

# TENUE D'UN PROCESSUS DE CO-CRÉATION SUR LA CONCEPTION D'UN MÉDIALAB À BANQ



SYNTHÈSE DES RÉSULTATS  
31 OCTOBRE 2014

RECHERCHE ET RÉDACTION

**JOËLLE SARRAILH**  
**MARILYNE VEILLEUX**

PHOTOS

**EVE LAFONTAINE**

DESIGN

**JOLIN MASSON**



**MONTRÉAL, LE 31 OCTOBRE 2014**  
**WWW.ESPACESTEMPS.CA**

### **Remerciements**

Bibliothèques et Archives nationales du Québec et Espaces temps aimeraient remercier les personnes suivantes pour leur précieuse contribution :

- Julie Laloire et Armando Paredes, d'Oxy-Jeunes
- Dominique Bonetto, des Loisirs Saint-Jacques
- Natalie Fletcher, de Brila - Projets jeunesse
- Stéphane Bougie, Marie-Ève Courchesne, Martine Rouette, Marjolaine Voiselle et Cédric Lavenant, de BANQ
- Marie D. Martel, du Service de la culture de la Ville de Montréal, pour ses conseils sur la co-création
- Benoit Belleau, enseignant à l'école secondaire Le Vitrail
- Et bien sûr, tous les participants et participantes aux ateliers de co-création.

# RÉSUMÉ

---

En mai 2014, Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ) a donné le coup d'envoi à un projet visant à mettre sur pied un Médialab destiné aux adolescents de 13 à 17 ans. Ce Médialab se déclinera en deux espaces complémentaires : un espace virtuel accessible à tous les adolescents du Québec, et un espace physique, situé à la Grande Bibliothèque.

## OBJECTIFS

Afin d'explorer les différentes formes que pourrait prendre le futur Médialab, BAnQ a confié à Espaces temps la conception et l'animation d'une démarche de co-création visant à explorer les besoins et les désirs des parties prenantes du futur Médialab. Cette démarche visait notamment les objectifs suivants :

- déterminer les besoins et les désirs des adolescents envers l'éventuel Médialab ;
- dresser une liste des fonctions possibles du Médialab ;
- dégager des pistes d'intégration et de partenariats avec des entreprises et organismes de divers milieux ;
- recueillir les meilleures pratiques en matière de développement d'espaces et d'animation pour le public adolescent.

## RÉSULTATS

La démarche de co-création s'est échelonnée du 4 septembre au 31 octobre 2014. Trois ateliers de co-création ont été organisés : deux avec des adolescents et un avec des professionnels. La synthèse des résultats nous a permis de dégager des pistes concrètes de design, à la fois en terme de design d'espaces et de services :

### Espace physique :

- des espaces définis par leur fonction (salle d'enregistrement vidéo, espace bibliothèque, salle de travail de groupe, etc.);
- du mobilier modulable selon les usages ;
- un espace esthétiquement intéressant, lumineux, inspirant, « user friendly » (c'est-à-dire facile à utiliser) ;
- un espace inclusif, accueillant et centré sur les goûts et besoins des adolescents.

### Espace virtuel :

- des fonctionnalités de réseaux sociaux et des ressources documentaires (tutoriels, guides, etc.);
- une vitrine des projets réalisés ou en cours de réalisation, avec la possibilité de les partager et les commenter ;
- un espace de concours et d'événements spéciaux.

### Animation :

- une programmation flexible, innovante et développée de façon participative ;
- des activités spécifiques par groupe d'âge (13-14 ans et 15-17 ans) ;
- des concours et des événements pour motiver la participation.

### **Ressources humaines :**

- une diversité de ressources humaines (animateurs, mentors, experts, artistes en résidence, etc.);
- des ateliers donnés par les adolescents à d'autres adolescents;
- des animateurs qui ne sont pas forcément des experts en technologie, mais qui ont des habiletés à interagir avec les jeunes.

