles pour s'adapter aux exigences et aux circonstances de chaque candidat.
- Le maintien de normes éthiques tout au long de la mise en œuvre du groupe de discussion est nécessaire.

## Belgique et Chypre

### Méthodologie

#### **Les participants**

Au total, 12 participants ont été invités à participer à ce groupe de discussion, dont des parties prenantes, des praticiens d'ONG locales et des personnes ayant de l'expérience dans le domaine de la migration et des questions relatives aux réfugiés. Tous les participants avaient une expérience directe du travail avec les réfugiés et les migrants à Chypre et connaissaient les thèmes et les points abordés dans ce groupe de discussion.

#### **Collecte des données**

Le groupe de discussion s'est déroulé virtuellement à l'aide de Zoom. La session a été enregistrée en audio et vidéo avec le consentement des participants. La discussion a été guidée par une série de questions et d'incitations prédéterminées portant sur les aspects clés de la réalisation d'entretiens qualitatifs avec des réfugiés en ligne. Un preneur de notes spécialisé a résumé les points clés de la conversation.

#### **Analyse des données**

Un résumé du groupe de discussion a été rédigé par le modérateur et a fait l'objet d'une discussion interne afin d'en tirer des leçons et des résultats.

## Résultats

### **Accessibilité et connectivité**

Les restrictions imposées par le covid ont donné à la plupart d'entre nous l'occasion de pratiquer des entretiens Zoom/en ligne, mais nous devons nous rappeler que les personnes interrogées peuvent ne pas avoir eu cette expérience et qu'elles peuvent donc ne pas être en mesure de se connecter aussi facilement et/ou se sentir mal à l'aise lors de conversations en ligne. Les bénéficiaires qui n'ont pas beaucoup d'expérience des interactions en ligne peuvent ne pas bien lire le langage corporel en ligne et se sentir intimidés par l'absence de face-à-face. D'autres problèmes ont été mentionnés, tels que les problèmes de réseau, les problèmes de modération des conversations avec plusieurs participants ("microphones ouverts") et le fait de maintenir l'attention des gens lorsqu'ils ne parlent pas ou qu'on ne s'adresse pas directement à eux.

### **Langue et sensibilité culturelle**

Les barrières linguistiques et les différentes interprétations du langage corporel ont été identifiées comme des problèmes sérieux lors des entretiens de groupe ou avec de nouvelles personnes. Un simple silence gênant peut ruiner toute la conversation. Faites des recherches sur les personnes que vous interrogez à l'avance. Sachez à qui vous parlez.

### **Établir un rapport et une confiance**

L'égalité des sexes était un aspect important de la conduite de ces entretiens. Certaines personnes interrogées peuvent se sentir plus à l'aise si c'est une femme qui mène l'entretien.

Soyez attentif à l'espace dans lequel se trouvent les personnes que vous interrogez.

Sont-elles chez elles ?

S'agit-il d'un espace sécurisée pour elles ? Peuvent-elles parler librement ? Sont-elles seules dans la pièce ?

Pensez également à ce que vous portez en tant qu'intervieweur, aux personnes qui se promènent dans votre environnement, à ce qu'elles portent, à ce que l'on peut voir dans votre environnement.

Pensez à ce que vous dites, soyez conscient des valeurs culturelles et religieuses.

L'utilisation d'activités brise-glace, l'établissement de relations continues et la conduite d'entretiens dans des espaces sécurisés ont été suggérés comme des stratégies efficaces.

### **Flexibilité et adaptabilité**

Les participants ont souligné la nécessité de faire preuve de souplesse et d'adaptabilité lors des entretiens en ligne avec les réfugiés. Compte tenu des perturbations potentielles, telles que des conditions de vie instables ou des expériences traumatisantes, il a été recommandé de prévoir des pauses, d'ajuster la durée des entretiens et d'adapter les techniques d'entretien pour tenir compte des besoins et contextes spécifiques de chaque réfugié.

### **Considérations éthiques et confidentialité**

Les participants ont insisté sur les considérations éthiques et la confidentialité. La protection de l'identité des participants et des informations sensibles, l'obtention d'un consentement éclairé et la garantie de la confidentialité par le biais d'un stockage et d'une transmission sécurisés des données ont été considérées comme des principes essentiels à respecter tout au long du processus d'entretien qualitatif.

## Conclusion

Il est important de garder à l'esprit les restrictions spécifiques à Chypre. Plusieurs participants aux groupes de discussion ont souligné l'importance de ne pas donner de faux espoirs aux participants s'ils sont autorisés à participer au programme mais ne peuvent légalement pas devenir entrepreneurs à Chypre.

### **Rendre les idées entrepreneuriales vertes lucratives pour les participants :**

- Nécessité d'incitations financières et de résultats tangibles
- Tirer parti des connaissances locales
- S'appuyer sur les connaissances préalables des participants
- Favoriser la créativité et la motivation des participants

## Recommandations

**Sur la base des conclusions des groupes de discussion, les recommandations suivantes sont formulées :**

- Il est préférable de viser un groupe de participants plus restreint. Peut-être 6-8
- Réduire le nombre de diapositives de la présentation si possible
- Raccourcir la durée de la réunion du groupe de discussion
- Discuter d'abord des questions les plus pertinentes et reporter à la fin de la réunion les questions de type oui/non et les autres questions plus simples.



### **Félicitations !**

Vous avez terminé le guide !



## Liste de référence

- Amaresan, S. (n.d.). Qu'est-ce qu'une carte d'empathie et comment en créer une. [en ligne] blog.hubspot.com. Disponible à l'adresse : <https://blog.hubspot.com/service/empathy-map>
- Dam, R. (2019). Les 5 étapes du processus de design thinking. [en ligne] The Interaction Design Foundation. Disponible à l'adresse : <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>.
- Lewrick, M. (2023) Design Thinking and Innovation Metrics : Powerful Tools to Manage Creativity, OKRs, Product, and Business Success (Design Thinking Series). Wiley
- Mayring, P. (2021). Qualitative Content Analysis : A Step-by-Step Guide. SAGE Publications Ltd
- Osann, I. (2020). Design Thinking Schnellstart : Kreative Workshops gestalten. Carl Hanser Verlag GmbH & Co

## Liste de Figures

Figure 1: Entretien en ligne .....	0
Figure 2: Une élève discute avec son professeur .....	9
Figure 3: une personne prenant des notes sur sa table de travail .....	10
Figure 4: Insertion au doigt d'une pièce de puzzle.....	11
Figure 5: Prototypage .....	12
Figure 6: réalisation de tests sur des pièces métalliques .....	13
Figure 7: Design Thinking .....	14
Figure 8: remplir un formulaire .....	15
Figure 9: Recrutement et échantillonnage .....	16



Figure 10: Échantillonnage raisonné ..... 18

Figure 11: Échantillonnage par quotas..... 19

Figure 12: L'échantillonnage en boule de neige..... 20

Figure 13: Protection des données des participants .....23

Figure 14: la gestion de l'entretien .....26

Figure 15: durée.....26

Figure 16: environnement..... 28

Figure 17: l'écoute .....29

Figure 18: Éthique ..... 30

Figure 19: Respect..... 31

Figure 20: Justice.....32

Figure 21: Documents .....33

Figure 22: techniques d'entretien.....34

Figure 23: Personne stressée..... 37

Figure 24: Les différences culturelles ..... 38

Figure 25: expériences.....39

Figure 26: codage.....41

Figure 27: NVIVO.....42

Figure 28: ATLAS.ti.....42