

 Filière Informatique de gestion
Studiengang Wirtschaftsinformatik

Travail de Bachelor 2019

O-Point

Plateforme de rencontre et d'emploi pour
personnes en situation de handicap



Etudiant-e : Julien Reichenbach

Professeur : Alexandre Cotting

Julien Reichenbach

i. Résumé

Du fait de leur condition d'existence particulière, les personnes souffrant d'un handicap doivent malheureusement trop souvent combattre les préjugés et les limitations qui leurs sont imposées par une société de plus en plus pressée, avide de rentabilité et régie par des standards de perfection. Pire, il n'est pas rare qu'une précarité affective ou financière s'installe durablement dans leur quotidien, rendant leur intégration sociale d'autant plus ardue.

Toutefois, quoi de plus légitime qu'avoir la volonté de s'intégrer à cette société et vivre le plus normalement possible ? De fonder une famille, se former et de s'épanouir professionnellement ? D'expérimenter, de se divertir et de rechercher l'autonomie ?

Les enjeux soulevés se posent comme une véritable question sociale, puissamment complexe et difficile à résoudre sur le court terme. Au-delà des moyens financiers dédiés à la recherche médicale ou technique, ce sont les mentalités qui sont amenées à évoluer.

Par comparaison, la Suisse offre un contexte particulièrement favorable en matière d'inclusion sociale. Grâce à sa prospérité économique et politique, elle offre un encadrement et des prestations de bonnes qualités, bien qu'évidemment toujours perfectibles.

C'est sur cette toile de fond que la plateforme web *O-Point* a vu le jour ; projet d'abord porté par Madame France Santi, spécialiste du "facile à lire", son but initial s'appuyait sur des spéculations quant aux besoins des futurs utilisateurs. Un parcours de recherche a permis d'affiner les objectifs du site et de les convertir en fonctionnalités. Visant à l'origine de favoriser les rencontres amicales ou amoureuses entre personnes souffrant de handicap, l'hypothèse a évolué au fil de l'analyse pour aboutir à des besoins concrets, exprimés par des personnes directement concernées.

Mots-clés : handicap, réseau social, média social, emploi, inclusion, rencontre, bon plan

ii. Avant-propos

Constituant le point final de la formation de chaque étudiant de la Filière d'Informatique de Gestion de la Haute École Spécialisée de Suisse Occidentale Valais/Wallis, le travail de Bachelor est réalisé durant trois mois et est constitué d'un rapport écrit ainsi que d'une solution développée dans ce laps de temps. Le travail est ensuite défendu par oral, pour en présenter le contexte, l'hypothèse, la démarche et les résultats obtenus.

Intéressé par le développement web et sensible à la dimension sociale du projet *O-Point*, j'ai choisi ce thème à la fois pour développer des compétences pratiques pour mon avenir professionnel, mais également pour amener ma pierre à l'édifice d'un projet qui m'est apparu comme d'utilité publique. De plus, j'ai déjà eu la chance de travailler pour le mandant d'*O-Point* dans le cadre d'un autre projet encadré par la HES-SO, Monsieur Julien Torrent, avec qui j'ai particulièrement apprécié collaborer.

L'énoncé de départ du travail ne mentionnant pas qu'un site existait déjà et qu'aucune réelle analyse des besoins n'avait été menée en amont, nous avons décidé en accord avec les parties prenantes – le professeur encadrant le travail de Bachelor, Monsieur Alexandre Cotting, Monsieur Julien Torrent et l'adjoint scientifique avec qui j'ai collaboré, Monsieur Benjamin Nanchen – de mettre l'accent sur la phase d'analyse et de greffer des fonctionnalités sur le site existant en fonction des résultats obtenus.

O-Point étant destiné à être mis en production, le but de cette démarche était de développer des fonctionnalités utiles et répondant à une demande réelle. C'est pourquoi le développement s'est naturellement subordonné, au bénéfice d'une meilleure compréhension des enjeux et d'une documentation de valeur qui fournira une base de référence fiable pour la suite du projet.

Il est préférable d'être familier avec les concepts d'Agilité, de gestion de projet et de développement informatique pour saisir pleinement le déroulement et les décisions prises lors du présent travail. De même, une connaissance du contexte et de l'environnement du handicap peut aussi aider à la compréhension des enjeux traités.

Julien Reichenbach

Le rapport est sourcé selon les normes décrites par l'American Psychology Association (APA).

iii. Remerciements

Je remercie chaleureusement toutes les personnes ayant facilité ou rendu possible la réalisation de mon travail de Bachelor.

Je tiens à remercier tout particulièrement :

- Monsieur le Professeur Alexandre Cotting, pour l'encadrement du projet et ses nombreuses idées ou suggestions ;
- Monsieur Julien Torrent du Centre d'Innovation pour les Technologies d'Assistance et mandant du projet, pour sa flexibilité et son expertise dans le domaine du handicap, dont j'ai pu profiter durant la réalisation du travail ;
- Monsieur Benjamin Nanchen du Living Lab Handicap, pour sa disponibilité, sa pédagogie et son savoir-faire en matière d'expérience utilisateur et analyse des besoins ;
- Monsieur le Professeur Pierre Margot-Cattin pour sa grande connaissance du monde du handicap ainsi que pour les précieuses informations émanant de ses recherches sur le contexte professionnel des personnes en situation de handicap en Valais.

Je remercie également toutes les personnes interviewées – personnes en situation de handicap, accompagnants ou autres professionnels – sans qui mon travail n'aurait pas eu la profondeur et l'authenticité qu'il a aujourd'hui.

J'adresse également un grand merci aux proches qui ont eu le courage et la gentillesse de relire mon travail avant publication afin de me permettre de réduire les coquilles et incohérences, qui sont inhérentes au contexte dans lequel se déroule ce type de travail.

iv. Table des matières

1.	Introduction.....	1
1.1.	Contexte du travail	1
1.2.	Living Lab Handicap.....	2
1.3.	Besoins et solution envisagée	2
1.4.	Structure de travail.....	3
2.	Méthodologies.....	4
2.1.	Phase de recherche	4
2.1.1.	"Garrett's 5 S" et son application	4
2.1.2.	Questions de recherche.....	6
2.2.	Développement de la solution	7
2.2.1.	Application et adaptation de SCRUM	7
2.2.2.	Contact avec les utilisateurs	8
3.	État de l'art.....	9
3.1.	Mise en garde.....	9
3.2.	Introduction des thèmes	10
3.2.1.	Types de relation	10
3.2.2.	Besoins spécifiques.....	11
3.3.	Solutions généralistes	11
3.3.1.	Médias sociaux	12
3.3.2.	Relations amoureuses	15
3.3.3.	Réseaux professionnels	19
3.4.	Solutions communautaires	21
3.4.1.	Benchmark.....	22
3.4.2.	Public souffrant d'un handicap.....	23

4. Analyse et définition des besoins	34
4.1. Interviews de potentiels utilisateurs.....	34
4.1.1. Guide d'entretien	35
4.1.2. Échantillon d'utilisateurs	35
4.1.3. Synthèse des entretiens	36
4.2. Besoins spécifiques	38
4.2.1. Ouverture vers le monde externe au handicap	38
4.2.2. Modération et inscription.....	39
4.2.3. Contenus spécifiques au handicap	39
4.3. Définition des utilisateurs	40
4.3.1. Utilisateurs non-validés	40
4.3.2. Membres.....	41
4.3.3. Entreprises.....	42
4.3.4. Modérateurs	43
4.3.5. Administrateurs	43
4.4. Value Proposition Canvas.....	43
4.5. Personas	44
4.5.1. Persona primaire	44
4.5.2. Proto personas secondaires	46
5. User Experience	48
5.1. Web Accessibility Initiative	48
5.2. Use cases	48
5.2.1. Inscription à deux niveaux	49
5.2.2. Modération.....	50
5.2.3. Emploi	51
5.2.4. Bons plans.....	52

5.3.	Design initial des interfaces	53
5.3.1.	Mockups de l'inscription en deux étapes	53
5.3.2.	Mockups emploi	56
6.	Architecture informatique	66
6.1.	Données conservées	66
6.1.1.	Considérations éthiques et RGPD.....	66
6.1.2.	Base de données.....	67
6.2.	Choix technologique.....	67
6.2.1.	Solution existante et Humhub.....	68
6.2.2.	Critères de choix et notation	68
6.2.3.	Tableau comparatif.....	69
6.2.4.	Décision	70
7.	Développement	70
7.1.	Environnement de développement	71
7.2.	Développement backend	71
7.2.1.	Préparation de la base de données	71
7.2.2.	Logique métier.....	73
7.3.	Développement frontend.....	73
7.4.	Obstacles rencontrés.....	74
8.	Tests utilisateur	74
8.1.	Validation des mockups	75
8.2.	Compte-rendu des discussions	75
8.2.1.	Demande de validation.....	75
8.2.2.	Processus emploi	75
9.	Vérification de l'hypothèse	77
10.	Recommandations pour la suite	78

11.	Conclusion	79
12.	Déclaration sur l'honneur	80
13.	Références	81
14.	Références des illustrations.....	87
15.	Annexes.....	90
15.1.	Cahier des charges initial (14.05.2019).....	90
15.2.	Entretiens utilisateurs	91
15.2.1.	Guide d'entretien.....	91
15.2.2.	Retranscriptions	92
15.2.3.	Codage des entretiens	102
15.3.	Présentation du Professeur Pierre Margot-Cattin	110
15.4.	Product backlog post-bachelor	122

v. Table des illustrations

Figure 1 : Logo du Living Lab Handicap	2
Figure 2 : Modélisation des cinq plans de Garrett	5
Figure 3 : Schéma théorique de SCRUM.....	8
Figure 4 : Logo officiel de <i>Facebook</i>	12
Figure 5 : Logo officiel de <i>Twitter</i>	14
Figure 6 : Logo officiel de <i>Tinder</i> depuis 2017.....	16
Figure 7 : Logo officiel de <i>Badoo</i>	18
Figure 8 : Logo officiel de <i>LinkedIn</i>	19
Figure 9 : Carte de <i>Jaccede.com</i>	24
Figure 10 : Exemple de profil <i>Jaccede.com</i>	25
Figure 11 : Fenêtre de signalement de <i>Jaccede.com</i>	26
Figure 12: Fréquentation faussée d'Handicap-Rencontres.....	28
Figure 13: Témoignages douteux d'utilisateurs sur la page de paiement d'Handicap-Rencontres	28
Figure 14 : Écran d'accueil de chat-handicape	29
Figure 15 : Page de profil de chat-handicape.....	30
Figure 16 : Page d'accueil d'Handicapeo, une fois connecté	32
Figure 17 : Formulaire d'inscription d'Handicapeo	32
Figure 18 : Pop-up sur Handicapeo, incitant à l'achat d'un abonnement VIP	33
Figure 19 : VPC résultant de l'analyse des besoins	44
Figure 20 : Persona primaire d'un utilisateur d' <i>O-Point</i>	45
Figure 21 : Use case de l'inscription en deux étapes.....	49
Figure 22 : Use case des mécanismes de signalement.....	50
Figure 23 : Use case du pôle emploi.....	51
Figure 24 : Use case du pôle bon plan.....	52
Figure 25 : Mockup du profil utilisateur et demande de validation	53
Figure 26 : Mockup de l'onglet Validation, côté modérateur	54
Figure 27 : Workflow de l'inscription en deux étapes	55
Figure 28 : Mockup du panel emploi, création d'une offre.....	56
Figure 29 : Mockup du panel emploi, liste des offres publiées.....	57

Figure 30 : Mockup du panel emploi, archive des offres publiées.....	58
Figure 31 : Mockup du panel emploi, candidatures reçues	59
Figure 32 : Mockup du panel emploi, liste des offres disponibles	60
Figure 33 : Mockup d'une offre et formulaire de postulation	61
Figure 34 : Mockup du panel emploi, candidatures envoyées	62
Figure 35 : Mockup du panel emploi, validation des offres	63
Figure 36 : Détail d'une offre, vue modérateur et créateur.....	64
Figure 37 : Workflow du pôle emploi	65
Figure 38 : GitHub Stars History, graphique de la popularité des trois frameworks	69
Figure 39 : Nouvelles tables et colonnes dans la base de données	72
Figure 40 : Product backlog, sprints réalisés (le texte en rouge représente les fonctionnalités encore à implémenter).....	122
Figure 41 : Product backlog, user stories restantes	123

vi. Tableaux

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des solutions existantes	23
Tableau 2 : Proto persona d'un accompagnant	46
Tableau 3: Proto persona d'un employé des ressources humaines.....	47
Tableau 4 : Proto persona d'un employé d'un office de placement.....	47
Tableau 5 : Comparatif des frameworks frontend	70

vii. Lexique

<i>Frontend</i>	Partie "frontale", visible d'une application ou d'un site web.
<i>Backend</i>	Partie "dorsale", invisible d'une application ou d'un site web.
<i>Feature</i>	Fonctionnalité (d'un site ou d'une application).
<i>Workflow</i>	Flux de travail, désigne le déroulement d'une action ou d'une tâche.
<i>Framework</i>	Ensemble cohérent de composants logiciels.
<i>Product backlog</i>	Outil de planification de projet, collection d' <i>user stories</i> .
<i>User friendliness</i>	Proche du concept d'accessibilité, décrit la facilité d'utilisation et de compréhension de l'interface utilisateur.
<i>User Story</i>	Fonctionnalité d'un service, décrite par son utilisateur et le but recherché.
<i>Wireframe</i>	<i>Mockup</i> en "fil de fer", proche du résultat final escompté.
<i>Mockup</i>	Maquette, prototype d'interface utilisateur très fidèle au résultat final
<i>SCRUM</i>	<i>Framework</i> pour la gestion de projet, basé sur l' <i>agilité</i> .
<i>Agilité</i>	Concept de réalisation de projet, qui met en avant la collaboration avec le client et l'adaptabilité.
<i>Sprint</i>	Fenêtre de temps (deux à trois semaines) sur laquelle une sélection d' <i>user stories</i> est développée.
<i>Match</i>	Se dit lorsque deux utilisateurs manifestent une attirance réciproque et sont mis en relation par l'application.
<i>Freemium</i>	Désigne une application gratuite, nécessitant un achat (unique ou sous forme d'abonnement) pour avoir accès à toutes les fonctionnalités.
<i>Safe space</i>	Espace, réel ou virtuel, dans lequel on est (ou se sent) en sécurité.
<i>Text-to-Speech</i>	Synthétiseur vocal, outil qui lit à haute voix du texte.
<i>Gamification</i>	Système de récompenses, octroyant de l'expérience, des niveaux, ... aux utilisateurs à la façon d'un jeu vidéo. Permet de fidéliser et d'augmenter l'implication des utilisateurs.
<i>Wall-of-Fame</i>	"Mur de la renommée", sur lequel apparaissent des utilisateurs méritants.
<i>Scam</i>	"Arnaque", terme souvent utilisé pour désigner des escroqueries sur internet.

viii. Abréviations

<i>LLH</i>	Living Lab Handicap ; mandant du projet <i>O-Point</i> .
<i>WAI</i>	Web Accessibility Initiative ; manifeste regroupant des bonnes pratiques d'UX émanant de W3C.
<i>WCAG</i>	Web Content Accessibility Guidelines ; très similaire à <i>WAI</i>
<i>RGPD</i>	Règlement Général sur la Protection des Données ; ensemble de lois datant de 2018 appliquées sur le territoire européen en matière de protection de données.
<i>UX</i>	User Experience ; utilisabilité et ergonomie d'un logiciel.
<i>CEO</i>	Chief Executive Officer ; directeur général d'une société.
<i>B2B</i>	Business-To-Business ; type de commerce basée sur l'échange de produits ou services directement entre deux entreprises.
<i>IMC</i>	Infirmité Motrice Cérébrale ; handicap caractérisé par des paralysies et d'autres troubles moteurs, sans altération de la personnalité.
<i>BMC</i>	Business Model Canvas ; outil d'analyse permettant d'analyser, via un modèle graphique, une affaire de façon globale.
<i>VPC</i>	Value Proposition Canvas ; outil d'analyse plus sommaire que le BMC, couvrant uniquement l'analyse du segment client et la proposition de valeur.
<i>ORP</i>	Office Régionaux de Placement ; bureaux suisses étatiques, facilitant la rencontre entre chômeurs et employeurs, désignée comme "la plus grande bourse de l'emploi en Suisse" (WeGroup, s.d.).
<i>MSP</i>	Maître socio-professionnel.

1. Introduction

Comme mentionné dans l'avant-propos, l'environnement autour du handicap est particulièrement sensible et mécompris par les personnes externes à ces problématiques. Des activités basiques, paraissant presque anecdotiques pour des personnes dites valides peuvent constituer un défi pour une personne souffrant de handicap, voire même être complètement irréalisable. De plus, la nature-même du handicap – ou du polyhandicap – change totalement la donne : une personne souffrant d'un handicap mental n'aura pas les mêmes limitations qu'une personne souffrant d'un handicap physique. D'ailleurs, une simple catégorisation entre ces deux groupes ne suffit pas : il existe en effet une multitude de situations uniques et multifactorielles. Les frustrations et les besoins qui en découlent sont donc différents d'un individu à l'autre.

Les avancées technologiques – comme l'informatique au sens large du terme - permettent de résoudre certaines problématiques, ou du moins de soulager ces personnes en répondant au mieux à certains de leurs besoins. *O-Point* s'inscrit dans cette démarche de soutien aux personnes en situation de handicap.

La solution proposée est une plateforme web, offrant l'opportunité de renouer des liens sociaux ou professionnels, dans un contexte d'ouverture et sécurisant. Toutefois, l'inclusion étant au centre des interrogations, le site s'adresse autant à un public valide qu'aux personnes souffrant de handicap afin d'éviter un phénomène de ghettoïsation.

1.1. Contexte du travail

Le présent travail est l'étape finale de la formation d'informatique de gestion délivrée par la HES-SO Valais/Wallis. Il a pour objectif de valider les compétences techniques et de gestion de projet acquises durant le cursus. Le thème a été sélectionné par l'étudiant parmi une liste de sujets proposés durant la troisième et dernière année. Ces sujets émanent de propositions de professeurs ou d'élèves, très souvent en collaboration avec un mandant externe à l'école. Le travail se déroule sur trois mois – du 1^{er} mai au 31 juillet 2019 – et sa durée est estimée à 360 heures. Une défense orale aura lieu le 30 août, durant laquelle l'étudiant présentera son travail au professeur encadrant, en présence d'un expert du domaine.

En l'occurrence, le présent projet a été proposé par le Centre d'Innovation pour les Technologies d'Assistance (IATLab), basé au Technopole de Sierre. Il a été repris par la suite par le Living Lab Handicap, fondé lui-même par IATLab, en gardant toutefois le même "product owner". L'énoncé et les objectifs du travail ont été légèrement modifiés en cours de route, afin de prendre en compte la part importante d'analyse. L'idée a à l'origine été portée par Madame France Santi, experte du "facile à lire".

1.2. Living Lab Handicap

Fondé en 2018 par IATLab et la HES-SO Valais/Wallis, en collaboration avec diverses institutions liées au handicap, le Living Lab Handicap (LLH) se présente comme "un lieu d'échange entre différents partenaires sur les questions liées au handicap et les solutions technologiques et services qui peuvent leur venir en aide" (Living Lab Handicap, 2019). Le projet poursuit donc l'objectif de développer des solutions concrètes pour venir en aide aux personnes en situation de handicap, en collaboration étroite avec les intervenants.



Figure 1 : Logo du Living Lab Handicap

Le présent travail a été réalisé avec la participation et la supervision de Monsieur Benjamin Nanchen du LLH, qui a partagé son expertise et ses connaissances en termes de recherches utilisateur, notamment durant la phase d'interviews.

1.3. Besoins et solution envisagée

Au travers d'une série d'interviews d'utilisateurs, différents besoins ont été exprimés : isolement social, peine à trouver du travail, image de soi, désir de s'épanouir et de devenir autonome, ... Pour remédier à ces problématiques, ou du moins les soulager, nous nous sommes penchés sur des solutions concrètes permettant d'y parvenir.

Dans un monde de plus en plus connecté, ces problèmes font immédiatement écho à l'utilisation de divers réseaux sociaux, servant chacun des desseins différents – création de liens amicaux ou amoureux, vitrine professionnelle, validation de sa personne ou encore simple partage d'information. À l'heure actuelle, les réseaux sociaux foisonnent sur internet et sont de plus en plus accessibles, même pour des utilisateurs présentant des besoins très spécifiques. Toutefois, il s'avère qu'en réalité, dans ce contexte particulier du handicap, aucun ne parvient à couvrir tous les besoins exprimés ou ne s'est montré satisfaisant. Par exemple, créer une page *Facebook* spécifiquement pour les personnes en situation de handicap montre très rapidement ses limites, sur le plan de la modération entre autres.

C'est pourquoi le développement d'un outil adapté – en l'occurrence une plateforme web – est apparu comme la meilleure option pour tenter de relever ces défis.

1.4. Structure de travail

Le présent document est structuré selon l'approche des cinq S de Jesse James Garrett (voir chapitre 2.1.1) afin de suivre et comprendre le processus de recherche, jusqu'à son aboutissement au travers d'une solution web. La phase d'analyse se décompose en plusieurs étapes :

- État de l'art (solutions généralistes et communautaires) ;
- Analyse des besoins utilisateurs au travers d'interviews (en face-à-face, via Skype ou par écrit)
- Description des solutions envisagées (définition du public cible et fonctionnalités rattachées, mockups)
- Implémentation des résultats (choix des technologies, gestion des données stockées).

Les cinq S servent de fil conducteur au travail au document. Le rapport se conclut par des recommandations pour la suite, dans le cas de figure où le mandant souhaiterait poursuivre le projet après l'échéance du Bachelor.

2. Méthodologies

Afin de mener à bien le projet *O-Point*, il a été nécessaire de définir des méthodologies de travail, ceci tant en phase de recherche qu'en phase de développement. Nos choix se sont portés sur la base des standards actuels en termes de recherche sur les besoins utilisateur et de développement web. Le cursus suivi dans le cadre de la Filière d'Informatique de Gestion nous a également orienté vers les choix décrits ci-après.

2.1. Phase de recherche

La phase de recherche s'est principalement orientée autour des besoins utilisateurs. A noter que le public ciblé par *O-Point* est spécifique et requiert une attention particulière ; il est nécessaire de répondre à certaines problématiques, notamment sur l'inclusion sociale ou les habitudes d'utilisation des réseaux sociaux, afin de commencer le développement de la plateforme et de tenir compte des besoins particuliers de l'audience cible.

2.1.1. "Garrett's 5 S" et son application

Dans le cadre d'un développement d'une application web, le modèle des "5 S" de Jesse James Garrett est apparu comme particulièrement adapté et pertinent. Il permet en effet de concevoir une plateforme à la fois orientée sur les attentes des utilisateurs, tout en mettant l'accent sur le design des différentes pages et du workflow du site.

Le modèle des cinq S de Garrett, également appelé les cinq plans, est "un framework conceptuel qui permet de décrire les problèmes d'expérience utilisateur et fournit des outils pour les résoudre" (Garrett, 2011). Les différentes étapes peuvent être développées séquentiellement ou en parallèle, selon les besoins du projet.

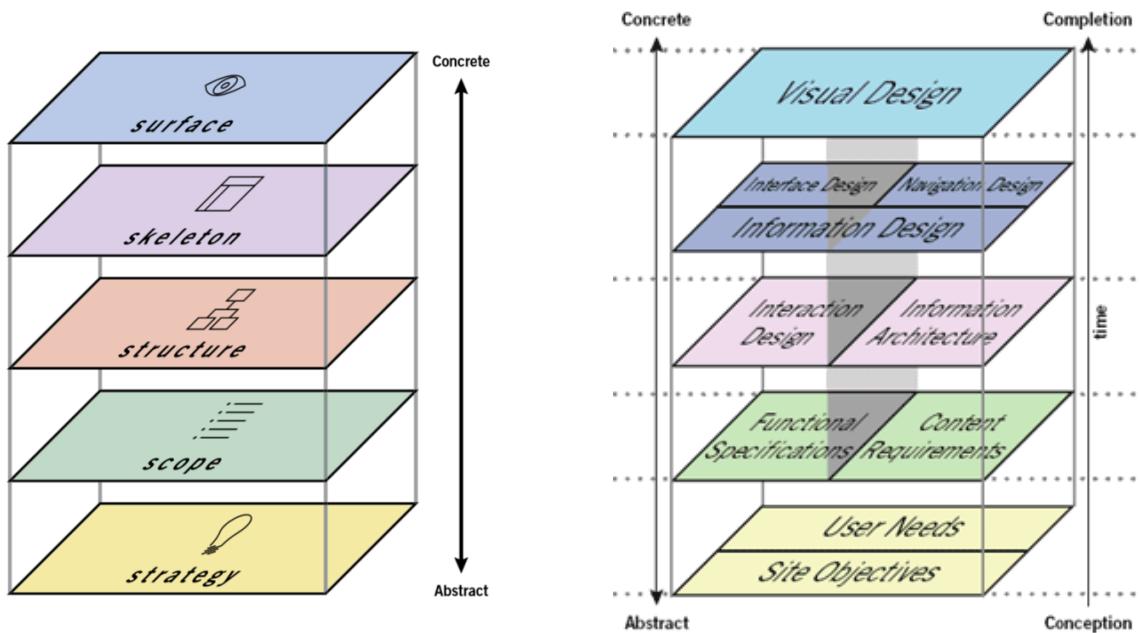


Figure 2 : Modélisation des cinq plans de Garrett

Strategy

L'étape de la stratégie consiste à dégager les besoins utilisateur ainsi que les buts poursuivis par l'application. Ces points seront approfondis lors des entretiens individuels avec les utilisateurs potentiels – aussi bien les personnes en situation de handicap que les professionnels, qui permettront de dégager des objectifs clairs pour la plateforme ainsi que de prioriser leurs besoins.

Les aprioris du projet initial portaient sur la détresse affective et relationnelle des personnes en situation de handicap – sans différencier si celui-ci est mental ou physique – ainsi que sur leur souhait d'être cloisonnés dans un environnement sûr. La phase de "Strategy" sert à valider ou invalider ces postulats ainsi qu'à définir les objectifs finaux de la solution.

Scope

La définition des fonctionnalités découle des entretiens et des conclusions tirées de l'étape de stratégie. Le codage des entretiens (voir annexes) donne une vue d'ensemble des informations extraites et les classe par thématiques, en trois niveaux de granularité. Ce procédé nous permet de dresser les "user stories" et le "product backlog", puis de préparer le développement de la solution et le suivi des itérations.

Structure

Une fois les besoins identifiés et les fonctionnalités décrites, il est possible d'esquisser les interfaces du site et de concevoir un "workflow" basique. L'état de l'art aide à la compréhension des bonnes pratiques et des standards en vigueur dans les applications grand public proposant des fonctionnalités similaires. Il est également question d'intégrer au projet les directives de *l'Initiative sur l'Accessibilité du Web (WAI)*, pour en améliorer l'accessibilité et gagner en "user friendliness".

La liste de fonctionnalités précédemment dressée rend possible la structuration des données. Celle-ci devra également tenir compte des enjeux du *Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)* et répondre aux contraintes qui en découlent. Le principe de proportion doit être respecté quant aux données récoltées et leur usage doit pouvoir se justifier.

Skeleton

La validation des "sketchs" par l'utilisation de proto-personas permettra de concevoir le design final des interfaces du site, selon le retour des utilisateurs interrogés.

Les décisions prises lors de la phase précédente orienteront le design final de la base de données et son implémentation.

Surface

À la suite des validations et affinements successifs des phases précédentes, l'interface finale est implantée sur la plateforme. Les enjeux d'accessibilité doivent rester une priorité et sont couverts au maximum, afin que les utilisateurs souffrant d'un handicap physique puissent profiter des fonctionnalités disponibles.

2.1.2. Questions de recherche

Les questions autour de l'utilité de la plateforme ainsi que des besoins spécifiques aux utilisateurs finaux n'ont pas encore de réponse au début de notre travail. Il a été nécessaire de les éclaircir au travers d'entretiens réalisés avec des personnes en situation de handicap et professionnel du handicap. Leurs conclusions sont détaillées plus loin dans ce rapport.

Des interrogations autour de la modération du site, de la divulgation d'information aux autres utilisateurs, de la façon de mettre en contact les membres ou encore sur l'éventuelle attribution d'un professionnel à chaque membre pour intervenir en cas de détresse sont en suspens et doivent être mises au clair lors de la phase d'analyse, appelée "Strategy" par Garrett. La problématique de l'inclusion sociale est également centrale : est-ce qu'une telle solution ne risque pas d'ostraciser les gens qui l'utilisent ? Dans le contexte donné, est-ce souhaitable ?

L'ensemble de ces questions peut être synthétisé de la façon suivante : est-ce que l'élaboration d'une plateforme web à destination de personnes en situation de handicap et de leur entourage est pertinente, et à quels besoins doit-elle répondre ?

2.2. Développement de la solution

Afin de suivre convenablement le développement d'*O-Point* et d'être flexible en tout temps, au cas où les priorités ou les exigences du projet viendraient à évoluer au fil des résultats des interviews, il convient d'adopter un mode de fonctionnement agile.

2.2.1. Application et adaptation de SCRUM

La méthodologie SCRUM permet à la fois de remplir le critère d'agilité et de développement itératif. Chaque itération permet de valider les "items" du "product backlog" sélectionnés par le client et de les faire expérimenter par les utilisateurs. C'est pourquoi nous utiliserons certains principes du "framework" SCRUM dans le cadre d'*O-Point*.

La phase d'analyse représentant une part prépondérante du présent travail, seul un sprint initial est prévu durant lequel la base de données devra être implémentée et certaines fonctionnalités prioritaires seront développées. Aussi, le projet étant développé individuellement, le "framework" SCRUM a été adapté et les artefacts maintenus ont été réduits en conséquence afin de nécessiter moins de documentation. Ainsi, le "product backlog" suffit à planifier et prioriser les différentes "user stories", leurs tâches respectives étant décris dans les critères d'acceptance. Dans le contexte d'un projet de groupe, nécessitant un monitoring rigoureux et une attribution claire des tâches, des artefacts supplémentaires aurait été nécessaires.

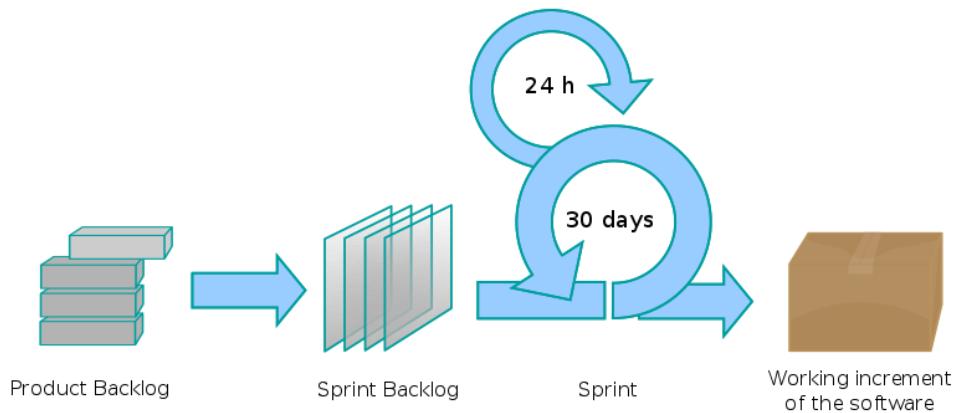


Figure 3 : Schéma théorique de SCRUM

2.2.2. Contact avec les utilisateurs

Au vu du contexte de développement d'*O-Point*, un contact régulier avec les utilisateurs est crucial, ceci à la fois pour la définition initiale de leurs attentes mais aussi pour s'assurer de la cohérence du travail fourni.

En plus des entretiens réalisés en début de projet, les utilisateurs seront sollicités au fil du développement, dans la mesure de nos disponibilités et des leurs. Cette démarche a pour objectif de ne pas s'écartez de leurs attentes, tout en garantissant de la flexibilité au projet.

3. État de l'art

Afin de mener à bien le développement du premier "S" défini par Garrett, c'est-à-dire la "Strategy" de la plateforme, il est nécessaire de cataloguer et d'analyser l'existant.

En l'occurrence, nous nous intéressons aux réseaux sociaux classiques, qui se sont imposés comme références en la matière au cours de la dernière décennie. Le géant incontesté *Facebook* est évidemment le principal social network depuis des années, bien que des concurrents sérieux, tel que *Twitter*, progressent à grands pas.

O-Point n'étant pas qu'un simple réseau social, il convient d'également se pencher sur les applications dédiées aux rencontres, comme *Tinder* ou *Badoo*. Malgré leur essor et leur efficacité à établir un premier contact, il est de notoriété publique que les applications de rencontre constituent un milieu particulièrement hostile pour les utilisateurs ne remplissant pas certains critères esthétiques, par exemple. Il apparaît aussi qu'elles interviennent dans le façonnement de la perception de soi de leurs utilisateurs (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

La troisième grande famille de médias sociaux est largement représentée par *LinkedIn*, il s'agit des réseaux professionnels. En effet, *O-Point* pourrait également servir de marché de l'emploi. Il n'est pas rare que les personnes souffrant d'un handicap éprouvent des difficultés à trouver du travail, situation qui peut engendrer un standard de vie précaire. Cependant, *O-Point* pourrait servir de passerelle entre employeurs et personnes en situation de handicap cherchant du travail, car il a été observé que ces deux groupes ont souvent du mal à établir un lien (Margot-Cattin, 2017).

3.1. Mise en garde

Les chiffres énoncés dans les paragraphes à venir sont à replacer dans leur contexte. Les réseaux sociaux étant très volatiles, les statistiques deviennent rapidement obsolètes et vides de sens. Il n'est pas impossible qu'un réseau social mineur ou encore inexistant prenne une place prépondérante dans les mois ou années à venir, bien qu'absent au moment de l'élaboration du présent état de l'art.

3.2. Introduction des thèmes

Dans un but de clarté, il est important de définir des bases communes avant de se pencher sur les solutions existantes et de les détailler.

Entretenir une amitié, débattre sur un sujet ou encore partager des liens sur l'actualité ne s'inscrivent pas dans la même démarche que celle de chercher à tisser de nouveaux liens amicaux ou amoureux.

En plus de ces considérations, l'audience visée par *O-Point* est sujette à des besoins très spécifiques. Ils découlent d'une part de la situation de handicap des futurs utilisateurs, mais également du type de handicap, qui influence fortement leurs besoins ergonomiques ou pratiques.

3.2.1. Types de relation

Dans le contexte d'*O-Point* et pour atteindre les objectifs de la plateforme, il est possible de dégager trois types de relation : amicale, amoureuse et professionnelle. Il est capital d'en saisir l'essence et les enjeux distincts afin de développer des fonctionnalités pertinentes.

Relation amicale

Une relation amicale peut être virtuelle, c'est-à-dire se cantonner à des échanges strictement en ligne et sans rencontre physique, ou réelle. Il n'est pas rare de faire connaissance avec des gens en ligne avec qui nous partageons régulièrement des idées, des tranches de vie ou simplement des discussions anodines. Que ce soit le temps d'une conversation sur *Facebook Messenger* ou durant plusieurs années, les relations amicales englobent tous ces cas de figure.

Rencontre amoureuse

Dans le cadre d'*O-Point* – et des applications de rencontres en général – la relation amoureuse comprend des rencontres charnelles, à court terme, mais aussi un possible engagement à long terme. En réalité, l'issue dépend des intéressés et de leurs objectifs. Dans le cadre de l'article 23 de la convention de l'ONU relative aux droits des personnes

handicapées, il apparaît judicieux que la plateforme offre la possibilité de rechercher tout type de relation amoureuse, y compris d'ordre éphémère.

Opportunités professionnelles

Bien qu'ouverts à embaucher des personnes en situation de handicap, il ressort que les recruteurs valaisans ne savent pas comment toucher ce public (Margot-Cattin, 2017). En effet, une étude menée à ce sujet souligne l'absence d'un portail où chercheurs d'emploi en situation de handicap et recruteurs peuvent se rencontrer, afin de collaborer. Il existe aussi des préjugés, freinant ce phénomène : coûts d'aménagement, difficultés d'intégration, fragilité, risques à l'embauche, etc. La demande d'une telle interface existe donc en Valais, mais probablement aussi à l'échelle nationale.

3.2.2. Besoins spécifiques

La nature des différents handicaps physiques – par exemple malvoyance, surdité, hémiplégie, IMC – mais aussi mentaux de l'audience cible implique des besoins en ergonomie plus exigeants que pour un utilisateur valide. Des solutions existent, pour notamment augmenter les contrastes ou se servir de la voix pour écrire, pour pallier les limitations dues au handicap et rendre la plateforme accessible de façon optimale à un maximum d'utilisateurs.

Déjà sujet à polémique et à prévention, l'image de soi sur les réseaux sociaux est une préoccupation d'autant plus délicate pour un public souffrant de handicap. Afin de garantir un environnement sain et positif, une modération forte permettrait de réduire les risques d'insultes, de harcèlement, d'escroquerie ou tout autre type de comportement malveillant. De plus, impliquer les utilisateurs dans le processus de modération renforcerait leur adhésion à la communauté du site.

3.3. Solutions généralistes

Les applications que nous appelons généralistes désignent les plateformes qui ne visent pas une audience ou une communauté précise. Elles sont fréquentées par des utilisateurs hétéroclites, bien qu'il soit généralement possible d'y créer des groupes ou des espaces dédiés à des sujets de discussion, des centres d'intérêt ou des groupes sociaux.

Quand bien même *O-Point* ne cherche pas forcément à séduire un public généraliste, l'analyse des principaux acteurs du marché permet de mettre en évidence les tendances actuelles et de s'approprier leurs bonnes pratiques. La compréhension de ces éléments aboutit à une plateforme plus agréable à utiliser et s'inscrit dans l'idée de ne pas réinventer la roue, en s'inspirant de ce qui fonctionne déjà.

3.3.1. Médias sociaux

Historiquement, le concept de réseau social a été théorisé par l'anthropologue australien John Arundel Barnes, qui le définit comme un agencement de personnes ou de groupes ayant un sens, c'est-à-dire construit autour de bases communes telles que la famille, un cercle d'amis, ... (Barnes, 1954). La technologie n'est à l'origine pas impliquée dans le réseau social ; à contrario, le média social est fortement lié à l'utilisation de la technologie et au Web 2.0.

Facebook

Fondé par Mark Zuckerberg en 2004, la plateforme a été effectivement mise en ligne en 2006. Encore aujourd'hui, *Facebook* est la référence du média social. Bien que la plateforme observe une tendance à perdre petit à petit son audience la plus jeune au profit de *Twitter*, elle reste de très loin la plus connue et la plus fréquentée en 2019 (Coëffé, 2018).



Figure 4 : Logo officiel de Facebook

Chiffres clés

Les données ci-après datent du 6 janvier 2019 (Aslam, Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, 2019).

- 2,23 milliards d'utilisateurs actifs mensuellement ;
- Répartition par genre : 53% de femmes et 47% d'hommes ;
- Moyenne de 155 amis ;
- Temps moyen passé sur *Facebook* par visite : 35 minutes ;

- Près de 56 milliards de dollars de chiffre d'affaire (Facebook Revenue 2009-2019, 2019).

Stratégie et vision

La vision énoncée par *Facebook* est de "procurer une valeur pour les utilisateurs qui va au-delà de la simple interaction virtuelle, et d'offrir une opportunité égale à tout le monde de s'exprimer et de façonner l'avenir de la planète" (Roy, 2014). Ajouté à ça, les cinq valeurs fondamentales de *Facebook* sont l'accent sur l'impact, innover en tout temps, être courageux, être ouvert et créer de la valeur sociale.

Audience

Par sa place de précurseur, *Facebook* touche un très large éventail d'âge, tant les 18-29 ans que les 65 ans et plus. Contrairement à *LinkedIn* ou d'autres plateformes, il n'existe pas de catégorie sociale particulièrement représentée. La répartition par genre indique une fois encore une quasi-égalité. Les utilisateurs de *Facebook* sont la définition même d'hétérogénéité.

Modèle économique

L'essentiel des revenus générés par *Facebook* provient de la publicité, soit 90% de son chiffre d'affaire (J-Courville-Marceau, 2011). L'optimisation de la publicité est devenue un enjeu majeur de la plateforme, qui travaille avec plus de cinq millions d'annonceurs (Aslam, Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, 2019).

Différenciation

Grâce à l'énorme part de marché occupée par *Facebook*, sa différenciation se fait par le nombre d'utilisateurs actifs, rendant la plateforme particulièrement vivante. À noter aussi que beaucoup de standards actuels en matière de média social ont été établis par *Facebook* et son succès.

Twitter

Lancé en mars 2006 par Jack Dorsey, *Twitter* est le concurrent le plus sérieux de *Facebook* sur le terrain des médias sociaux traditionnels, qui visent à relier des gens selon des affinités. Bien qu'encore nettement moins populaire que *Facebook*, il apparait que de plus en plus de

gens utilisent *Twitter* pour chercher de l'information et sa popularité chez les tranches d'audience les plus jeunes ainsi que les petites et moyennes entreprises lui assure un avenir prometteur.



Figure 5 : Logo officiel de Twitter

Chiffres clés

Les données ci-après datent du 6 janvier 2019 (Aslam, Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, 2019).

- 326 millions d'utilisateurs actifs mensuellement ;
- Répartition par genre : 53% d'hommes et 47% de femmes ;
- 50% des utilisateurs utilisent *Twitter* quotidiennement ;
- 711 millions de dollars de chiffre d'affaire.