### **RECOMMANDATIONS FINALES**

Les échanges avec les adolescents et les professionnels nous ont permis de formuler cinq recommandations finales à l'égard de la conception du Médialab :

1. Rester centré sur les besoins des adolescents;
2. Développer le Médialab en mode de « bêta perpétuel »;
3. Développer un écosystème de partenaires autour du Médialab;
4. Faire preuve d'ouverture et de souplesse;
5. Documenter le processus de conception du Médialab.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>1. INTRODUCTION</b> .....	p. 7	<b>4. ANALYSE</b> .....	p. 39	<b>ANNEXES</b> .....	p. 56
<b>1.1 Mise en contexte</b> .....	p. 8	<b>4.1 Constats clés</b> .....	p. 40	<b>Annexe 1: Invitations</b> .....	p. 57
Contexte du projet de Médialab		Intérêts et projets		A.1 Invitations aux adolescents (papier)	
Contexte de la démarche de co-création		Réseaux sociaux virtuels		A.1.2 Invitations aux professionnels	
À propos d'Espaces temps		Réseaux sociaux physiques		(exemple type)	
Remerciements		<b>4.2 Usages potentiels du Médialab par les adolescents et les partenaires</b> .....	p. 42	<b>Annexe 2: Outils de co-création</b> .....	p. 58
<b>1.2 Activités réalisées</b> .....	p. 10	Usages potentiels du Médialab par les adolescents		A.2.1 Certificat de participation	
Séances de co-création		Usages potentiels par les partenaires clés		A.2.2 Profil Facebook	
Recrutement		<b>4.3 Pistes de design</b> .....	p. 44	A.2.3 Réseaux sociaux physiques et virtuels	
Déroulement et documentation des rencontres		Espace physique		A.2.4 Des activités, des projets	
Analyse des données et rédaction du rapport		Espace virtuel		A.2.5 Le Médialab selon moi	
Poursuite des activités de co-création		Ressources humaines et animation		A.2.6 Ce qu'un professionnel en pense	
<b>2. PRINCIPES DIRECTEURS</b> .....	p. 14	Usage des technologies		<b>Annexe 3: Données brutes sur les réseaux sociaux (physiques et virtuels)</b> .....	p. 66
<b>2.1 Principes directeurs du Médialab</b> .....	p. 15	<b>4.4 Facteurs clés du succès</b> .....	p. 49	A.3.1 Réseaux sociaux virtuels	
HOMAGO		<b>4.5 Forces, faiblesses, opportunités et menaces</b> .....	p. 51	A.3.2 Réseaux sociaux physiques	
Connected learning		<b>5. RECOMMANDATIONS FINALES</b> .....	p. 52		
Culture « maker » et du « DIY »		Recommandation 1: Développer le Médialab dans un mode de conception « bêta perpétuel »			
<b>2.2 Approche au processus de co-création</b> ..	p. 24	Recommandation 2: Documenter le processus de conception du Médialab			
<b>3. RÉCOLTE</b> .....	p. 19	Recommandation 3: Développer un écosystème de partenaires autour du médialab			
<b>3.1 Rencontres avec les adolescents</b> .....	p. 20	Recommandation 4: Rester centré sur les besoins des adolescents			
Profil des participants		Recommandation 5: Faire preuve d'ouverture et de souplesse			
Activités réalisées					
Idées dégagées de l'exercice de prototypage					
Autres thèmes abordés lors des discussions					
<b>3.2 Rencontre avec les professionnels</b> .....	p. 34				
Profil des participants					
Activités réalisées					
Idées dégagées des discussions					
Autres thèmes abordés lors des discussions					

# 1. INTRODUCTION



# 1.1 MISE EN CONTEXTE

---

## CONTEXTE DU PROJET DE MÉDIALAB

En mai 2014, Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ) a donné le coup d'envoi à un projet visant à mettre sur pied un Médialab destiné aux adolescents de 13 à 17 ans. Ce Médialab se déclinera en deux espaces complémentaires : un espace virtuel accessible à tous les adolescents du Québec, et un espace physique, situé à la Grande Bibliothèque. Ces deux espaces auront pour but de favoriser chez les adolescents la création, l'expérimentation, la collaboration à des projets et le partage de connaissances par le biais de l'utilisation des médias numériques et de nouvelles technologies.

De plus, le Médialab – à la fois dans son aspect virtuel et physique – sera accueillant pour les adolescents, dans l'optique d'un « troisième lieu » qui s'ajoutera à l'école et la maison, et qui permettra aux adolescents la socialisation, l'expérimentation avec les nouvelles technologies et la réalisation de projets de création numérique axés sur leurs intérêts, sans l'imposition de projets obligatoires ou de programmes pédagogiques précis. Finalement, compte tenu que la mission de BAnQ est de servir l'entière population du Québec, le Médialab devra offrir des services aux jeunes de toutes les régions du Québec.

Parmi les objectifs du Médialab, on retrouve entre autres :

- bonifier l'offre de services de BAnQ destinée aux adolescents ;
- encourager la création, l'expérimentation, la collaboration et le partage de connaissances par le biais des médias numériques et des nouvelles technologies ;
- amener les adolescents à explorer diverses formes de création, notamment la création de nature littéraire ;
- faire office d'incubateur de projets collaboratifs entre des adolescents de partout au Québec ;
- favoriser l'acquisition de nouvelles compétences technologiques et des capacités d'apprentissage autonome ;
- donner accès à des technologies de pointe qui ne sont pas disponibles à l'école ou à la maison.

## CONTEXTE DE LA DÉMARCHE DE CO-CRÉATION

Afin d'explorer les différentes formes que pourrait prendre le futur Médialab, BAnQ a confié à Espaces temps la conception et l'animation d'une démarche de co-création visant à explorer les besoins et les attentes des parties prenantes du futur Médialab, c'est-à-dire :

- les adolescents de 13 à 17 ans, en tant qu'usagers potentiels ;
- les professionnels de différents milieux (communautaire, éducation, bibliothèques, médiation artistique et scientifique), à titre de partenaires potentiels.

La démarche de co-création visait spécifiquement à :

- établir les pratiques actuelles des adolescents en matière de création numérique et d'utilisation des nouveaux médias ;
- déterminer les besoins et les désirs des adolescents envers l'éventuel Médialab ;
- dresser une liste des fonctions possibles du Médialab ;
- imaginer avec les adolescents des prototypes physiques et virtuels ;
- dégager des pistes d'intégration et de partenariats avec des entreprises et organismes œuvrant dans les milieux cités ci-dessus ;
- recueillir les meilleures pratiques en matière de conception d'espaces et d'animation pour le public adolescent.

## À PROPOS D'ESPACES TEMPS

Espaces temps ([www.espacestems.ca](http://www.espacestems.ca)) est une entreprise d'économie sociale fondée en 2009 avec la mission de concevoir et développer des espaces, outils et pratiques qui contribuent à la circulation de l'information et des connaissances. L'entreprise agit de façon transversale tant auprès des milieux des arts, de la vie citoyenne que de la vie scientifique. Espaces temps contribue ainsi à créer du lien social, outiller les citoyens et les organisations, et dynamiser le territoire.

L'organisation, co-fondée et dirigée par un bibliothécaire professionnel, est active dans le milieu bibliothéconomique autant au Québec qu'en France, tant au niveau de la discussion professionnelle sur la transformation des bibliothèques qu'avec ses réalisations concrètes et son offre de service. Dans les dernières années, Espaces temps a su développer une expertise dans l'accompagnement, la gestion de projet, la conceptualisation et l'aménagement de bibliothèques.



### Joëlle Sarrailh, animatrice des ateliers

Joëlle Sarrailh est spécialiste des nouvelles approches d'innovation ouverte et de co-création, et cumule une grande expérience en animation d'ateliers de co-création et de design participatif. Titulaire d'une maîtrise en gestion de HEC Montréal, elle s'implique tout aussi bien dans le design de stratégies d'innovation pour différentes organisations des secteurs privé et public que dans le design d'ateliers co-créatifs.

Depuis 2010, elle a fait partie de l'équipe d'animation du Living lab SAT / CHU Sainte-Justine en humanisation des soins de santé. En 2012-2013, elle a participé au design et à l'animation de Minilab, un *living lab* en maturité scolaire. En 2013, elle a co-organisé le GovJam Montréal, un marathon de 48 heures pour prototyper des services innovants pour le secteur public. Joëlle a développé une pratique de facilitation unique qui prend racine dans les approches d'Art of Hosting, de l'improvisation appliquée et du *design thinking* afin de créer des espaces propices à l'expression des besoins et à la co-création de solutions avec les usagers (citoyens, employés, patients, etc.).

1. Introduction



### Marilyne Veilleux, chargée de projet

Marilyne Veilleux est bibliothécaire de formation et chargée de projets pour Espaces temps. Dans le courant de sa maîtrise en sciences de l'information, elle s'est principalement intéressée à l'innovation en bibliothèques, ainsi qu'aux pratiques d'inclusion au sein des milieux documentaires.

Depuis son engagement dans l'organisme Espaces temps, elle a travaillé sur divers projets touchant les bibliothèques : conception et co-création de l'Espace 3C, consultation pour la bibliothèque de l'ITHQ, gestion de projet pour REPONSEATOUT.CA, co-création autour des services de la bibliothèque de l'ÉTS, etc.