Stratégie et vision

Twitter veut "atteindre l'audience quotidienne la plus étendue du monde, en connectant tous les individus à leur univers, grâce à leur plateforme de partage et de distribution d'informations et être une des entreprises d'Internet avec le plus de revenus au monde" (Twitter's Vision, 2015). La plateforme renvoie l'image d'une fenêtre sur le monde, à laquelle il suffirait de jeter un coup d'œil pour obtenir des informations ou échanger.

Audience

Plus du tiers des utilisateurs de *Twitter* ont entre 18 et 29, et plus des deux tiers ont entre 18 et 49 ans, ce qui en fait un réseau social assez peu représenté par les seniors (Aslam, Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, 2019). Bien que légèrement plus masculine, l'audience ne se distingue pas par la surreprésentation d'un genre.

La plateforme est également très prisée par les petites et moyennes entreprises, qui s'en servent comme support de service client. Il est aussi intéressant de noter que 83% des pays reconnus par les Nations Unies sont présents sur *Twitter*.

Modèle économique

Tout comme *Facebook*, l'essentiel des revenus de *Twitter* est généré par la publicité, principalement celle sur téléphone mobile (88% en 2018).

Différenciation

La force de *Twitter* est de relier les utilisateurs non pas par une notion d'amitié, mais par des centres d'intérêt et des idées. Ainsi, des gens partageant une passion commune pour le ski seront amenés à discuter, à échanger car ils "follow" d'autres utilisateurs qui transmettront des informations autour du ski. Cette nuance peut paraître anecdotique, toutefois elle favorise l'émulsion des discussions et des nouvelles rencontres, car elle implique de converser régulièrement avec de nouveaux interlocuteurs, fédérés autour de préoccupations semblables.

3.3.2. Relations amoureuses

Contrairement aux réseaux sociaux, qui ont comme but principal l'échange d'idées et de rassembler des gens autour de soi, il existe aussi des sites qui ont pour but premier de rencontrer l'amour, plus ou moins à long terme. Toutefois, le critère de démarcation principal des utilisateurs étant leur physique, la superficialité des rencontres est très souvent décriée. Bien que des solutions alternatives existent, tentant de mettre en valeur la personnalité ou les centres d'intérêt pour faire "matcher" les utilisateurs, elles n'attirent toutefois pas l'audience des géants du marché.

Tinder

Lancé en septembre 2012, *Tinder* compte aujourd'hui près de 50 millions d'utilisateurs, la propulsant très loin devant ses autres concurrents sur le marché des applications de rencontres. Il est intéressant d'observer que, contrairement aux réseaux sociaux précédemment traités, le genre des utilisateurs influencent fortement l'utilisation faite de

l'application et les objectifs poursuivis (Ranzini & Lutz, 2017). Le fait que seulement 54% des utilisateurs soient célibataires révèle aussi un usage insoupçonné de l'application.



Figure 6 : Logo officiel de Tinder depuis 2017

Chiffres clés

Les données ci-après datent du 16 janvier 2019 (Aaron, 2019).

- 50 millions d'utilisateurs ;
- L'utilisateur moyen se connecte 11 fois par jour sur *Tinder*, soit environ 35 minutes ;
- Répartition par genre : 62% d'hommes et 38% de femmes ;
- 800 millions de dollars de chiffre d'affaire.

Stratégie et vision

Tinder s'est donné pour mission de rendre le célibat plus fun et gratifiant en "connectant les gens qui n'auraient pas pu se rencontrer autrement dans la vraie vie" (Tinder Mission, Vision & Values, 2019). L'entreprise veut également décomplexer le célibat, le considérant comme un "péripole".

Audience

La très vaste majorité des utilisateurs (79%) sont des "millennials", c'est-à-dire qu'ils ont atteints leurs 18 ans au début du 21^{ème} siècle ; les 18-34 ans constituent le 85% des utilisateurs. *Tinder* est l'application de rencontres la plus populaire chez les étudiants du tertiaire. En termes de distribution de genres, les hommes sont deux fois plus nombreux que les femmes sur l'application, ce qui permet de distinguer des besoins ou attentes spécifiques en fonction du sexe des utilisateurs.

Modèle économique

Tinder fonctionne sur le modèle du "freemium", permettant d'accéder gratuitement à des fonctionnalités de base très limitées. Pour profiter pleinement du service – et donc augmenter drastiquement ses chances de faire des rencontres – l'utilisateur doit payer un abonnement mensuel. Sur la base de cette stratégie, *Tinder* a dégagé un chiffre d'affaire de 805 millions de dollars en 2018 (Carman, 2019).

Différenciation

La force de *Tinder* est avant tout son design et l'expérience procurée à ses utilisateurs. Bien que désormais très répandue, l'interface permettant de "swiper" à gauche ou à droite sur les photos des personnes proposées était très innovante à la sortie de l'application. Sa simplicité d'utilisation a rapidement captivé les utilisateurs, donnant une illusion d'abondance et gratifiant l'utilisateur d'un élan d'égo à chaque match (Batagoda, 2018).

Badoo

Bien plus ancien que *Tinder*, *Badoo* est un site de rencontres sorti en 2006, fondé par l'entrepreneur russe Andrey Andreev. Contrairement à *Tinder*, clairement affiché comme application de rencontres amoureuses, *Badoo* poursuit un but généraliste et permet aussi des rencontres d'ordre amical.

Dès 2009, *Badoo* est pointé du doigt dans une étude scientifique, le classant comme le pire des 45 sites évalués en termes de respect des données personnelles (Bonneau & Preibusch, 2009). En 2013, le site est sujet à de vives critiques quant à son utilisation des informations privées des utilisateurs, menant à une soixantaine de plaintes en France (*Badoo*, le site de rencontres sans scrupule, 2013).

L'absence de données statistiques sur *Badoo* pourrait s'expliquer par une volonté d'être discret à la suite des polémiques. En effet, contrairement aux autres plateformes analysées, il est très difficile – voire impossible – de dénicher des données chiffrées quant à la distribution des utilisateurs par genre ou tranches d'âge, des informations financières, ...



Figure 7 : Logo officiel de Badoo

Chiffres clés

Étant donné le peu de statistiques disponibles pour *Badoo*, les données ci-après proviennent de sources et d'années différentes et sont lacunaires.

- 60 millions d'utilisateurs actifs mensuellement (Smith, 2019) ;
- 200 millions de dollars de chiffre d'affaire (Wauters, 2013).

Stratégie et vision

L'ancienneté de *Badoo* l'a contraint à un redesign complet en 2017, car l'ancienne architecture était trop contraignante pour l'implémentation de nouvelles fonctionnalités et les "features" greffées sur la solution de 2006 donnaient une impression de "sapin de Noël" ou de "Frankenstein" selon l'aveu de son CEO (Cook, 2017).

L'objectif poursuivi par *Badoo* est de "proposer les meilleures technologies pour que les personnes se rencontrent" (*Badoo - About*, 2019) et ce grâce à son statut de "plus grand réseau social au monde".

Audience

À l'instar de *Tinder*, *Badoo* touche essentiellement un public jeune, les 18-33 ans constituant 80% de son audience. Cependant, le site demeure plus "démographiquement diversifié" que *Tinder* ou d'autres applications concurrentes (Golob, 2016).

Aucune information n'est disponible quant à la distribution par genre des utilisateurs, il n'est par conséquent pas possible d'en tirer des conclusions.

Modèle économique

Une fois encore, le modèle économique de *Badoo* est le même que *Tinder* : la création de compte et les fonctionnalités de base sont gratuites mais limitantes. Il est nécessaire d'acheter des "super pouvoirs" pour accéder aux options plus avancées.

Différenciation

Au-delà de son statut de précurseur dans le domaine de l'application de rencontres, qui lui a permis de se hisser parmi les leaders, *Badoo* est aujourd'hui encore un mastodonte du marché. Le site offre quelques fonctionnalités plutôt originales, par exemple la possibilité de faire des "lives" ou de directement voir qui aime notre profil, option habituellement payante sur les applications concurrentes. Toutefois, aucune différence fondamentale ne distingue réellement *Badoo* ; son énorme base d'utilisateurs reste son argument principal.

3.3.3. Réseaux professionnels

À l'heure actuelle, les réseaux professionnels interviennent largement dans le processus de recrutement des petites et moyennes entreprises (Caers & Castelyn, 2011), mais également des multinationales (Koch, Gerber, & de Klerk, 2018).

Dans l'intention de prolonger les fonctionnalités d'*O-Point*, toujours selon les conclusions de l'analyse des besoins, il serait intéressant d'y développer un pôle dédié à la vie professionnelle des utilisateurs.

LinkedIn

Lancée en 2003, *LinkedIn* est devenue la référence des réseaux sociaux à but professionnel. Son CEO actuel est Jeff Weiner, depuis 2009. Assez logiquement, la plateforme est la plus prisée pour le "B2B", devant *Twitter* et *Facebook* (Aslam, *LinkedIn by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts*, 2019).



Figure 8 : Logo officiel de LinkedIn

Chiffres clés

Les données ci-après datent du 27 février 2019 (Iqbal, 2019).

- 260 millions d'utilisateurs actifs mensuellement ;
- Répartition par genre : 43% de femmes et 57% d'hommes ;
- Moyenne de 350 contacts par utilisateur et 900 pour un CEO ;
- Temps moyen passé sur *LinkedIn* par mois : 17 minutes ;
- Près de 5,3 milliards de dollars de chiffre d'affaire.

Stratégie et vision

La vision déclarée de *LinkedIn* est de "créer des opportunités économiques pour tous les professionnels du monde entier" (LinkedIn - About, 2019). L'idée de réseautage est au centre de la doctrine de *LinkedIn*, qui permet notamment à ses utilisateurs de rechercher facilement les contacts de leurs propres connexions, afin d'élargir leur réseau.

LinkedIn est aussi devenue une plateforme de référence pour les entreprises, à la fois pour améliorer leur positionnement, mais également comme engrenage de leur stratégie de vente (Dodaro, 2018).

Audience

Bien que le public masculin soit légèrement surreprésenté, la plateforme s'adresse à tout genre d'utilisateurs. Concernant l'âge, presque un quart des utilisateurs ont entre 18 et 29 ans et sont, pour une part importante, à la recherche de leur premier emploi. Toutefois, la majorité des utilisateurs – 61% – ont entre 30 et 64 ans et exercent, pour la plupart, une activité professionnelle (Fontein, 2017).

Modèle économique

L'inscription à la plateforme étant gratuite, le revenu de *LinkedIn* se fait au travers de ses divers systèmes d'abonnement. Que ce soit pour accroître sa visibilité, pour améliorer ses chances d'être repéré par un recruteur, ou pour avoir accès aux outils de recrutement, tous les types d'utilisateurs ont la possibilité de souscrire à un service.

Le revenu principal de *LinkedIn* est issu de l'outil dédié aux recruteurs, permettant d'affiner leurs critères de recherche. Toutefois, il est difficile d'obtenir des données précises sur les revenus du site, car Microsoft, qui a racheté la plateforme en décembre 2016, est peu transparent à ce sujet (Iqbal, 2019).

Différenciation

Les principaux arguments de *LinkedIn* sont d'une part l'énorme communauté qui alimente en permanence les divers contenus et les opportunités, tant pour les employeurs que pour les employés, mais également les ressources dont la plateforme dispose, grâce à son rachat par Microsoft.

Bien qu'il existe des alternatives, qui se revendiquent comme "plus personnelles" car plus restreintes, avoir une présence sur *LinkedIn* demeure nécessaire dans beaucoup de scénarios et pour la plupart des entreprises ou des particuliers (Bishop, 2019).

3.4. Solutions communautaires

Les premiers réseaux sociaux ayant émergés dès le début des années 2000, l'idée d'une plateforme dédiée à un public spécifique n'est pas nouvelle. En effet, malgré l'omniprésence de géants comme *Facebook* ou *LinkedIn*, certaines communautés – LGBT, par exemple – ont exprimé le besoin de se regrouper, de s'isoler pour diverses raisons. La soif de liberté d'expression ou le non-jugement sont souvent les principales motivations des utilisateurs pour avoir recours à de telles plateformes. Elles constituent un "safe space", où chacun peut échanger sans éprouver la crainte d'être jugé ou de devenir la cible de personnes malveillantes, tout en conversant sur des sujets sensibles, avec des interlocuteurs qui partagent des expériences similaires.

Il existe toutefois un revers à cette médaille : l'isolement social et la communautarisation. Les gains de sécurité et de confort impliquent une perte d'ouverture sur le monde et soulèvent la question de l'inclusion sociale. Dans le cas de personnes souffrant d'un handicap, l'isolement social est un problème récurrent et difficile à pallier (Crisp, Gelder, Rix, Meltzer, & Rowlands, 2000). L'analyse de solutions communautaires vise précisément à cerner les

avantages, les inconvénients et les conséquences de l'utilisation de plateformes alternatives aux réseaux généralistes.

3.4.1. Benchmark

Les sites explorés sont évalués selon différents critères, se rapportant aux objectifs poursuivis et à la réalisation d'*O-Point* :

- L'ergonomie : aspect général du site et facilité d'accès aux différents menus et contenus, tenant également compte des besoins spécifiques d'un public en situation de handicap ;
- Les rencontres : panel de rencontres autorisées par le site (amitié, amour et relation éphémère) et moyens permettant aux gens de se rencontrer, selon leurs critères propres ;
- Le contenu : possibilité d'échanges via des forums, des chats, des fils d'actualités ou tout autre moyen mais aussi informations diverses autour du handicap ;
- La communauté : quantité et qualité des membres inscrits, en tenant compte des faux comptes ;
- La modération : moyens mis en place pour contrecarrer les utilisateurs malveillants, disponibilité de l'équipe de modération et distinction entre résolution manuelle ou automatique des problèmes rapportés.

La pondération est identique pour chaque critère ; ceux-ci sont notés d'un à cinq, cinq étant la meilleure note possible

Tableau récapitulatif

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des solutions existantes

Sites & Critères	Ergonomie	Rencontres	Contenu	Communauté	Modération	Total
<i>Jaccede</i>	4	1	3	4	2	2.8
<i>Handi-rencontres</i>	1	3	N/A	N/A	N/A	2
<i>Handicap-rencontres</i>	3	2	2	3	2	2.8
<i>Chat-handicape</i>	2	4	2	4	4	3.2
<i>Handicapeo</i>	4	4	3	4	3	3.6

3.4.2. Public souffrant d'un handicap

Il existe en libre accès une multitude de plateformes dédiées à des personnes souffrant de handicap divers. Réseaux sociaux, sites de rencontres ou bourse à l'emploi : ces solutions couvrent un large panel de besoins et de handicaps. Cependant, à contrario de *Facebook* pour les réseaux traditionnels, aucune plateforme ne semble faire l'unanimité.

Toutefois, il faut souligner qu'à une échelle plus locale, cantonale ou nationale, aucun site web équivalent n'existe – ou du moins n'a de visibilité directe sur les moteurs de recherche. Les rares sites visibles sont souvent payants ou semblent dater d'un autre âge. Sachant qu'un réseau social se doit d'être attractif pour survivre – d'autant plus en considérant les besoins spécifiques à l'audience cible – il est peu probable que la communauté y soit très développée. Malheureusement, il est impossible de connaître précisément la situation actuelle sans souscrire un abonnement payant.

Jaccede.com

Le site a pour but de documenter l'accessibilité de lieux – hôtels, restaurants, magasins, bureaux d'assurance, etc. – sur un modèle collaboratif. Les utilisateurs s'inscrivent et ajoutent des fiches de lieu, avec les critères d'accessibilité respectés ou non, des photos et des commentaires, permettant aux autres utilisateurs de consulter cette fiche pour leurs futurs

trajets ou sorties et éviter ainsi de mauvaises surprises. La page de recherche est principalement composée d'une carte, avec des points représentants les lieux répertoriés, qu'il est possible de filtrer selon des critères de recherche.

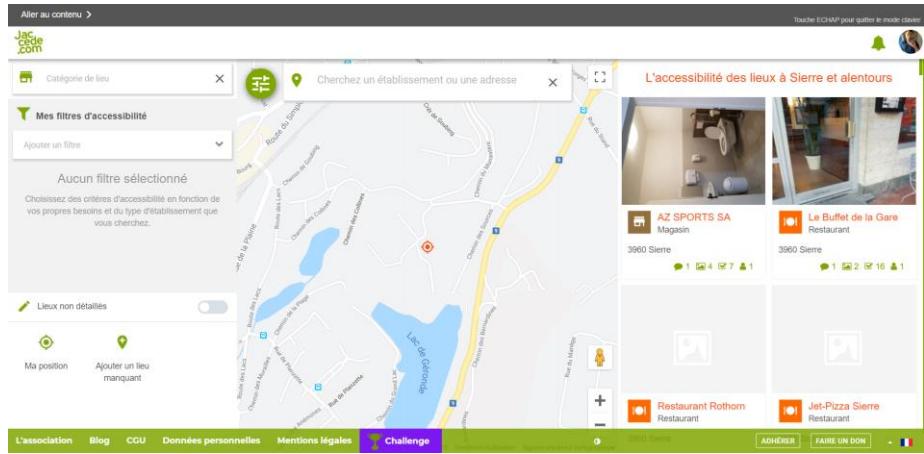


Figure 9 : Carte de Jaccede.com

Ergonomie

Il est possible de s'inscrire et se connecter via *Facebook*, facilitant ainsi ces processus. Toutefois, le design du site est relativement précaire et aucun plugin ne permet de modifier les contrastes ou encore d'utiliser la voix pour écrire ou naviguer sur le site.

Rencontres

L'objectif du site n'est clairement pas de faire des rencontres. Il existe une option de chat instantané, un peu à l'image du chat *Facebook*, mais il est plutôt destiné à poser des questions au créateur d'une fiche. De plus, les profils des utilisateurs contiennent extrêmement peu d'informations et ne poussent pas à démarrer une conversation selon des intérêts communs, par exemple.

Julien Reichenbach



Figure 10 : Exemple de profil Jaccede.com

Contenu

La diversité des lieux couverts est impressionnante et permet de s'informer correctement, pour éviter de mauvaises surprises une fois sur place. Cependant, c'est le seul contenu consistant disponible sur le site ; rien n'est prévu pour les rencontres et il n'existe aucun espace de discussion.

Communauté

Principalement actifs en France, mais également en Suisse romande et en Belgique, les membres publient régulièrement du contenu (fiches, commentaires, notes). Il existe un système de "gamification", qui gratifie les utilisateurs les plus actifs d'un badge et d'un niveau. Ils apparaissent également sur la page d'accueil, sous forme d'un "Wall-of-Fame".

Modération

Un simple bouton de signalement est disponible sur les fiches de lieu, au cas où il y aurait un problème sur la page. Il n'est en revanche pas possible de signaler le profil d'un utilisateur. Le contenu posté par d'autres utilisateurs est modifiable sans sécurité par quelqu'un d'autre, du moment qu'il est connecté sur un compte.

Signaler cette fiche de lieu

Vous souhaitez nous rapporter un problème sur cette fiche de lieu.

Ajouter un commentaire :

Annuler

Confirmer

Figure 11 : Fenêtre de signalement de Jaccede.com

Handi-rencontres.net

Proposant des portails pour la France, la Belgique, la Suisse et le Québec, le site vise à stimuler les rencontres entre personnes souffrant de handicap, mais également à attirer des gens valides sensibles à ce milieu.

L'accès au site étant payant, il n'a pas été testé en profondeur. Seules les pages d'accueil et les engagements tenus dans le descriptif du site ont pu être pris en compte.

Ergonomie

Développé par une personne souffrante d'IMC, le site est prévu pour des utilisateurs dans la même situation. Cependant, aucun plugin de contraste ou de contrôle par la voix n'est disponible. Le code couleur est hasardeux et incompatible avec les directives WAI, rendant la consultation des pages relativement difficile pour un malvoyant, par exemple. De plus, le design est précaire et dégage un sentiment d'amateurisme, qui pourrait repousser certains utilisateurs potentiels.

Rencontres

La plateforme se veut très ouverte et à l'écoute des différentes orientations sexuelles des membres. La séparation par pays est regrettable, car il est bien sûr possible de développer des affinités avec des personnes venant d'autres régions.

Handicap-rencontres.date

Handicap-rencontres se décline en deux sites ; le premier pour flirter et faire des rencontres amoureuses (date) et l'autre pour élargir son cercle d'amis (club). Les deux parties s'adressent à tout type de handicaps, physiques ou mentaux, et se focalisent principalement sur la France.

Ergonomie

Le site ne fonctionne pas avec un bloqueur de publicité, il est nécessaire de le désactiver pour atteindre le formulaire d'inscription. Il est possible de s'inscrire avec son compte *Facebook* et d'en importer des informations pour gagner du temps, notamment le nom, l'adresse mail et des photos. Il faut toutefois valider l'inscription par mail. Malheureusement, aucune option n'est disponible pour les personnes malvoyantes.

L'aspect du site est moderne – bien plus que celui d'autres sites de rencontres visités – et il se décline également en applications mobiles Android et iOS, garantissant une utilisation optimale sur des plateformes alternatives à l'ordinateur. Il faut cependant souligner qu'une fois les pages de vitrine dépassées, le site en lui-même est nettement moins esthétique.

Rencontres

Focalisé principalement sur le territoire français, le site est ouvert à toutes les régions. En revanche, bien qu'aucune vérification ne soit effectuée à l'inscription, seules les personnes souffrant d'un handicap sont invitées à s'inscrire et à se rencontrer.

Contenu

Au-delà de l'aspect professionnel du site, certains détails détonent fortement. Par exemple, les chiffres annoncés en direct sur le site, indiquant le nombre d'utilisateurs connectés en temps réel, ne changent jamais, ce qui signifie qu'ils sont très probablement falsifiés. Certaines notifications, de messages notamment, sont également fausses et n'apparaissent que pour pousser l'utilisateur à payer un abonnement.



Figure 12: Fréquentation faussée d'Handicap-Rencontres

Le site est payant exclusivement pour les hommes : il est possible de s'inscrire gratuitement mais pratiquement aucun contenu n'est accessible en dehors du module de paiement. Il est possible de parcourir quelques profils, accéder au module de chat avec des messages floutés et de modifier son profil. Ce choix économique est justifié par le fait que les femmes sont « souvent déçues par les sites de rencontres gratuits ». Une fois encore, les témoignages incitant à acheter un des abonnements disponibles semblent faux et la page dans son ensemble s'apparente à un "scam".

A screenshot showing three user testimonials on a payment page. The first testimonial is from "Jolicoeur24, 24 ans" with a photo, stating: "Enfin un site qui comprend les femmes et qui propose des rencontres sérieuses... C'est ici que j'ai rencontré Fred, merci à vous !". The second is from "Nico007, 40 ans" with a photo, stating: "Il n'y a qu'ici où j'ai vraiment pu faire des rencontres de qualité, avec une belle histoire à la clé. Une valeur sûre que je recommande.". The third is from "Ladysexy, 45 ans" with a photo, stating: "Attention on devient vite addict ! De beaux jeunes hommes séduisants me contactent tous les jours. Que d'attentions et de mots doux... Je suis charmée !".

Figure 13: Témoignages douteux d'utilisateurs sur la page de paiement d'Handicap-Rencontres

Communauté

Le site affiche en permanence 3215 femmes et 3482 utilisateurs connectés sur la plateforme de rencontres. Quand bien même la véracité de ces chiffres doit être remise en question, s'ils s'approchent de la réalité, la communauté est conséquente pour un tel marché de niche. Toutefois, il est très difficile de vérifier à la fois l'exactitude des chiffres, mais également le taux de faux profils, inhérents aux sites de rencontres.

Modération

L'inscription étant très simple et ne procédant à aucune vérification sur les intentions ou l'état de santé d'un nouvel utilisateur, la modération semble relativement faible. On peut toutefois signaler un utilisateur depuis son profil. Il existe un support téléphonique, qui était inatteignable lors de plusieurs tentatives de contact. Un contact par mail est aussi disponible sur la page d'aide.

Chat-handicape.fr

Contrairement à son nom, *chat-handicape* offre plus de services qu'un simple chat : il est possible de créer un profil personnel en précisant bon nombre de critères, physiques ou autres et aussi de rechercher des gens avec plusieurs options – géolocalisation, âge, orientation sexuelle – afin de trouver des affinités. Bien que la plateforme semble viser les personnes en situation de handicap, il est possible de créer un compte en tant que personne valide et il n'existe aucun champ particulier dans la recherche en rapport avec le handicap.

Il existe une version "Gold" du site, qui permet à l'utilisateur de se débarrasser des publicités et d'avoir accès à quelques fonctionnalités anecdotiques.

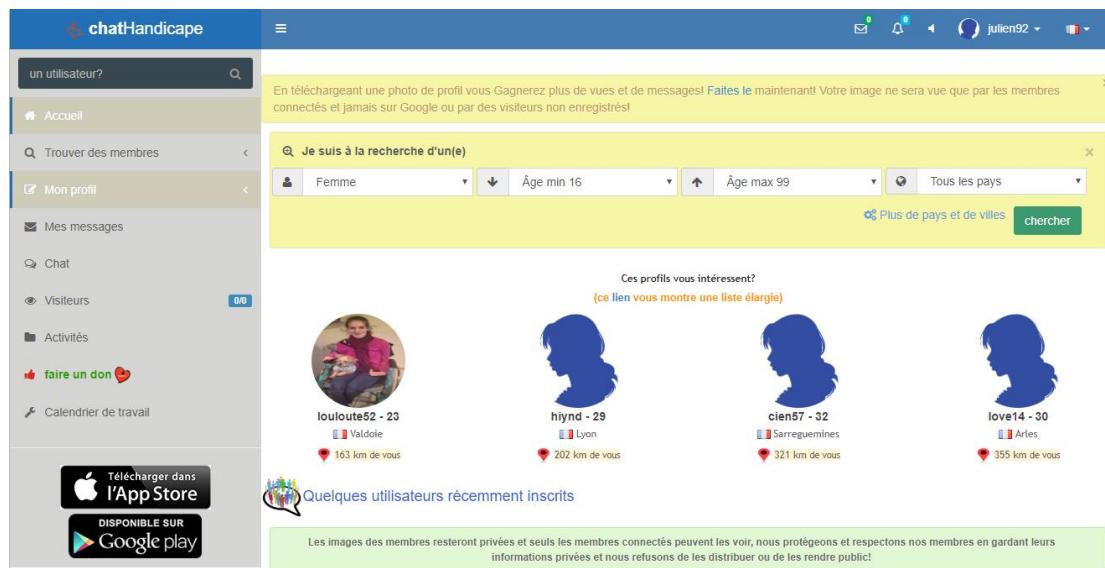


Figure 14 : Écran d'accueil de *chat-handicape*

Ergonomie

Le site n'est de toute évidence pas conçu par des professionnels, car son design est assez pauvre et les normes élémentaires WAI ne sont pas respectées. De plus, aucune customisation n'est disponible pour les personnes malvoyantes et le "text-to-speech" n'est absolument pas implémenté. Les images sont mal dimensionnées, ce qui donne une mauvaise première impression sur la photo de profil des utilisateurs. Il est possible de préciser un handicap dans son profil utilisateur, mais cela nécessite de modifier le champ du pseudonyme, ce qui n'est pas pertinent en termes d'expérience utilisateur. Quelques bugs sont notables, par exemple une personne à St-Léonard au Québec est détectée à seulement cinq kilomètres.

The screenshot shows a user profile page from the website chat-handicape. At the top, there's a blue header bar with a menu icon, notification icons, and a user account section for 'julien92'. Below the header is a large profile picture placeholder with a blue silhouette of a person's head and shoulders. A button labeled 'Album photos' is visible below the placeholder. To the right of the profile area, there's a sidebar with a 'dernière connexion' section showing a green online status icon and '0 Vues | 0 Commentaires'. Below the sidebar is a navigation bar with 'chat-handicape' and links for 'Déconnexion' and a heart icon with the number '0'. A yellow banner at the bottom of the sidebar contains text about becoming a Gold member and links to 'les détails' and 'page de statistiques'. The main content area has tabs for 'Photo de profil', 'Image de fond', and 'Mes paramètres'. The 'Mon identité' tab is active, displaying a table of personal information:

Utilisateur	julien92- Handicapé?	Je cherche	Une Femme
Âge	27 ans	Les yeux	Je te le dirai
Ici pour	Relation éphémère	Les cheveux	Je te le dirai
Niveau academic	Je te le dirai	Le corps	Je te le dirai
Pays	Suisse	Taille	Je te le dirai
Ville	Sion, Valais	Poids	Je te le dirai
Origine	Suisse	A des enfants	Je te le dirai
État civil	Célibataire	Veut avoir des enfants	Je te le dirai
Fumeur	Je te le dirai	Déménage par amour	Je te le dirai
Job	Je te le dirai	La religion	Je te le dirai
Mes amis	0 amis		
Inscrit le	15/06/2019		

Figure 15 : Page de profil de chat-handicape

Rencontres

Dès l'inscription, il est possible d'annoncer si on recherche l'amour, des amis ou des relations éphémères. Le site est donc explicitement ouvert à tous les types de rencontres. Une partie de la plateforme est dédiée à la recherche de membres, via des critères précis ou selon un système de "matchmaker", qui se rapproche de l'algorithme de *Tinder* en plus simpliste. Une carte du monde est disponible, montrant où résident les membres actifs afin de les contacter.

Contenu

En dehors du profil et des messages privés, il n'existe aucun autre contenu sur le site. Les membres n'ont pas d'équivalent du mur *Facebook* ou d'espace de discussion. Toutefois, il est possible de commenter les photos de profil des autres membres, ou le profil en lui-même.

Communauté

Le site accueille principalement des Français et des francophones, mais il est ouvert à tous les pays. Sur la page d'inscription, il est indiqué qu'il s'agit du "site pour handicapé le mieux visité". Les faux comptes semblent traqués par les modérateurs, ce qui indiquerait une audience de meilleure qualité, bienveillante et amoindrirait le risque d'escroquerie. Malgré un contrôle assez strict, le nombre de personnes connectées n'est pas négligeable ; le site semble profiter d'une bonne fréquentation.

Modération

Au premier abord, le point fort du site est sa modération ; les administrateurs assurent une vérification manuelle des nouveaux comptes, des signalements et des profils. De plus, un live chat est disponible une fois connecté, afin d'entrer facilement en communication avec les modérateurs.

Handicapeo.fr

Dédié aux personnes en situation de handicap, mais également aux personnes valides ouvertes, *Handicapeo* apparaît comme un site de rencontres classique ; très limité sans abonnement, il permet néanmoins de faire une recherche sommaire et de consulter des

profils. Il n'est toutefois pas possible d'entrer en communication avec d'autres membres sans souscrire un abonnement VIP. Le site se démarque des autres plateformes analysées par son aspect professionnel et une première impression sécurisante.

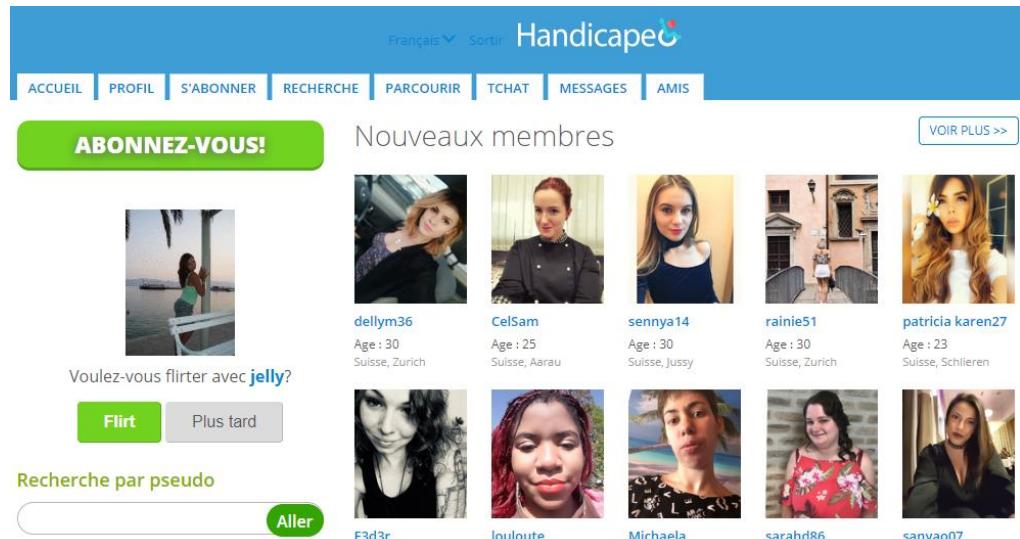


Figure 16 : Page d'accueil d'Handicapeo, une fois connecté

Ergonomie

Certaines décisions de design sont discutables – code couleur, taille de police – mais dans l'ensemble le site est tout à fait accessible et esthétique. L'interface est claire et facile à utiliser. Il est cependant dommage qu'aucune option ne soit proposée pour augmenter le contraste ou la taille de police. Le formulaire d'inscription est très facile à trouver et à remplir, seule une vérification par e-mail est nécessaire pour accéder à la plateforme.

A screenshot of the Handicapeo registration form. The page features a large background image of a couple, one in a wheelchair, embracing on a beach. On the right side, there's a dark-colored registration form with white text. The form is titled "INSCRIPTION 100% GRATUITE" and includes a button "Rencontrez l'âme soeur". It has fields for "Je suis:" (with dropdown menus for gender, age, and disability type), "Problème(s) de santé:", and an "Adresse email". At the bottom, there's a pink "S'INSCRIRE" button and a checkbox with the text: "J'ai plus de 18 ans je certifie être majeur(e) et avoir lu et compris les Conditions Générales, la Politique de Confidentialité et la Politique de gestion des cookies. En m'inscrivant, j'accepte ces conditions." There's also a "CONNEXION" link at the top right.

Figure 17 : Formulaire d'inscription d'Handicapeo

Rencontres

Ouvert aux rencontres amoureuses et amicales, le site inclut aussi les personnes valides. La recherche permet de rentrer un grand nombre de critères et d'ainsi filtrer efficacement les personnes avec qui on souhaite entrer en contact. Même avec un compte gratuit, il est possible de cibler finement la géolocalisation des utilisateurs recherchés.

Contenu

Le profil des membres est riche, bon nombre de champs sont à disposition pour détailler son physique, ses préférences ou ses intérêts. Au-delà des messages textuels, il est possible de chatter par webcam directement sur le site, sans avoir besoin de donner son numéro de téléphone ou de passer par Skype. Cependant, la grande majorité de ces options – y compris le chat texte – n'est disponible que pour les comptes VIP. Le site pousse à l'achat de services, mais de façon discrète et raisonnable.



Figure 18 : Pop-up sur Handicapeo, incitant à l'achat d'un abonnement VIP

Communauté

A première vue, la communauté est riche et relativement épargnée par les comptes suspects, bien que certains profils mis en avant s'apparentent à des "scams". Le site est principalement destiné à la France, mais il existe quelques centaines de membres en Suisse, en Belgique et ailleurs.

Modération

Sur la page d'accueil, le site se vante de posséder une équipe de modération veillant sur la communauté, indiquant que les signalements sont gérés manuellement. Néanmoins, les comptes suspects mis en avant et facilement accessibles démontrent peut-être le contraire.

4. Analyse et définition des besoins

Aucune recherche en amont n'ayant étant effectuée sur le terrain lors de l'énoncé du Bachelor, il est nécessaire de l'effectuer afin de cerner les besoins des futurs utilisateurs d'*O-Point*. En effet, selon les besoins exprimés, les fonctionnalités à développer et les différents utilisateurs du site peuvent représenter un tout autre public que celui anticipé au départ ; c'est pourquoi il est important de clairement analyser et identifier ces différents éléments afin de développer un site web cohérent et répondant à des attentes réelles.

Cette phase d'analyse coïncide avec le plan "Strategy" défini par le modèle de Garrett ; c'est durant celle-ci que sont décrits le public cible et les besoins utilisateurs, en vue de les décliner en fonctionnalités dans le plan suivant.

4.1. Interviews de potentiels utilisateurs

Au-delà des fonctionnalités nécessaires, la pertinence du projet elle-même doit être confirmée ; bien qu'une demande existe, est-elle suffisante pour justifier le développement d'*O-Point* ? Est-elle propre à une communauté en particulier ? Quelles limites géographiques poser pour que la solution soit attrayante ?

Afin de s'assurer qu'une plateforme réponde aux besoins supposés de personnes en situation de handicap, il est nécessaire d'interviewer des utilisateurs potentiels. Appréhender leurs habitudes sur les réseaux sociaux, comprendre les obstacles rencontrés – tant sur les plans relationnels qu'ergonomiques – et apprendre de leurs expériences constituent des étapes essentielles dans les plans "Strategy" et "Scope" de Garrett.

L'approche ethnographique permet de délimiter les attentes de l'audience cible, en procédant à des entretiens guidés, mais relativement libres, dont peuvent être extraites des données qualitatives sur les spécifications du projet (Pankonien, 2017). C'est sur cette base que les interviews préliminaires ont été menées, permettant ainsi de tirer des conclusions quant aux spécifications du site, à sa stratégie de modération ou à la façon de gérer les inscriptions par les professionnels.

Il convient de souligner que les entretiens ont été menés conjointement avec Benjamin Nanchen du LLH, institution mandante d'*O-Point*. En effet, la nature particulière du public cible a nécessité un encadrement de convenance.

4.1.1. Guide d'entretien

Un guide d'entretien a été rédigé et utilisé dans la phase d'analyse d'*O-Point* (voir annexes) ; il a servi de fil conducteur des entretiens, tant avec des personnes en situation de handicap qu'avec des professionnels de différents horizons. Les problématiques évoquées sont en effet similaires ou relativement proches et n'ont pas nécessité de guides distincts.

Pour les personnes en situation de handicap, le guide permet principalement de comprendre leurs habitudes actuelles sur les réseaux sociaux, les difficultés rencontrées et les points forts des plateformes existantes, ainsi que d'apprécier leur relation aux autres utilisateurs, valides ou non. Il est également question d'évaluer sommairement l'isolement social des sujets interviewés, et d'ainsi observer leurs premières impressions quant à la mise en ligne d'un réseau tel qu'*O-Point*.

Les entretiens menés avec des professionnels visent à consolider les conclusions tirées avec les principaux intéressés, en récoltant leurs sentiments sur la situation de leurs bénéficiaires. Il permet aussi de déterminer l'engagement potentiel des professionnels dans la future plateforme, tant sur l'activation des comptes que sur la participation aux sujets de discussion, à la modération ou à d'autres activités liées au site.

Enfin, pour le pôle professionnel, une interview a été conduite avec une coordinatrice RH pour comprendre ses tâches quotidiennes et les démarches entreprises lors d'un processus de recrutement. Ces observations étoffent notre vision sur les éventuelles fonctionnalités à développer pour les entreprises souhaitant s'investir sur *O-Point*.

4.1.2. Échantillon d'utilisateurs

Conformément aux limites géographiques et temporelles inhérentes au travail de Bachelor, l'échantillon d'utilisateurs est situé en Suisse romande.

Il s'agit d'un groupe d'une dizaine de personnes sujettes à employer la plateforme dans le futur, et par conséquent susceptibles de soulever des problématiques pertinentes pour son développement. Les personnes interrogées souffraient selon les cas d'un handicap mental ou physique, afin de diriger le projet en tenant compte des deux contextes, sujets à différentes expériences utilisateur.

Plusieurs professionnels provenant d'organismes différents – institutions spécialisées, ressources humaines, offices de placement – ont également été interviewés, afin de nuancer les témoignages des personnes en situation de handicap. Leurs apports donnent de la profondeur à notre analyse des besoins et nous offrent d'autres pistes quant aux fonctionnalités utiles à implémenter.

4.1.3. Synthèse des entretiens

La plupart des personnes en situation de handicap interviewées ont une trentaine d'années, sont habituées aux réseaux sociaux et connaissent leurs différentes utilisations et leurs dangers. Conscients de l'utilisation parfois éthiquement discutable de leurs données personnelles, ils prennent garde aux contenus publiés et à leur image sur internet. Tous ne sont pas transparents vis-à-vis de leur handicap, ne voulant pas être pénalisés dans leurs interactions avec d'autres utilisateurs ou tout simplement pour préserver leur vie privée. Il en ressort que les personnes interrogées sont très souvent actives professionnellement, dans le cadre de leurs limitations et qu'il est important pour eux de s'épanouir sur le plan professionnel. Une majorité affiche une volonté claire de se former en autodidactes, via des cours sur internet principalement.

Réseaux sociaux

Le réseau faisant l'unanimité est *Facebook*, qui semble tout à fait satisfaisant en termes d'ergonomie. *Twitter* et *Instagram* sont connus, mais peu ou pas utilisés principalement pour des raisons de contenu et de design, jugés peu attrayants. Cependant, *Snapchat*, *Tik-Tok* ou les applications mobiles visant un public adolescent ne sont pas utilisés, voire même complètement méconnus. Concernant les réseaux professionnels, *LinkedIn* sert principalement de curriculum vitae ou de source pour des cours en ligne ; les fonctions de messagerie, de réseautage ou de fil d'actualité sont peu employées.

Sur *Facebook*, les problèmes ergonomiques rencontrés se résument à quelques situations inconfortables sur un plan pratique, par exemple une difficulté à trouver certaines fonctionnalités, mais sont rarement liées à leur handicap. Socialement, les réseaux sociaux ne semblent pas poser particulièrement problème ; bien que les personnes en situation de handicap se décrivent comme particulièrement sensibles aux remarques ou aux refus, la bonne gestion de leur image semble suffire à les prémunir de situations désagréables.