## 1.2 ACTIVITÉS RÉALISÉES

La démarche de co-création s'est échelonnée du 4 septembre au 31 octobre 2014. Des recherches préliminaires en matière de laboratoires de création numériques en bibliothèques et de services aux adolescents, dont une revue de la littérature et des entrevues sur place avec des responsables de tels espaces aux États-Unis, ont permis à BAnQ et Espaces temps de dégager certains fondements théoriques et pistes d'exploration pour le Médialab. Les activités se sont segmentées en six phases :

1. recherche exploratoire ;
2. conception des ateliers de co-création ;
3. recrutement des participants ;
4. tenue des séances de co-création ;
5. compilation et analyse des données ;
6. rédaction du rapport final.

### SÉANCES DE CO-CRÉATION

Trois ateliers de co-création de trois heures ont été organisés, chacun avec des objectifs précis. Le contenu et les résultats de ces activités seront abordés en détail dans ce rapport.

#### Activités de co-création réalisées

Rencontre	Date et lieu	Objectifs
Adolescents #1	Samedi 4 octobre 2014 Espace ECTO Montréal 8 participants	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre ce que font les jeunes avec les outils numériques à leur disposition au quotidien ;</li><li>• Comprendre leurs besoins et leurs désirs en terme d'espace d'apprentissage numérique ;</li><li>• Explorer le concept d'HOMAGO par une activité de prototypage (se référer à la section Fondements théoriques pour le concept d'HOMAGO).</li></ul>
Adolescents #2	Samedi 11 octobre 2014 Grande bibliothèque Montréal 7 participants	<ul style="list-style-type: none"><li>• Faire un retour sur les constats de la rencontre #1 ;</li><li>• Valider des éléments de design à partir de visuels d'espaces existants ;</li><li>• Explorer des scénarios d'usage du Médialab.</li></ul>
Professionnels	Mercredi 15 octobre 2014 Grande bibliothèque Montréal 11 participants	<ul style="list-style-type: none"><li>• Valider certains éléments récoltés auprès des adolescents ;</li><li>• Partager les meilleures pratiques en terme d'espaces d'apprentissage axé sur le numérique ;</li><li>• Identifier les facteurs d'adoption et d'appropriation ;</li><li>• Comprendre comment le Médialab peut s'insérer dans l'écosystème des espaces d'apprentissage axés sur le numérique, des organismes jeunesse et des établissements scolaires de tout le Québec.</li></ul>

## RECRUTEMENT

### Adolescents

L'objectif pour chacune des rencontres avec les adolescents était de recruter de 8 à 12 participants de 12 à 17 ans. Nous visions également de former un groupe diversifié quant au sexe, à l'âge, à la communauté culturelle, à la situation géographique et au niveau socioéconomique. Or, des difficultés dans le processus de recrutement ont restreint cette diversité espérée : par exemple, la plupart des participants étaient de sexe masculin et d'un niveau socioéconomique relativement élevé.

Plusieurs méthodes de recrutement ont été utilisées :

- collaboration avec trois organismes jeunesse locaux qui ont présenté le projet à leur clientèle et recueilli les inscriptions ;
- annonce sur divers médias, dont le calendrier collaboratif en ligne Mur Mitoyen, Twitter, et Facebook ;
- demande directes à des professionnels du milieu de l'enseignement, notamment de l'école secondaire alternative Le Vitrail.



*Premier groupe d'adolescents*



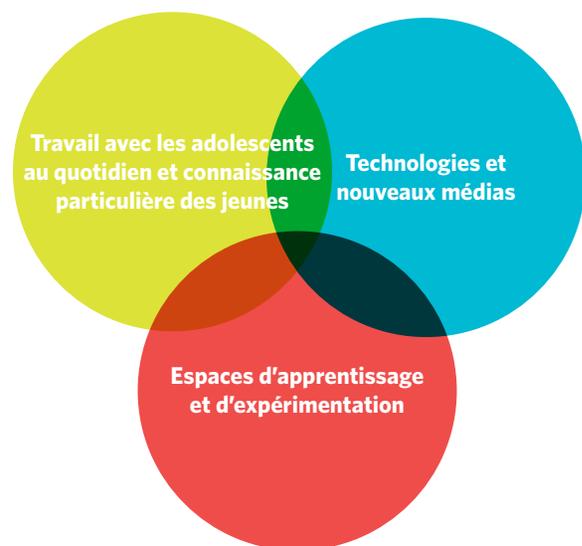
*Second groupe d'adolescents*

## Professionnels

Pour la rencontre avec les professionnels, nous souhaitons recruter de 12 à 15 participants de milieux ciblés :

- organismes jeunesse ;
- enseignement secondaire ;
- bibliothèques publiques et scolaires ;
- médiation culturelle ;
- médiation scientifique et intellectuelle.

Le Médialab touche à trois grands volets : les jeunes, les technologies et l'expérimentation. Les professionnels présents avaient tous des connaissances liées à un ou plusieurs de ces volets.



Les professionnels ont été invités par courriel. Le taux de réponse a été satisfaisant (11 participants) et tous les milieux ciblés étaient représentés à la rencontre. Les deux modèles d'invitation (destinés aux adolescents et aux professionnels) sont présentés à l'Annexe 1.



*Groupe de professionnels*

## DÉROULEMENT ET DOCUMENTATION DES RENCONTRES

Chaque rencontre de trois heures était divisée en un certain nombre d'activités créatives, soit individuelles ou de groupe. Une activité d'accueil et de présentation des participants entamait la rencontre, et une pause était prévue au milieu de la rencontre. L'animation des activités était assurée par les professionnelles d'Espaces temps. Le représentant de BAnQ intervenait à certains moments, pour orienter la discussion vers un sujet d'intérêt ou poser directement une question.

Toutes les interactions et discussions étaient prises en note par une professionnelle d'Espaces temps, et les deux dernières rencontres ont été filmées à des fins de documentation. Finalement, une photographie était sur place, pour documenter les interactions et la dynamique du groupe, et pour garder des témoignages visuels des prototypes et autres matériaux didactiques créés par les participants.

## ANALYSE DES DONNÉES ET RÉDACTION DU RAPPORT

À la suite des trois rencontres, les artefacts documentaires issus des séances ont été analysés par l'équipe d'Espaces temps pour en retirer les grands thèmes, les idées récurrentes ou percutantes, les besoins et désirs exprimés, ainsi que certaines « phrases-clés » particulièrement représentatives des opinions et idées exprimées lors des rencontres.



## **2. FONDEMENTS THÉORIQUES**

## 2.1 FONDEMENTS THÉORIQUES DU MÉDIALAB

---

Le Médialab s'appuiera sur certains principes tirés des meilleures pratiques en matière d'espaces et de services aux adolescents. Ces principes guideront le développement de l'espace physique et virtuel, des services et activités offerts, et du fonctionnement des espaces.

### **HOMAGO : UN MODÈLE DES USAGES DU NUMÉRIQUE**

Une série d'études ethnographiques des usages numériques des adolescents dirigées par la chercheuse Mimi Ito a mis en évidence que les jeunes ne se divisaient pas en catégories d'individus selon leur utilisation personnelle des nouveaux médias, mais qu'ils faisaient appel à trois « modes d'interaction » avec les nouveaux médias, selon le contexte et leurs désirs personnels. Ces études ont donné naissance au concept d'HOMAGO, ou « Hanging out, messing around, geeking out. »

*Hanging out* désigne un mode d'interaction centré sur la socialisation. L'interaction avec les nouveaux médias se limite souvent à l'écoute de musique en groupe, et au partage de photos, de vidéos ou de textes sur les médias sociaux. Essentiellement, *hanging out* désigne un mode de participation centré sur l'établissement et le maintien des relations avec des amis, mais qui fait usage des nouvelles technologies.

*Messing around*, ou bidouillage, implique une utilisation des médias numériques dans un but précis, par exemple pour retoucher et partager une photo, éditer une vidéo, ou personnaliser une page Web. Les caractéristiques principales de ce mode d'interaction sont l'essai et l'erreur et l'apprentissage autodidacte.

Finalement, *geeking out* désigne un type d'interaction avec les nouveaux médias beaucoup plus intensif ainsi qu'un approfondissement des connaissances dans un domaine précis. Les jeunes qui s'engagent dans ce mode d'interaction sont souvent considérés comme des experts dans un domaine très précis et font office de mentors auprès d'autres individus, souvent dans la sphère virtuelle.

Un espace fondé sur le concept d'HOMAGO reconnaît la capacité des jeunes à acquérir des connaissances et des expertises importantes lors de différents modes d'engagement. HOMAGO permet l'éclosion spontanée de situations d'apprentissage où chaque jeune a le pouvoir d'apprendre selon ses propres intérêts et passions, en partenariat avec ses pairs ou d'autres personnes-ressources.