Les réseaux sociaux sont perçus comme une bonne source d'information, autant sur l'actualité que sur leurs amis ou leurs proches. Ils servent aussi à tisser des amitiés virtuelles, éphémères ou durables, bien que jugées moins importantes que les relations de la vraie vie.

Applications de rencontres

Contrairement aux réseaux sociaux, les interviewés sont plus frileux dans leur utilisation des applications de rencontres et aucune ne fait l'unanimité. *Tinder* et *Badoo* ressortent tout de même régulièrement. Le coût des abonnements et la nécessité de multiplier les profils pour augmenter ses chances de matchs posent un problème. Les relations recherchées sont variées, du simple "coup d'un soir" à la relation durable.

Plus considérées comme passe-temps que réelle démarche pour trouver l'amour, ces applications sont critiquées pour le côté extrêmement superficiel du système de match. Aussi, ils émettent des doutes sur les algorithmes gérant les suggestions de personnes identifiées comme possédant un "matching" élevé. Être transparent sur le handicap semble impacter drastiquement à la baisse le nombre potentiel de conversations. Être constamment poussé à l'achat d'abonnements devient rapidement pénible et la pratique est perçue comme malhonnête. Ergonomiquement, les personnes malvoyantes déplorent que le principal critère de sélection s'appuie sur le physique des personnes inscrites.

Il existe toutefois des cas où ces applications ont mené à des rencontres fructueuses, mais ces situations demeurent marginales.

Inclusion sociale

L'ensemble des personnes interviewées ont souligné l'importance d'avoir des contacts avec des personnes valides et leur rejet de la ghettoïsation. Certains précisent même qu'ils ne

préfèrent pas être en contact avec d'autres personnes en situation de handicap s'ils en ont la possibilité ; ce choix s'explique par la volonté de s'extraire du contexte du handicap et de s'approcher d'une vie "normale". Le fait que le handicap ne doive pas être un critère, dans l'amour ou dans la vie professionnelle, est régulièrement apparu au fil des entretiens.

Globalement, ils n'éprouvent pas de peine particulière à s'exprimer sur leur handicap et à échanger à ce sujet, tant avec des personnes valides que d'autres personnes en situation de handicap.

4.2. Besoins spécifiques

Par la nature des utilisateurs d'*O-Point*, il va de soi que leurs besoins diffèrent de ceux d'utilisateurs standards, et sont même variables d'un handicap à l'autre.

Les personnes souffrant d'un handicap physique ont besoin d'outils adaptés pour lire, consulter ou poster du contenu et communiquer. Des technologies, comme le text-to-speech ou des options pour personnaliser le texte et les contrastes, doivent être envisagées pour garantir une utilisation optimale de la plateforme. Par ailleurs, les personnes sujettes à un handicap mental rencontrent des contraintes d'utilisation totalement différentes, comme la mécompréhension d'instructions, les difficultés à accéder à certaines fonctionnalités ou de l'appréhension à communiquer en direct.

Tous les besoins spécifiques relevant de l'expérience utilisateur – donc principalement ceux en lien avec les personnes souffrant d'un handicap physique – sont traités dans les chapitres dédiés.

Les points évoqués ci-après sont à considérer par ordre d'importance.

4.2.1. Ouverture vers le monde externe au handicap

À l'origine du projet, la plateforme était censée accueillir principalement, voire uniquement des personnes souffrant d'un handicap mental. Toutefois, à la suite des interviews menées, il ressort qu'il est primordial d'ouvrir la plateforme à tous les publics. Quand bien même la plateforme et son contenu seront orientés autour du handicap, afin d'éviter de ghettoïser ses utilisateurs – et de les faire fuir, par la même occasion – elle sera accessible à toute personne

désireuse d'intégrer la communauté. L'idée initiale de réserver l'accès à *O-Point* aux personnes en situation de handicap est donc totalement écartée.

La convention de l'ONU relative aux droits des personnes en situation de handicap, en l'occurrence l'article 23, doit aussi être prise en compte. Pour le moment peu respectée sur certains points en Suisse, notamment pour les personnes sous tutelle ou curatelle, le droit à avoir accès à des relations humaines aussi normales que possible devrait être respecté par *O-Point*. Autrement dit, le processus d'inscription ne devrait pas discriminer les personnes sous tutelle ou curatelle et leur permettre d'intégrer la communauté sans intervention d'un tiers.

4.2.2. Modération et inscription

Désagrément récurrent des applications de rencontres, la modération automatique est perçue comme trop molle et déshumanisée, donnant la marge de manœuvre nécessaire aux escrocs pour sévir sans vraiment encourir de sanction. Un système de vérification manuelle de différents indicateurs – signalements, détection automatisée de discussions suspectes, inspection des nouveaux utilisateurs à l'inscription, entre autres – serait préférable, quand bien même elle implique un niveau de liberté en deçà d'une plateforme classique. Le souhait de profiter d'une modération stricte a été soulevé à de nombreuses reprises dans la phase d'analyse des besoins.

Au-delà de la fermeté, un modèle collaboratif de modération serait très intéressant pour la plateforme. En plus de renforcer le sentiment de communauté et de récompenser les membres les plus actifs, il règle également le problème des coûts liés à l'embauche de modérateurs sur la plateforme. D'ailleurs, plusieurs personnes interviewées se sont spontanément proposées pour modérer ou administrer *O-Point*.

4.2.3. Contenus spécifiques au handicap

Reprendre le concept d'un fil d'actualité classique, proche de celui de *Facebook* ou *Twitter*, ferait écho à ceux déjà utilisés, c'est pourquoi il serait plus pertinent de créer un contenu spécifique à l'univers du handicap.

Bien que des sites comme jaccede.fr existent, de nombreux autres domaines liés au handicap ne sont pas bien documentés. Vacances, loisirs ou pratiques sportives, la possibilité

de pouvoir échanger des bons plans ou des conseils spécifiques sur ces activités est vivement réclamée. L'entraide s'est avérée être une valeur clé pour beaucoup d'interviewés, qui se sont par ailleurs montrés particulièrement volontaires et enthousiastes à l'idée d'aider d'autres utilisateurs.

Sur le plan professionnel, il apparaît qu'aucune plateforme n'existe spécifiquement pour mettre en valeur les personnes en situation de handicap. Comme souligné par l'étude de Pierre Margot-Cattin de 2017, il est difficile pour un employeur ouvert à embaucher un collaborateur en situation de handicap d'entrer en contact avec ce public, malgré que celui-ci démontre une forte volonté de travailler quand la situation le lui permet. Quant à cette audience, du fait de sa sensibilité exacerbée et de sa crainte du rejet – relevées à plusieurs reprises lors des entretiens – elle est peu enclue à insister et à se montrer combattive dans le contexte de l'embauche. Par conséquent, une interface recruteurs-candidats en situation de handicap qui amorcerait la rencontre, en toute transparence et sur un fond de bienveillance, ouvrirait des opportunités pour les deux parties.

4.3. Définition des utilisateurs

En accord avec le client, la décision finale étant de se focaliser sur le pôle emploi de la plateforme, les utilisateurs décrits ci-après constituent les futurs potentiels intervenants. Toutefois, il est tout à fait possible que de nouveaux rôles émergent dans le futur, selon l'évolution des autres pôles de la plateforme – c'est-à-dire les bons plans et les rencontres – ou bien même de la bourse à l'emploi elle-même. Par exemple, il se peut que des employés de l'*Assurance Invalidité* ou de différentes institutions aient besoin de fonctionnalités particulières et qui seront implémentées par la suite.

4.3.1. Utilisateurs non-validés

Il s'agit des utilisateurs ayant franchi la première étape de l'inscription, sans avoir validé leur compte. Il peut s'agir de n'importe qui : personne en situation de handicap, employé des ressources humaines d'une entreprise ou de l'AI, maître socio-professionnel, ...

L'utilisateur non-validé n'a accès qu'aux fonctionnalités basiques du site, c'est-à-dire principalement à l'affichage des différentes sections mais sans pouvoir interagir avec les

autres utilisateurs, ni proposer du contenu. Il est nécessaire de justifier son inscription sur *O-Point* pour avoir accès aux fonctionnalités finales. D'un point de vue technique, cela correspond à se voir attribuer un rôle auquel sont rattachées lesdites fonctionnalités. Cette seconde étape dans le processus d'inscription permet un premier filtrage à l'entrée, réduisant la présence d'utilisateurs mal intentionnés.

Ce sont les modérateurs et administrateurs qui sont chargés de valider les comptes et d'attribuer le bon rôle à l'utilisateur ayant formulé la demande.

4.3.2. Membres

Une fois la validation manuelle effectuée, le grade de membre est attribué. Le membre correspond aux utilisateurs souhaitant accéder à l'ensemble des pôles de la plateforme, afin d'y rechercher un emploi, un bon plan ou simplement pour participer aux discussions et à la communauté d'*O-Point*. Ils ne peuvent toutefois pas proposer d'emplois ; cette fonctionnalité n'est disponible qu'aux entreprises et offices de placement.

Personnes en situation de handicap

Les personnes en situation de handicap constituent le socle d'utilisateurs de la plateforme : ils enrichissent les espaces de discussion, font des rencontres, proposent leurs services aux entreprises souhaitant embaucher, etc.

Accompagnants

Les accompagnants sont constitués à la fois des maîtres socio-professionnels, des proches aidants ou tout autre profil de personnes gravitant autour du monde du handicap et souhaitant participer à la vie d'*O-Point*. Ils sont dotés des mêmes droits que les personnes en situation de handicap sur la plateforme, y compris sur la partie emploi. Ainsi, il est possible pour un proche aidant ou un accompagnant de prospecter pour la personne dont il s'occupe et de lui créer des opportunités.

Curatelle et tutelle

Vu le public visé par *O-Point*, il est très probable que certains utilisateurs soient sous curatelle ou sous tutelle. Toutefois, pour assurer le respect de l'article 23 de la convention de

l'ONU sur les droits des personnes en situation de handicap à avoir accès à des relations amoureuses et sexuelles les plus normales possibles, le tuteur ou curateur ne doit pas interférer dans ces démarches : les processus de modération mis en place sur la plateforme assurent au mieux la sécurité des interactions. Les curateurs et tuteurs peuvent cependant participer à la vie du site, tout comme les accompagnants.

4.3.3. Entreprises

Comme pour les membres, il est nécessaire de faire valider son compte pour avoir accès aux fonctionnalités réservées aux entreprises. Les entités enregistrées comme telles ont pour principale fonction de proposer des emplois sur la plateforme. Les utilisateurs derrière cette fonction étant principalement des employés des ressources humaines ou d'offices de placement, qui agissent au nom de leur société, octroyer des accès aux autres pôles que l'emploi ne fait pas de sens.

Ressources humaines

Les entreprises de bonne volonté et ouvertes d'esprit souhaitant promouvoir des postes de travail auprès de personnes en situation de handicap peuvent afficher des annonces sur la partie d'*O-Point* dédiée à l'emploi. Il peut s'agir de stages – donnant une opportunité de mettre un pied dans le monde du travail – ou d'emplois à part entière. Le site n'étant qu'un "panneau d'affichage", le processus de recrutement (entretiens, signature du contrat, etc.) n'est pas du ressort d'*O-Point*.

Assurance Invalidité et autres offices

Acteurs omniprésents sur le marché du travail des personnes en situation de handicap, l'AI et autres offices de placements – les ORP ou l'IPT par exemple – sont bien souvent un vecteur important du processus d'embauche. Ils sont chargés de trouver des occupations professionnelles à leurs bénéficiaires et disposent d'un large carnet d'adresses d'entreprises cherchant ce type de profil. Il paraît donc logique qu'*O-Point* puisse leur servir de relai.

4.3.4. Modérateurs

Constitué de bénévoles, le groupe de modérateurs s'occupe de sécuriser la plateforme. Le principe de vérification humaine étant capital dans le contexte d'*O-Point*, il traite entre autres les signalements automatiques (via le dictionnaire de mots interdits) ou manuels, les demandes d'inscription définitive et les changements de rôles des autres utilisateurs. Les modérateurs sont également invités à participer à la vie de la communauté et à ajouter du contenu, comme n'importe quel autre membre.

Au fil de la croissance d'*O-Point*, il est tout fait imaginable de procéder à une élection de modérateurs en fonction des besoins. La méthode est courante sur les forums : les membres de la communauté souhaitant s'investir sur le site postent une candidature, examinée par les modérateurs déjà en place. Ceux-ci choisissent le candidat qui leur paraît le plus à-même de les rejoindre et d'endosser ce rôle.

4.3.5. Administrateurs

Les administrateurs du site ont les mêmes droits que les modérateurs mais ont accès au code source de la plateforme ainsi qu'à sa base de données. Ils s'occupent de la maintenance de la plateforme et ont le rôle le plus élevé.

4.4. Value Proposition Canvas

Petit frère du bien connu Business Model Canvas (Cornic, 2015), conçu par le Suisse Alexander Osterwalder en 2000, le Value Proposition Canvas sert de précurseur à l'analyse plus complète proposée par le BMC. Il est composé de la Value Map – couvrant les différents aspects de la proposition de valeur (à gauche) – et du Customer Profile – détaillant le segment client visé (à droite) ; chacun correspondant respectivement aux cases Value et Customer Segment du BMC (B2BInternational, 2018).

Afin de synthétiser les interviews et autres analyses faites en amont du développement d'*O-Point*, le VPC suivant a été créé et validé par le mandant, constituant une base concrète sur laquelle concevoir le product backlog.

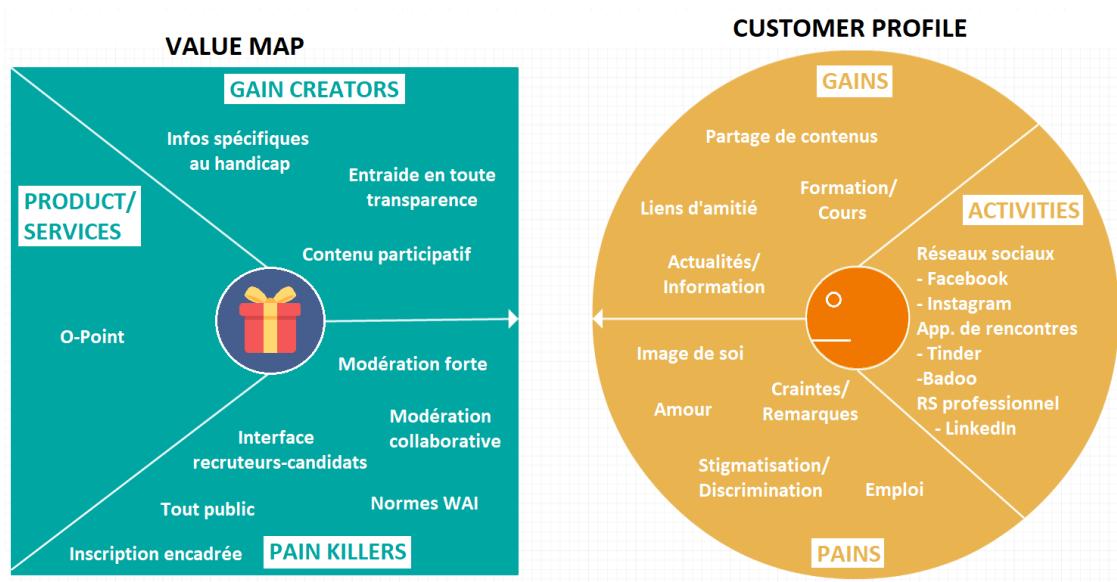


Figure 19 : VPC résultant de l'analyse des besoins

4.5. Personas

Aujourd'hui devenu un outil reconnu et fréquemment utilisé dans le milieu du design, le persona sert plusieurs desseins. Il consiste à dresser un "portrait-robot" cliché d'un ou plusieurs groupes d'utilisateurs. Tout d'abord, son utilisation permet de dégager des patterns au sein des groupes analysés et d'ainsi identifier, isoler des besoins généraux (Talebook, 2018). Cette méthode est peu coûteuse en temps et permet de conserver une vision globale du projet tout en évitant de dériver de ses objectifs.

Dans le cadre d'*O-Point*, nous pouvons dégager un persona primaire – qui représentera un cas typique de personne en situation de handicap, c'est-à-dire le socle d'utilisateurs – et trois personas secondaires – dédiés aux différents professionnels susceptibles d'utiliser la plateforme et ayant chacun des cas d'utilisation particuliers.

4.5.1. Persona primaire

Le persona primaire est une synthèse des personnes en situation de handicap interrogées durant la phase d'analyse et regroupe leurs principaux traits et attributs. En effet, ils sont destinés à être le public principal d'*O-Point* et leurs attentes sont par conséquent amenées à être implémentées en priorité.

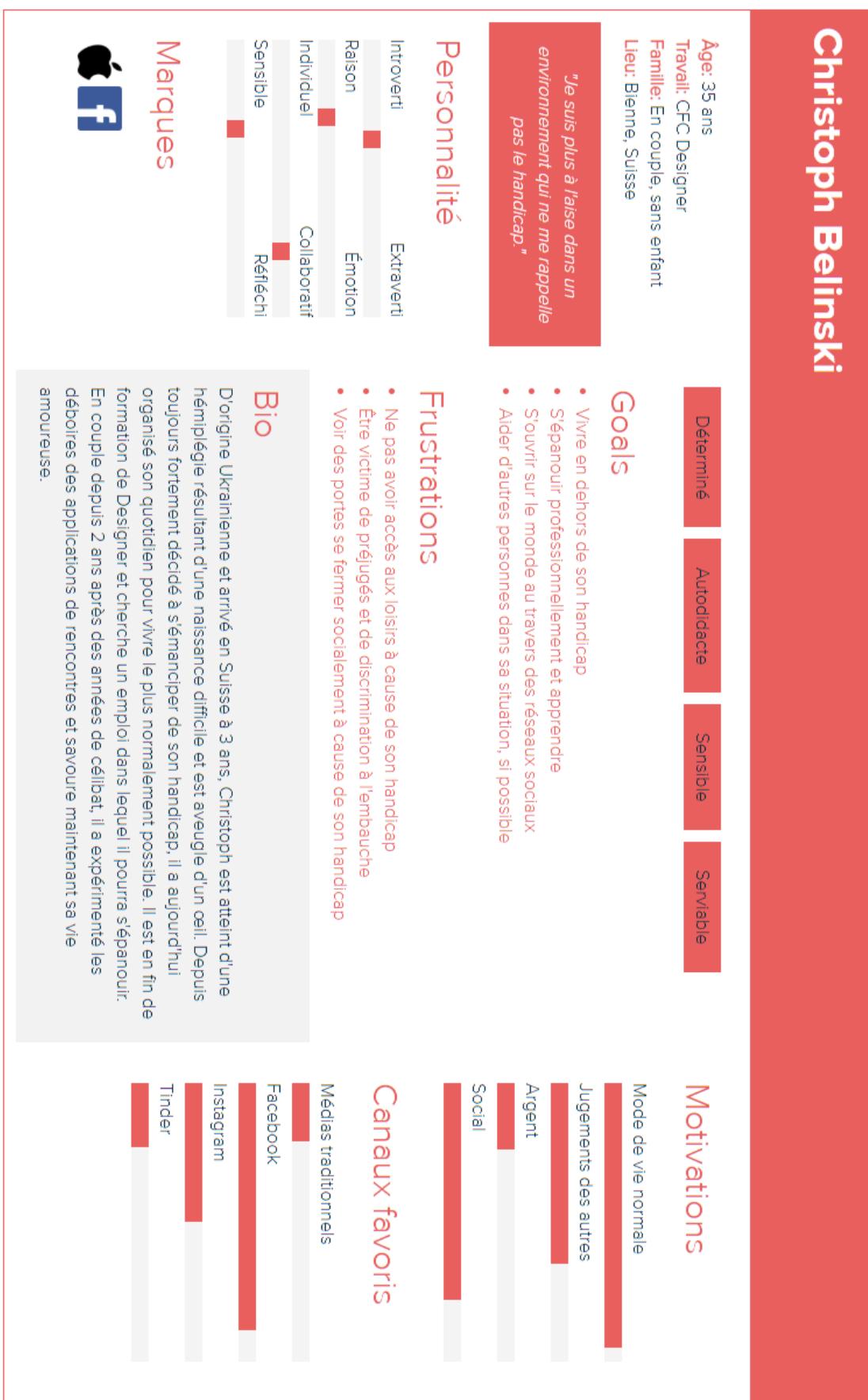


Figure 20 : Persona primaire d'un utilisateur d'O-Point

4.5.2. Proto personas secondaires

Pour des raisons de temps, les rôles annexes ont été approchés à l'aide de proto personas.

Dans la même veine que le persona classique, le proto persona n'est cependant pas fondé sur une recherche rigoureuse ; il vise à synthétiser des utilisateurs et à émettre des hypothèses sur leurs besoins, en se basant sur des observations et une réflexion. Ensuite, ces postulats doivent être validés durant des interviews et les phases de tests.

Les trois cas de figure couverts par les proto personas secondaires correspondent aux différents professionnels qui seront amenés à visiter la plateforme, dans son rôle de bourse à l'emploi.

Toutefois, certaines informations du canevas d'origine étant peu pertinentes, seuls les éléments pouvant être traduits en fonctionnalités ont été retenus lors de la conception des proto personas, c'est-à-dire Bio, Goals et Frustrations.

Accompagnants

Tableau 2 : Proto persona d'un accompagnant

<p>Thierry assiste des personnes en situation de handicap mental : il les aide dans leurs tâches quotidiennes, les accompagne dans leurs déplacements, organise des sorties de groupe ou encore supervise avec bienveillance la vie de ses bénéficiaires. Bien que ses journées soient pleines de rebondissements, certaines tâches restent similaires dans son emploi du temps. Même si strictement encadrées – y compris dans leurs milieux professionnels – les personnes dont il a la charge souhaitent majoritairement travailler et se rendre utiles. Il lui arrive de rechercher des emplois qui satisferaient les besoins particuliers de ses bénéficiaires et de servir d'intermédiaire, ou même de personne référente, avec l'employeur.</p>	<p>Goals</p> <ul style="list-style-type: none">• Répondre aux attentes des bénéficiaires• Avoir du temps pour soi• Accéder facilement à des renseignements pour aider les bénéficiaires
	<p>Frustrations</p> <ul style="list-style-type: none">• Être témoin de discriminations ou de stigmatisation• Être témoin de situations de précarité financière ou affective causées par le handicap• Ne pas trouver de solution

Ressources humaines

Tableau 3: Proto persona d'un employé des ressources humaines

<p>Manon est assistante RH dans une PME de Suisse romande qui emploie une quinzaine d'employés. Elle traite les postulations, spontanées ou spécifiques, en filtrant les CV et les lettres de motivation à la recherche de compétences recherchées. Quand l'équipe doit s'agrandir, elle s'occupe également de promouvoir les offres d'emploi au travers d'annonce sur le journal local ou en ligne, via <i>LinkedIn</i> ou d'autres médias (<i>JobUp</i>, <i>vslink</i>, ...). C'est elle qui communique par mail ou téléphone avec les candidats, pour organiser les entretiens. Il lui arrive d'ailleurs d'y participer et de débriefer sur le candidat avec ses supérieurs. Elle n'a pas d'apriori particulier sur les personnes en situation de handicap qui postulent : sa priorité est de trouver quelqu'un de compétent, sans discrimination.</p>	<p>Goals</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cerner correctement les aptitudes des candidats • Participer à la bonne intégration des nouveaux venus dans l'équipe • Gérer les demandes internes de changement de postes, etc.
<p>Frustrations</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer incorrectement un candidat et devoir revenir sur une décision d'embauche • Découvrir certains traits du candidat absents de son dossier (par exemple : un handicap) 	

Offices de placement

Tableau 4 : Proto persona d'un employé d'un office de placement

<p>Gérard travaille à l'ORP de sa commune depuis une quinzaine d'années. Malgré l'économie florissante dont profite la Suisse, sa position lui offre une toute autre vision de la réalité : il connaît bien les déboires des chômeurs à trouver du travail dans certains domaines d'activité. Seulement très peu de places sont disponibles et la concurrence est très rude. Pire : certains employeurs profitent de la pénurie et relèvent leurs critères de recrutement, causant un déséquilibre entre les diplômes demandés, les compétences réelles requises et les salaires. Cet environnement rend l'embauche de personnes en situation de handicap encore plus délicate.</p>	<p>Goals</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre efficacement en contact les employeurs et les demandeurs d'emploi • S'assurer que la période de chômage ne se prolonge pas sur le moyen ou long terme
<p>Frustrations</p> <ul style="list-style-type: none"> • Être contraint de proposer des postes peu attractifs à des personnes diplômées • Être confronté à la misère 	

5. User Experience

À cause des multiples handicaps dont les utilisateurs sont susceptibles de souffrir – surdité, malvoyance, troubles psychomoteurs, IMC – une attention particulière doit être portée aux différents écrans et à la disposition générale du site. Aussi, il est nécessaire de mettre en place des solutions tels qu'un modificateur de contraste ou un addon permettant d'utiliser le text-to-speech. Des éléments comme une description textuelle des images, une police de caractère suffisamment grande et visible ou encore un workflow global du site particulièrement compréhensible prennent une importance capitale dans ce contexte.

Ce point se rattache au plan Structure du Garrett's 5 S.

5.1. Web Accessibility Initiative

Certaines normes concernant l'accessibilité du web sont décrites dans des guidelines reconnues, rédigées par W3School, et sont évaluées sur trois paliers – de A à AAA. Pour satisfaire les besoins de la majorité des utilisateurs, il est souhaitable qu'*O-Point* réunisse la plupart des éléments du palier AA ainsi qu'une partie pertinente du palier AAA.

Le but d'*O-Point* sera de réunir un maximum de ces critères, dans la mesure du possible et du temps imparti.

5.2. Use cases

Pour décrire les fonctionnalités à implémenter, il est nécessaire de les modéliser sous forme de use cases afin d'avoir des bases de réflexion communes sur leur "workflow" et le rôle de chaque acteur impliqué. Les quatre principaux axes de développement d'*O-Point* sont décrits dans les use cases ci-après.

5.2.1. Inscription à deux niveaux

Pour des raisons de sécurité et empêcher des bots ou des personnes malveillantes d'interagir facilement avec les véritables utilisateurs, une inscription en deux étapes – d'abord basique, puis avec validation manuelle – permet d'écartier la majorité de ces cas de figure indésirables.

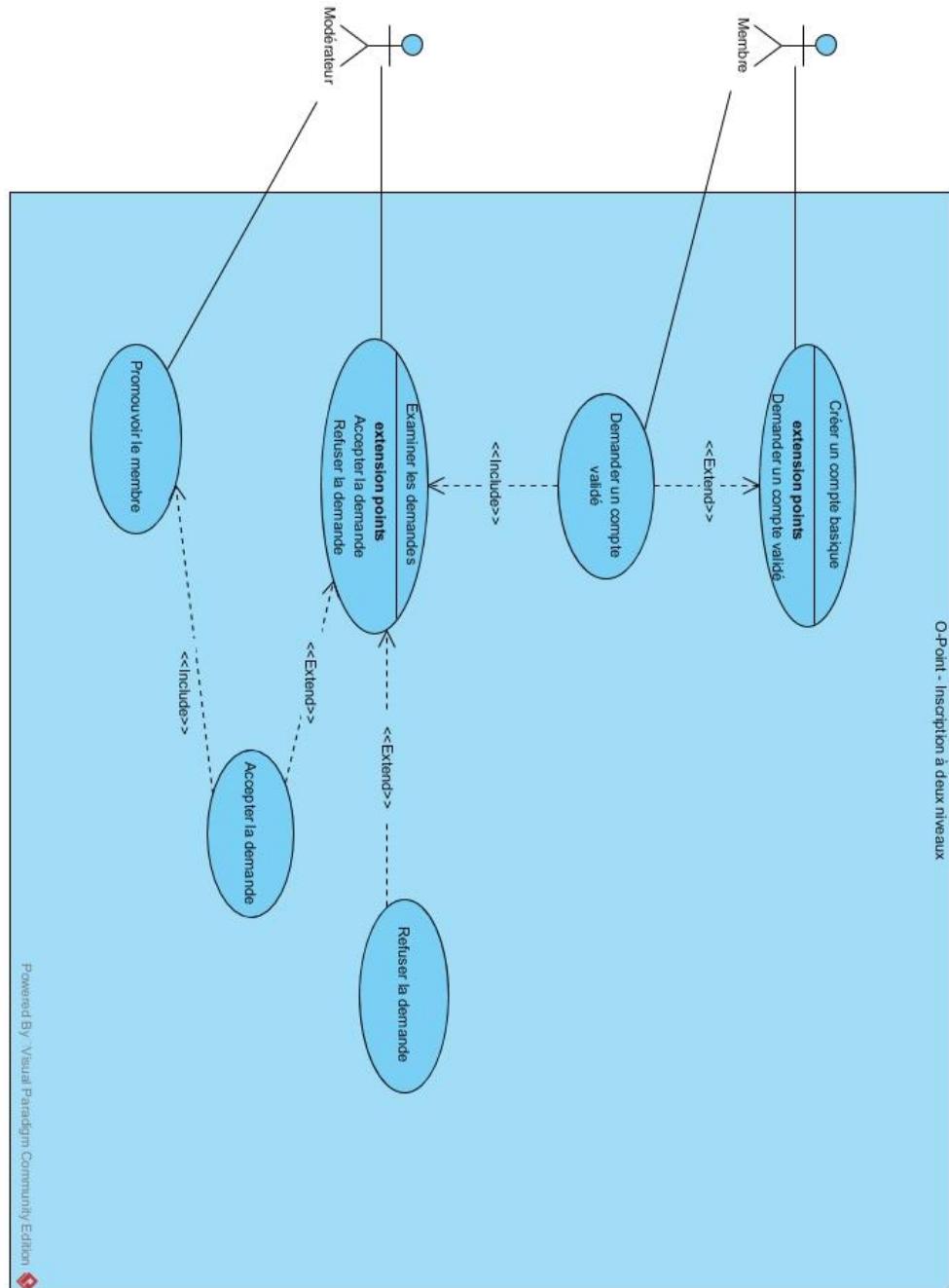


Figure 21 : Use case de l'inscription en deux étapes

5.2.2. Modération

Afin de protéger les utilisateurs, un mécanisme de signalement basique est souhaitable via un bouton dédié, permettant aux modérateurs d'inspecter le message en question et de prendre les mesures nécessaires. Aussi, un signalement automatisé au moyen d'une liste de mot bannis assurerait que les utilisateurs plus vulnérables et moins enclins à se servir du signalement classique d'être également pris en charge.

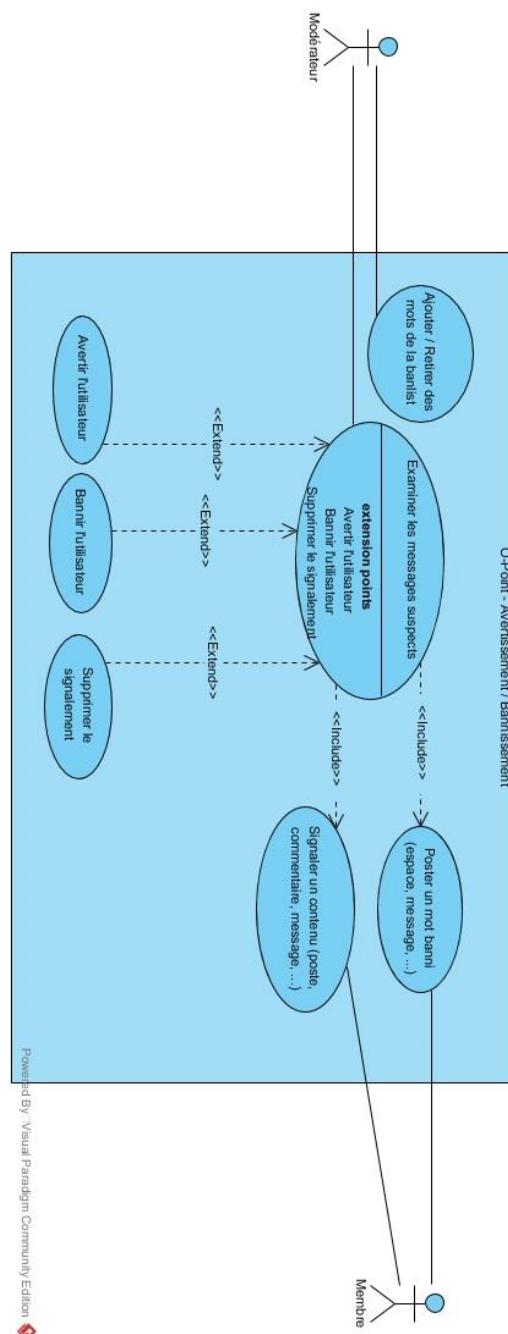


Figure 22 : Use case des mécanismes de signalement

5.2.3. Emploi

Afin de permettre à des entreprises de proposer des emplois, la création d'un rôle dédié leur permet de gérer les annonces postées ainsi que les réponses correspondantes. Les utilisateurs classiques – mais possédant un compte validé – peuvent consulter et répondre aux annonces en postant un dossier de candidature ou en rentrant en contact avec l'entreprise grâce aux informations disponibles sur l'annonce ou sur le profil. Toutefois, à la manière d'un site d'emplois classique (*JobUp* ou *LinkedIn*), la suite de la procédure d'embauche n'est plus du ressort d'*O-Point*.

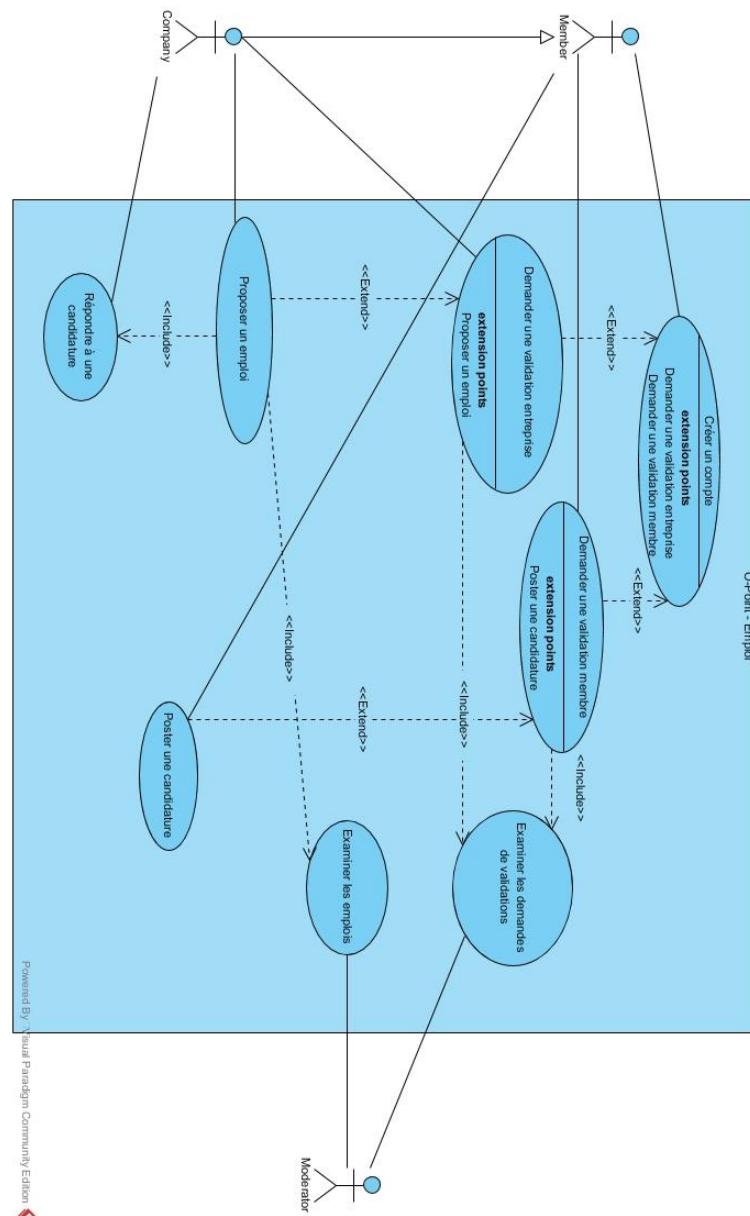


Figure 23 : Use case du pôle emploi

5.2.4. Bons plans

Section à part sur la plateforme, les bons plans sont proposés par les membres au travers d'une fiche à remplir – lieu, nature de l'activité, limitations d'accès, par exemple – et accessibles par les autres membres. Ceux-ci peuvent également commenter la fiche pour y ajouter des informations jugées utiles ou noter la fiche existante. Un modérateur doit toutefois valider le bon plan avant que celui-ci puisse être visible.

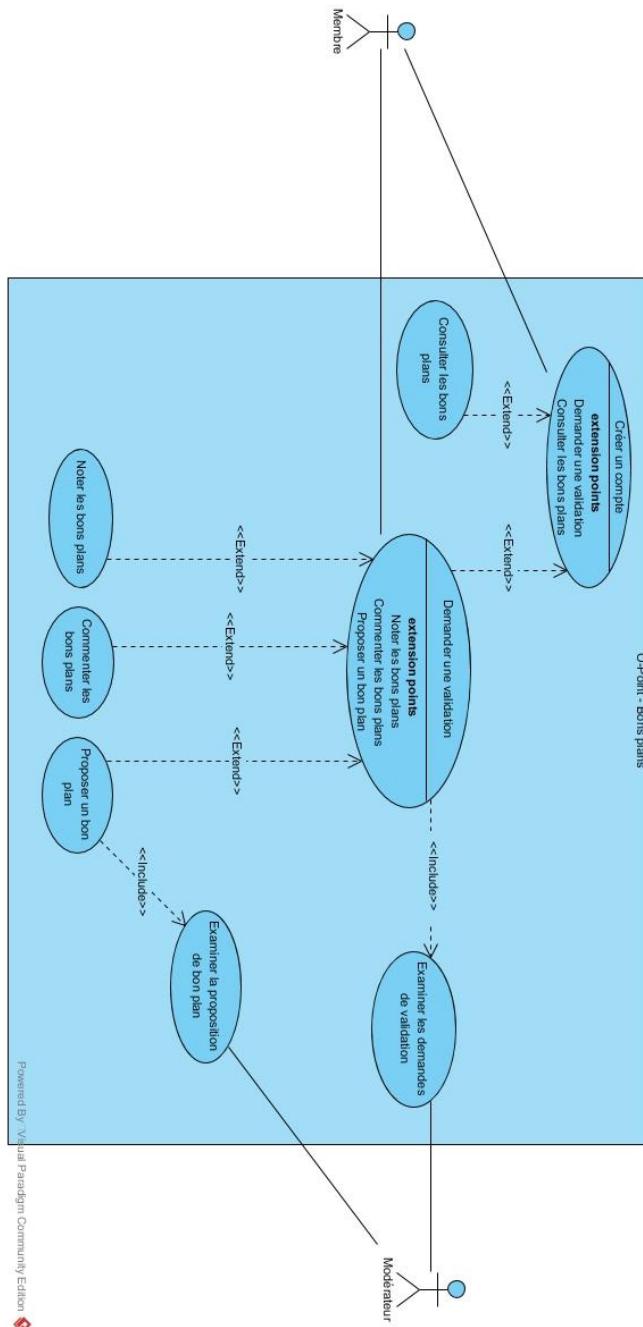


Figure 24 : Use case du pôle bon plan

5.3. Design initial des interfaces

Les mockups présentés ci-après sont réalisés sur un whiteboard. Seuls les écrans des deux fonctionnalités implémentées dans le cadre du travail de Bachelor ont été dessinés, c'est-à-dire l'inscription en deux étapes et la bourse à l'emploi. Pour les autres pans d'*O-Point* – les rencontres et le partage de bons plans – il serait préférable d'également réaliser des mockups à l'avenir.

Pour affiner le design des écrans, des essais sont réalisés avec l'aide de futurs utilisateurs pour avoir leur retour et améliorer les interfaces. Les résultats de ces essais sont traités dans le chapitre 8 "Tests utilisateur".

Un "workflow" global est représenté en fin de chapitre, pour avoir une vue d'ensemble sur les écrans et leur ordre d'exécution.

5.3.1. Mockups de l'inscription en deux étapes

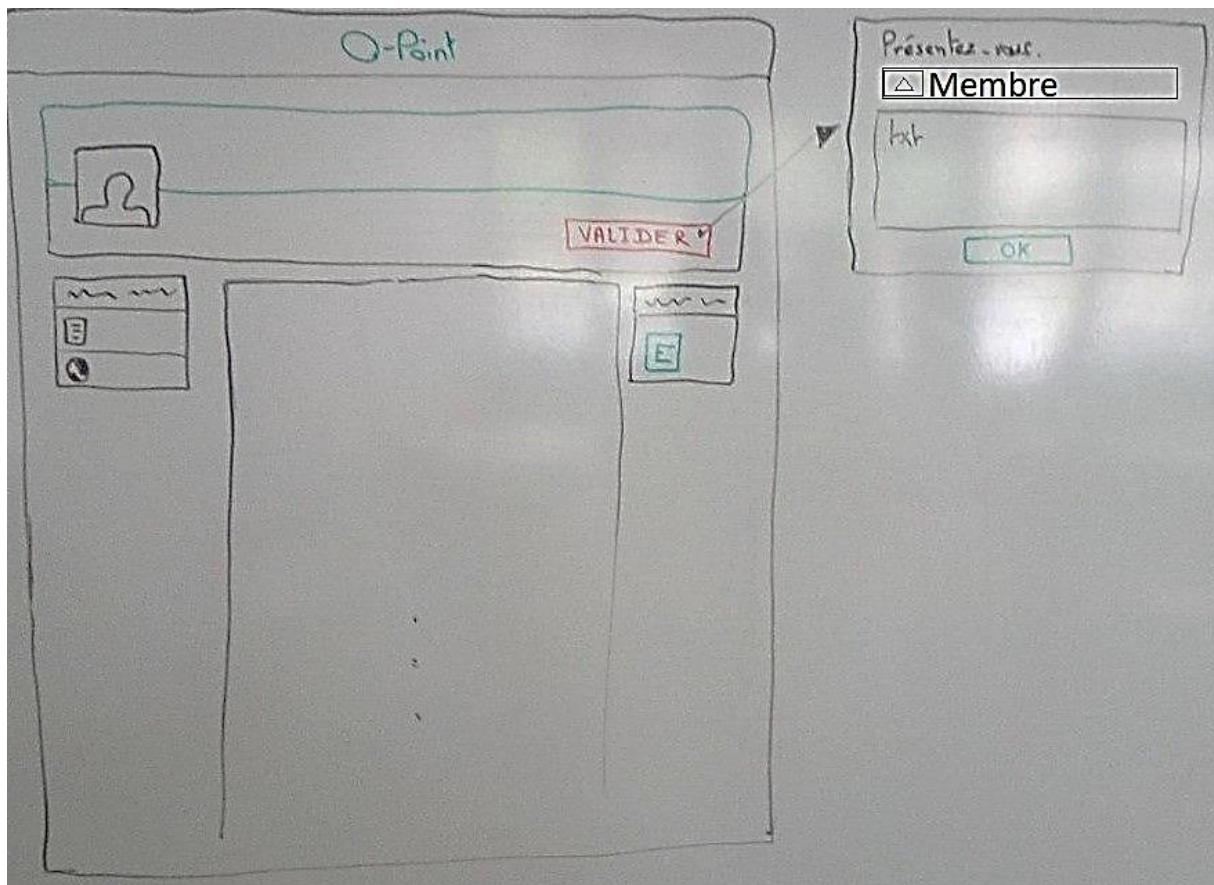


Figure 25 : Mockup du profil utilisateur et demande de validation

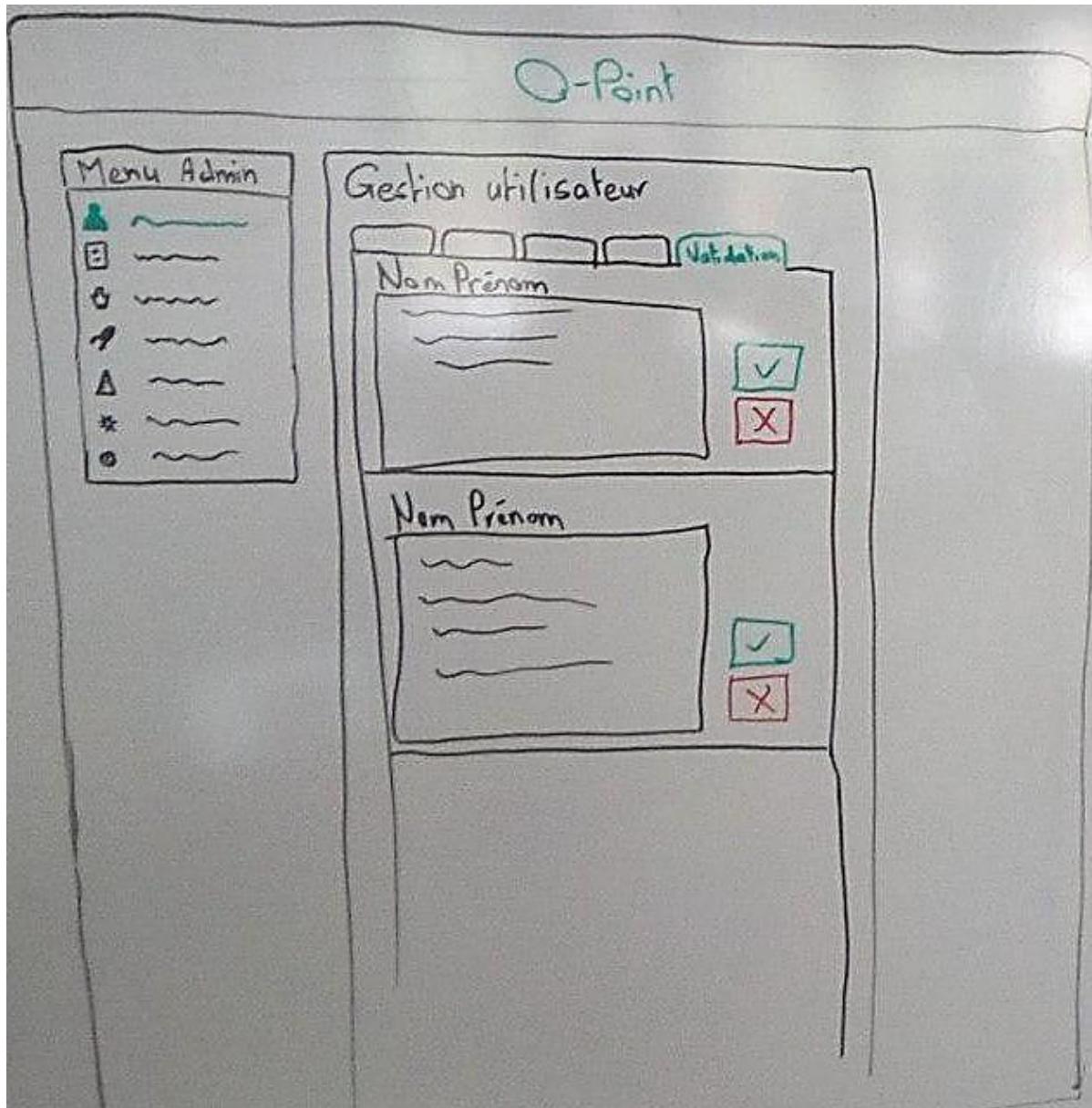
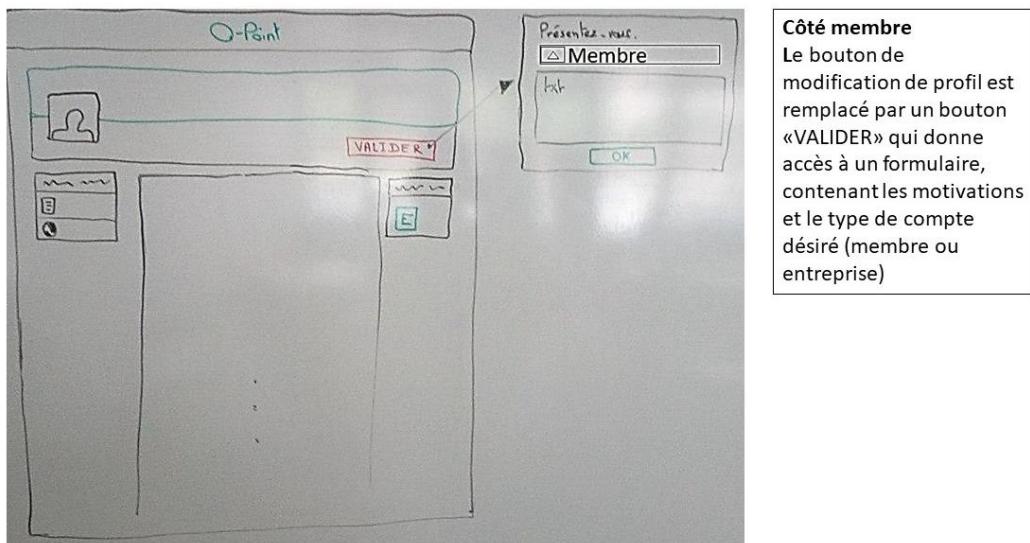


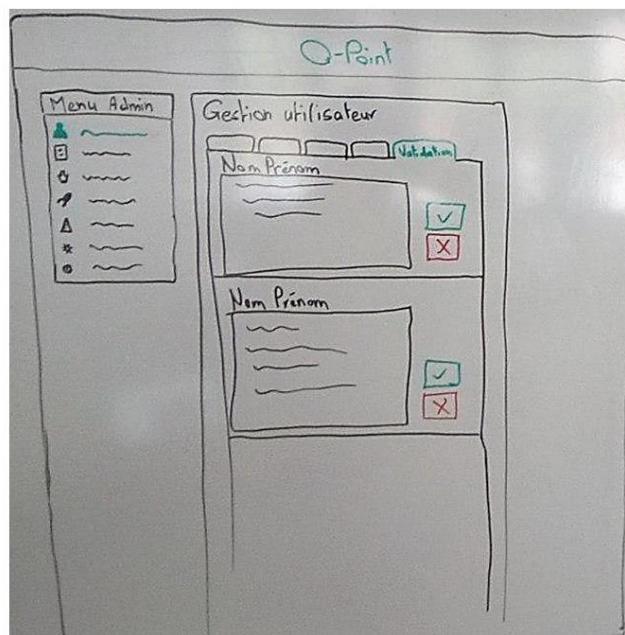
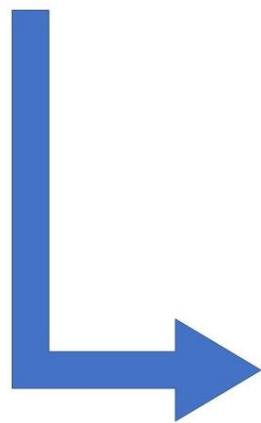
Figure 26 : Mockup de l'onglet Validation, côté modérateur

Workflow



Côté membre

Le bouton de modification de profil est remplacé par un bouton «VALIDER» qui donne accès à un formulaire, contenant les motivations et le type de compte désiré (membre ou entreprise)



Côté admin

Dans le menu Gestion utilisateur, un onglet «Validations» contient les demandes en attente. L'administrateur/modérateur peut accepter ou rejeter la demande, s'il estime qu'elle est suspecte.