Le Médialab permettra aux jeunes d'y passer du temps à socialiser sans forcément travailler sur des projets précis ou développer leur connaissance des nouveaux médias. Ils auront toutefois la possibilité d'expérimenter avec ces nouvelles technologies dans une perspective d'essai-erreur, ou encore de faire une utilisation intensive et approfondie des nouveaux médias.

## LE MODÈLE PÉDAGOGIQUE DU *CONNECTED LEARNING*

Le Médialab s'appuiera aussi sur le concept de *Connected Learning*, une approche pédagogique selon laquelle :

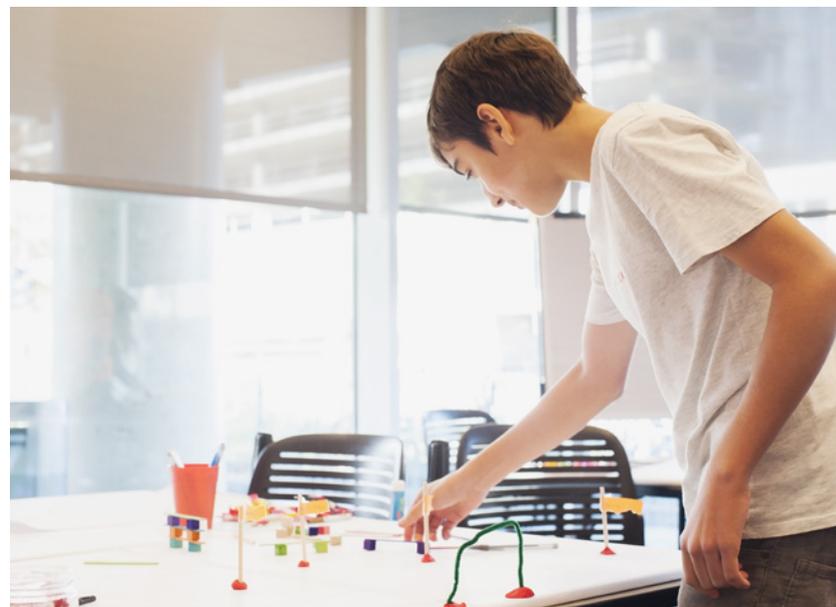
- les jeunes apprennent lorsqu'ils créent et expérimentent de façon active ;
- l'acquisition de nouvelles compétences est grandement favorisée lorsque les apprenants œuvrent à des projets en lien direct avec leurs intérêts ;
- l'apprentissage est renforcé lorsqu'il s'effectue dans un environnement social où les jeunes contribuent au travail de leur pairs ;
- ces principes développent chez les jeunes la capacité d'apprendre de façon autodidacte, un atout essentiel pour le 21<sup>e</sup> siècle.

Pour favoriser ce type d'apprentissage, le Médialab laissera aux jeunes la possibilité de choisir eux-mêmes leurs projets selon leurs intérêts et laissera place à l'erreur. De plus, par le biais de différents outils, le Médialab favorisera la collaboration, le partage et la critique entre pairs.

## CULTURE *MAKER* ET DU *DIY*

Apparition relativement récente, la culture *maker* et du *do-it-yourself* (faire soi-même) pourrait être définie comme la tendance à la valorisation de la création par soi-même, et est souvent associée à certaines nouvelles technologies, notamment l'imprimante 3D. En plus de donner à des individus la possibilité de devenir des créateurs actifs plutôt que seulement des consommateurs passifs, cette culture valorise l'échange de connaissance au sein d'un réseau de créateurs aux objectifs plus ou moins similaires.

Le Médialab s'inscrira dans la mouvance *DIY* en encourageant la création autonome, le partage de connaissances à l'intérieur de la communauté de ses utilisateurs, et l'apprentissage de nouvelles compétences par le « faire soi-même ».