Figure 27 : Workflow de l'inscription en deux étapes

5.3.2. Mockups emploi

Entreprise

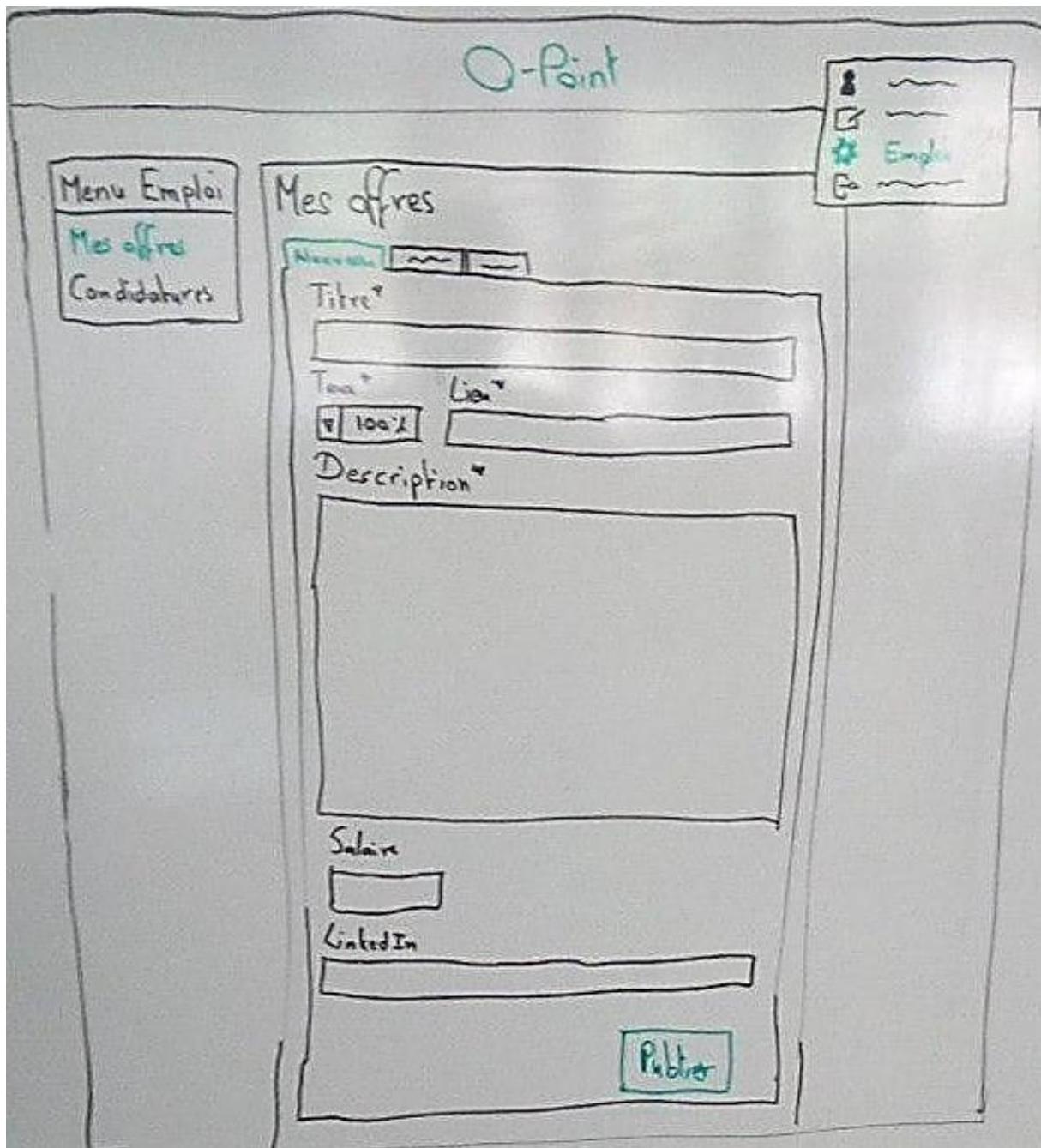


Figure 28 : Mockup du panel emploi, création d'une offre

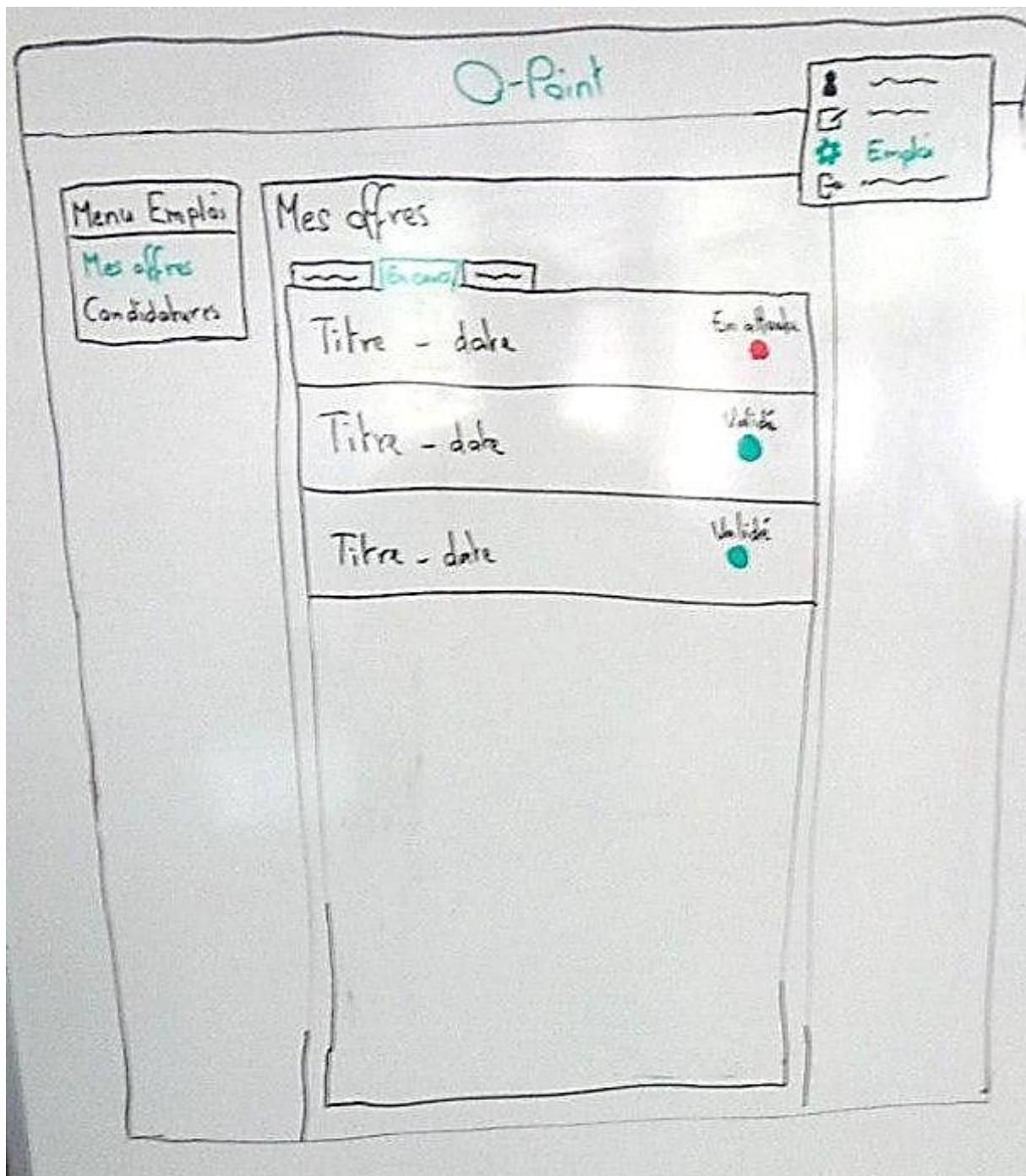


Figure 29 : Mockup du panel emploi, liste des offres publiées

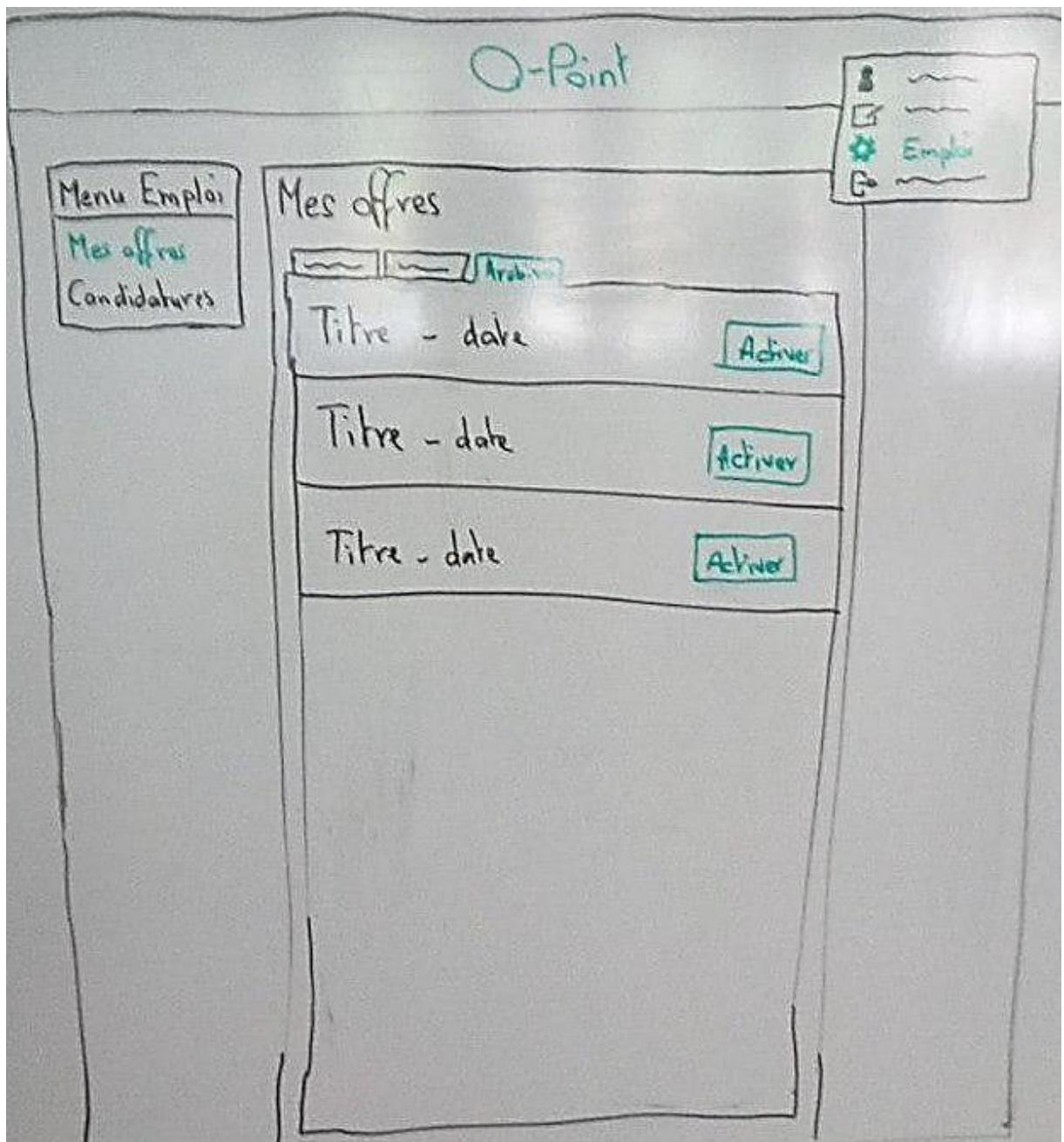


Figure 30 : Mockup du panel emploi, archive des offres publiées

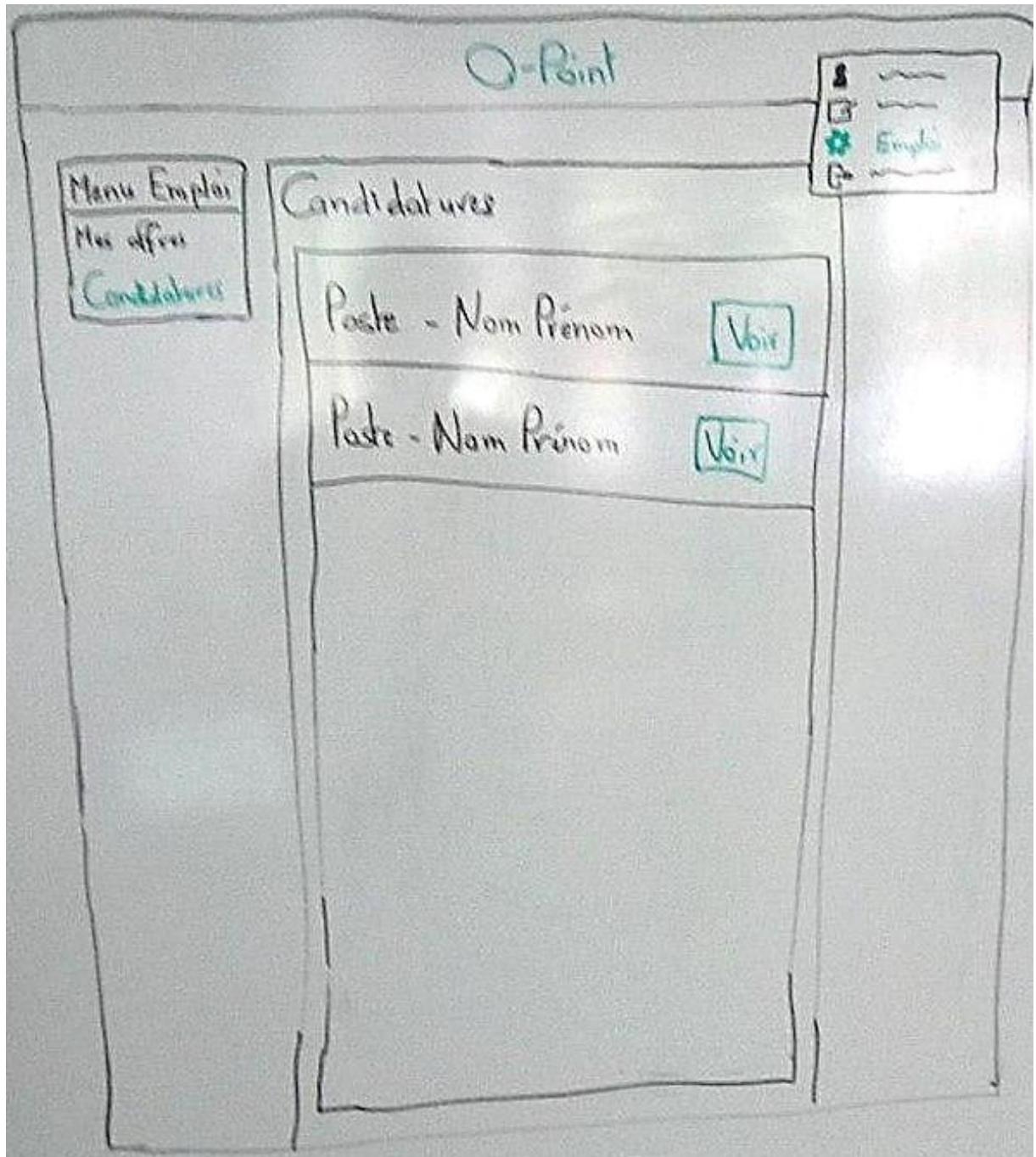


Figure 31 : Mockup du panel emploi, candidatures reçues

Membre

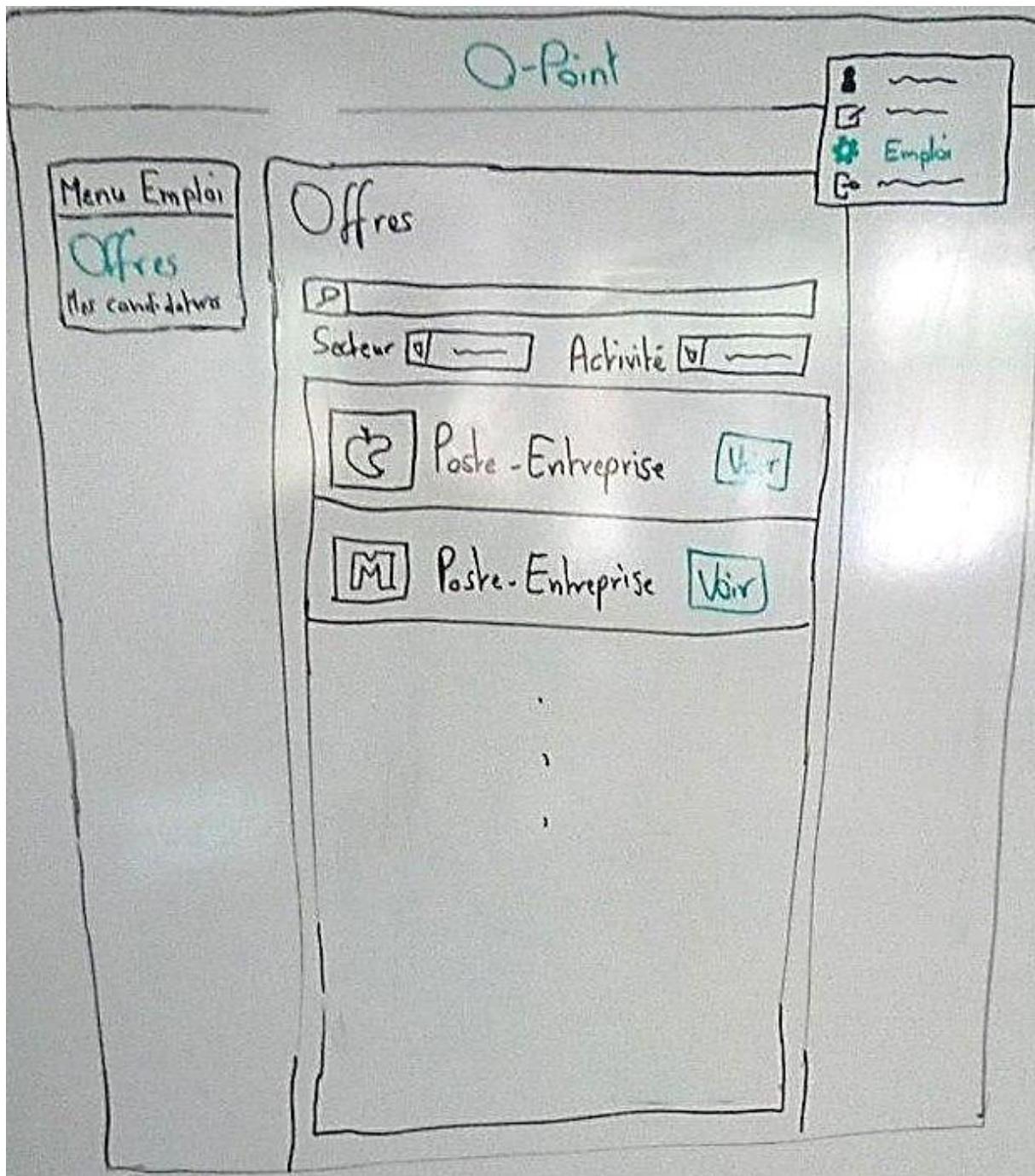


Figure 32 : Mockup du panel emploi, liste des offres disponibles

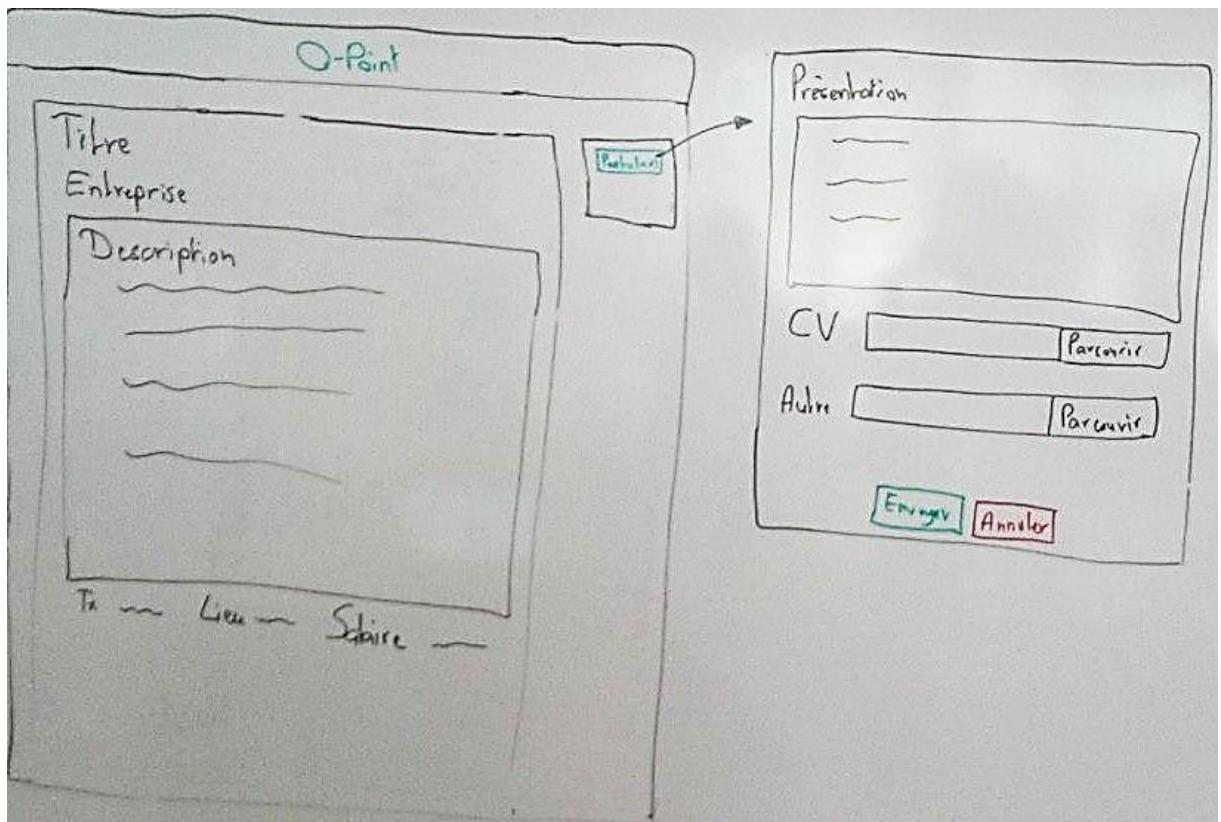


Figure 33 : Mockup d'une offre et formulaire de postulation

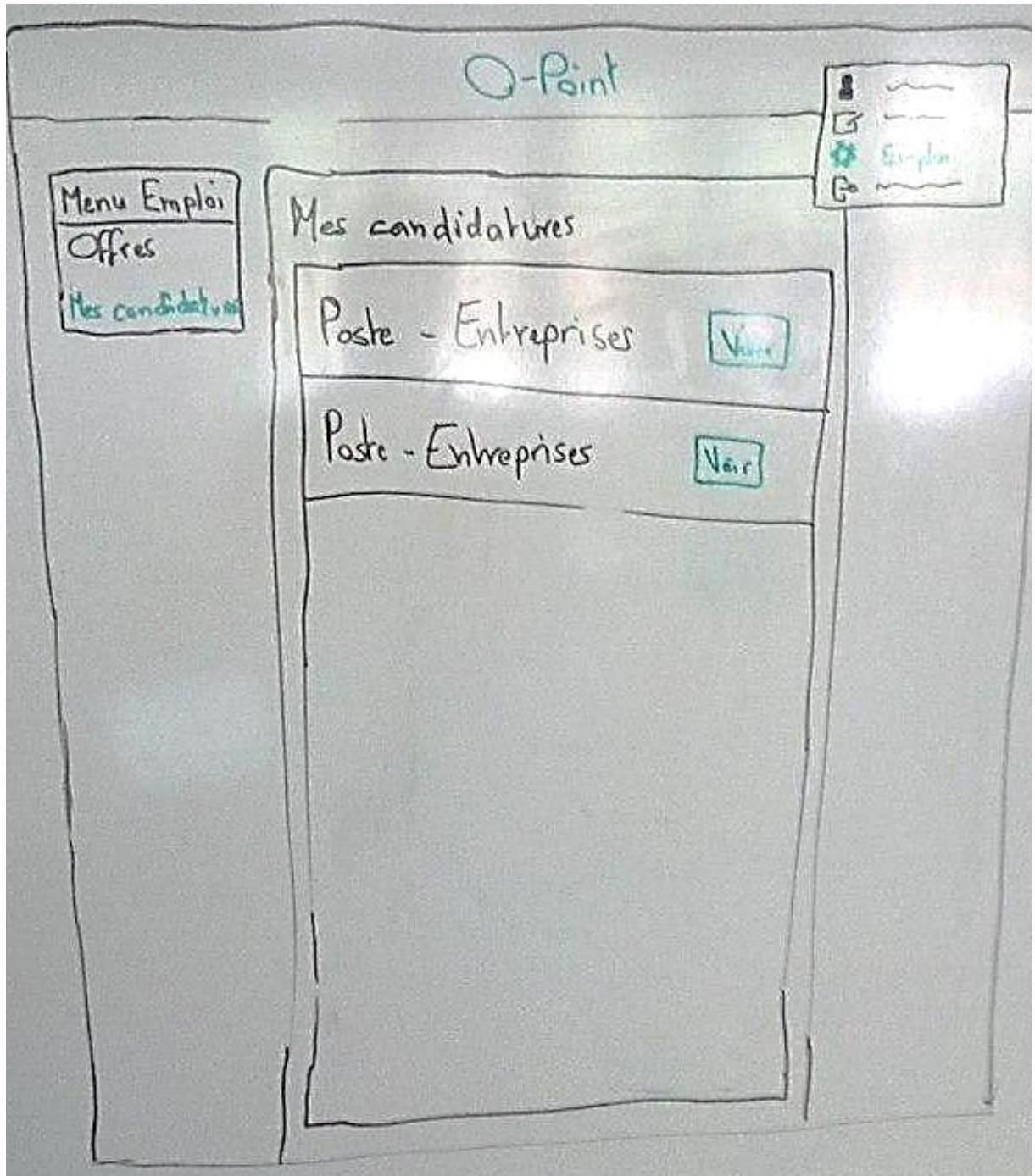


Figure 34 : Mockup du panel emploi, candidatures envoyées

Modérateur

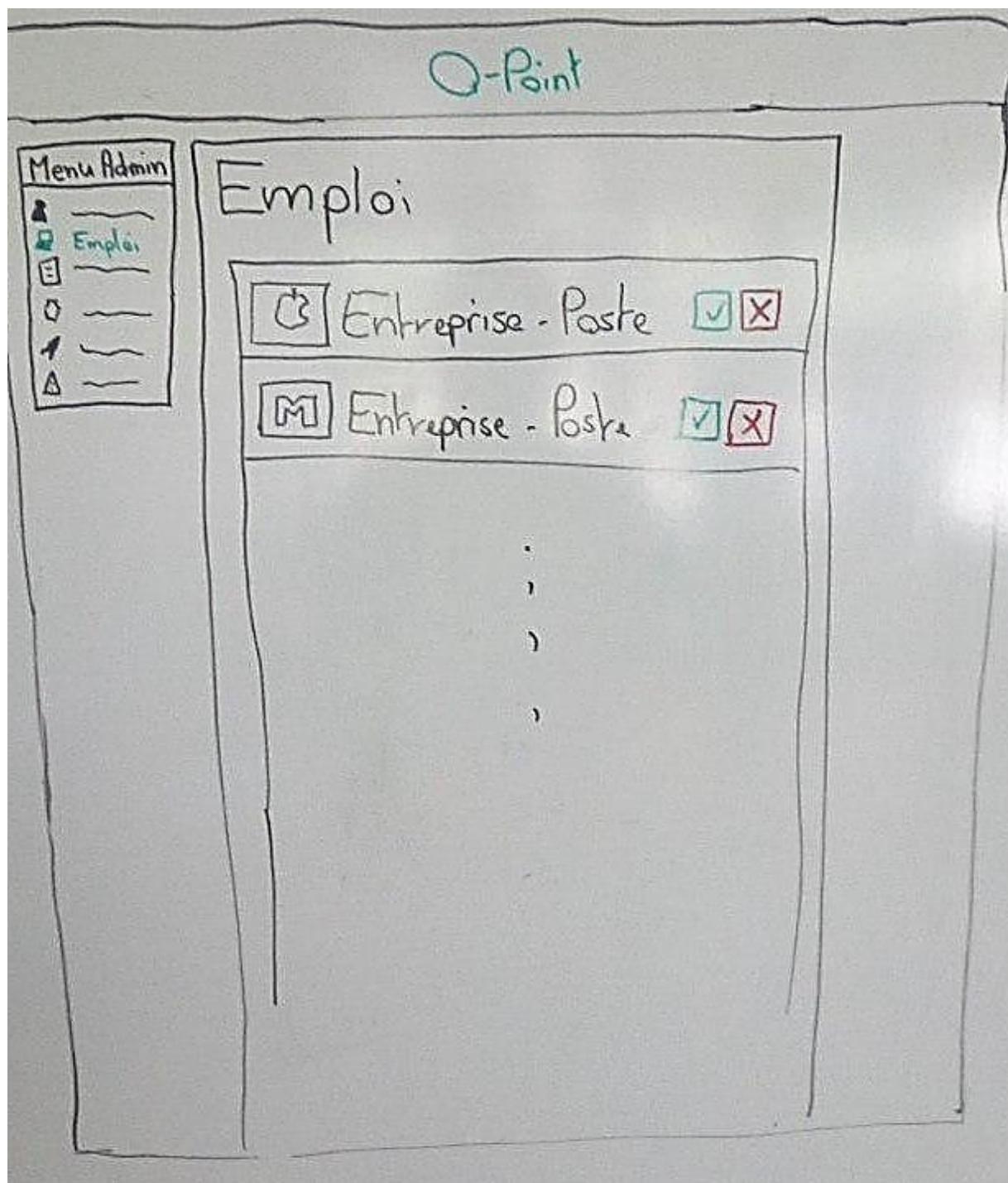


Figure 35 : Mockup du panel emploi, validation des offres

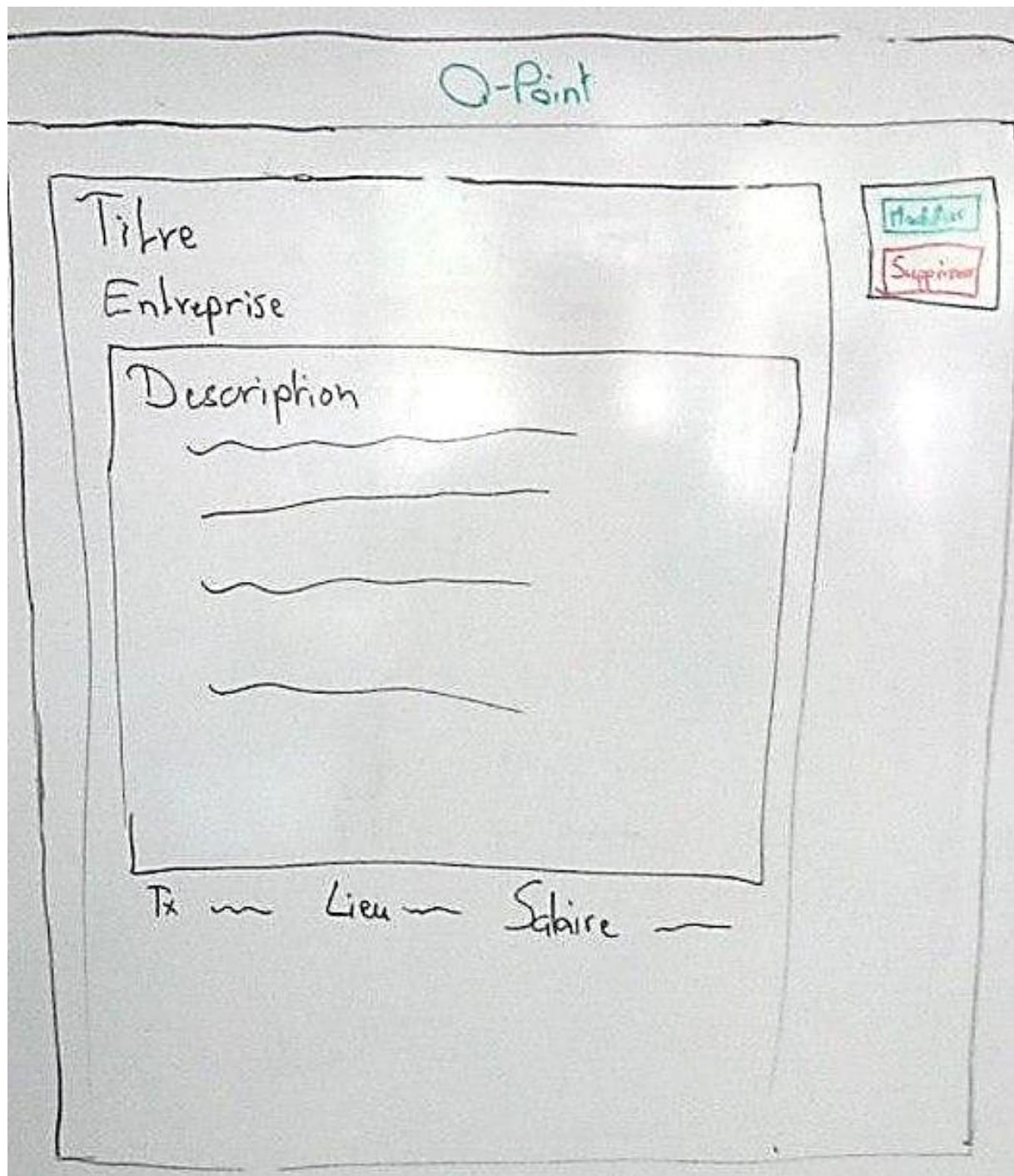


Figure 36 : Détail d'une offre, vue modérateur et créateur

Workflow

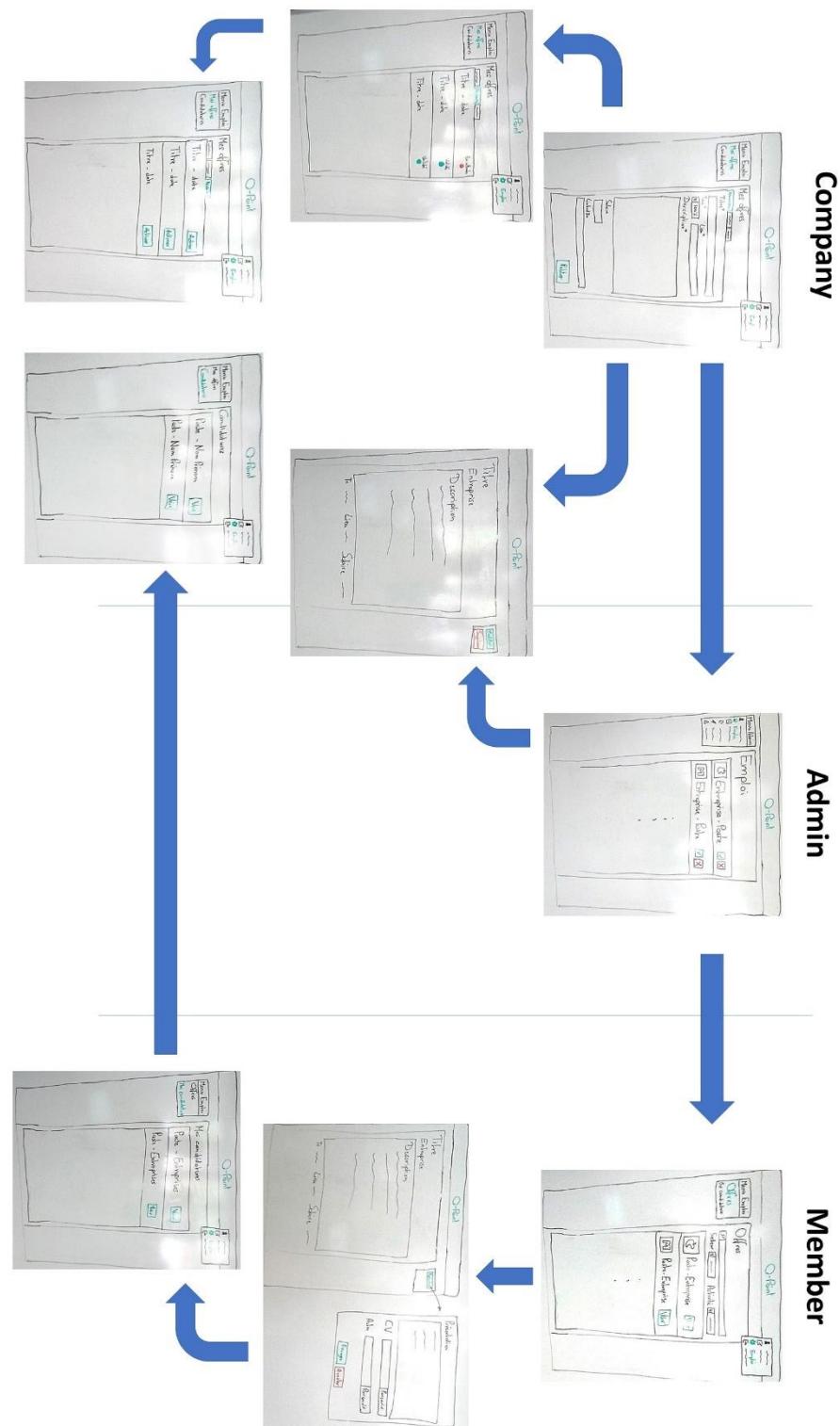


Figure 37 : Workflow du pôle emploi

6. Architecture informatique

À l'origine du projet, un site web est déjà mis en ligne : il s'appuie sur le framework PHP Yii2 et utilise le kit open source *Humhub* pour les fonctionnalités de réseau social basiques. Quelques adaptations mineures ont été réalisées en amont par le mandant – un formulaire de contact, par exemple – mais l'essentiel de la solution émane d'*Humhub*.

Malgré des défauts, l'existence d'une solution exploitable oriente évidemment la tournure du développement du reste de la plateforme.

Ce chapitre est corrélé avec le plan "Skeleton" défini par Garrett.

6.1. Données conservées

Humhub implémente une base de données standard, qui doit être adaptée aux features développées en plus de celles à disposition ; il est nécessaire d'avoir une réflexion autour des informations qu'il est souhaitable de garder en base de données et les nouvelles qui y seront insérées. La nature d'*O-Point* implique une considération et une sensibilité toute particulière autour des questions de stockage de données.

6.1.1. Considérations éthiques et RGPD

Le *Règlement Général sur la Protection des Données* (Confédération Suisse, 2018) est une préoccupation majeure de toute plateforme web conservant des données utilisateurs ; chaque donnée stockée doit avoir une utilité avérée dans le bon fonctionnement du système, doit être effaçable en tout temps par l'utilisateur et sa transmission est interdite sauf consentement explicite de ce dernier.

Au-delà de la dimension législative, le caractère vulnérable de certains utilisateurs doit également inciter à la prudence ; il est éthiquement préférable de ne pas les pousser à fournir trop de données pour des raisons de sécurité.

Ces quelques points impliquent des fonctionnalités supplémentaires – tel qu'un bouton "Effacer mes données" sur le profil, par exemple – mais également de mener une réflexion sur les données conservées et une certaine parcimonie dans la récolte de celles-ci.

6.1.2. Base de données

La majeure partie de la base de données étant déjà créée sur le site existant – notamment les utilisateurs, leur profil, le contenu des pages ou encore leurs commentaires – il est d'abord nécessaire de comprendre son articulation avant d'y intégrer les tables requises pour les nouvelles fonctionnalités. En l'occurrence, les tables à ajouter servent à stocker les données en lien avec la bourse à l'emploi, comme par exemple les profils d'entreprise ou les candidatures déposées.

6.2. Choix technologique

À l'heure actuelle, de très nombreux langages et frameworks offrent la possibilité de développer de bout en bout une plateforme web telle qu'*O-Point*. Des langages tels que PHP, Python, Java, C# ou encore Javascript – pour ne citer que ceux enseignés dans le cadre de la FIG – permettent de développer des applications full-stack à l'aide de frameworks variés, orientés objet et dotés d'ORM divers.

Le backend d'*O-Point* ne nécessitant pas de performances optimisées, liées par exemple à la gestion d'une quantité massive de données ou à une architecture particulière de base de données, tous les langages cités plus haut se valent dans les grandes lignes. Le choix final s'oriente alors en fonction de critères subjectifs ou contextuels, comme la préférence du développeur, son expérience sur tel ou tel langage ou encore l'existence d'une plateforme déjà existante. Aussi, le client hébergeant le site sur ses propres serveurs, le choix n'est pas restreint par des contraintes imposées par l'hébergeur.

Côté frontend, au-delà du Javascript natif, des frameworks tels que, Reactjs et Angular et Vue.js se sont imposés sur le marché et font désormais figures d'autorité. Au vu des gains de flexibilité, de lisibilité du code et de maintenabilité, il est aujourd'hui extrêmement rare qu'un nouveau projet soit développé en Vanilla Javascript plutôt qu'à l'aide d'un de ces frameworks. Chacun offre une approche et des avantages différents, qui seront pris en compte pour la décision finale.

6.2.1. Solution existante et Humhub

Une partie d'*O-Point* étant existante et fonctionnelle au moment du commencement du travail de Bachelor, la décision est prise de ne pas changer d'environnement et d'utiliser les fonctionnalités déjà implémentées. En effet, recommencer une application web à partir de zéro n'aurait pas de sens, considérant le délai imparti et la bonne facture du code existant.

Ainsi, le backend sera amélioré et enrichi avec les fonctionnalités spécifiées lors de l'analyse des besoins. Toutefois, côté frontend, la conception même du code fournit par Humhub ne permet pas une implémentation aisée d'un framework Javascript : une réécriture complète des différentes vues et des autres composants de l'application est nécessaire pour l'usage de Reactjs ou équivalent.

Le langage et framework utilisé en backend ayant peu d'impact sur le résultat final d'*O-Point* – en dehors de critères purement subjectifs – seules les solutions frontend sont passées en revue, car les critères d'accessibilité et de design ont un rôle central.

6.2.2. Critères de choix et notation

Les différentes solutions frontend sont évaluées selon la liste de critères suivante :

- Solution existante : possibilité ou non d'utiliser le code existant et d'intégrer le framework avec PHP Yii2 et le kit Humhub ;
- Responsivité : prédispositions ou non à créer une application viable sur plusieurs plateformes (PC, tablette et smartphone) de façon simple ;
- Plugins et librairies : disponibilité de modules variés et immédiatement disponibles pour certaines fonctionnalités du site – en l'occurrence un modificateur de contrastes ou un live chat, par exemple ;
- Maintenabilité de la solution : rareté de développeurs spécialisés sur le marché pour poursuivre le développement, lisibilité du code et flexibilité ;
- Qualité de la documentation : site web du framework et forums.

La notation est basée sur la documentation disponible en ligne, des retours d'utilisateurs sur les forums – principalement celui dédié au framework Yii2 – ainsi que sur des tutoriels vidéo décrivant des cas de figure similaires ou proches de ceux prévus sur *O-Point*.

Les notes vont de 1 à 5, 5 étant la meilleure note possible. La pondération est ajustée pour chaque critère selon son impact sur le développement : elle est évaluée entre 1 et 3, 3 signifiant que l'impact est majeur.

6.2.3. Tableau comparatif

Les trois frameworks évalués sont Angular, React et Vue.js ; ils se sont tous les trois fortement imposés pour leur efficacité et sont aujourd'hui largement répandus (Kumar, 2018). Angular profite du soutien de *Google* et React est maintenu par *Facebook* en plus d'être utilisé par de très nombreux mastodontes du web : *Uber*, *Netflix* ou encore *Twitter*. Vue.js est plus discret, mais ses atouts en "user friendliness" le distinguent de ses deux concurrents et ont contribué à sa popularité croissante (Daityari, 2019).

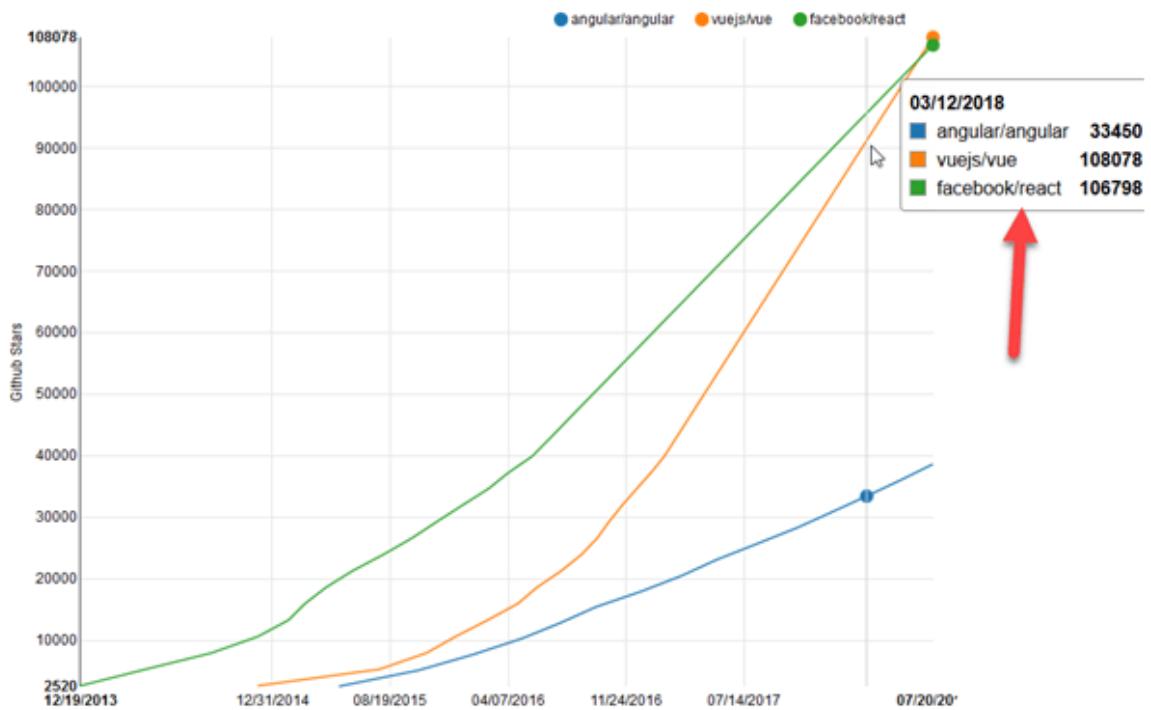


Figure 38 : GitHub Stars History, graphique de la popularité des trois frameworks

Tableau 5 : Comparatif des frameworks frontend

Pondération		Angular	React	Vue.js
				
Solution	3	5	5	5
Responsivité	3	3	5	3
Plugins	2	4	4	5
Maintenabilité	2	2	4	5
Documentation	1	5	5	5
Total		3.7	4.6	4.5

6.2.4. Décision

Au vu de sa flexibilité, Reactjs est sans aucun doute le meilleur choix dans le cadre d'*O-Point*. En effet, en plus d'être très présent sur le marché – et donc connu par de plus en plus de développeurs – React se démarque par sa responsivité exceptionnelle et sa conception orientée cross-platform.

Dans le contexte de ce travail de Bachelor, compte tenu des délais imposés et de la réutilisation de la plateforme existante, il n'est pas possible d'intégrer Reactjs au projet.

7. Développement

Du fait du temps imparti, de l'importance de la phase d'analyse, des priorités décrites par les futurs utilisateurs et en accord avec le client, le développement de la plateforme est donc focalisé sur deux des aspects principaux : l'inscription en deux étapes et la partie emploi.

Les mécanismes de modération plus poussés, le partage de bons plans ou encore les fonctionnalités permettant de faire des rencontres par affinités sont sujets à une analyse plus approfondie et à un développement ultérieur.

De plus, l'intégration de Reactjs – ou autre framework Javascript – serait souhaitable à l'avenir, bien que nécessitant un travail important de réécriture des vues. Son utilisation améliorerait grandement l'adaptabilité cross-plateforme d'*O-Point* et augmenterait drastiquement les performances du frontend en comparaison de celui existant.

7.1. Environnement de développement

L'IDE utilisé est PHPStorm d'IntelliJ, utilisable grâce à la licence fournie par la HES-SO. Il offre un environnement de travail agréable et ordonné ainsi que de nombreuses fonctionnalités intéressantes (terminal intégré, système de contrôle de version flexible, ...)

Le projet est hébergé sur GitHub : <https://github.com/julienreichenb/OPoint>

7.2. Développement backend

Une bonne partie du backend étant déjà en place grâce au kit *Humhub*, seules quelques modifications quant à la base de données ou aux modèles ont dû être réalisées.

7.2.1. Préparation de la base de données

Pour ne pas interférer avec le site déjà en ligne, une copie de la base de données a été faite et hébergée localement, en utilisant XAMPP. Les modifications ont eu lieu sur cette base de données uniquement, le script permettant de l'implémenter sur le serveur en production est disponible dans les annexes.

Les besoins définis durant l'analyse impliquent des modifications dans la base de données, dont des ajouts de tables. Des données spécifiques à l'emploi ou à la validation en deux étapes doivent par exemple être intégrées, afin de stocker les informations sur les entreprises, les annonces postées ou les candidatures. La table "Validation" conserve les informations des demandes – demandeur, validateur, rôle demandé – et permet d'afficher celles en attente dans la partie administrateur. Côté emploi, la table "Job" correspond à une offre et contient

toutes les informations utiles – y compris le type de job représenté par la table "JobType" ou le secteur d'activité décrit dans la table "WorkSector". Aussi, le renforcement de la modération donne lieu à l'ajout d'une colonne dans la table "user", nommée "Warning" qui permet de savoir si un utilisateur a déjà été rappelé à l'ordre, ou encore l'ajout de la table "BannedWord" qui référence les mots ou expressions déclenchant une alerte automatique sur le message concerné. Le schéma ci-dessous montre les tables ajoutées en orange et les tables déjà existantes en bleu.

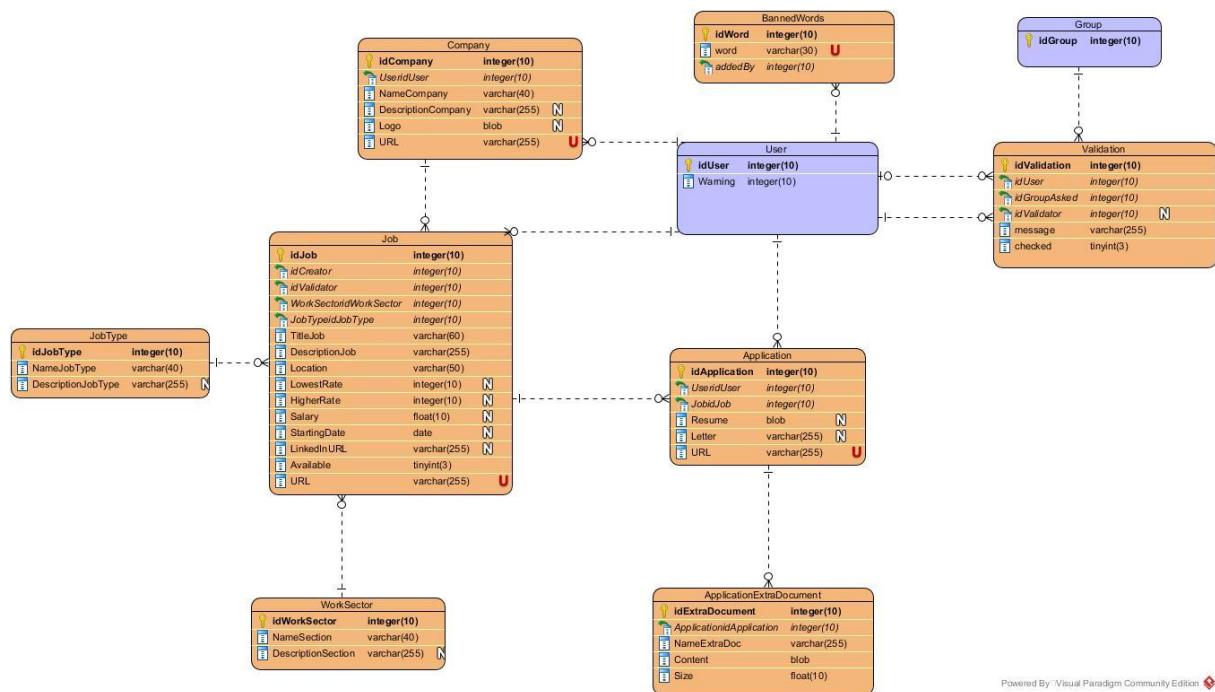


Figure 39 : Nouvelles tables et colonnes dans la base de données

Le framework utilisé, PHP Yii2, possédant un outil de migration pour modifier la base de données, des classes de migration ont été créées pour générer les modifications nécessaires. Aussi, PHP Yii2 prévoit un moyen de remplir les tables de la base de données via des seeders, qui ont été également créés pour avoir des données à disposition et faire des tests.

La base de données initiale étant composée de 74 tables – soit 81 après ajout des tables décrites ci-dessus – aucun schéma intégral n'est fourni dans ce document, car illisible sur une page A4. Nous conseillons toutefois l'utilisation d'un logiciel comme MySQL Workbench, qui permet de générer un schéma complet.

7.2.2. Logique métier

L'ajout d'une couche de sécurité via l'inscription en deux étapes implique l'ajout d'un rôle supplémentaire qui permet de faire la distinction entre un membre validé et un membre qui ne l'est pas encore. Pour la partie emploi, un rôle dédié aux entreprises et autres institutions proposant du travail est également rajouté, afin de pouvoir lui accorder des accès spécifiques à sa fonction : création d'offre, gestion des offres en cours, réception des candidatures, ...

Toujours dans la logique de renforcer la modération, et en particulier la modération humaine, le panel administrateur est modifié pour permettre de gérer les demandes de validation des nouveaux membres souhaitant intégrer la communauté. Le modérateur peut consulter le message de motivation laissé par la personne et décider de le promouvoir ou non. Il doit également être capable de valider les offres d'emploi, pour s'assurer qu'elles n'ont pas été proposées par quelqu'un de mal intentionné ou simplement vérifier qu'elles sont complètes.

La dernière série de fonctionnalités implementée concerne la pôle emploi d'*O-Point* et tout le processus d'annonces, à savoir la création de l'annonce, la validation énoncée plus haut, l'option de la supprimer ou l'éditer, la possibilité d'y soumettre une candidature, puis de réceptionner celle-ci. Ces interactions font intervenir trois acteurs différents – l'entreprise, le membre et le modérateur – et nécessitent la création de plusieurs écrans et formulaires. Un système de filtre permet aux membres de faire une recherche ciblée dans un domaine précis.

Les autres fonctionnalités décrites dans le rapport n'ont pas pu être implementées et font l'objet de développements futurs.

7.3. Développement frontend

Côté frontend, les interfaces développées dans le cadre de ce travail de Bachelor n'ont pas pu être perfectionnées et servent principalement de base de départ, pour tester les fonctionnalités priorisées.

Trois formulaires ont été développés : un pour valider son compte, permettent d'accéder aux fonctionnalités du site, et deux pour la partie emploi. Côté entreprise, un formulaire

permet de créer une nouvelle offre. Côté membre, une candidature peut être sauvegardée et transmises à l'entreprise titulaire de l'offre.

Les autres développements frontend sont majoritairement des listes, permettant d'accéder aux emplois disponibles, aux validations en attente ou encore aux candidatures soumises.

7.4. Obstacles rencontrés

Plusieurs difficultés sont intervenues durant la phase de développement, que ce soit sur un plan technique ou organisationnel.

La phase d'analyse s'étant prolongée jusqu'en début juillet – principalement car les besoins ont été redéfinis au fil des interviews, rendant les fonctionnalités à implémenter peu claires dans un premier temps – le développement ne s'est déroulé que sur une période d'une vingtaine de jours.

Le fait qu'une solution existe et ait déjà implémenté certaines "features" est un gain de temps dans l'ensemble, mais il est toujours délicat de reprendre un code qui ne nous appartient pas. Comprendre l'architecture du projet, l'articulation entre les composants ou simplement saisir la signification de certains commentaires sont autant d'étapes nécessaires pour reprendre et améliorer efficacement du code existant.

Pour finir, ayant pour habitude de travailler sur le framework Laravel et avec Vue.js, une phase d'apprentissage a été nécessaire pour appréhender PHP Yii2, connaître les commandes utiles, résoudre les problèmes de déploiement ou encore expérimenter les possibilités offertes par le frontend natif de PHP Yii2.

8. Tests utilisateur

Pour s'assurer de la bonne facture des écrans réalisés sous forme de mockups, deux personnes – déjà sollicitées pour des interviews au préalable – sont interrogées pour valider les propositions d'interface et proposer d'éventuelles modifications.

8.1. Validation des mockups

Les mockups soumis à évaluation sont disponibles au chapitre 5.2.

Les tests sont réalisés sur *Skype* avec deux personnes déjà interviewées précédemment, via un partage d'écran. Tout d'abord, le workflow général de la fonctionnalité est présenté, pour s'assurer de l'intégrité et de la cohérence du procédé, puis les écrans sont parcourus un à un dans un ordre logique. La personne interrogée réfléchit à haute voix, afin de déceler les éventuelles incompréhensions, puis une discussion plus libre sous forme de question-réponse est menée pour discuter de la validité de l'écran.

8.2. Compte-rendu des discussions

8.2.1. Demande de validation

Le workflow est jugé "simple et adéquat", car il va droit au but et implique peu d'étapes. Toutefois, pour éviter des quiproquos quand le modérateur doit évaluer les demandes, il serait judicieux d'indiquer le handicap de la personne soumettant la validation. Ainsi, quelqu'un souffrant d'une déficience mentale par exemple – dont le message pourrait paraître étrange ou suspect – ne serait pas écarté par erreur. Cette fonctionnalité implique d'indiquer son handicap dès l'inscription et donc de changer le formulaire actuel.

La façon de formuler la question du rôle souhaité est un peu maladroite. En effet, "Membre" et "Entreprise" sont des appellations orientées métier, qui ne sont pas forcément explicites.

8.2.2. Processus emploi

L'élément le plus problématique est le champ salaire. En effet, dans la pratique, le salaire étant parfois en partie pris en charge par l'*Assurance Invalidité* et sous certaines conditions particulières, il est difficile d'annoncer un chiffre précis et qui tiendrait compte des situations spécifiques des candidats. D'un autre côté, annoncer un salaire pour une travail fait partie du processus d'intégration sociale poursuivi par *O-Point*, car être rémunéré est gratifiant.

L'AI jouant un rôle clé dans la signature du contrat et chaque office fonctionnant selon ses propres standards, il a été suggéré de fournir le contact du conseiller, une fois la candidature acceptée par l'entreprise. Néanmoins, plus d'investigations sont nécessaires dans cette direction – notamment en collaboration avec l'AI – pour prendre une décision qui ne soit pas trop invasive pour les conseillers.

Lors de la création d'une offre, des champs "Secteur d'activité" et "Type de travail" seront ajoutés, plutôt que d'être définis une fois pour toute dans le profil de l'entreprise. En effet, il est tout à fait plausible qu'une même entreprise mette au concours des postes constitués de tâches très différentes – administration, informatique et manutention, par exemple.

Pour finir, il manque une option de filtrage par lieu sur la page de recherche d'offres.

9. Vérification de l'hypothèse

Il s'avère qu'il existe effectivement de multiples demandes et besoins autour des problématiques liées à l'inclusion sociale. Toutefois, il est nécessaire de faire une distinction entre les handicaps physiques ou mentaux car les problématiques rencontrées semblent bel et bien diverger.

D'un côté, les personnes atteintes d'un handicap physique ont tendance à essayer d'en faire abstraction et de fuir le milieu du handicap, quitte à ne fréquenter que des personnes valides. C'est d'ailleurs dans cette optique qu'ils affichent une volonté forte de se former et d'intégrer un milieu professionnel dans lequel ils peuvent s'épanouir et démontrer leurs aptitudes. Avoir accès à des loisirs ou des activités physiques est également une préoccupation majeure.

De l'autre, les personnes souffrant d'un retard ou d'un handicap mental montrent leur désir de développer leur cercle social et affectif, quitte parfois à se mettre en danger. Leur naïveté pose en effet un problème dans le contexte d'applications de rencontres classiques, trop souvent fréquentées par des gens mal intentionnés ou superficiels.

Cependant, le postulat de départ qui consistait à dédier uniquement la plateforme aux personnes en situation de handicap peut être définitivement écarté. Les entretiens démontrent de façon évidente qu'il n'est pas souhaitable de concevoir une plateforme basée sur l'exclusion des personnes valides. Offrir un espace sûr reste cependant primordial, mais la mise en place de stratégies de modération stricte – comme celles proposées dans ce document – est amplement préférable, quitte à restreindre quelque peu les libertés des utilisateurs.

10. Recommandations pour la suite

Dans un premier temps, il serait souhaitable de continuer à procéder à des interviews. Pour développer convenablement le pôle emploi d'*O-Point*, il serait judicieux de prendre en compte le point de vue d'autres acteurs majeurs, comme l'Assurance Invalidité ou les Offices Régionaux de Placement, par exemple. De plus, le développement des fonctionnalités autour de l'emploi n'ayant pas pu être finalisées ni testées en profondeur, il serait bénéfique d'y consacrer du temps supplémentaire pour lesachever.

Sur le plan technique, le kit de réseau social Humhub offre un socle de fonctionnalités intéressant mais reste assez précaire sur la partie frontend. En effet, les plateformes web modernes utilisent toutes un framework Javascript tel que React ou Angular. Une réécriture complète des vues de l'application serait fastidieuse mais très bénéfique, notamment pour répondre à l'exigence des critères d'accessibilité du public cible.

Pour finir, les pôles "bons plans" et rencontres sont sujets à une analyse plus poussée, soit au travers d'autres interviews ou en développant, par exemple, de nouvelles fonctionnalités. On peut imaginer un système de matchs selon des critères déterminés pour la partie rencontre, ou encore la création de pages spécifiques aux bons plans et implémentant les fonctionnalités dans le présent rapport (notation ou localisation sur la carte, entre autres).

Après discussion avec le mandant, la suite d'*O-Point* pourrait constituer un projet de groupe intéressant dans le cadre de la Filière Informatique de Gestion. Une esquisse de "product backlog", décrivant la suite du développement et une estimation du temps nécessaire, est disponible dans les annexes.

11. Conclusion

Les recherches menées durant ce travail ont démontré qu'il existe effectivement des demandes de la part des personnes en situation de handicap, tant sur le plan professionnel que relationnel. Il s'avère également qu'une plateforme web pourrait répondre à ces besoins, à condition de la rendre attractive – notamment en impliquant des entreprises et organismes spécialisés au projet – et en étant exigeant sur l'ergonomie proposée. Nous avons aussi démontré que le kit *Humhub* est personnalisable et pourrait potentiellement être une solution efficace, si suffisamment retravaillé.

L'importante part d'analyse, qui n'était pas prévue au tout début du travail et lors de mon choix de thème de Bachelor, a été menée au détriment du développement mais possède toutefois une valeur très importante pour le client du projet. Les aprioris initiaux ont en effet été ajusté et le mandant dispose désormais d'éléments solides pour achever le développement de la plateforme. Les pistes explorées permettent également d'imaginer un produit fini réaliste.

D'un point de vue personnel, ce travail de Bachelor m'a permis de développer de solides connaissances en matière d'analyse ainsi qu'une bonne vision globale de la réalisation d'un projet. L'utilisation du Garrett's 5 S ainsi que les interviews menées, puis décortiquées, sont des compétences en principe peu développées dans le cadre de la formation et qui constituent pour moi une réelle plus-value. Ce travail était une formidable opportunité pour moi d'appréhender le milieu du handicap et de perfectionner mes compétences techniques autour du design, du développement web et de la gestion de projet.

12. Déclaration sur l'honneur

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Messieurs Julien Torrent et Benjamin Nanchen.

Lieu et date

Signature

(Julien Reichenbach, Étudiant HES-SO)

13. Références

Aaron, M. (2019, janvier 16). *Tinder by the Numbers: Stats, Users, Demographics & Fun Facts*.

Consulté le mai 23, 2019, sur Much Needed: <https://muchneeded.com/Tinder-statistics/>

Aslam, S. (2019, janvier 06). *Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts*.

Consulté le mai 20, 2019, sur Omnicore: <https://www.omnicoreagency.com/Facebook-statistics/>

Aslam, S. (2019, janvier 06). *LinkedIn by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts*.

Consulté le mai 24, 2019, sur Omnicore: <https://www.omnicoreagency.com/LinkedIn-statistics/>

B2BInternational. (2018, mars 07). *What is the Value Proposition Canvas ?* Consulté le juin 17,

2019, sur B2B International: <https://www.b2binternational.com/research/methods/faq/what-is-the-value-proposition-canvas/>

Badoo - About. (2019, mai 21). Consulté le 05 23, 2019, sur *Badoo*: <https://Badoo.com/team/>

Badoo, le site de rencontres sans scrupule. (2013, janvier 04). Consulté le mai 23, 2019, sur France Info: <http://www.franceinfo.fr/high-tech/nouveau-monde/Badoo-le-site-de-rencontres-sans-scrupules-850531-2013-01-04>

Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human relations*.

Batagoda, M. (2018, juillet 01). *Why Tinder is such a Hit?* Consulté le mai 22, 2019, sur UX Planet: <https://uxplanet.org/why-Tinder-is-such-a-hit-47075b7c7638>

Bishop, A. (2019, mars 14). *13 Awesome Professional Networking Alternatives to LinkedIn*.

Consulté le mai 25, 2019, sur Search Engine Journal: <https://www.searchenginejournal.com/LinkedIn-alternatives/297409/>

Bonneau, J., & Preibusch, S. (2009). *The Privacy Jungle: On the Market for Data Protection in Social Networks.* Récupéré sur Joseph Bonneau: http://www.jbonneau.com/doc/BP09-WEIS-privacy_jungle.pdf

Brandtzæg, P. B., Lüders, M., & Skjetne, J. H. (2010). Too Many Facebook "Friends"? Content Sharing and Sociability Versus the Need for Privacy in Social Network Sites. *Human-Computer Interaction*, 1006-1030.

Bryant, E. M., & Marmo, J. (2012). The rules of Facebook friendship: A two-stage examination of interaction rules in close, casual, and acquaintance friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1013-1035.

Caers, R., & Castelyn, V. (2011). *LinkedIn and Facebook in Belgium: The Influence and Biases of Social Network Sites in Recruitment and Selection Procedures.* Belgique.

Carman, A. (2019, février 06). *Tinder added more than 1 million subscribers last year.* Consulté le mai 24, 2019, sur The Verge: <https://www.theverge.com/2019/2/6/18214344/Tinder-match-group-earnings-revenue-growth-hinge-dating-apps>

Coëffé, T. (2018, juillet 11). *Chiffres réseaux sociaux - 2018.* Consulté le mai 20, 2019, sur Blog du Modérateur: <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

Confédération Suisse. (2018, mai 25). *Le règlement général de l'UE sur la protection des données.* Consulté le juin 18, 2019, sur Confédération Suisse: <https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/fr/home/documentation/bases-legales/Datenschutz%20-%20International/DSGVO.html>

Cook, J. (2017, avril 18). *The reclusive CEO of dating app Badoo on his app's redesign, Bumble, and why he won't IPO any time soon.* Consulté le mai 24, 2019, sur Business Insider France: <https://www.businessinsider.fr/us/Badoo-ceo-andrey-andreev-interview-2017-4>

Cornic, C. (2015). *Qu'est-ce que le Business Model Canvas ?* Consulté le juin 12, 2019, sur Blog Gestion de Projet: <http://www.blog-gestion-de-projet.com/quest-ce-que-le-business-model-canvas/>

Crisp, A. H., Gelder, M. G., Rix, S., Meltzer, H. I., & Rowlands, O. J. (2000). Stigmatisation of people with mental illnesses. *British Journal of Psychiatry*, 4-7.

Daintyari, S. (2019, juin 13). *Angular vs React vs Vue: Which Framework to Choose in 2019*. Consulté le juin 29, 2019, sur condeinwp: <https://www.codeinwp.com/blog/angular-vs-vue-vs-react/#part-2-community-and-development>

Dodaro, M. (2018, juillet 25). *The 5 E's of a LinkedIn Marketing Strategy*. Consulté le mai 27, 2019, sur Top Dog Social Media: <https://topdogsocialmedia.com/LinkedIn-marketing-strategy-infographic/>

Drapeau, M. D. (2009, février 02). *What is Twitter's Vision?* Consulté le mai 22, 2019, sur Mashable: <https://mashable.com/2009/02/02/what-is-Twitters-vision/>

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. États-Unis d'Amérique.

Facebook Revenue 2009-2019. (2019). Consulté le mai 21, 2019, sur Macrotrends: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/FB/Facebook/revenue>

Fontein, D. (2017, janvier 05). *Top LinkedIn Demographics That Matter to Social Media Marketers*. Consulté le mai 26, 2019, sur Hoostsuite: <https://blog.hootsuite.com/LinkedIn-demographics-for-business/>

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience*. Berkeley, Californie, États-Unis d'Amérique: New Riders.

Gill Hague, R. T. (2011). Disabled Women, Domestic Violence and Social Care: The Risk of Isolation, Vulnerability and Neglect. *British Journal of Social Work*, 148-165.

Golob, P. (2016, décembre 09). *Where Do People Find Love? A Global Overview of Dating Apps*. Consulté le mai 29, 2019, sur GFluence: <https://gfluence.com/people-find-love-global-overview-dating-apps/>

Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 79-83.

grosse Deters, F., & Mehl, M. R. (2012). Does Posting Facebook Status Updates Increase or Decrease Loneliness? An Online Social Networking Experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 579-586.

Iqbal, M. (2019, février 27). *LinkedIn Usage and Revenue Statistics (2018)*. Consulté le mai 27, 2019, sur Business of Apps: <http://www.businessofapps.com/data/LinkedIn-statistics>

J-Courville-Marceau, L. (2011, septembre 22). *Comment Facebook multiplie-t-il ses sources de revenus ?* Consulté le mai 21, 2019, sur Journal Du Net: <https://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/50172/comment-Facebook-multiplie-t-il-ses-sources-de-revenus.shtml>

Koch, T., Gerber, C., & de Klerk, J. J. (2018, mai 07). The impact of social media on recruitment: Are you LinkedIn ? Afrique du Sud: AOSIS (Pty) Ltd.

Kumar, A. (2018, août 18). *React vs. Angular vs. Vue.js: A Complete Comparison Guide*. Consulté le juin 28, 2019, sur DZone: <https://dzone.com/articles/react-vs-angular-vs-vuejs-a-complete-comparison-gu>

LinkedIn - About. (2019). Consulté le mai 24, 2019, sur LinkedIn: <https://about.linkedin.com/fr-fr>

Living Lab Handicap. (2019). *Homepage*. Consulté le juillet 12, 2019, sur Living Lab handicap.

Margot-Cattin, P. (2017, janvier 27). Inclusion des personnes vivant avec un handicap dans le premier marché de l'emploi : une perspective socio-anthropologique. Berne, Berne, Suisse.

Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 357-364.

Nosek, M. A., Hughes, R. B., Swedlund, N., Taylor, H. B., & Swank, P. (2003). Self-esteem and women with disabilities. *Social, Science & Medicine*, 1737-1747.

- Pankonien, D. (2017, août 12). *Research methods: The ethnographic interview (course content)*. Consulté le mai 30, 2019, sur Medium: <https://medium.com/@pankonien/research-methods-the-ethnographic-interview-course-content-909da6d74cf>
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). *Love at first swipe? Explaining*. Mobile Media & Communication.
- Roy, N. (2014, avril 23). *La stratégie Facebook*. Consulté le mai 19, 2019, sur LinkedIn: <https://fr.slideshare.net/NicholasRoy9/la-strategie-Facebook>
- Shakespeare, T. (1994). Cultural Representation of Disabled People: dustbins for disavowal? *Disability & Society*, 283-299.
- Shpigelman, C.-N., & Gill, C. J. (2014). Facebook Use by Persons with Disabilities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 610-624.
- Smith, C. (2019, mai 11). *15 Amazing Badoo Facts and Statistics* (2019). Consulté le mai 27, 2019, sur DMR: <https://expandedramblings.com/index.php/Badoo-facts-statistics/>
- Sokratis Dinos, S. S. (2004). Stigma: the feelings and experiences of 46 people with mental illness. *British Journal of Psychiatry*, 176-181.
- Talebook. (2018, août 19). *How to create Personas, a step by step guide*. Consulté le juin 23, 2019, sur UX Planet: <https://uxplanet.org/how-to-create-personas-step-by-step-guide-303d7b0d81b4>
- Tinder Mission, Vision & Values*. (2019). Consulté le mai 23, 2019, sur Comparably: <https://www.comparably.com/companies/Tinder/mission>
- Twitter's Vision*. (2015, août 24). Consulté le mai 22, 2019, sur The Purpose Project: <http://www.thepurposeprojectinc.com/blog/2015/8/24/Twitters-vision>
- van Dijck, J. (2013). "you have one identity": performing the self on *Facebook* and *LinkedIn*. *Media, Culture & Society*, 199-215.

Wauters, R. (2013, décembre 17). *Badoo by the numbers: 200 million users and \$200m in annual revenue on strong mobile usage growth*. Consulté le mai 24, 2019, sur Owler: <https://tech.eu/news/Badoo-200-million-users/>

WeGroup. (s.d.). *Qu'est-ce que sont les ORP ?* Consulté le juin 17, 2019, sur WeGroup: <https://www.wegroup.ch/assurance-chomage/quest-ce-que-sont-les-orp/>

Wright, E. R., Wright, D. E., Perry, B. L., & Foote-Ardah, C. E. (2007). Stigma and the Sexual Isolation of People with Serious Mental Illness. *Social Problems*, 78-98.

14. Références des illustrations

Figure 1 aperçue sur <https://livinglabhandicap.ch/>

Figure 2 aperçue sur http://www.jjg.net/elements/pdf/elements_ch02.pdf

Figure 3 aperçue sur https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Scrum_process.svg

Figure 4 aperçue sur <https://pixabay.com/fr/illustrations/Facebook-logo-r%C3%A9seau-social-r%C3%A9seau-770688/>

Figure 5 aperçue sur https://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Twitter_Bird.svg

Figure 6 aperçue sur <https://www.globaldatinginsights.com/news/Tinder-updates-design-of-flame-logo/>

Figure 7 aperçue sur <https://www.globaldatinginsights.com/news/Badoo-hires-dominic-gallello-as-new-cmo/>

Figure 8 aperçue sur https://en.m.wikipedia.org/wiki/File:LinkedIn_logo_initials.png

Figure 9 aperçue sur <https://www.Jaccede.com/fr/p/s?page=1>

Figure 10 aperçue sur <https://www.Jaccede.com/fr/u/clobe91-1/contributions?page=1>

Figure 11 aperçue sur
<https://www.Jaccede.com/fr/p/ChIJY7DhIXUhBcRLwbeX4zCAaU/museum-of-applied-arts-wien?page=1>

Figure 12 aperçue sur <https://www.Handicap-rencontres.date/>

Figure 13 aperçue sur
https://secure.easypayweb.com/?lang=fr_FR&payload=2EvLM%2BWOSz6%2FHOe6gHI6A3S6p1Q3ArvJ5VjUpppoHZvUwQjQTAnfGCwlOArLLTb6bzjWX4%2BVr0vZYbRMRXp7Hg%3D%3D&user_id=1048892911&extFor=3001&pr=1

Figure 14 aperçue sur <https://www.Chat-handicape.fr/fr>

Figure 15 aperçue sur <https://www.Chat-handicape.fr/fr/profil2?us=MTg3NzM>

Figure 16 aperçue sur <https://Handicapeo.fr/home/?LinkId=4&refMailId=2806630884>

Figure 17 aperçue sur <https://Handicapeo.fr/>

Figure 18 aperçue sur <https://Handicapeo.fr/home/?LinkId=4&refMailId=2806630884>

Figure 19 : VPC résultant de l'analyse des besoins, réalisé par l'auteur.

Figure 20 : Persona primaire d'un utilisateur d'O-Point, réalisé par l'auteur à l'aide de l'outil <https://xtensio.com/userpersona>

Figure 21 : Use case de l'inscription en deux étapes, réalisé par l'auteur à l'aide de Visual Paradigm.

Figure 22 : Use case des mécanismes de signalement, réalisé par l'auteur à l'aide de Visual Paradigm.

Figure 23 : Use case du pôle emploi, réalisé par l'auteur à l'aide de Visual Paradigm.

Figure 24 : Use case du pôle bon plan, réalisé par l'auteur à l'aide de Visual Paradigm.

Figure 25 : Mockup du profil utilisateur et demande de validation, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 26 : Mockup de l'onglet Validation, côté modérateur, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 27 : Workflow de l'inscription en deux étapes, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 28 : Mockup du panel emploi, création d'une offre, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 29 : Mockup du panel emploi, liste des offres publiées, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 30 : Mockup du panel emploi, archive des offres publiées, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 31 : Mockup du panel emploi, candidatures reçues, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 32 : Mockup du panel emploi, liste des offres disponibles, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 33 : Mockup d'une offre et formulaire de postulation, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 34 : Mockup du panel emploi, candidatures envoyées, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 35 : Mockup du panel emploi, validation des offres, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 36 : Détail d'une offre, vue modérateur et créateur, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 37 : Workflow du pôle emploi, réalisé par l'auteur sur whiteboard.

Figure 38 aperçue sur <https://dzone.com/articles/react-vs-angular-vs-vuejs-a-complete-comparison-guide>

Figure 39 : Nouvelles tables et colonnes dans la base de données, réalisé par l'auteur à l'aide de Visual Paradigm.

Figure 40 : Product backlog, sprints réalisés (le texte en rouge représente les fonctionnalités encore à implémenter), réalisé par l'auteur à l'aide d'Excel.

Figure 41 : Product backlog, user stories restantes, réalisé par l'auteur à l'aide d'Excel.

15. Annexes

15.1. Cahier des charges initial (14.05.2019)

Nr.	Thème	Tâches		Size	Remarques	Temps (h)
		Quoi ?	Pourquoi ?			352
ANALYSE						
1	Analyse	Analyser l'existant	Connaître les solutions qui existent déjà dans le domaine	L	<i>Sites de rencontres traditionnels (Badoo, ...) et solutions existantes pour ce public cible</i>	16
2	Analyse	Analyser la solution déjà développée	Comprendre le framework et ce qui fonctionne déjà, ce qui peut être réutilisé	L	<i>PHP YII (version)</i>	12
3	Analyse	Comparer les technologies utilisables et définir la meilleure pour le projet	Prendre une direction optimale afin de fournir une solution efficace dans les contraintes du TB	M	<i>Définir les critères à comparer (prix, complexité, ce qui est déjà implémenté, maintenabilité, ...) et un système de notation</i>	12
4	Analyse	Définir un guide de d'entretien pour mener les interviews	Comprendre les besoins spécifiques des professionnels et des membres et dégager des priorités	M	<i>2 phases - 1) analyse rapide des besoins prof&membre - 2) analyse et validation de l'existant au fil du développement</i>	10
5	Analyse	Accompagnement aux entretiens et analyses des résultats	Comprendre les besoins et éviter des développements inutiles	XL	<i>Entretiens réalisés en collaboration Benjamin Nanchen</i>	36
6	Analyse	Définir les données à conserver dans la DB	Éviter des problèmes avec la loi RGPD/tutorats	S	<i>Selon besoins, avec le soutien de Jean-Gabriel Piguet (Service d'Ethique Appliquée de la HES-SO)</i>	8
7	Conception	Concevoir la base de données	Fournir un design efficace et qui répond aux besoins	S	<i>Voir solution existante et se baser dessus</i>	8
8	Analyse	Analysé des normes WAI/WCAG et des bonnes pratiques UX pour ce type d'utilisateur	Rendre le site utilisable et accessible pour le public visé	S	<i>S'inspirer des solutions existantes, voir littérature fournie par Benjamin Nanchen</i>	8
9	Conception	Créer des mockups pour les différents écrans du site	S'assurer qu'ils correspondent aux attentes/besoins des utilisateurs finaux	L	<i>Selon besoins, validation par les personnes interviewées lors de la phase d'analyse</i>	16
PLATEFORME WEB						
10	Site	Créer un système de login	Créer un compte et/ou accéder au site avec un compte existant	XL	<i>Attribution des 4 différents rôles, système de validation des nouveaux utilisateurs "sur place" par les professionnels afin de sécuriser le système</i>	32
11	Relation	Permettre de trouver des gens et initier le contact entre les utilisateurs	Créer du lien social	L	<i>Filter les utilisateurs à afficher en priorité, mettre l'accent sur l'inclusion social selon désir des utilisateurs</i>	16
12	Relation	Communiquer par messages privés	Dialoguer de façon plus rapide	L	<i>Live chat ? PM similaires à ceux des forums ? Modération ? Voir plugins existants</i>	16
13	Profil	Gérer le contenu des profils utilisateurs	Personnaliser les informations à montrer aux autres utilisateurs	M	<i>Photo ? Âge ? Type de pathologie pour mettre en relation les gens ? Construction du lien de confiance avec un filtre des infos à afficher ?</i>	10
14	Profil	Gérer le niveau de sécurité/accessible du profil et des contenus de l'utilisateur	Permettre de gérer le niveau de confidentialité en fonction du contenu publié	M	<i>Filtrer par amitié, type de contenu, ...</i>	10
15	Contenu	Gérer le "Mur" des utilisateurs	Permettre de montrer les actualités de chacun	L	<i>Commentaires, like, tag, ...</i>	16
16	Contenu	Gérer les "Espaces"	Pages sur lesquelles discuter d'un topic en particulier	L	<i>Collection de topics sur un sujet précis, définir une stratégie de modération pour cette fonctionnalité</i>	16
17	Modération	Créer un système de modération et de supervision de la plateforme	S'assurer que les utilisateurs évoluent dans un environnement favorable	XL	<i>Lier les membres à un professionnel en cas de détresse ? Possibilité de choisir son modérateur ? Quid de la suppression totale des chats (selon RGPD) ? Système d'avertissement et de banissement ? Dictionnaire de mots à flag pour modérer? Quel accès donner aux modérateurs vis-à-vis des chats privés ?</i>	32
18	Contenu	Décrire l'utilisation du site (Premier pas)	Améliorer l'accessibilité et l'utilisation du site	S	<i>Page extrêmement claire, définir les CGU, facile à comprendre</i>	8
19	Site	Rendre le site UX pour mobile	Permettre l'utilisation du site sur tablettes et smartphones	XL	<i>Application mobile ?</i>	24
DOCUMENTATION						
21	Guide	Rédiger un guide utilisateur	Utiliser facilement la plateforme	L	<i>Version membre plus détaillée/friendly</i>	10
22	Guide	Rédiger un guide technique	Reprendre le développement de la plateforme à postériori	M	<i>Versions utilisées, DB schema, architecture logicielle, architecture du projet, ...</i>	6
23	Rapport TB	Rédiger le rapport de TB	Rendre un rapport complet et exhaustif sur le travail réalisé dans le cadre du TB	XL		30

15.2. Entretiens utilisateurs

15.2.1. Guide d'entretien



Plateforme O-Point Guide d'entretien

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

Introduction

Le développement d'O-Point est le sujet du travail de bachelor de Julien Reichenbach, dans le cadre de la Filière d'Informatique de Gestion de la HES de Sierre.

O-Point est un projet de site internet de rencontres amicales et/ou amoureuses, mais aussi un réseau social. La plateforme vise à stimuler les rencontres entre personnes sujettes à un handicap, en fournissant un cadre sécurisé et bienveillant.

Ce questionnaire vise à cerner les besoins des futurs utilisateurs de la plateforme O-Point. Il met en perspective les habitudes des futurs utilisateurs et leur ressenti par rapport à d'autres solutions plus traditionnelles. Il permettra également de lister les fonctionnalités souhaitées et de leur donner une priorité.



Généralités

- o Présentez-vous brièvement.
- o Décrivez-moi votre journée type ?

Réseaux sociaux

- o Décrivez-moi comment vous utilisez les réseaux sociaux ? (Facebook, Twitter, Linkedin, Forums, Autre)
- o Décrivez-moi les problèmes que vous rencontrez ? (Relations, ergonomie, image personnelle)
- o Décrivez-moi les points positifs (voir réseaux ci-dessus) ?
- o Si vous aviez une baguette magique, que changeriez-vous ?

Application de rencontres

- o Décrivez-moi comment vous utilisez les applications de rencontres ? (Tinder, Badoo, Autre)
- o Décrivez-moi les problèmes que vous rencontrez ? (Relations, ergonomie, image personnelle)
- o Décrivez-moi les points positifs (voir réseaux ci-dessus) ?
- o Si vous aviez une baguette magique, que changeriez-vous ?

Activités professionnelles

- o Seriez-vous intéressé(e) à participer à des tests de prototypes en lien avec le handicap ?
- o Seriez-vous intéressé(e) de mettre à disposition vos compétences pour accomplir des activités rémunérées ?

Inclusion sociale

- o Quelle importance percevez-vous dans les échanges avec des personnes valides ? Pourquoi ?
- o Comment parlez-vous de votre handicap ?
- o Et avec des personnes partageant des expériences similaires ?

15.2.2. Retranscriptions



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 1

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

Généralités

L'interviewé est un homme de 32 ans, souffrant de malvoyance. Il est "passionné par la technologie" et aime la musique. Il en produit et la publie sur Deezer, mais il reste principalement auditeur. Il ne

S'il pouvait changer quelque chose, il voudrait y voir encore plus d'information, mais également une meilleure utilisation du "web 3.0, comme des chats directs avec des entreprises, du service après-vente, des questions-réponses ou" [des services de ce genre-là].

Instagram

Instagram n'est presque pas utilisé : "je poste jamais", il n'y consulte que des photos et suit des produits, comme Samsung, pour "avoir des news".

Twitter

Il se sert très peu de Twitter, et ne consulte son fil d'actualité "seulement si j'ai reçu un push le matin". Il estime que ce n'est pas dans les habitudes de sa génération, contrairement à Facebook, et que c'est "peu popularisé en Europe" [pour le moment].

LinkedIn

Il n'a pas vraiment l'utilité de LinkedIn. "Je sais que ça existe" [mais je n'ai pas de compte].

Snapchat

Snapchat est perçu comme une application [pour les ados] et ne correspond pas à sa génération. "Je l'ai un peu par défaut sur mon téléphone". Toutefois, il est sensible aux "problèmes de droit à l'image" que ce genre d'application soulèvent.

Forums

Il était présent sur des forums "avant", mais il ne leur trouve "plus tellement d'utilité". "Je sais que beaucoup moins de gens les utilisent" [par rapport à il y a quelques années]. Il lui arrive quand même de les utiliser "pour demandes des conseils".

fait partie d'aucune association, mais faisait partie de Sport Handicap "à l'époque". Il n'y est plus à cause de son activité professionnelle, qui lui prend [suffisamment] de temps.

Il est sensible aux problématiques de la loi RGPD et de Big Data. Il est soucieux de la protection de ses données personnelles. Il préfère Mac, car "le voice-over est plus fiable" et l'ergonomie est [meilleure qu'Android et Windows]. Autrement, il ne rencontre pas particulièrement de problèmes à l'utilisation de son téléphone et de son ordinateur.

Réseaux sociaux

Facebook est de très loin le réseau le plus utilisé par l'interviewé. Il se sert également un peu d'Instagram et de Twitter.

Facebook

"La journée [...] je regarde ce qu'il se passe [dans l'actualité], mais pas au boulot". Facebook est également vecteur de rencontres : "Je connais plus d'amis" [virtuels quand dans la vie réelle]. Toutefois, la principale utilisation faite de Facebook est d'y chercher de l'information sur l'actualité. Il estime que c'est "un tourment pour les jeunes" en termes de source d'information comparé aux médias traditionnels.

"En principe", il n'y rencontre "pas de problème" [d'ergonomie], surtout grâce au voice-over. Cependant, il trouve qu'il est difficile de trouver certaines fonctionnalités spécifiques, comme {créer un événement} par exemple. Le seul problème majeur rencontré est un piratage de son compte, qui n'a eu lieu qu'une seule fois "il y a quelques années".

L'avantage principal de Facebook est l'accès facile à l'informations et aux médias.

2

Applications de rencontres

L'interviewé étant divorcé, il est à la recherche d'une relation. Toutefois, son impression générale sur les applications de rencontres est qu'elles sont "trop superficielles" et il est sceptique sur le fonctionnement des [algorithmes de référencement des gens].

"J'avais utilisé Tinder, Badoo", mais sans résultat concret. Il trouve également que c'est "trop cher pour être bien référencé partout". [C'est] "juste une plateforme de plus" [par rapport aux réseaux sociaux en général]. Il aimerait y voir plus de modération, car "n'importe qui peut afficher n'importe quoi" et estime que plus de contrôle serait bénéfique et diminuer la proportion de faux comptes. Par rapport au projet O-Point, il pense que ce ne serait "pas une bonne idée" de limiter le champ des rencontres à la Suisse romande, car [le public est trop restreint].

Tinder

Il a utilisé Tinder pendant environ 1 semaine. Il n'a pas aimé la création de profil : "Pour remplir le profil, c'est trop long. Ça serait mieux si c'était lié à Facebook."

Le problème majeur est "le gros problème qu'on voit tous" [...] "beaucoup de personnes ne s'engagent pas". L'application est souvent [utilisée pour un soir], mais c'est difficile d'y trouver du sérieux. La prépondérance du critère physique est également un souci, à cause de son handicap. Il est [difficile de savoir s'il faut swipe à gauche ou à droite], "je swipe un peu au hasard".

Il l'a principalement "utilisé pour essayer la technologie". A part le remplissage de son profil, il dit n'avoir pas rencontré de souci ergonomique majeur.

3

4

Badoo

Tout comme Tinder, l'inscription est "fastidieuse". Aussi, il n'a pas aimé la "barre de progression", qui estime le taux de remplissage du profil, car il ressentait une "pression".

Inclusion sociale

Vis-à-vis des personnes valides, il ne ressent "pas d'appréhension" [particulière] à parler de son handicap. "S'ils ont peur, ils ont peur" [tant pis]. Il remarque toutefois qu'en Suisse, les gens ont plus "peur de déranger" qu'à l'étranger. Pour les questions sur son handicap : "ça dépend des questions" [mais] "il n'y a pas vraiment de questions dérangeantes, je suis ouvert". Professionnellement, il a été "très vite intégré" [au travail].

Il a [très peu] de contacts avec d'autres personnes en situation de handicap. Il évoque la FSA, Fédération Suisse des Aveugles, et dit qu'il "reçoit des programmes et des trucs", mais qu'il n'y participe pas trop. Il n'apprécie pas spécialement les newsletters, car [c'est dépassé], "personne ne les lit". Il a quand même participé à un cours de samaritains spécialement adapté pour les personnes malvoyantes il y a 2 ans, "c'était une bonne idée". La FSA ne prévoit aucun canal dédié aux rencontres.

O-Point

Concernant l'idée de la plateforme O-Point, il ne l'estime "pas vraiment nécessaire", car le Valais est trop restreint pour être attractif.

5

Généralités

L'interviewé est un homme de 44 ans, d'origine Chilienne. Il est arrivé en Suisse à l'âge de 7 ans, pour fuir le régime de Pinochet avec sa famille. Il souffre d'une paralysie de l'hémisphère droit, due à un problème à sa naissance. Des séquelles psychomotrices l'ont forcées à devenir gaucher, et [le cerveau donne des informations erronées ou lentes au corps]. Toutefois, ses capacités cognitives sont tout à fait normales.

Même si les médecins de l'époque avait prédit une incapacité à marcher ou à parler, des amis de sa famille l'ont beaucoup stimulé dans son enfance, ce qui lui a permis de marcher et parler aujourd'hui : "les synapses ont repris leurs droits". Malgré un retard scolaire du aux activités manuelles, il n'a [pas rencontré de difficultés] "au niveau intellectuel". Une fois en Suisse, il a été placé en école spécialisée, qui a "amélioré" [ses capacités] "au niveau de la motricité". Vu ses progrès, il a intégré une classe normale dans laquelle il n'a "pas eu de problème dans le cursus intellectuel", mais "beaucoup de peine" [pour les activités manuelles, gym, etc].

Il a depuis longtemps un fort intérêt pour l'informatique, il a donc fait les tests pour intégrer une école d'IT à Lausanne et les a réussis. Il s'agissait d'une formation technique (hardware, réseau, ...) et certaines épreuves comme "monter un PC dans un temps donné" était difficiles, mais il a obtenu son diplôme.

Dans le monde du travail, "quand j'ai commencé à envoyer des CV, ça allait", ses candidatures étaient retenues, "mais en entretien, ils voyaient mon handicap" [et préféraient quelqu'un de valide]. Ces refus ont entraîné un rejet de la société, un développement d'agoraphobie et un suivi psychiatrique. "J'étais cloitré à la maison, sans pouvoir sortir, je ne pouvais même pas aller à la boîte aux

2



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 2

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

1

lettres" [sinon je risquais de faire une] "panic attack", et ce durant 1 an. Il s'est fait interné pour lutter contre sa phobie et il a constaté "beaucoup d'améliorations". "Dans le monde des aveugles, le borgne est roi". Il a également découvert une vocation dans le fait d'aider les autres pensionnaires, qui avaient plus de peine que lui. [J'ai découvert] "un feu en moi d'aider les handicapés."

Vu les difficultés physiques éprouvées par son premier métier en IT technique, il a décidé de se former en programmation en autodidacte. L'AI l'a placé au FST, où il est resté environ 10 ans, jusqu'à une fusion où il est resté employé, "pas dans les mêmes conditions qu'un travailleur normal" mais "à mon rythme". Il était sous la supervision d'un mentor qui gérait sa charge de travail et l'aider à améliorer son rendement.

Il a ensuite travaillé pour Julien Torrent à Neuchâtel, et continue à travailler pour la FSP en télétravail depuis Biel/Bienne malgré le déménagement de la structure à Sierre. Il n'a pas pu déménager à cause de son agoraphobie.

Il apprécie de travailler à la maison, car il [travaille plus d'heures que quand il devait aller sur place], puisqu'il n'a plus besoin de gérer le stress engendré par le besoin de sortir de chez lui.

Son principal hobby reste l'informatique, même après son travail il reste sur son ordinateur. Il s'occupe de sa mère atteinte de polyarthrite, bien que sa "vie privée en pâtît beaucoup".

Réseaux sociaux

Il utilisait des chats étant plus jeune (Caramail, ...) principalement pour flirter et trouver une relation chamele ou durable, mais son réseau social de prédilection est Facebook. [J'ai connu] "une période très active, mais aussi néfaste", car il se heurtait souvent au rejet de l'autre à cause de son handicap, notamment avec les filles, qui lui

3

rétorquaient souvent "on va rester amis". Il a ensuite décider de changer peu à peu et d'être "le plus transparent possible" pour éviter ce genre de situation. Pour lui, il n'avait "pas vraiment un handicap, j'étais peut-être dans le déni". Depuis environ 10 ans, il n'est plus actif sur les chats. "On prend de la bouteille", [les relations virtuelles ne sont plus intéressantes et on préfère les rencontres dans la vraie vie].

Il n'a jamais rencontré de problème ergonomique.

Facebook

Il a "toujours les réseaux sociaux sur un écran" et il estime qu'il "scroll pas mal" dans la journée. "Je me sens plus voyeur qu'autre chose", car il consulte plus qu'il ne poste de contenu. Il n'utilise Facebook Messenger uniquement pour envoyer des liens, mais sinon il communique principalement avec Whatsapp ou Telegram.

Twitter

"J'ai juste un compte mais il prend la poussière" [car je n'ai pas accroché].

Linkedin

Utilisé principalement pour apprendre, acquérir des connaissances.

Forums

Il utilise Discord, d'abord pour les jeux vidéo mais il compte intégrer des serveurs dédiés à la programmation une fois qu'il se sera un peu plus formés, pour en apprendre davantage. Il a quelques amis virtuels qu'il contacte de temps en temps.

Applications de rencontres

Il est un peu un cas particulier car "je connais les risques qu'il peut y avoir" [comme les hackers, la pub ciblée, etc]. Il ne déclare pas de problème ergonomique, mais "au niveau social, pour les personnes

4

handicapées". Quand il s'agit d'amitié, il n'a pas de problème, car les personnes sujettes à un handicap ont "une autre philosophie de la vie" et aident les gens valides à "relativiser leurs problèmes quand ils voient les nôtres". Par contre, en amour, il a constaté beaucoup "d'aprioris" et de "peur". Des pensionnaires de l'ORIF lui ont confié être "frustrés" par leur situation et particulièrement touchés par des remarques ou des mots crus parce qu'ils sont particulièrement "fragiles émotionnellement". Dans son cas personnel, "mon handicap ne se voit pas forcément" [au premier abord]. Il estime toutefois que "ça marchait pas si mal" car il arrivait à trouver des gens qui s'intéressent davantage à la personne qu'à sa physique. Il a déjà eu des relations avec des personnes handicapées : "c'est mon univers". Mais il explique que ces personnes ont une image d'elles-mêmes "très basse" et ont du mal à assumer leur condition.

Badoo

Il s'en est déjà servi il y a longtemps. Il déplore que "pour les femmes c'est gratuit, pour les hommes c'est payant". Et que pour une personne en situation de handicap, c'est d'autant plus frustrant de "payer pour recevoir des insultes" ou des mots blessants sur leur situation. Il ne l'a pas vécu personnellement, mais des gens de l'ORIF se sont confiés à lui sur ces problèmes, car il était comme un "grand frère".

Il a toutefois aussi relevé une expérience personnelle favorable. Il était en recherche d'une relation chameau avec une jeune fille qu'il a rencontré à plusieurs reprises, avec qui il est resté pendant 3 ans. Il avait la sensation qu'il "devait faire plus d'efforts pour me faire accepter". Mais le succès de la relation a fortement renforcé son estime personnelle.

5

Inclusion sociale

Il redoute qu'O-Point soit réservé uniquement aux personnes en situation de handicap : "les personnes handicapées ont peur d'aller dans un endroit qui leur rappelle qu'ils sont handicapés". C'est pourquoi il estime que la plateforme devrait être ouverte à tous. Un système d'enregistrement à deux niveaux - un premier basique qui donnerait accès à des fonctionnalités de base, et un second qui nécessiterait un enregistrement contrôlé - serait souhaitable pour éviter des utilisateurs malveillants.

Toutefois, le côté "flic" selon lui peut être potentiellement une façon de se démarquer, avec une modération forte et un système de détection automatique de messages malveillants. [Ca mènerait à] "beaucoup moins de risques". Bien que le côté rencontre serait plutôt pour les jeunes, [car ils n'ont] "pas les mêmes attentes de la vie qu'un vieux", l'espace d'échange pourrait être enrichi par des conversations entre des utilisateurs de différents âges.



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 3

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

Pour des raisons d'organisation, l'entretien a été réalisé sur le chat Facebook.
1

6

Julien Reichenbach

Généralités

Question : Pour commencer, peux-tu te présenter brièvement (parcours, handicap, hobbies, ...) ?

Réponse : Je suis handicapée physique IMC depuis la naissance. J'adore aller dans la nature avec ma chienne, ça me ressource à fond. J'ai été adoptée, je viens du Liban.

Q. : Comment décrirais-tu ta journée-type ?

R. : J'écoute beaucoup de musique et je sors beaucoup.

Réseaux sociaux

Q. : Peux-tu me décrire comment tu utilises les réseaux sociaux, du type Facebook, Twitter, ... ?

R. : J'utilise Facebook uniquement pour discuter avec mes amis. [Toutefois, j'ai remarqué qu'elle poste ou partage régulièrement du contenu sur la maltraitance animale].

Q. : Est-ce que ce sont des amis rencontrés en vrai, ou sur Facebook ? Ou les deux ?

R. : Les deux. J'ai jamais eu un petit ami à cause de la chaise roulante électrique malheureusement.

Q. : Donc pour trouver des amis ou avoir des discussions amicales, Facebook marche plutôt bien, mais pas pour les rencontres amoureuses ?

R. : Les hommes me veulent pas, ma chaise les dérange je pense. J'ai eu seulement des chagrins d'amour.

Q. : Est-ce que tu te sers d'autres réseaux, comme Twitter ou Linkedin ?

R. : Non car je peux pas parler verbalement.

2

Q. : Si tu avais une baguette magique, que changerais-tu sur Facebook ?

R. : Euh.. Bonne question. Rien. Sauf arrêter de maltraiter les animaux.

Rencontres

Q. : Sinon, pour faire des rencontres amoureuses, est-ce que tu as déjà essayé Tinder, Badoo ou ce genre de sites ?

R. : Non, car j'ai peur de tomber sur les gens qui profitent de moi. Je fais pas confiance sur les sites de rencontres.

Q. : Donc tu n'as jamais essayé ?

R. : Non, mais j'aimerais bien un copain valide pour faire des choses ensemble.

Inclusion sociale

Q. : C'est important pour toi d'avoir des contacts, des amitiés avec des gens valides ?

R. : Oui, très important.

Q. : Plus que d'échanger avec des personnes souffrant de handicap ?

R. : Dans la tête je suis tout à fait normale. Donc c'est évident que j'aimerais un copain valide.

Q. : Y compris pour échanger sur des expériences en rapport avec le handicap, tu préfères discuter avec des personnes valides ?

R. : Je veux bien discuter avec des personnes handicapées physiques comme moi, mais je préfère parler avec les personnes valides.

3



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 4

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

L'interviewé est un professeur en travail social de la HES-SO Valais. Il est très impliqué pour la cause des personnes en situation de

1

4

Julien Reichenbach

handicap et connaît particulièrement bien cet environnement. Il a notamment participé à une étude visant à déterminer pourquoi les personnes en situation de handicap ont du mal à trouver du travail, malgré l'ouverture d'esprit des employeurs et leur désir d'inclure de tels collaborateurs dans leurs équipes. Toutefois, l'étude n'a pas été publiée pour des raisons politiques.

Réseaux sociaux

A titre personnel, il fréquente principalement Facebook, et un peu Twitter.

Ergonomie

Vu la proportion de personnes en situation de handicap utilisant des tablettes ou des téléphones mobiles, la responsivité de la plateforme est un facteur déterminant. [Une application mobile pourrait être souhaitable], ou au moins un site web qui prend en compte plusieurs plateformes.

Les normes WAI sont également très importantes pour une bonne utilisation du site, par un maximum d'utilisateurs. Un plugin pour "gérer les contrastes" [est souhaitable pour le public malvoyant], par exemple. L'utilisation du text-to-speech et du speech-to-text est également appréciable, voire même éventuellement que le site soit "contrôlable vocalement". Utiliser le langage simplifié, beaucoup d'images ou de picto" permet de faciliter la compréhension du site, pour un public atteint d'un retard mental par exemple.

Fonctionnalités

Le "point fort" de la plateforme résiderait dans une modération forte et "collaborative", dans la mesure du possible. En effet, il est fréquent que les personnes en situation de handicap [ressentent de l'insécurité] sur les réseaux sociaux classiques. Un système de modération fort permettrait de "rassurer les utilisateurs", et

2

également d'éviter les "déviations". Un système de signalements et d'alertes automatiques semble être adéquat.

Il souligne aussi l'importance de la "possibilité de mettre des images", tout en vérifiant le contenu avant la publication via la modération collaborative. "Ça donne l'impression d'être plus impliqué" sur le réseau social.

Concernant le contenu, [cloner Facebook représente peu d'intérêt]. "Ça serait juste un réseau social en plus".

Par contre, permettre l'échange d'expériences sur un espace dédié au handicap, à l'accessibilité, aux bons plans pour le tourisme et les loisirs serait un grand plus comparé aux autres réseaux sociaux. [Souvent, les gens handicapés ne montrent pas qu'ils sont handicapés sur les réseaux], et donc évitent de poster du contenu à ce sujet. Mais avoir la possibilité d'échanger à ce sujet et de faire des "diagnostics accessibilité participatifs", sans être jugé ou moqué par des utilisateurs malveillants, serait un plus. Il cite l'exemple du site français jaccede.com, qui permet justement de noter des lieux (restaurants, boulangeries, ...) selon leur accessibilité. La crédibilité des informations venant de personnes directement concernées a plus de valeur que des informations données par les établissements. Il rapporte l'anecdote d'un hôtel qui lui avait assuré que c'était parfaitement accessible, mais une fois sur place ils avaient "oublié les 2-3 marches à l'entrée".

Utiliser le site comme "vitrine" pour les nouveautés des fournisseurs d'accessoires pour personnes en situation de handicap serait souhaitable. En effet, il s'agirait d'une exposition à la fois favorable pour les fournisseurs, les clients potentiels, mais aussi le site qui pourrait éventuellement s'en servir comme source de financement. "Les personnes handicapées ont de l'argent, en Suisse", et sont donc susceptibles d'acquérir des biens de ce type.

3

Rencontres

Il existerait des plateformes de rencontres françaises destinées aux personnes en situation de handicap, certaines plutôt généralistes et d'autres très spécifiques (par exemple, des homosexuels intéressés par des personnes handicapées homosexuelles). Malgré que ce soit "un marché de niche", la demande existe.

Avoir un espace dédié aux rencontres, encore une fois soumis à une modération importante, serait bienvenu, y compris pour des rencontres d'ordre plus charnel.

Emploi

Suite à une étude menée avec la participation de l'interviewé, il s'avère que les personnes en situation de handicap peinent à trouver un emploi. Seulement "5% de la population handicapée touche une rente AI" : le reste travaille et souhaite s'épanouir dans sa profession. Cette situation de sous-emploi ne découle pas uniquement d'une "crainte sur le handicap" de la part des employeurs, mais aussi du fait qu'ils "ne savent pas comment contacter ces personnes". Les conclusions de l'étude en question concernent le Valais, mais sont [probablement valables pour toute la Suisse].

Inclusion sociale

Le premier danger soulevé est le risque de "stigmatisation". [Souvent, les personnes handicapées] "vivent une autre vie, par procuration" sur les réseaux sociaux. Par crainte de jugement, ils [évitent parfois de révéler leur vraie identité] en ligne. Il estime qu'il ne faut, par exemple, "pas fermer" le site "aux handicapés mentaux".

Concernant la capacité de discernement et les potentiels utilisateurs sous tutelle ou curatelle, il souligne l'importance de la convention de l'ONU à ce sujet, qui prône plus de libertés et de droits quant à l'accès à des relations humaines, [même si la Suisse en est en retard sur ces directives]. Il ne faudrait donc "pas tout fermer" sous prétexte que la personne manque de discernement. Une option serait de faire "d'écrire à l'inscription les motivations" [qu'a la personne d'accéder à O-Point] et qu'un modérateur valide manuellement l'inscription. Attention toutefois à rester ouvert.

4

5



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 5

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

1

Généralités

L'interviewé est un homme en chaise roulante, dans la trentaine, qui travaille dans une entreprise d'informatique.

Réseaux sociaux

Il n'utilise aucun réseau social de type Facebook, Instagram ou Snapchat. Il est sur LinkedIn "mais le minimum". "Je ne suis pas un bon client" [pour des questions sur les réseaux sociaux]. Il souligne toutefois l'importance de l'ergonomie, pour augmenter l'accessibilité [pour des personnes malvoyantes ou malentendantes].

Rencontres

Créer un site de rencontres autour du handicap, il "n'y croit crois". Pour des rencontres pures, il estime qu'on "ne doit surtout pas" [être dans l'exclusion], car "le handicap n'est pas une affinité". C'est "la personne qu'il y a derrière" qui est importante et qui va déterminer s'il y a des affinités.

Emploi

Par contre, avoir une plateforme qui met en relation des professionnels ouverts d'esprit et des personnes en situation de handicap, "ça peut être très intéressant". Dans son expérience professionnelle, "je ne le mettais pas dès le départ" [sur mon CV, que j'étais en situation de handicap]. C'est lors de l'embauche [qu'il ressentait si le recruteur était réticent ou non]. Disposer d'une plateforme où les "données sont claires", compétences et limitations, permettrait d'éviter les mauvaises surprises et de "mettre en réseau" des gens qui souhaitent collaborer. Car indiquer son handicap sur un site classique, de type Jobup, [n'a aucune incidence autre que des refus].

2

Inclusion sociale

A titre personnel, il ne consulte que très rarement des sites dédiés aux personnes en situation de handicap. Il estime qu'il faut éviter de "ghettoiser" la plateforme.

O-Point

"Pourquoi pas" mettre en place un réseau social ou un forum de discussion autour du handicap, car [on a] "toujours besoins de poser des questions" et de rechercher de l'information autour de ce sujet. Par exemple, quand il a dû déménager, il a été contraint de "beaucoup fouiller" pour trouver ce qu'il cherchait au niveau des normes, etc. Idem pour les informations autour des vacances, loisirs ou moyens auxiliaires. Il serait appréciable d'avoir un site centralisé, pour "avoir des liens" sur ces différentes questions (vers des sites ou des professionnels) et en faire un "point de rencontre" autour de ces questions pratiques. Il souligne également que les "besoins sont très différents selon le type de handicap, et même dans ces handicaps" [chaque individu est différent].

3



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 6

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

1

Généralités

L'interviewé est un homme de 30 ans d'origine indoue, il arrive à la fin de son CFC de polygraphe à Bienne. Il est atteint de la maladie des os de verre depuis la naissance, le contraignant à se déplacer en chaise roulante. Il est également aveugle d'un œil.

Bien que "beaucoup sur le PC" pour son travail, il utilise toutes les plateformes (laptop, tablette, téléphone). Il y consulte les sites de la concurrence pour s'informer des nouvelles tendances graphiques, ou également des sites de clients.

Son hobby principal est la photographie, qu'il exerce au travail, mais surtout en dehors pour son propre plaisir.

Réseaux sociaux

Il utilise essentiellement Facebook et Instagram, dont il se sert pour consulter des contenus en lien à la photographie ou pour poster son propre contenu. Il a essayé Twitter il y a quelques années, mais "ça ne m'intéresse pas plus que ça", car le site de l'époque n'était "pas très ergonomique", ni "assez attrayant visuellement". A l'inverse, Facebook a plus de photos, d'images et de contenus annexes, qui l'ont fidélisé à la plateforme.

Facebook

Il y consulte l'actualité générale et aussi les posts de ses amis pour prendre des nouvelles. "Parfois la nuit, je swipe" [sur mon fil d'actualité] "pour passer le temps, combler un moment d'ennui".

Il n'a pas rencontré de problèmes particuliers avec d'autres utilisateurs : "ça dépend de la personne, ça me touche pas plus que ça". Toutefois, ce n'est pas lié au handicap, car "ce n'est pas que je l'assume pas, mais je n'affiche pas ce qui est trop privé".

2

C'est un utilisateur averti, qui sait comment fonctionnent les scams et les faux profils. "J'aime bien jouer au petit con" avec eux, en les piégant de temps en temps. Il estime qu'il "contrôle bien" ce qu'il publie, "j'aime bien donner une bonne image de moi" et il essaie de poster du contenu susceptible d'intéresser les autres.

Il apprécie le fait de pouvoir faire des découvertes, que ce soit "des choses ou des personnes". Il a des amis virtuels, rencontrés sur Facebook, "par exemple en Italie", mais en termes de qualité ils ne sont pas aussi importants que ses amis de la vraie vie. Il aime aussi la possibilité de "stocker des souvenirs", sous forme de photo ou de discussion.

Instagram

Instagram est utilisé pour les mêmes raisons que Facebook, mais moins régulièrement. Il aime chercher "de nouveaux contenus pour m'inspirer pour la photo" ou aussi pour des raisons professionnelles. C'est le côté créatif des contenus qui le pousse à utiliser Instagram.

LinkedIn

Il s'est abonné à la version Pro "surtout pour profiter des cours" disponibles sur le site. "Ce qui m'énerve, c'est qu'il y a trop de contenu qui m'intéresse pas" [et] "de notifications". Il se sent "traqué", car si [on] regarde un emploi ailleurs, on reçoit directement des suggestions dans ce sens-là. Il aimera plus de liberté, car "pour le côté pro, c'est trop ciblé".

Rencontres

Il avait essayé Tinder et Badoo à l'époque. Il est maintenant en couple, grâce à une application de rencontres, et il n'en a donc plus l'utilité. Ce sont "des nids à renards", car beaucoup de gens essaient de profiter des autres. "Tu y restes un peu, parce que tu y vas quand

3

tu t'ennuies", il est donc pour lui assez difficile de se détacher de ces applications, tout en sachant que ça ne mène pas à grand-chose.

Il déplore que l'interface serve à "tromper l'utilisateur" et le pousser en permanence à payer des services, "c'est un peu malsain". Pour des personnes naïves ou malvoyantes, le risque de mauvaise manipulation est élevé. "Tu sais que tu es là pour perdre du temps, il y a plus de connards et d'arnaques que de merveilles". Vis-à-vis de son handicap, il a choisi de prendre une posture transparente : "je voulais être honnête". Il a toutefois l'impression qu'il a eu moins d'interactions que d'autres utilisateurs à cause de ça, bien qu'il n'ait jamais subi d'insultes.

"Si ça fonctionne, c'est bien", mais globalement il ne retire pas beaucoup de positif des applications de rencontres. La façon dont les matchs sont prédéterminés lui font dire que c'est "vachement sectaire et sexiste" à cause des stéréotypes véhiculés. "C'est des pompes à fric, mais ça dépend de la conscience de l'utilisateur".

Il déplore également une modération relativement molle : lorsqu'un signalement est effectué, l'utilisateur se fait bloquer par la personne qui le signale, mais aucune action concrète n'est menée (bannissement, par exemple). Sur Celibataires.ch, il trouvait la modération bien mieux, car elle était effectuée manuellement, par des humains.

Emploi

Il n'a pas souvenir d'une plateforme dédiée aux personnes en situation de handicap, "en tout cas j'ai pas trouvé". Il souligne toutefois sa volonté de vivre le plus normalement possible, bien qu'il ait conscience que peu de PSH soient autonomes.