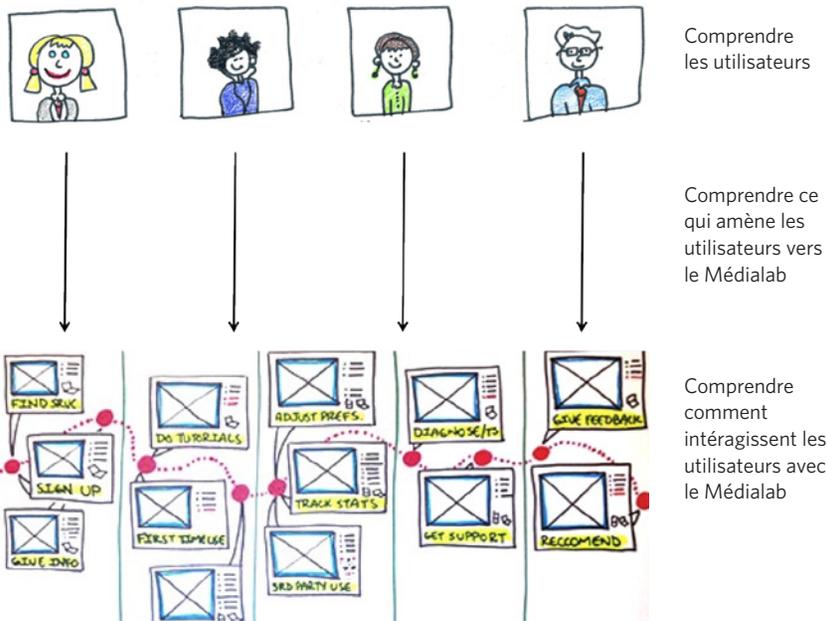


Image: Espaces temps

Pour bien comprendre les besoins, les désirs et les motivations des parties prenantes du Médialab, les ateliers de co-création sont allés plus loin que de simples groupes de discussion. L'objectif a été de placer les usagers et les professionnels dans une posture de co-création, de leur donner des outils pour qu'ils puissent exprimer leurs besoins et leurs attentes, voire même de créer la solution souhaitée, notamment par des activités de prototypage.

Les rencontres de co-création ont été pensées en s'appuyant sur un processus de divergence, émergence et convergence des idées. L'intention était, dans un premier temps, d'ouvrir le processus d'idéation et d'élargir les idées (Ouvrir), dans un deuxième temps d'explorer les idées phares et les creuser (Explorer) et enfin, de créer du sens et de faire converger l'ensemble vers des idées finales (Fermer).

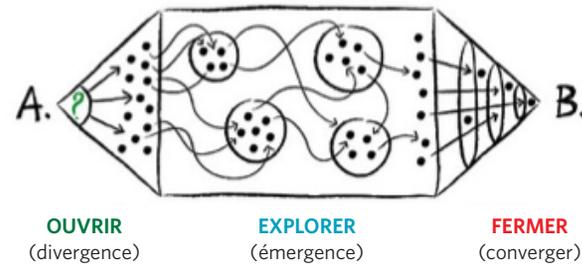


Image: Espaces temps, inspiré de Gamestorming<sup>1</sup>

À chaque atelier, nous avons cherché à explorer trois dimensions du Médialab :

- les technologies et leurs usages ;
- l'espace physique et virtuel ;
- l'animation et les ressources humaines.

<sup>1</sup> Gray, Brown et Macanuso (2010). Gamestorming: a Playbook for Innovators, Rulebreakers and Changemakers, O'Reilly, p. 12.

Pour atteindre ces objectifs, nous avons conçu des activités de co-création sur mesure, ainsi que des documents stimulants permettant aux jeunes de s'exprimer librement. Tous ces documents se trouvent à l'Annexe 2.

Une des activités centrales des rencontres avec les adolescents a été le prototypage, une démarche consistant notamment à réaliser un exemple incomplet et évolutif de ce que pourrait devenir un produit, service ou objet final<sup>1</sup>. Dans une approche de co-création, le prototypage est souvent utilisé afin de permettre aux usagers de mettre en forme leurs idées à l'aide de différents matériaux mis à leur disposition : briques LEGO, papier, carton, cure-pipes, etc. En privilégiant la matérialisation des idées par le « faire » plutôt que par le « dire », le prototypage permet d'aller chercher de nouvelles idées, d'explorer rapidement des pistes de solutions en identifiant les obstacles et de favoriser la communication des idées entre les membres d'une équipe.

1 <http://fr.wikipedia.org/wiki/Prototypage>

# **3. RECENSEMENT DES RÉSULTATS**

# 3.1 RENCONTRES AVEC LES ADOLESCENTS

---

## PROFILS DES PARTICIPANTS

Les deux rencontres ont rassemblé onze jeunes de 12 à 16 ans, dont un qui a participé aux deux ateliers. À l'aide d'un document à l'image d'un profil Facebook que nous avons fait remplir aux participants lors de la rencontre, nous avons pu établir les profils suivants.