Lorsqu'il a postulé, il a "spécifié vaguement que j'étais en chaise", mais il ne voulait pas mettre l'accent sur son handicap. Il est contre

4

la discrimination positive, il faudrait "laisser le choix" et "encourager les futurs employeurs" à embaucher des PSH, mais sur la base de leurs compétences. Il n'a jamais expérimenté de méfiance ou de malfaiseance durant les entretiens d'embauche, mais "rien de dénigrant, au contraire, ils m'ont posé des questions légitimes" [sur le taux de travail par exemple].

Il comprend cependant que les PSH aient du mal dans le contexte de l'embauche, car ce sont des personnes plus sensibles, qui [font plus d']interprétations, et peuvent prendre les choses personnellement. En moyenne, elles ont "plus de peine à aller vers les autres et à être insistantes", par exemple pour décrocher un job.

Inclusion sociale

Il préfère très clairement interagir avec des personnes valides, "c'est un choix". Il n'éprouve pas le "besoin ni l'envie de côtoyer d'autres personnes en situation de handicap. J'essaie de me détacher" [de ce qui a trait au handicap afin] "d'essayer de l'oublier le plus possible". C'est une "fierté" pour lui de s'être extirpé des institutions et d'être autonome. "Je suis plus à l'aise dans un environnement qui ne me rappelle pas le handicap", par conséquent il serait souhaitable qu'O-Point soit mixte (PSH et personnes valides), tout en valorisant les PSH. Toutefois, il trouverait regrettable que la modération discrimine les personnes valides.

5



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 7

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

1

"Y en a qui ont Facebook, d'autres qui ont Tinder aussi", mais ce dernier semble poser problème, à cause de la proportion de gens mal intentionnés.

Au niveau de l'encadrement des relations, il y a "toujours un tiers qui est par là". Même s'il serait souhaitable de laisser un maximum d'autonomie, "dans la réalité, c'est toujours contrôlé" car les résidents sont vulnérables dans un environnement sans encadrement. [Pour certains, le contrôle est moins nécessaire] "mais ça reste compliqué" [de bien doser ce contrôle]. La problématique de la capacité de discernement est au cœur de cette supervision : [on considère qu'ils ont leur capacité de discernement et on évalue selon leurs actes], cette approche est assez similaire de la présomption d'innocence. Quand nécessaire, la responsabilité de trancher revient à la justice, dont la décision est appuyée par une évaluation d'un psychologue.

Afin d'accompagner les bénéficiaires dans leurs rencontres, "on les inscrit à des camps" spécialisés, ou via des plateformes qui proposent des rencontres au travers d'activités (café, randonnées, ...) Les camps sont dédiés à une audience en situation de handicap, mais les autres activités sont ouvertes au grand public et stimulent donc les rencontres avec des personnes externes au monde du handicap. Toutefois, même lorsque la rencontre est amorcée, elle est difficile à entretenir : les résidents n'ont pour la plupart pas de carte de crédit, parfois pas de téléphone et ont des problèmes à s'exprimer par écrit (orthographe, temps de réponse, ...), les rendant une fois de plus vulnérables aux escrocs. "On a un jeune homme qui se met régulièrement en danger", qui persiste malgré ses mauvaises expériences à cause d'un manque affectif.

La mobilité pose également problème : en effet, les bénéficiaires les plus autonomes sont tout de même dépendants des horaires des

3

Généralités

L'interviewée est une professionnelle du handicap, travaillant pour Aigues-Vertes - un institut spécialisé pour les personnes en situation de handicap mental, fonctionnant sur le modèle d'un village autonome - depuis 10 ans. Elle est psychologue et éducatrice sexuelle, donc très au fait des problématiques de terrain liées aux difficultés des rencontres.

Elle connaît le projet O-Point depuis ses origines, lorsqu'il a été mis en avant par France Santi. Elle nous apprend qu'une plateforme relativement similaire, développée par le SEHP (SEXualité et Handicaps Pluriels), est en projet pour l'aspect rencontres (personne de contact : Mme Christine Fayet).

Rencontres

D'emblée, elle annonce que les personnes atteintes d'une déficience mentale expriment une demande de réseau social et de possibilité de rencontres ; les solutions existantes sont parfois difficiles à utiliser pour certains pensionnaires et le risque omniprésent d'arnaques est particulièrement critique, vu la nature du handicap des personnes de l'institut.

Situation

"Où se rencontrer ?" est une question récurrente : par quel biais, réel ou virtuel et où se rencontrer physiquement, dans quel lieu ? Bien que la structure aide à tisser du lien social, le réseau reste fermé et [on a vite fait le tour]. Elle donne l'exemple d'un jeune homme gay d'environ 23 ans, qui ne voit personne en dehors du cercle social de l'institution : "c'est un exemple parmi tant d'autres, mais il y en a beaucoup" qui souffre du manque d'opportunité de rencontrer de nouvelles personnes, plus à même de combler leurs critères.

2

transports en commun ou de la disponibilité des accompagnateurs pour effectuer les trajets. La difficulté de se déplacer et d'entretenir les relations est un obstacle : "c'est compliqué, même si ça se fait".

Il serait souhaitable que le processus d'inscription soit encadré : [il faudrait] "se présenter, ou au moins avoir une trace", mais sans toutefois écarter la dimension éthique et les risques associés.

Bonnes expériences

Pour les rencontres charnelles, qui ne nécessitent pas forcément trop de régularité, il semblerait que les solutions en place fonctionnent relativement bien. [Les camps] "marchent très bien", mais sans voiture ni téléphone, les relations plus sérieuses sont compliquées à entretenir.

[On a des jeunes qui se passent les numéros de leurs contacts et qui se font un réseau comme ça.]

A changer

Le regard des personnes en dehors de cet univers reste méfiant, mais il serait également souhaitable de changer l'attitude de certains professionnels, qui ont parfois tendance à tout contrôler.

Une augmentation des moyens financier serait également bénéfique ; en effet, ils limitent les activités et le fait qu'il y ait moins de professionnels disponibles forcent les activités de groupe : "le 1 pour 1, c'est quand même très rare [...] ça favorise pas l'intimité".

Emploi

De prime abord, elle souligne la nécessité d'aménagements : "ils ont besoin de postes adaptés, vraiment". Ces adaptations se traduisent notamment par un rythme de travail diminué (par exemple : un 100% représente 6 heures par jour) et un accompagnement dans l'environnement de travail. [Ils ont besoin] "d'être coachés par

4

l'humain", il peut aussi arriver qu'ils ne sachent pas lire ou qu'ils aient des problèmes avec les chiffres. [Mon hypothèse c'est qu'ils ont toujours été accompagnés, c'est donc difficile pour eux d'être autonomes].

Cependant, "ils sont très fiers de leur travail", "ça leur donne une identité". Quand bien même les résidants sont obligés d'avoir une activité, aucun d'entre eux n'a, à sa connaissance, jamais exprimé le refus de travailler. "Ça structure leurs journées".

Les pensionnaires de l'institut travaillent principalement dans son enceinte, seuls de rares personnes travaillent pour des entreprises externes. Les coachs sont des gens de l'institut (maîtres socio-professionnels) quand ils travaillent sur place, sinon ils sont encadrés par l'entreprise [même si elle n'est pas formée]. Les MSP participent également aux réunions au sujet de l'intégration dans le milieu professionnel.

Généralement, les vraies embauches sont faites dans de grandes entreprises (type Migros ou Coop), qui ont les moyens d'encadrer les résidents, et les stages d'une ou deux semaines sont réalisés dans des PME, [mais ça se concrétise jamais en embauche].

La rareté des entreprises externes embauchant ce type de candidat s'explique par plusieurs facteurs : les efforts liés aux aménagements, le type de population (handicap plutôt lourd), le rythme effréné de Genève ainsi que la mobilité. Toutefois, [Aigues-Vertes met gentiment en place] "des structures externes à l'institution, des appartements" [pour rapprocher les pensionnaires de la ville] et palier à la mobilité réduite. Aussi, l'institution n'a pour le moment pas réellement prévu de stratégie pour élargir son réseau d'entreprises partenaires. "Pour l'instant, on l'a pas trop fait à ma connaissance" [car ça prend beaucoup de temps et d'énergie pour trouver, on fonctionne surtout par le bouche à oreille]. [Les

5

entreprises ne voient pas la plus-value des résidents, ils le font plus par une volonté sociale].

"Aigues-Vertes est en train de changer" : à l'origine destiné à être un lieu de vie et de travail, l'institut tend à devenir un lieu de vie uniquement. Cela s'explique par la tendance des résidents à devenir de plus en plus autonomes, notamment grâce à une meilleure prise en charge depuis l'enfance. Même si pour le moment [ils sont plein de bonnes intentions, mais il existe toujours beaucoup de classes spécialisées].

Un autre problème du contexte d'emploi est l'Assurance Invalidité ; en effet, la plupart des résidents y sont à 100%. Le fait de travailler les pénalise, car la perte de ce statut les contraint à "payer les assurances plein pot" et se résulte par une perte de pouvoir d'achat. Aussi, il est très compliqué de retourner à 100% à l'AI une fois le pourcentage descendu, rendant la situation délicate en cas de licenciement.

A changer

Une politique plus inclusive depuis l'enfance aiderait ces gens à devenir plus autonomes, à mieux s'intégrer (créer un réseau) et à acquérir de meilleures connaissances, les rendant plus aptes à travailler. Pour le moment, "c'est compliqué une fois adulte" [quand on a pris l'habitude d'être assisté depuis l'enfance].

Aussi, la politique de l'AI est un réel frein et tend à pénaliser les personnes souhaitant travailler. Bien que contre la discrimination positive - comme elle peut exister en France par exemple - l'interviewée souhaiterait voir l'état encourager les entreprises à s'ouvrir, en les incitant par des mesures spéciales mais sans imposer de quota.

6

O-Point

"Ça serait génial" d'avoir accès à une plateforme pour stimuler et favoriser les rencontres "mais pour une population autonome" [uniquement], car [il y aura toujours une partie qui pourra pas y accéder], notamment les gens qui ont une déficience mentale trop lourde. Toutefois, les professionnels peuvent fournir une aide au cas par cas (par ex. : déceler les arnaque) et elle souligne que "tous les accompagnants sont formés" [au respect de l'intimité].



Plateforme O-Point Retranscription Entretien 8

HES-SO Valais / Wallis
Business Information Technology

Travail de bachelor
Analyse des besoins

Etudiant : Julien Reichenbach
Interviewer : Benjamin Nanchen

Mai 2019

7

1

Généralités

L'interviewée est une jeune femme, coordinatrice RH à la HES-SO Valais / Wallis. Elle explique que l'école est subdivisée en 5 Haute Écoles et qu'il y a un répondant pour chacune d'entre elle. En l'occurrence, elle est la répondante de Sion. C'est elle qui prend en charge les dossiers rattachés à sa HE.

Journée-type

Il n'y a pas réellement de journée-type : ses activités dépendent des dossiers qui sont en cours. Elle s'occupe de la coordination et des contacts avec les professeurs souhaitant embaucher, elle définit les besoins du poste et se charge de sa mise au concours - y compris en participant aux entretiens de temps en temps. Elle encadre les nouveaux venus pour les intégrer dans leur équipe. C'est également elle qui se charge de la partie administrative : mutations (changements de taux ou de postes en interne), suivi des arrêts maladie, etc.

Processus de recrutement

Quand un professeur demande d'embaucher quelqu'un, le directement de la HES-SO doit donner son approbation. Ensuite, un projet d'annonce est créé et doit être validé à son tour. L'annonce est ensuite diffusée sur des réseaux standards : le site de la HES (plateforme officielle de postulation), le bulletin officiel ainsi que sur JobUp, site partenaire. Il est également possible que l'annonce soit publiée dans la presse valaisanne - voire même Suisse si le poste recherché est très spécifique - en allemand et en français. D'autres sites spécialisés, tels que ResearchGate ou ScienceCareers, peuvent être utilisés si le profil recherché est rare. Il est également possible de diffuser l'annonce sur Facebook ou LinkedIn, via le compte officiel

de la HES. Il arrive également que le professeur demandeur relaie l'offre par ses propres réseaux.

La HES ne démarque jamais elle-même des profils, par exemple en parcourant LinkedIn. La seule exception est la mise au concours de postes particuliers ou en cas de remplacement pour une durée indéterminée, qui pourraient intéresser l'Assurance Invalidité ou d'autres institutions de placement.

L'AI est un partenaire qui sollicite régulièrement la HES pour des emplois - appelés emploi semi-protégés - ou des stages, en proposant les services de personnes assurées. "On travaille plutôt en réseau", "on est directement sollicité par les institutions".

Le handicap

Dans les annonces d'embauche, aucune spécification n'est donnée quant au handicap, "ce n'est pas un critère" [de recrutement]. [L'accent est mis sur la formation, l'expérience et la faculté à faire la tâche requise du candidat]. La HES préfère que le candidat déclare explicitement sa situation et ne pas la découvrir durant l'entretien. Il avère d'ailleurs que les personnes en situation de handicap font généralement preuve de transparence.

Certains types de postes (par exemple téléphoniste) sont spontanément proposés à l'AI, au cas où un assuré souhaiterait travailler : "on peut parfois nous-même nous tourner vers ces institutions". Bien que la HES ne pratique pas la discrimination positive, "c'est en tout cas encouragé" [d'engager ce type de personnes], "si on en a besoin, ça se fait". "Le but c'est qu'ils soient utiles et qu'ils se sentent utiles". De plus, si un poste anciennement occupé par une PSH se libère, "on va, je pense, plutôt favoriser une autre personne handicapée".

2

3

Il y a 2 ou 3 personnes en situation de handicap (tous physique) qui travaillent à la HES-SO. Leur salaire est dans la majorité des cas calculés et payés par l'AI, du moins en partie. Les infrastructures et aménagements spécifiques au handicap sont également pris en charge par l'état.

Pour les stages, une personne de contact des différents offices sollicite les RH de la HES pour demander s'il existe une place correspondant à la personne qui souhaiterait en effectuer un. Le contrat est signé entre la HES et l'AI et la HES donne des retours sur la situation du stage (décomptes horaires, par exemple). Toutefois, elle estime que "ces derniers temps, on en a plus tellement eu". L'objectif des stages est d'estimer la capacité à travailler des personnes placées ainsi que de leur donner l'opportunité d'engranger de l'expérience professionnelle. De plus, si le stagiaire donne satisfaction et qu'une place qui lui correspond s'ouvre, la possibilité d'un engagement sur le long terme est envisageable.

Les adaptations du poste sont évaluées et déterminées par l'AI, la SUVA ou un médecin spécialement mandaté. Elles sont prises en charge par l'AI et certaines modifications du poste peuvent être imposées (cahier des charges, type de tâches à réaliser, ...) si la HES est d'accord. La situation est réévaluée à intervalles réguliers et il est possible que le statut du collaborateur soit revu (par exemple : diminution du pourcentage à l'AI). C'est un processus plutôt long en début de recrutement, mais d'une fois établie la situation a tendance à être stable. Le reste du lifecycle RH (du recrutement jusqu'à la sortie de l'entreprise) est quasiment identique à celui d'un collaborateur lambda.

Le personnel de la HES n'a pas de formation spécifique pour encadrer des PSH mais ils sont "suivi de près par la personne qui les forme, c'est des personnes qui sont bien encadrées" [par la HES].

4

C'est généralement le supérieur ou un collègue qui se charge de former le nouvel arrivant. De plus, tout en prévu en amont de l'embauche, "quand la personne arrive" [c'est déjà mis en place] : l'AI s'occupe de valider le cahier des charges et des aménagements. "C'est un collaborateur comme les autres".

L'interviewée estime que la situation de la HES - par la taille de la structure et le fait qu'elle soit chapeautée par l'état - rend l'intégration de PSH particulièrement favorable. "C'est peut-être moins dans la mentalité, les habitudes des entreprises du privé".

5

15.2.3. Codage des entretiens

ID Entretien	ID Data	Domine	Code 1	Code 2	Thématique	Design - 5S
1	1	L'interviewé est un homme de 32 ans, souffrant de malveillance.	Malveillance	Histoire de vie	Fonctionnalités	Strategy
1	2	Il est sensible aux problématiques de la loi RGPD et de Big Data.	Big data	Données personnelles	Sécurité	Structure
1	3	Il est soucieux de la protection de ses données personnelles.	RGPD	Loi	Base de données	Strategy - User needs
1	4	Il ne rencontre pas particulièrement de problèmes à l'utilisation de son téléphone	Téléphone	Responsabilité	Ergonomie	Strategy
1	5	"la journée [...] le regarde ce qu'il se passe [dans] l'actualité"	Actualité	Réseau social	Fonctionnalités	Strategy - User needs
1	6	"je connais plus d'amis" [virtuels quand dans la vie réelle].	Amitié	Réseau social	Social	Strategy
1	7	Il estime que c'est "un tourment pour les jeunes" en termes de source d'information comparé aux médias traditionnels.	Information	Réseau social	Fonctionnalités	Scope
1	8	"En principe", il n'y rencontre "pas de problème" [d'ergonomie], surtout grâce au voice-over.	Voice	Technologies	Ergonomie	Strategy - User needs
1	9	Cependant, il trouve qu'il est difficile de trouver certaines fonctionnalités spécifiques, comme [créer un événement] par exemple.	Accessibilité	Design	Ergonomie	Structure
1	10	une meilleure utilisation du "web 3.0 comme des chats directs avec des entreprises, du service après-vente, des questions-réponses ou [des services de ce genre- là].	Communication	Technologies	Fonctionnalités	Scope
1	11	suit des produits, comme Samsung, pour "avoir des news".	Information	Publicité	Fonctionnalités	Scope
1	12	Toutefois, il est sensible aux "problèmes de droit à l'image" que ce genre d'application soulèvent.	Image de soi	Données personnelles	Sécurité	Strategy - User needs
1	13	Il était présent sur des forums "avant", mais il ne leur trouve "plus tellement d'utilité".	Information	Forum	Fonctionnalités	Strategy - User needs
1	14	Il lui arrive quand même de les utiliser "pour demander des conseils".	Information	Collaboratif	Social	Scope
1	15	Toutefois, son impression générale sur les applications de rencontres est qu'elles sont "trop superficielles"	Critères	Réseaux	Social	Scope
1	16	il est sceptique sur le fonctionnement des [algorithmes de référencement des gens].	Big data	Technologies	Social	Scope
1	17	Il trouve également que c'est "très cher pour être bien référencé partout".	Prix	Réseaux	Fonctionnalités	Scope
1	18	Il aimeraient voir plus de modération, car "n'importe qui peut afficher n'importe quoi".	Faux comptes	Modération	Sécurité	Scope
1	19	Il pense que ce ne serait "pas une bonne idée" de limiter le champ des rencontres à la Suisse romande, car [le public est trop restreint].	Suisse romande	Audience	Inclusion	Strategy - Public cible
1	20	"Pour remplir le profil, c'est trop long. Ça serait mieux si c'était lié à Facebook."	Profil	Inscription	Base de données	Scope
1	21	Le problème majeur est "le gros problème qui on voit tous [...] beaucoup de personnes ne s'engagent pas".	Critères	Réseaux	Social	Strategy
1	22	La prépondérance du critère est causée par le souci à cause de son handicap.	Critères	Réseaux	Ergonomie	Scope
1	23	Il n'a pas aimé la "barre de progression", qui estime le taux de remplissage du profil	Profil	Inscription	Fonctionnalités	Scope
1	24	Il ne ressent "pas d'apprehension" [particulière] à parler de son handicap.	Image de soi	Personnes valides	Inclusion	Strategy
1	25	"Il n'y a pas vraiment de questions dérangeantes, je suis ouvert".	Questions	Personnes valides	Inclusion	Strategy
1	26	Il a [très peu] de contacts avec d'autres personnes, car [c'est dépassé].	Contact humain	Personnes handicapées	Inclusion	Strategy - Public cible
1	27	Il n'apprécie pas spécialement les newsletters, car [c'est dépassé].	Newsletter	Technologies	Fonctionnalités	Scope
1	28	cours de samaritains spécialement adaptés pour les personnes malvoyantes il y a 2 ans, "c'était une bonne idée".	Cours spécialisés	Activités	Fonctionnalités	Scope
1	29	Concernant l'idée de la plateforme O-Point, il ne l'estime "pas vraiment nécessaire", car il le valais est trop restreint pour être attractif.	Valais	Audience	Inclusion	Strategy - Public cible
2	30	Il souffre d'une paralysie de l'hémisphère droit, due à un problème à sa naissance.	Paralysie	Handicap	Ergonomie	Strategy
2	31	Des séquelles psychomotrices l'ont forcées à devenir gaucher, et le cerveau donne des informations erronées ou lentes au corps].	Problème psycho-moteur	Handicap	Ergonomie	Strategy
2	32	Toutefois, ses capacités cognitives sont tout à fait normales.	Cognitif	Histoire de vie	Social	Strategy
2	33	Maintenant un retard scolaire du aux activités manuelles, il n'a [pas rencontré de difficultés] au niveau intellectuel".	Problème psycho-moteur	Histoire de vie	Ergonomie	Strategy
2	34	"quand j'ai commencé à envoyer des CV ça allait" ses candidatures étaient retenues, "mais en entretien, ils voyaient mon handicap" [et préféraient quelqu'un de valide].	Embauche	Emploi	Inclusion	Strategy
2	35	Ces refus ont entraîné un rejet de la société, un développement d'agoraphobie et un suivi psychiatrique.	Agoraphobie	Psychologie	Inclusion	Strategy
2	36	"j'étais cloîtré à la maison, sans pouvoir sortir, je ne pouvais même pas aller à la boîte aux lettres" [sinon je risquais de faire une] "panic attack".	Attaque de panique	Psychologie	Inclusion	Strategy
2	37	[J'ai découvert] "un feu en moi d'aider les handicapés."	Entraide	Collaboratif	Social	Strategy - User needs

2	38	Il a décidé de se former en programmation en autodidacte	Autodidacte	Formation	Social	Scope		
2	39	Il était sous la supervision d'un mentor qui gérait sa charge de travail et l'aider à améliorer son rendement.	Mentor	Emploi	Social	Strategy		
2	40	continue à travailler pour la FSP en télétravail depuis Bleone	Télétravail	Emploi	Fonctionnalités	Strategy - User needs		
2	41	Il apprécie de travailler à la maison, car il travaille plus d'heures que quand il dévorait les sur place)	Télétravail	Emploi	Social	Strategy - User needs		
2	42	Il utilisait des chats étant plus jeune (Caramail,...) principalement pour filtre et trouver une relation charnelle ou handicap, notamment avec les filles	Chat	Rencontres	Fonctionnalités	Scope		
2	43	[J'ai connu] "une période très active, mais aussi inéfaste", car il se heurtait souvent au rejet de l'autre à cause de son handicap, notamment avec les filles	Chat	Rencontres	Inclusion	Strategy		
2	44	Il a ensuite décidé de changer peu à peu et d'être "le plus transparent possible" pour éviter ce genre de situation	Image de soi	Rencontres	Inclusion	Strategy - User needs		
2	45	"On prend de la bouteille". [les relations virtuelles ne sont plus intéressantes et on préfère les rencontres dans la vraie vie"	Relation virtuelle	Rencontres	Social	Strategy		
2	46	Il n'a jamais rencontré de problème ergonomique	Accessibilité	Design	Ergonomie	Structure		
2	47	Il a "toujours les réseaux sociaux sur un écran" et il estime qu'il "scroll pas mal" dans la journée.	Utilisation	Réseau social	Ergonomie	Strategy		
2	48	"Je me sens plus voyageur qu'autre chose", car il consulte plus qu'il ne poste de contenu.	Voyageurisme	Contenu	Fonctionnalités	Strategy - User needs		
2	49	Il utilise Facebook Messenger uniquement pour envoyer des liens, mais sinon il communique principalement avec WhatsApp ou Telegram.	Chat	Communication	Fonctionnalités	Strategy - User needs		
2	50	Utilisé principalement pour apprendre, acquérir des connaissances.	Autodidacte	Formation	Social	Scope		
2	51	Il a quelques amis virtuels qu'il contacte de temps en temps.	Relation virtuelle	Relation sociale	Social	Strategy - User needs		
2	52	Il ne déclare pas de problème ergonomiques	Utilisation	Rencontres	Ergonomie	Scope		
2	53	Quand il s'agit d'amitié, il n'a pas de problème, car les personnes sujettes à un handicap ont "une autre philosophie de la vie"	Partage d'expérience	Personnes valides	Inclusion	Strategy - Public cible		
2	54	Par contre, en amour, il a constaté beaucoup d'aprioris et de "peur".	Amour	Rencontres	Inclusion	Strategy		
2	55	"Inutile" pour leur situation et particulièrement touchés par des remarques ou des mots crus parce qu'ils sont particulièrement "fragiles émotionnellement"	Contact humain	Personnes valides	Social	Strategy		
2	56	Il estime toutefois que "ça marchait pas si mal" car il arrivait à trouver des gens qui s'intéressent davantage à la personne qu'à sa physique.	Amour	Personnes valides	Inclusion	Strategy		
2	57	Il explique que ces personnes ont une image d'elles-mêmes "très basse" et ont du mal à assumer leur condition	Prix	Personnes handicapées	Social	Strategy		
2	58	Il explique que ces personnes ont une image d'elles-mêmes "très basse" et ont du mal à assumer leur condition	Image de soi	Rencontres	Fonctionnalités	Strategy		
2	59	frustrant de "payer pour recevoir des insultes" ou des mots blessants	Insultes	Rencontres	Inclusion	Scope		
2	60	des sens de l'ORIF se sont confisés à lui sur ces problèmes, car il était comme un "grand frère".	Fraternité	Collaboratif	Social	Strategy - User needs		
2	61	d'une relation charnelle avec une jeune fille qu'il a rencontré à plusieurs reprises, avec qui il est resté pendant 3 ans	Amour	Personnes valides	Inclusion	Strategy		
2	62	le succès de la relation a fortement renforcé son estime personnelle.	Image de soi	Rencontres	Social	Strategy		
2	63	"les personnes handicapées ont peur d'aller dans un endroit qui leur rappelle qu'ils sont handicapés"	Public valide	Audience	Social	Strategy - User needs		
2	64	Un système d'enregistrement à deux niveaux - un premier basique qui donnerait accès à des fonctionnalités de base, et un second qui nécessiterait un enregistrement contrôlé	Grade membre	Inscription	Sécurité	Structure		
2	65	Le côté "flac" selon lui peut être potentiellement une façon de se démarquer	Fermeté	Modération	Sécurité	Scope		
2	66	Une modération forte et un système de détection automatique de messages malveillants	Malveillance	filtrage	Sécurité	Scope		
2	67	L'espace d'échange pourrait être enrichi par des conversations entre des utilisateurs de différents âges	Déférence d'âge	Collaboratif	Social	Scope		
3	68	je suis handicapée physique IMC depuis la naissance.	IMC	Histoire de vie	Social	Strategy		
3	69	J'utilise Facebook uniquement pour discuter avec mes amis.	Amitié	Communication	Fonctionnalités	Strategy - User needs		
3	70	J'ai jamais eu un petit ami à cause de la chaise roulante électrique malheureusement.	Amour	Rencontres	Stratégie			
3	71	je peux pas parler verbalement	Communication	Handicap	Fonctionnalités	Strategy - User needs		
3	72	je ne changerais rien sur Facebook	Accessibilité	Design	Ergonomie	Scope		
3	73	j'ai peur de tomber sur les gens qui profitent de moi. Je fais pas confiance sur les sites de rencontres.	Crainte	Rencontres	Sécurité	Scope		
3	74	j'aimerais bien un copain valide pour faire des choses ensemble	Amour	Personnes valides	Inclusion	Strategy - Public cible		

3	75	Je veux bien discuter avec des personnes handicapées physiques comme moi, mais je préfère parler avec les personnes valides.	Discussion	Audience	Inclusion	Strategy - User needs			
3	76	Vu la proportion de personnes en situation de handicap face aux personnes handicapées. C'est pas grave d'être handicapé.	Jugement	Filtrage	Inclusion	Strategy			
4	77	Vu la proportion de personnes en situation de handicap utilisant des tablettes ou des téléphones mobiles, la responsabilité de la plateforme est un facteur déterminant	Téléphone	Responsabilité	Ergonomie	Strategy - User needs			
4	78	[Une application mobile pourrait être souhaitable]	Téléphone	Application	Ergonomie	Scope			
4	79	Les normes WAI sont également très importantes pour une bonne utilisation du site	WAI	Technologies	Ergonomie	Structure			
4	80	Un plugin pour "gérer les contrastes" [est souhaitable pour le public malvoyant]	Contraste	Technologies	Ergonomie	Structure			
4	81	L'utilisation du "text-to-speech et du speech-to-text" est également appréciable	Technologies	Technologies	Fonctionnalités	Scope			
4	82	Éventuellement que le site soit "contrôlable vocallement"	Voix	Technologies	Fonctionnalités	Scope			
4	83	"Utiliser le langage simplifié, beaucoup d'images ou de picto" permet de faciliter la compréhension du site	Langage simplifié	Compréhension	Ergonomie	Structure			
4	84	Le "point fort" de la plateforme désirerait dans une modération forte et "collaborative"	Collaboratif	Participation	Sécurité	Scope			
4	85	Il est fréquent que les personnes en situation de handicap [ressentent de l'in sécurité] sur les réseaux sociaux classiques	Insécurité	Personnes handicapées	Stratégie - User needs	Scope			
4	86	d'éviter les "déviances"	Malveillance	Sécurité	Scope	Structure			
4	87	Un système de signalements et d'alertes automatiques semble être adéquat.	Alertes	Moderation	Fonctionnalités	Structure			
4	88	I importe de la "possibilité de mettre des images"	Image	Contenu	Fonctionnalités	Scope			
4	89	vérifiant le contenu avant la publication via la modération collaborative	Entraide	Moderation	Fonctionnalités	Scope			
4	90	"Ça donne l'impression d'être plus impliqué" sur le réseau social	Implémentation	Modération	Inclusion	Strategy			
4	91	[cloner Facebook] représente peu d'intérêt]	Information	Contenu	Fonctionnalités	Scope			
4	92	permettre l'échange d'expériences sur un espace dédié au handicap, à l'accessibilité, aux bons plans pour le tourisme et les loisirs serait un grand plus comparé aux autres réseaux sociaux	Entraide	Contenu	Inclusion	Scope			
4	93	[Souvent, les personnes handicapées ne montrent pas qu'ils sont handicapées sur les réseaux]	Image de soi	Personnes handicapées	Social	Strategy			
4	94	avoir la possibilité d'échanger à ce sujet et de faire des "diagnostics accessibilité participatifs", sans être jugé ou moqué par des utilisateurs malveillants	Entraide	Contenu	Fonctionnalités	Scope			
4	95	La crédibilité des informations venant de personnes directement concernées a plus de valeur	Entraide	Contenu	Social	Scope			
4	96	Utiliser le site comme "vitrine" pour les nouveautés des fournisseurs d'accessoires	Vitrine	Publicité	Fonctionnalités	Scope			
4	97	exposition à la fois favorable pour les fournisseurs, les clients potentiels, mais aussi le site qui pourrait éventuellement s'en servir comme source de financement	Vitrine	Audience	Inclusion	Scope			
4	98	Il existerait des plateformes de rencontres françaises destinées aux personnes en situation de handicap, certaines plutôt généralistes et d'autres très spécifiques	Demande	Rencontres	Inclusion	Strategy - Public cible			
4	99	Malgré que ce soit "un marché de niche", la demande existe.	Demande	Audience	Inclusion	Strategy - User needs			
4	100	Y compris pour des rencontres d'ordre plus chameau	Sexe	Rencontres	Social	Strategy - User needs			
4	101	Il s'avère que les personnes en situation de handicap peinent à trouver un emploi	Embauche	Postulation	Inclusion	Strategy - Public cible			
4	102	Cette situation de sous-emploi ne découle pas uniquement d'une " crainte sur le handicap" de la part des employeurs	Jugement	Emploi	Inclusion	Strategy			
4	103	mais aussi du fait qu'ils "ne savent pas comment contacter ces personnes".	Demande	Emploi	Fonctionnalités	Scope			
4	104	Les conclusions de l'étude en question concernent le Valais, mais sont [probablement valables pour toute la Suisse].	Embauche	Audience	Inclusion	Scope			
4	105	Le premier danger soulève est le risque de "stigmatisation".	Risque	Inclusion	Inclusion	Strategy			
4	106	[Souvent, les personnes handicapées] "vivent une autre vie, par procuration" sur les réseaux sociaux.	Image de soi	Personnes handicapées	Social	Strategy			
4	107	Ils [évitent parfois de révéler leur vraie identité] en ligne	Jugement	Personnes handicapées	Social	Strategy			
4	108	"pas fermer" le site "aux handicapés mentaux".	Cognitif	Audience	Inclusion	Strategy - Public cible			
4	109	Il souligne l'importance de la convention de l'ONU à ce sujet, qui prône plus de libertés et de droits quant à l'accès à des relations humaines, [même si la Suisse en est retard sur ces directives]	Loi	Fonctionnalités	Strategy	Scope			
4	110	Une option serait de faire "décrire à l'inscription les motivations" [qu'à la personne d'accéder à O-Point] et qu'un modérateur valide manuellement l'inscription	Vérification manuelle	Inscription	Fonctionnalités	Scope			

			Utilisation	Emploi	Social	Strategy - User needs
			Réseau social	Social	Strategy	
5	111	Il est sur LinkedIn "mais le minimum".	Utilisation	Réseau social	Social	Strategy
5	112	"je ne suis pas un bon client" [pour des questions sur les réseaux sociaux].	Utilisation	Accessibilité	Ergonomie	Scope
5	113	Il souligne toutefois l'importance de l'ergonomie, pour augmenter l'accessibilité [pour des personnes malvoyantes ou malentendantes].	Utilisation	Personnes handicapées	Ergonomie	Scope
5	114	Créer un site de rencontres autour du handicap, il "n'y a rien d'crois".	Utilisation	Apriori	Rencontres	Strategy - Public cible
5	115	Pour des rencontres pures, il estime qu'on "ne doit surtout pas" [être dans l'exclusion]	Utilisation	Exclusion	Rencontres	Strategy - Public cible
5	116	"le handicap n'est pas une affinité"	Utilisation	Critères	Rencontres	Functionalités
5	117	C'est "la personne qu'il y a derrière" qui est importante	Utilisation	Critères	Rencontres	Strategy
5	118	avoir une plateforme qui met en relation des professionnels ouverts d'esprit et des personnes en situation de handicap, "ça peut être très intéressant".	Utilisation	Embauche	Emploi	Functionalités
5	119	"je ne le mettais pas dès le départ" [sur mon CV, que j'étais en situation de handicap].	Utilisation	CV	Postulation	Inclusion
5	120	C'est lors de l'embauche [qu'il] ressentait si le recruteur était réticent ou non].	Utilisation	Crainte	Emploi	Inclusion
5	121	Déposer d'une plateforme où [les] domaines sont clairs, compétences et limitations	Utilisation	Transparence	Postulation	Functionalités
5	122	"mettre en réseau" des gens qui souhaitent collaborer	Utilisation	Réseau utage	Réseau social	Scope
5	123	Car indiquer son handicap sur un site classique, de type Jobup, [n'a aucune incidence autre que des refus].	Utilisation	Apriori	Discrimination	Inclusion
5	124	Il estime qu'il faut éviter de "grelotiser" la plateforme.	Utilisation	Exclusion	Réseau social	Strategy - Public cible
5	125	"Pourquoi pas" mettre en place un réseau social ou un forum de discussion autour du handicap	Utilisation	Échange	Réseau social	Functionalités
5	126	car [on a] toujours besoin de poser des questions" et de rechercher de l'information autour de ce sujet	Utilisation	Échange	Louirs	Functionalités
5	127	quand il a dû déménager, il a été confronté aux vacances, loisirs ou moyens auxiliaires	Utilisation	Déménagement	Contentu	Functionalités
5	128	Idem pour les informations autour des vacances, loisirs ou moyens auxiliaires	Utilisation	Vacances	Loisirs	Strategy - User needs
5	129	d'avoir un site centralisé, pour "avoir des liens" sur ces différentes questions	Utilisation	Réseautage	Contenu	Functionalités
5	130	que les "besoins sont très différents selon le type de handicap, et même dans ces handicaps" [chaque individu est différent].	Utilisation	Spécificités	Personnes handicapées	Scope
6	131	homme de 30 ans d'origine indoue, il arrive à la fin de son CFC de polygraphie à Bienne	Utilisation	CFC	Formation	Social
6	132	Il est atteint de la maladie des os de verre depuis la naissance, le contraignant à se déplacer en chaise roulante.	Utilisation	Os de verre	Handicap	Social
6	133	Il est également aveugle d'un œil.	Utilisation	Malvoyance	Handicap	Scope
6	134	Il utilise toutes les plateformes (laptop, tablette, téléphone)	Utilisation	Multiplateforme	Responsivité	Strategy - User needs
6	135	Son hobby principal est la photographie	Utilisation	Photographie	Loisirs	Social
6	136	pour consulter des contenus en lien à la photographie ou pour poster son propre contenu	Utilisation	Photographie	Fonctionnalités	Strategy - User needs
6	137	Il a essayé Twitter il y a quelques années, mais "ça ne m'intéresse pas plus que ça"	Utilisation	Twitter	Réseau social	Ergonomie
6	138	car le site de l'époque n'était "pas très économique", ni "assez attrayant visuellement"	Utilisation	Twitter	Contentu	Stratgy
6	139	Facebook a plus d'photos, et aussi les postées de ses amis pour prendre les nouvelles.	Utilisation	Images	Contentu	Ergonomie
6	140	Il y consulte l'actualité générale et aussi les postées de ses amis pour combler un moment d'ennui".	Utilisation	Actualité	Contentu	Scope
6	141	"Parfois la nuit, je swipe" [Sur mon fil d'actualité], "pour passer le temps, combler un moment d'ennui".	Utilisation	Actualité	Contentu	Functionalités
6	142	car "ce n'est pas que je l'assume pas, mais je n'affiche pas ce qui est trop privé".	Utilisation	Actualité	Contentu	Strategy - User needs
6	143	qui sait comment fonctionnent les scams et les faux profils.	Utilisation	Actualité	Réseau social	Functionalités
6	144	"j'aime bien jouer au petit con" avec eux, en les piégeant de temps en temps	Utilisation	Escroquerie	Loisirs	Scope
6	145	"j'aime bien donner une bonne image de moi" et il essaie de poster du contenu susceptible d'intéresser les autres.	Utilisation	Image de soi	Contentu	Strategy - User needs
6	146	Il apprécie le fait de pouvoir faire des découvertes, que ce soit "des choses ou des personnes".	Utilisation	Découverte	Contentu	Functionalités
6	147	Il a des amis virtuels, rencontres sur Facebook, "par exemple en Italie"	Utilisation	Relation virtuelle	Contentu	Strategy - User needs
6	148	en termes de qualité ils ne sont pas aussi importants que ses amis de la vraie vie	Utilisation	Relation réelle	Contentu	Strategy - User needs
6	149	Il aime aussi la possibilité de "stocker des souvenirs", sous forme de photo ou de discussion.	Utilisation	Souvenirs	Contentu	Base de données
6	150	Il aime chercher "de nouveaux contenus pour m'inspirer pour la photo" ou aussi pour des raisons professionnelles	Utilisation	Inspiration	Contentu	Functionalités

6	151	Il s'est abonné à la version Pro "surtout pour profiter des cours."	Autodidacte	Formation	Social	Strategy
6	152	"Ce qui m'énerve, c'est qu'il y a trop de contenu qui m'intéresse pas" [et] "de notifications".	Notifications	Contenu	Fonctionnalités	Scope
6	153	Il se sent "traqué", car si [on regarde un emploi ailleurs], on reçoit directement des suggestions dans ce sens-là.	Vie privée	Données personnelles	Sécurité	Scope
6	154	Il aimeraient plus de liberté, car "pour le côté pro, c'est trop ciblé".	Contenu ciblé	Contenu	Fonctionnalités	Strategy - User needs
6	155	Il est maintenant en couple, grâce à une application de rencontres.	Amour	Rencontres	Social	Strategy
6	156	Ce sont "des nids à renards", car beaucoup de gens essaient de profiter des autres.	Malveillance	Rencontres	Social	Strategy
6	157	"Tu restes un peu, parce que tu y vas quand tu t'ennuies", il est donc pour lui assez difficile de se détacher de ces applications.	Addiction	Rencontres	Social	Strategy - User needs
6	158	Il déplore que l'interface serve à "tromper l'utilisateur" et le pousser en permanence à payer des services, "c'est un peu malain".	Consommation	Contenu	Fonctionnalités	Structure
6	159	Le risque de mauvaise manipulation est élevé.	Risque	Design	Ergonomie	Strategy - User needs
6	160	"Tu sais que tu es là pour perdre du temps, il y a plus de connards et d'arnaques que de meilleures".	Risque	Audience	Sécurité	Scope
6	161	Vis-à-vis de son handicap, il a choisi de prendre une posture transparente : "je voulais être honnête".	Transparence	Handicap	Inclusion	Strategy - User needs
6	162	Il a toutefois l'impression qu'il a eu moins d'interactions que d'autres utilisateurs à cause de ça, bien qu'il n'ait jamais subi d'insultes.	Isolation	Handicap	Inclusion	Scope
6	163	"Si ça fonctionne, c'est bien", mais globalement il ne retient pas beaucoup de positif des applications de rencontres.	Inefficacité	Rencontres	Social	Strategy
6	164	c'est "vachement sexiste et sexistes" à cause des stéréotypes véhiculés	Critères	Rencontres	Social	Strategy
6	165	"C'est des pommes à fric, mais ça dépend de la conscience de l'utilisateur".	Consommation	Contenu	Sécurité	Strategy
6	166	Il déplore également une modération relativement molle : lorsqu'un signallement est effectué, l'utilisateur se fait bloquer par la personne qui la signale.	Signalement	Modération	Sécurité	Strategy
6	167	mais aucune action concrète n'est menée (bannissement, par exemple).	Bannissement	Modération	Sécurité	Strategy
6	168	Sur Cellibataresch, il trouvait la modération bien mieux, car elle était effectuée manuellement, par des humains.	Vérification manuelle	Modération	Sécurité	Scope
6	169	Il n'a pas souvent tiré d'une plateforme dédiée aux personnes en situation de handicap, "en tout cas j'ai pas trouvé".	Site spécialisé	Emploi	Fonctionnalités	Strategy - User needs
6	170	Il souligne toutefois sa volonté de vivre le plus normalement possible.	Discrimination positive	Histoire de vie	Inclusion	Strategy - User needs
6	171	Lorsqu'il a postulé, il a "spécifié vaguement que j'étais en chaise", mais il ne voulait pas mettre l'accent sur son handicap.	Compétences	Handicap	Inclusion	Strategy
6	172	Il est contre la discrimination positive.	Discrimination positive	Handicap	Inclusion	Strategy
6	173	Il faudrait "laisser le choix" et "encourager les futurs employeurs" à embaucher des PSH, mais sur la base de leurs compétences.	Critères	Emploi	Inclusion	Strategy
6	174	Il n'a jamais expérimenté de méfiance ou de malfaillance durant les entretiens d'embauche.	Embauche	Personnes handicapées	Inclusion	Strategy
6	175	mais "rien de dénigrant, au contraire, ils m'ont posé des questions légitimes" [sur le taux de travail par exemple].	Ouverture d'esprit	Emploi	Inclusion	Scope
6	176	ce sont des personnes plus sensibles qui [font plus d'interprétations, et peuvent prendre les choses personnellement]	Sensibilité	Personnes handicapées	Social	Strategy
6	177	En moyenne, elles ont "plus de peine à aller vers les autres et à être instants" par exemple pour décrocher un job.	Embauche	Personnes handicapées	Inclusion	Strategy
6	178	Il préfère très clairement interagir avec des personnes valides, "c'est un choix".	Discussion	Audience	Inclusion	Strategy - Public/cible
6	179	Il n'éprouve pas le "besoin ni l'envie de côtoyer d'autres personnes en situation de handicap.	Amitié	Relation sociale	Inclusion	Strategy - User needs
6	180	J'essaie de me détacher" [de ce qui a trait au handicap afin] "d'essayer de l'oublier le plus possible".	Contexte	Histoire de vie	Inclusion	Strategy - Public/cible
6	181	"Je suis plus à l'aise dans un environnement qui ne me rappelle pas le handicap"	Contexte	Audience	Inclusion	Scope
6	182	Toutefois, il trouve à it regrettable que la modération discrimine les personnes valides.	Discrimination positive	Modération	Sécurité	Strategy
7	183	Elle est psychologue et éducatrice sexuelle, donc très au fait des problématiques de terrain liées aux difficultés des rencontres.	Isolation	Handicap mental	Inclusion	Strategy - User needs
7	184	D'embîlée, elle annonce que les personnes atteintes d'une déficience mentale expriment une demande de réseau social et de possibilité de rencontres.	Isolation	Rencontres	Inclusion	Strategy - User needs
7	185	les solutions existantes sont parfois difficiles à utiliser pour certains pensionnaires et le risque omniprésent d'arnaques est particulièrement critique, vu la nature du handicap des personnes de l'institut	Utilisation	Design	Fonctionnalités	Scope
7	186	et "Où se rencontrer ?" est une question récurrente : par quel biais, réel ou virtuel et où se rencontrer physiquement, dans quel lieu ?	Escroquerie	Réseau social	Sécurité	Strategy - User needs
7	187		Lieu	Rencontres	Social	Strategy - User needs

			Lieu fermé	Rencontres	Inclusion	Strategy - User needs
			Sexualité	Rencontres	Inclusion	Strategy - User needs
7	188	Le réseau reste fermé et [on a vite fait le tour]				
7	189	Elle donne l'exemple d'un jeune homme gay d'environ 23 ans, qui ne voit personne en dehors du cercle social de l'institution				
7	190	"Y en a qui ont Facebook, d'autres qui ont Tinder aussi", mais ce dernier semble poser problème, à cause de la proportion de gens mal intentionnés.	Escroquerie	Modération	Social	Scope
7	191	Au niveau de l'encadrement des relations, il y a "toujours un tiers qui est par là".	Encadrement	Relation sociale	Sécurité	Scope
7	192	"dans la réalité, c'est toujours contrôlé" car les résidents sont vulnérables dans un environnement sans encadrement.	Encadrement	Personnes handicapées	Sécurité	Scope
7	193	[Pour certains, le contrôle est moins nécessaire]"mais ça reste compliquée" [de bien doser ce contrôle].	Encadrement	Handicap	Sécurité	Strategy - User needs
7	194	La problématique de la capacité de discernement est au cœur de cette supervision	Discernement	Loi	Social	Scope
7	195	[on considère qu'ils ont leur capacité de discernement et on évalue selon leurs actes], cette approche est assez similaire de la présomption d'innocence	Discernement	Justice	Social	Scope
7	196	Quand nécessaire, la responsabilité de trancher revient à la justice, dont la décision est appuyée par une évaluation d'un psychologue.	Loi	Social	Scope	
7	197	"on les inscrit à des camps" spécialisés, ou via des plateformes qui proposent des rencontres au travers d'activités (rafting, randonnées, ...)	Camps	Loisirs	Inclusion	Strategy
7	198	mais les autres activités sont ouvertes au grand public et stimule donc les rencontres avec des personnes externes au monde du handicap.	Mobilité	Rencontres	Social	Strategy
7	199	Toutefois, même lorsque la rencontre est amorcée, elle est difficile à entretenir	Communication	Relation sociale	Social	Strategy
7	200	les résidants n'ont pour la plupart pas de carte de crédit, parfois pas de téléphone et ont des problèmes à s'exprimer par écrit, (orthographe, temps de réponse, ...)	Isolation	Relation sociale	Sécurité	Scope
7	201	"On a un jeune homme qui se met régulièrement en danger", qui persiste malgré ses mauvaises expériences à cause d'un manque affectif.	Mobilité	Personnes handicapées	Social	Strategy - User needs
7	202	les bénéficiaires les plus autonomes sont tout de même dépendants des horaires des transports en commun ou de la disponibilité des accompagnateurs pour effectuer [les trajets]	Encadrement	Inscription	Fonctionnalités	Strategy
7	203	Il serait souhaitable que le processus d'inscription soit encadré : [il faudrait] "se présenter, ou au moins avoir une trace", mais sans toutefois écarter la dimension éthique et les risques associés.	Sexualité	Rencontres	Social	Strategy
7	204	Pour les rencontres charnelles, qui ne nécessitent pas forcément trop de régularité, il semblerait que les solutions en place fonctionnent relativement bien.	Long terme	Relation sociale	Social	Strategy
7	205	mais sans voiture ni téléphone, les relations plus sérieuses sont compliquées à entretenir.	Cercle social	Relation sociale	Social	Strategy
7	206	[On a des jeunes qui se passent les numéros de leurs contacts et qui se font un réseau comme ça.]	Encadrement	Personnes handicapées	Social	Strategy
7	207	changer l'attitude de certains professionnels, qui ont parfois tendance à tout contrôler,	Aménagement	Emploi	Inclusion	Strategy
7	208	elle souligne la nécessité d'aménagements : "ils ont besoin de postes adaptés, vraiment"	Rythme	Emploi	Inclusion	Strategy
7	209	Ces adaptations se traduisent notamment par un rythme de travail diminué	Coach	Emploi	Inclusion	Strategy - User needs
7	210	dans l'environnement de travail. [Ils ont besoin] "d'être coachés par l'humain"	Retard	Handicap	Inclusion	Strategy - User needs
7	211	Il peut aussi arriver qu'ils ne sachent pas lire ou qu'ils aient des problèmes avec les chiffres	Autonomie	Personnes handicapées	Inclusion	Strategy
7	212	[Mon hypothèse c'est qu'ils ont toujours été accompagnés, c'est donc difficile pour eux d'être autonomes].	Fierté	Emploi	Inclusion	Strategy - User needs
7	213	"ils sont très fiers de leur travail", "ça leur donne une identité". Quand bien même les résidants sont obligés d'avoir une activité, aucun d'entre eux n'a, à sa connaissance, jamais exprimé le refus de travailler	Institut	Emploi	Inclusion	Strategy
7	214	Les pensionnaires de l'institut travaillent principalement dans son enceinte	Entreprise	Emploi	Inclusion	Strategy
7	215	seuls de rares personnes travaillent pour des entreprises externes	Coach	Emploi	Inclusion	Strategy
7	216	Les coachs sont des gens de l'institut (maîtres socio-professionnels) quand ils travaillent sur place, sinon ils sont encadrés par l'entreprise (même si elle n'est pas formée).	MSP	Emploi	Inclusion	Strategy
7	217	Les MSP participent également aux réunions au sujet de l'intégration dans le milieu professionnel.	Entreprise	Embauche	Inclusion	Strategy
7	218	les vraies embauchées sont faites dans de grandes entreprises (type Migros ou Coop)	Stage	Embauche	Inclusion	Strategy
7	219	les stages d'une ou deux semaines sont réalisés dans des PME, [mais ça se concrétise jamais en embauche].				

7	220	La rareté des entreprises externes embauchant ce type de candidats explique par plusieurs facteurs : les efforts liés aux aménagements, le type de population (handicap plutôt lourd), le rythme effréné de Genève qui la mobilité.	Contrainte	Emploi	Inclusion	Strategy
7	221	l'institution n'a pour le moment pas réellement prévu de stratégie pour élargir son réseau d'entreprises partenaires.	Partenariat	Emploi	Inclusion	Strategy
7	222	[les entreprises ne violent pas la plus-value des résidents, ils le font plus par une volonté sociale].	Valorisation	Emploi	Inclusion	Strategy
7	223	"Aigues-Vertes est en train de changer" : à l'origine destinée à être un lieu de vie et de travail, l'institut tend à devenir un lieu de vie uniquement.	Institut	Lieu de vie	Social	Strategy
7	224	la tendance des résidents à devenir de plus en plus autonomes, notamment grâce à une meilleure prise en charge depuis l'enfance	Autonomie	Personnes handicapées	Social	Strategy - User needs
7	225	Un autre problème du contexte d'emploi est l'assurance invalidité, en effet, la plupart des résidents y sont à 100%.	Assurance	Personnes handicapées	Social	Strategy
7	226	Le fait de travailler est pénalisé, car la perte de ce statut les constraint à "payer les assurances plein port" et se résulte par une perte de pouvoir d'achat.	Assurance	Emploi	Social	Strategy
7	227	Une politique plus inclusive depuis l'enfance aiderait ces gens à devenir plus autonomes, à mieux s'intégrer (créer un réseau) et à acquérir de meilleures connaissances, les rendant plus aptes à travailler.	Autonomie	Histoire de vie	Social	Strategy
7	228	Bien que contre la discrimination positive – comme elle peut exister en France par exemple – l'interviewée souhaiterait voir l'état encourager les entreprises à s'ouvrir	Entreprise	Embauche	Inclusion	Strategy
7	229	"Ca serait génial" d'avoir accès à une plateforme pour stimuler et favoriser les rencontres "mais pour une population autonome" [uniquement], car [il y aura toujours une partie qui pourra pas y accéder], notamment les gens qui ont une déficience mentale trop importante	Autonomie	Rencontres	Inclusion	Strategy - Public cible
7	230	Touréfois, les professionnels peuvent fournir une aide aux ces parties (par ex. : déceler les arnaque)	Retard	Réseau social	Inclusion	Strategy - Public cible
7	231	et elle souligne que "tous les accompagnants sont formés" [au respect de l'intimité].	Endrament	Réseau social	Fonctionnalités	Strategy
7	232	Il n'y a pas réellement de journée-type : ses activités dépendent des dossiers qui sont en cours.	Intimité	Réseau social	Social	Strategy
8	233	elle définit les besoins du poste et se charge de sa mise au concours.	RH	Emploi	Social	Strategy
8	234	Elle encadre les nouveaux venus pour les intégrer dans leur équipe.	Offre d'emploi	Embauche	Social	Strategy
8	235	L'annonce est ensuite diffusée sur des réseaux standards : le site de l'a HES (plateforme officielle de postulation), le bulletin officiel ainsi que sur JobUp, site partenaire.	Entreprise	Embauche	Social	Strategy
8	236	Il est également possible que l'annonce soit publiée dans la presse valaisanne – voire même Suisse	Difussion	Embauche	Social	Strategy
8	237	D'autres sites spécialisés, tels que ResearchGate ou ScienceCareers, peuvent être utilisés si le profil recherché est rare.	Journal	Embauche	Social	Strategy
8	238	Il est également possible de diffuser l'annonce sur Facebook ou LinkedIn, via le compte officiel de la HES.	Site spécialisé	Embauche	Social	Strategy
8	239	La HES ne démarche jamais elle-même des profils, par exemple en parcourant LinkedIn.	Difussion	Réseau social	Fonctionnalités	Strategy
8	240	L'A1 est un partenaire qui sollicite régulièrement la HES pour des emplois – appellés emploi semi-protégés – ou des stages, en proposant et ces services de personnes assurées.	Difussion	Embauche	Social	Strategy
8	241	"On travaille plutôt en réseau", "on est directement sollicité par les institutions".	Difussion	Embauche	Social	Strategy
8	242	Dans les annonces d'embauche, aucune spécification n'est donnée quant au handicap, "ce n'est pas un critère" [de recrutement].	Difussion	Embauche	Inclusion	Strategy
8	243	L'accès est mis sur la formation, l'expérience et la faculté à faire la tâche requise du candidat.	Critères	Embauche	Social	Strategy
8	244	La HES préfère que le candidat déclare explicitement sa situation et ne pas la dévoiler durant l'entretien.	Transparence	Embauche	Social	Strategy
8	245	Il s'avère d'ailleurs que les personnes en situation de handicap font généralement preuve de transparence.	Transparence	Personnes handicapées	Social	Strategy - User needs
8	246	Certains types de postes (par exemple téléphoniste) sont spontanément proposés à l'A1, au cas où un assuré souhaiterait travailler.	Démarchage	Embauche	Inclusion	Strategy
8	247	"On peut parfois nous-même nous tourner vers ces institutions"	Critères	Embauche	Social	Strategy
8	248	Bien que la HES ne pratique pas la discrimination positive, "c'est en tout cas encouragé" [d'engager ce type de personnes]	Transparence	Embauche	Inclusion	Strategy
8	249	"Le but c'est qu'ils soient utiles et qu'ils se sentent utiles".	Transparence	Embauche	Inclusion	Strategy
8	250	De plus, si un poste anciennement occupé par une PSH se libère, "on va, je pense, plutôt favoriser une autre personne handicapée".	Transparence	Embauche	Inclusion	Strategy
8	251	Il y a 2 ou 3 personnes en situation de handicap (tous physique) qui travaillent à la HES-SD.	Transparence	Embauche	Inclusion	Strategy
8	252	Il y a 2 ou 3 personnes en situation de handicap (tous physique) qui travaillent à la HES-SD.	HES	Personnes handicapées	Inclusion	Strategy

			Amenagement	Emploi	Inclusion	Strategy
			AI	Embauche	Inclusion	Strategy
			Contrat	Embauche	Social	Strategy
8	253	. Les infrastructures et aménagements spécifiques au handicap sont également pris en charge par l'état.				
8	254	Pour les stages, une personne de contact des différents offices sollicite les RH de la HES pour demander s'il existe une place correspondant à la personne qui souhaiterait effectuer un stage.	AI	Embauche	Inclusion	Strategy
8	255	Le contrat est signé entre la HES et l'AI et la HES donne des retours sur la situation du stage (décomptes horaires, par exemple).	Contrat	Embauche	Social	Strategy
8	256	L'objectif des stages est d'estimer la capacité à travailler des personnes placées ainsi que de leur donner l'opportunité d'enrichir de l'expérience professionnelle.	Stage	Personnes handicapées	Social	Strategy
8	257	De plus, si le stagiaire donne satisfaction et qu'une place qui lui correspond s'ouvre, la possibilité d'un engagement sur le long terme est envisageable.	Stage	Embauche	Inclusion	Strategy
8	258	Les adaptations du poste sont évaluées et déterminées par l'AI, la SUVA ou un médecin spécialement mandaté.	Evaluation	Emploi	Inclusion	Strategy
8	259	Les adaptations du poste sont évaluées et déterminées par l'AI, la SUVA ou un médecin spécialement mandaté.	Evaluation	Emploi	Inclusion	Strategy
8	260	C'est un processus plutôt long en début de recrutement, mais d'une fois établie la situation a tendance à être stable.	Recrutement	Emploi	Inclusion	Strategy
8	261	Le reste du lifecycle RH (du recrutement jusqu'à la sortie de l'entreprise) est quasiment identique à celui d'un collaborateur lambda.	Lifecycle	Emploi	Social	Strategy
8	262	Ils sont "suivis de près par la personne qui les forme, c'est des personnes qui sont bien encadrées" [par la HES].	Encadrement	Emploi	Inclusion	Strategy
8	263	Dé plus, tout en prévu en amont de l'embauche, "quand la personne arrive" [c'est déjà mis en place]	Aménagement	Embauche	Inclusion	Strategy
8	264	"C'est un collaborateur comme les autres".	Valorsation	Personnes handicapées	Inclusion	Strategy
8	265	L'interviewee estime que la situation de la HES – par la taille de la structure et le fait qu'elle soit chapeautée par l'état – rend l'intégration de l'PSU particulièrement favorable.	Entreprise	Personnes handicapées	Inclusion	Strategy - Public cible
8	266	"C'est peut-être moins dans la mentalité, les habitudes des entreprises du privé".	PME	Emploi	Inclusion	Strategy - Public cible

15.3. Présentation du Professeur Pierre Margot-Cattin

Inclusion des personnes vivant avec un handicap dans le premier marché de l'emploi : une perspective socio-anthropologique

Première conférence nationale en faveur de l'intégration des personnes handicapées sur le marché du travail

Prof. Pierre Margot-Cattin
Président, Conseil Egalité ch

 HES-SO Valais-Wallis
Page 1

Berne 27 janvier 2017

 Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Travail / Valeur

- Travail médium d'exclusion ou d'inclusion d'où sa centralité pour tous
- Travail se fait utilité (...) Pas de travail pas d'utilité reconnue
- Travail créateur d'utilité sociale, porteur de 3 valeurs contradictoires :
 - production,
 - réalisation de soi,
 - protection.

 HES-SO Valais-Wallis
Page 3

Travail / Valeur

 Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

 Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Le travail en tant que valeur sociétale

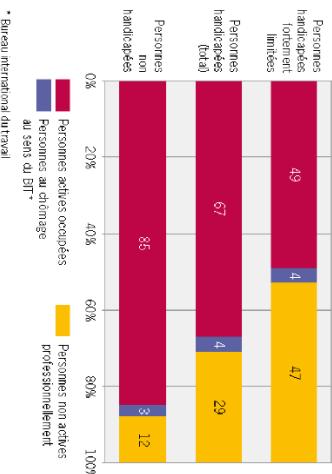
L'insertion première dans la société passe par le travail, celui-ci étant conçu comme valeur morale et non en tant qu'activité productrice de sens. (Décriaud, 2006 : 83)



 HES-SO Valais-Wallis
Page 2

 HES-SO Valais-Wallis
Page 4

Statut sur le marché du travail 2009



Σ π ≈ & HES-SO Valais-Wallis
Page 5

**Personne avec handicap et
marché du travail**

Σ π ≈ & HES-SO Valais-Wallis
Bureau international du travail
© OFS - Statistique Suisse 2009

Valais

Σ π ≈ & HES-SO Valais-Wallis
Page 7

- En 2009, environ un million de personnes de 16 ans et plus peuvent être considérées comme handicapées (17%), dont environ 300'000 le sont à un degré important (5%). (OFS, 2011)
- Une personne handicapée sur cinq bénéficie d'une rente AI. (OFS, 2011)
- Les personnes handicapées participent largement au marché du travail (67%) mais pas autant que le reste de la population. De plus, elles travaillent plus souvent à temps partiel que le reste des personnes en emploi. (OFS, 2011)

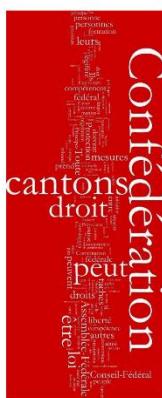


Σ π ≈ & HES-SO Valais-Wallis
Page 8

Valais

- 13'200 places de travail en atelier protégé sont offertes dans les institutions pour personnes handicapées.
- S'y ajoutent les places dans d'autres types d'institutions (800) et les places dans des ateliers indépendants ou en entreprise (nombre inconnu).
- En 2009, 20,3 millions d'heures de travail y ont été effectuées par 15'200 personnes, soit une moyenne de 27,8 heures par semaine et par personne.

Σ π ≈ & HES-SO Valais-Wallis
Page 6



- fait partie des droits sociaux classiques et fondamentaux qui visent à garantir la couverture des besoins vitaux de toute personne.

Droit au travail

Une notion reconnue, mais quelle réalité juridique en Suisse ?



Droit au travail

Toute personne a droit au travail, au libre choix de son travail, à des conditions équitables et satisfaisantes de travail et à la protection contre le chômage

(Art. 23 al. 1 Déclaration universelle des Droits de l'Homme)

Droit au travail



La Confédération et les cantons s'engagent à ce que toute personne capable de travailler puisse assurer son entretien par un travail qu'elle exerce dans des conditions équitables.

(Art. 41, alinéa 1d Constitution Fédérale)



Droit au travail

Hes-SO//VALAIS
Hauté Ecole de Santé & Travail Social &
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit &

Droit au travail

Les États Parties reconnaissent aux personnes handicapées, sur la base de l'égalité avec les autres, le droit au travail, notamment à la possibilité de gagner leur vie en accomplissant un travail librement choisi ou accepté sur un marché du travail et dans un milieu de travail ouvert, favorisant l'inclusion et accessible aux personnes handicapées.

(Art. 27 Convention de l'ONU relative aux droits des personnes handicapées)



CONVENTION on the RIGHTS of
PERSONS with DISABILITIES

& HES-SO Valais-Wallis
Page 13

Droit au travail

Obligations

Interdire la discrimination dans « tout ce qui a trait à l'emploi » (embauche, promotion etc.)

- « protéger le droit » à des conditions de travail justes et favorables (égalité salariale, protection contre le harcèlement etc.)
- « employer des personnes handicapées dans le secteur public »
- « favoriser l'emploi » dans le secteur privé (action positive, incitations, etc.)
- « faire en sorte que des aménagements raisonnables soient apportés (...) »

Hes-SO//VALAIS
Hauté Ecole de Santé & Travail Social &
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit &

& HES-SO Valais-Wallis
Page 15

Droit au travail

Hes-SO//VALAIS
Hauté Ecole de Santé & Travail Social &
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit &

& HES-SO Valais-Wallis
Page 16

Droit au travail

Rapports de droit privé :

- A l'embauche : Art. 2 CC, 27/28 CC, 328/328b CO
- Ex: refus d'engager une personne atteinte d'une sclérose en plaques (Focus N. 5, octobre 2011, p. 8)
- Durant les rapports de travail : Art.19/20 CO, 328/328b CO, 6 LTR, 2 OLT3 > droit à des aménagements raisonnables?
- Ex: interdiction d'un chien d'accompagnement au travail (Focus N. 5, octobre 2011, p. 11)
- A la fin des rapports de travail : Art. 328, 336 CO
- Ex: licenciement d'un employé avec un trouble du déficit de l'attention
- Arrêt du Tribunal cantonal de Schaffhouse du 27.9.12 (2009/172-41-cs) in Evaluation LHand 2015 p. 330

& HES-SO Valais-Wallis
Page 14



Travailleurs handicapés

Travailleurs handicapés

Un souci de définition

- **Personnes handicapées** : Les personnes considérées comme handicapées sont celles qui déclarent avoir un problème de santé qui dure depuis longtemps et qui se disent limitées (faiblement ou fortement) dans les activités que les gens font habituellement. (OFS)

Travailleurs handicapés

Travailleurs handicapés

Travailleurs handicapés

- **Invalidité** : définition repose sur la perte de gain liée à une incapacité de gain due à une maladie, un accident ou une infirmité congénitale (AI)

- **Handicap** : déficience corporelle, mentale ou psychique présumée durable qui empêche d'accomplir les actes de la vie quotidienne, d'entretenir des contacts sociaux, de se mouvoir, de suivre une formation, de se perfectionner ou d'exercer une activité professionnelle, ou la gêne dans l'accompagnement de ces activités (LHand)

Handicap et marché du travail

Ouverture à l'inclusion de « travailleurs handicapés » mais ...

Handicap et marché du travail

Mythes et phantasmes

Ouverture à l'inclusion de « travailleurs handicapés » mais ...

- Rejet d'un cadre contraignant et de la lourdeur administrative
- Pas de surcoûts mais pas de demande de soutien financier particulier
- Rejet de la notion de quota : inefficacité, lourdeur, effets pervers, difficulté de définition du bénéficiaire
- Manque d'information et de compréhension de la situation de handicap
- Intérêt marqué pour la mise en place d'un système de coaching et d'accompagnement du travailleur en situation de handicap.

Enquête menée en 2010 auprès d'employeurs publics ou privés et subventionnés du canton du Valais
Total : 159 participants
Taux de report : 27 %

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

- **Le mythe de la difficulté de collaboration :**

- 88 % des employés qui collaborent effectivement avec des PSH considèrent qu'il est "facile de travailler avec des personnes en situation de handicap".
- Alors que celles qui ne côtoient pas de PSH dans leur entreprise considèrent à plus de 50% «qu'il est difficile de travailler ensemble...»
(Recherche IMS-entreprendre/cabinet Goodwill Management, 2010)

(Selon chiffres d'un assureur Suisse: in T Geisen, A. Lichtenauer, C. Roulin, G. Schielke FHNW, in Sécurité sociale CHSS4/2008)

 HES-SO Valais-Wallis
Page 25

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

- **Le mythe de la fragilité :**

- Les PSH ont moins d'accidents (professionnels et non professionnels) que les autres employés et ces accidents sont, en moyenne, moins graves.
- Les PSH sont, dans leur totalité, un peu plus absents mais, si on ne regarde que ceux dont le handicap est stabilisé, ils le sont sensiblement moins que la moyenne.

 HES-SO Valais-Wallis
Page 27

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

- **Le mythe de la difficulté de coaching :**

- Les RH directement concerné affirment à 82 % que non.
(Etude L. Harris, citée sur www.employersupport.nbc.ca)

- **Le mythe du risque à l'engagement :**

- Les divers outils prévus par la 5° puis la 6° révision de l'Assurance Invalidité font que le coût financier de l'engagement ainsi que les risques courus en cas de mauvaise embauche, sont bien moindre que pour un employé lambda.

(Comité DPR créée en 2008 sous l'égide de l'Union patronale suisse)

 HES-SO Valais-Wallis
Page 26



 HES-SO Valais-Wallis
Page 28



Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hauté Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hauté Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

• La contamination par la différence saillante :

- «Si une personne donnée diffère de nous sur une caractéristique saillante, on aura tendance à interpréter toute la réalité de cette personne à partir et en fonction de cette différence».
- La fragilité et les complications liées au handicap sont attribuées à tous les aspects de la personne

• La fausse clarté des diagnostics :

- «Lorsque j'entends un diagnostic, j'attribue à la personne concernée le même futur que celui qu'a(ont) vécu(s) la(fes) personne(s) que je connais et qui avait le même diagnostic. Or, c'est le plus souvent, très erroné.»
- Risque de dramatisation exagérée des conséquences possibles.

 HES-SO Valais-Wallis
Page 20

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hauté Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Mythes et phantasmes

Hes-SO VALAIS
Hauté Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

• Le sur-impact des incidents critiques :

- «Si je découvre une réalité au travers d'un incident critique (qui provoque en moi une émotion négative), j'aurais tendance à tout mettre en œuvre pour ne plus jamais me retrouver face à cette réalité».
- Risque d'évaluation très biaisées, voire fantasmée des conséquences du handicap.

• La substantialisation du handicap :

- «Tendance à penser que la personne est un handicapé alors qu'elle est une personne qui vit une situation de handicap »
- C'est la réponse sociale ou organisationnelle qui crée le handicap pour la personne.

 HES-SO Valais-Wallis
Page 20

 HES-SO Valais-Wallis
Page 31

 HES-SO Valais-Wallis
Page 32

Mythes et phantasmes

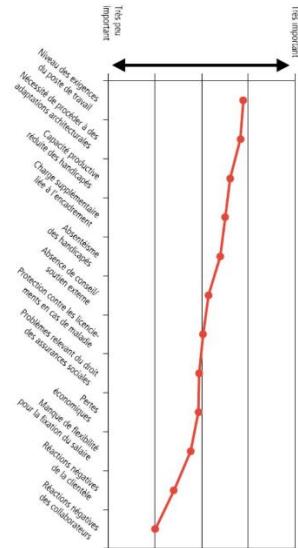
Hes-SO//VALAIS
Haute Ecole de Santé & Travail Social &
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Mythes et phantasmes

Hes-SO//VALAIS
Haute Ecole de Santé & Travail Social &
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Appréciation des obstacles à l'engagement

2



HES-SO Valais-Wallis Ecole Baumann, Stéphanie Greive und Thomas Schwarz (2004). Die berufliche Integration von behinderten Personen in der Schweiz. Studie zur Beschäftigungs situation und zu Eingliederungsbemühungen – Kurzfassung.



HES-SO//VALAIS
Haute Ecole de Santé & Travail Social &
Page 35

Mythes et phantasmes

Hes-SO//VALAIS
Haute Ecole de Santé & Travail Social &
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Pourtant :

- Dans un milieu adapté et avec un management correct, la présence de PSH apporte une plue-value démontrable en terme de :
 - performance économique
 - capacité à traiter les problèmes

(IMs-entreprendre /cabinet Goodwill Management, 2010)



HES-SO Valais-Wallis Page 36

Mythes et phantasmes

Hes-SO//VALAIS
Haute Ecole de Santé & Travail Social &
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Pourtant :

- Si le profil professionnel correspond au poste et que le management est adapté, les PSH sont souvent plus ingénieruses, et plus capables de faire avec que les autres
- (F. Moser, directeur, Cash Center, la Poste)
- Les travailleurs avec handicap sont fréquemment plus dévoués, plus motivés et plus fidèles envers leur entreprise

(IMs-entreprendre /cabinet Goodwill Management, 2010)



HES-SO Valais-Wallis Page 36

Mythes et phantasmes

Pourtant :

- L'engagement de PSH renforce l'attachement et la motivation des autres collaborateurs.

(T Geisen, A. Lichtenauer, C. Roulin, G. Schielke FHNW, in Sécurité sociale CHSS4/2008)

- L'augmentation de la motivation et de la loyauté des autres collaborateurs voire même la baisse de leur propre absentéisme est mentionnée dans de nombreuses recherches ou sites spécialisés.

(Towers Watson, 2012, Myhandicap.ch, Compasso.ch)



Pistes et mesures

Pour une meilleure inclusion dans le marché du travail



Mythes et phantasmes

Pourtant :

- L'engagement de PSH augmente l'attractivité de l'entreprise sur trois niveaux :

- auprès de ses clients
- auprès de ses employés
- au niveau du recrutement

(Towers Watson, 2012)

- L'attractivité vis-à-vis de l'extérieur (client, futur collaborateurs) fait partie des motivations principales de la majorité des entreprises qui pratiquent une politique active dans le domaine.

(T Geisen, A. Lichtenauer, C. Roulin, G. Schielke FHNW, in Sécurité sociale CHSS4/2008)



Supported employment

- Nécessité de développer :
 - Soutien à une approche de « supported employment » par le développement d'un coaching adapté aux besoins
 - Principe d'intervention sur l'offre et la demande :
 - personne et
 - employeur

Décloisonnement

- Distinction entre différents régimes de protection du revenu :
 - Assurance chômage
 - Assurance invalidité
 - Assurance maladie (perte de gain)
 - Assistance chômage
 - Aide sociale
 - ...

Hes-SO// VALAIS WALLIS

Temporalité

- La variabilité des situations dans le temps et le caractère évolutif de chaque cas nécessite une prise en compte particulière de la temporalité :

- Coaching multi-temporel
 - avant engagement
 - à l'engagement
 - sur le poste de travail, à la demande et pour une durée indéterminée

Hes-SO// VALAIS WALLIS

Décloisonnement

- Nécessité de développement d'un système transparent et décloisonné permettant la création de passerelles est une véritable coopération entre assurances sociales et fournisseurs de prestations.
- Développement d'une approche intégrée (tendance actuelle en Europe) permettant :
 - De réaliser des économies potentielles
 - Une plus grande individualisation de la prise en charge
 - Risque de responsabilisation des usagers et de transfert du fardeau de la réussite sur la personne concernée.

Conclusion

L'inclusion professionnelle, c'est possible !

Cela nécessite :

- De mieux coordonner les partenaires
- De créer des ponts entre assurances sociales pour une approche globale et coordonnée de prise en compte des besoins spécifiques
- De sensibilisation du premier marché de l'emploi afin de combattre les craintes et phantasmes

 HES-SO Valais-Wallis
Haute Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Conclusion

L'inclusion professionnelle, c'est possible !

Cela nécessite :

- La mise en place d'un système de coaching spécialisé à même de prendre en compte les spécificités et besoins de l'employé et de l'employeur
- Le développement de la formation en intervention de ces spécialistes

 HES-SO Valais-Wallis
Haute Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Conclusion

Reconnaitre / Respecter / Soutenir

- Nécessité d'une plus grande prise en compte des attentes et des besoins spécifiques de la personne, allant vers une individualisation de l'évaluation et des prestations proposées.
- Mise en lumière des principes d'autodétermination et de liberté de choix inscrit comme élément fondamentaux dans la Convention de l'ONU sur les droits des personnes handicapées (CDPH).

 HES-SO Valais-Wallis
Haute Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

Conclusion

Merci pour votre attention

Pierre Margot-Cattin



pierre.margot-cattin@hevs.ch

 HES-SO Valais-Wallis
Haute Ecole de Santé & Travail Social
Hochschule für Gesundheit & Soziale Arbeit

15.4. Product backlog post-bachelor

User Story	Acceptance Criteria	Priority	Status	Size	Sprint				
US N°	Thème	En tant que...	je veux ...	car/jour...					
1	Analyse	Développeur	examiner la plateforme existante	comprendre son fonctionnement et les fonctionnalités déjà en place	listes des fonctionnalités	1000	●	L	0
2	Analyse	Développeur	préparer l'environnement de travail	commencer à coder et tester mon code	setup PHP Yii OK	990	●	M	0
3	Analyse	Développeur	définir la base de données	la seed et l'utiliser durant le développement	data definition, schéma DB	980	●	M	0
4	Analyse	Développeur	apprendre le fonctionnement de PHP Yii	connaître ce qui est possible de faire et appliquer les good practices	tutorial	970	●	XL	0
5	Analyse	Développeur	concevoir les différents workflow	prévoir le design des frames	workflow diagrams des principales fonctionnalités (inscription, mécanismes de modération, ...)	960	●	M	0
6	Analyse	Développeur	imaginer l'interface utilisateur	pour avoir une idée du design	mockup des frames	950	●	L	0
7	Développement	Développeur	remplir la base de données	utiliser les data pour faire les tests	création seeders & entity models	940	●	M	1
9	Login	Utilisateurs n-v	valider mon compte	obtenir des droits supplémentaires, selon mon rôle	formulaire de demande avec choix du rôle, accès aux bonnes fonctionnalités	930	●	S	1
10	Login	Modérateur/Admin	accéder aux demandes de validation de compte	gérer les demandes	listes des demandes, responsivité	920	●	S	1
11	Login	Modérateur/Admin	accepter une demande de validation	promouvoir le membre en question	membre gradé après validation, message renvoyé au membre	910	●	S	1
12	Login	Modérateur/Admin	refuser une demande de validation	éviter d'avoir des utilisateurs malveillants sur la plateforme	membre au même grade après refus, message envoyé au membre avec explication	900	●	M	1
33	Emploi	Entreprise	créer une annonce d'emploi	proposer du travail	formulaire avec champs adaptés (obligatoires/facultatifs)	890	●	M	1
30	Emploi	Modérateur/Admin	valider et mettre en ligne une annonce	vérifier la validité des annonces postées	liste des proposition d'annonces, boutons pour ajouter / refuser	880	●	M	1
35	Emploi	Tous	consulter les annonces	connaitre les offres actuelles	accéder à la liste des offres, filtrer par type - secteur - lieu	870	●	M	1
35	Emploi	Membre	répondre à une annonce	proposer mes services	formulaire permettant l'upload du dossier	860	●	M	1
32	Emploi	Modérateur/Admin	supprimer une annonce	en cas d'erreur ou si le propriétaire souhaite la retirer	button pour supprimer	840	●	S	1

Figure 40 : Product backlog, sprints réalisés (le texte en rouge représente les fonctionnalités encore à implémenter)

US N°	Thème	En tant que ...	je veux ...	User Stories	car/pour ...	Acceptance Criteria	Priority ↕	Status	Size ↴
31	Emploi	Modérateur/Admin/ Entreprise	éditer une annonce	modifier les spécifications	bouton pour éditer	830	●	M	
29	Emploi	Entreprise	accéder aux candidatures reçues	donner une suite aux candidats qui ont postulé	listes des réponses avec données requises	820	●	S	
28	Emploi	Entreprise	créer un profil d'entreprise	donner des informations et expliquer les activités	page de profil adaptée aux entreprises	810	●	S	
40	Bon plan	Membre	créer un bon plan dans l'espace dédié	aider les autres utilisateurs	poste classique mais mis en forme pour le	790	●	S	
42	Bon plan	Membre	valider la modification d'un bon plan m'appartenant	tenir à jour la fiche	option pour accepter ou rejeter	780	●	S	
41	Bon plan	Membre	proposer des modifications d'un bon plan	donner des prévisions ou mettre à jour possibilité d'actualiser un ancien bon plan	créateur notifié	750	●	S	
16	Espaces	Utilisateur n-v	consulter les postes sur les différents espaces	en apparaissant plus sur les bons plans et autres nouveautés	onglet dans le menu	700	●	S	
17	Espaces	Membre	créer un bon plan	partager des bons plans ou poser des questions	button création	690	●	M	
14	Validation	Utilisateur n-v	trouver facilement le moyen de faire valider mon compte	avoir plus de priviléges sur le site	redirection vers le formulaire quand l'utilisateur essaie d'accéder aux fonctionnalités bloquées	600	●	M	
39	Emploi	Membre	être notifié par e-mail si une annonce apparaît dans le domaine que je cherche	ne pas rater d'opportunité	e-mail envoyé à tous les membres qui ont sélectionné le domaine	580	●	M	
25	Moderation	Modérateur/Admin	accéder à la liste des messages signalés	prendre des mesures si nécessaire	onglet permettant d'accéder, gérer les avertissements	480	●	S	
27	Moderation	Modérateur/Admin	prendre en compte le signalement	empêcher un utilisateur de faire	message envoyé à l'utilisateur, incrémentation d'avertissements,	470	●	L	
26	Moderation	Modérateur/Admin	annuler le signalement	ne pas punir un utilisateur si ce n'est pas nécessaire	bouton de suppression sur la liste	460	●	S	
19	Moderation	Modérateur/Admin	accéder à la liste des mots sensibles	avoir un aperçu des mots censurés	ordre alphabétique, possibilité de filtrer	450	●	M	
22	Moderation	Modérateur/Admin	être notifié si un message contient des mots choquants	aviser en fonction du contexte	notification automatique si un mot est posté	440	●	L	
20	Moderation	Modérateur/Admin	ajouter des mots sensibles au dictionnaire	pouvoir adapter le filtrage sur le site	champ d'ajout sur la page du dictionnaire	430	●	S	
21	Moderation	Modérateur/Admin	supprimer des mots sensibles du dictionnaire	pouvoir adapter le filtrage sur le site	button supprimer à côté du mot	420	●	S	
23	Espaces	Tous	être prévenu des messages choquants avoir la possibilité d'édition le layout du site	ne pas me sentir mal à l'aise	message masqué, avec possibilité d'afficher	410	●	M	
38	Handicap	Tous	connaitre les modalités de la bourse d'emploi	mieux voir les éléments à ma disposition	plugin pour changer textSize / contrast	400	●	L	
34	Emploi	Tous	connaitre les modalités de la bourse d'emploi	connaitre la politique de transparence et de mise en relation employeur-candidat	tuto image et clair, sensibilisation au handicap	250	●	M	
37	Handicap	Tous	disposer d'une liste de liens utiles	me renseigner sur d'autres sujets que ceux présents sur le site	onglet vers lien utiles, recueil de liens	230	●	S	
15	Compte	Tous	supprimer entièrement mon compte	respecter ma vie privée	bouton suppression sur le profil, conservation des messages et chats avec un tag <utilisateur supprimé>	220	●	M	
8	Login	Tous	créer un compte de base en utilisant Facebook	créer un compte facilement	lien avec FB	200	●	S	
13	UX	Tous	améliorer la page d'explication du site	meilleur connaissance O-Point	onglet dans le menu, tuto très image et clair	150	●	M	

Figure 41 : Product backlog, user stories restantes