### Profil des participants adolescents

#### Participant 1

---

15 ans

Présent aux rencontres #1 et #2

Sports: Vélo, gamer

Musique: Alternative, rock, métal

Livres: La divine comédie, Edgar Allan Poe

Jeux vidéos: Borderlands, The forest

Projet/devoir/activité qui t'a fait tripper

à l'école: Robotique

en dehors de l'école: Robotique, anime/manga

#### Participant 2

---

Présent à la rencontre #1

Sports: Escrime médiévale

Musique: Tout sauf opéra

Films: Star Wars, Hunger games

Livres: Anne Robillard

Passe-temps: Sports, jeux vidéos, temps médiéval

Jeux vidéos: Minecraft, Borderlands 2

Plus grand rêve: Posséder un vrai château

Mon métier idéal: Architecte

Une création dont je suis fier: Le serveur

Minecraft

#### Participant 3

---

16 ans

Présent à la rencontre #1

Sports: Hockey, football, tennis, basket, soccer, badminton, ping pong

Musique: Eminem, Green Day, Taylor Swift

Films: Inception, Si je reste, Hunger games

Livres: Dragon ball

Passe-temps: Jouer au hockey, jeux vidéos

Jeux vidéos: NHL, GTA, Minecraft

Une création dont je suis fier: Gagner les

1<sup>ères</sup> parties de l'histoire du Vitrail (hockey)

Mon plus grand rêve: Participer à Survivor

#### Participant 4

---

15 ans

Présent à la rencontre #1

Sports: Hockey

Musique: Motorhead, Slash, ZZtop, AC/DC,

Judas Priest

Films: Si je reste, Babine, Divergence

Livres: Divergence

Jeux vidéos: Minecraft, GTA, COP

Une création dont je suis fier: Monter

niveau 143 dans Maple Story

Mon plus grand rêve: Dominer le monde

Mon métier idéal: Camionneur

#### Participant 5

---

13 ans

Présent à la rencontre #1

Sports: Escrime, escalade

Musique: Tous les genres

Films: Action, fantastique

Livres: Science, science-fiction, aventure

Passe-temps: Lire, jouer jeux vidéos,

regarder vidéos youtube

Jeux vidéos: Presque tous les genres

Mon plus grand rêve: Aller vivre ailleurs

Mon métier idéal: Chimiste ou physicien

## PROFIL DES PARTICIPANTS

### Participant 6

---

13 ans  
Présent à la rencontre #1

Sports: Hockey  
Musique: Ce qui joue à la radio  
Films: Action, comédie  
Livres: Albums  
Passe-temps: Ordi, muisuqe  
Jeux vidéos: Minecraft, visual studio  
Une création dont je suis fier: Mes logiciels, ville Minecraft  
Mon plus grand rêve: Être riche  
Mon métier idéal: Programmeur logiciel

### Participant 7

---

12 ans  
Présent à la rencontre #1

Sports: Volley-ball, natation, basketball  
Musique: Violon  
Livres: Manga, roman policier  
Passe-temps: Texter, manger, lire  
Jeux vidéos: Minecraft, Megarun, Cut the rope, Sims

### Participant 8

---

14 ans  
Présent à la rencontre #2

Sports: Coccer, rugby  
Musique: Pop, dubstep, rap  
Films: House of cards  
Livres: Waylander, L’Affaire Caillus  
Passe-temps: Vélo, sports, Internet  
Jeux vidéos: Youtube, Netflix, Facebook  
Plus grand rêve: Piloter un avion  
Mon métier idéal: Homme d’affaires  
Projet/devoir/activité qui t’a fait tripper à l’école: Maths  
en dehors de l’école: Brila

### Participant 9

---

16 ans  
Présent à la rencontre #2

Sports: Ski alpin  
Musique: Alternative, Maroon 5, Coldplay, John Newman  
Livres: Hunger Games  
Passe-temps: Photographie  
Projet/devoir/activité qui t’a fait tripper à l’école: Réalisation de vidéos  
en dehors de l’école: Voyage humanitaire, photographie

### Participant 10

---

16 ans  
Présent à la rencontre #2

Sports: Karaté, swing, flag football  
Musique: Alternatif (Kongos, Birdy), francophone (Pierre Lapointe)  
Films: Capitaine America, Forrest Gump, Once upon a time, Dr Who  
Livres: La voleuse du libre, Ipod  
Passe-temps: Travail, math, art, écouter Netflix  
Jeux vidéos: Borderlands, Remember Me, Deer Hunter, Tomb raiders  
Plus grand rêve: Voyager, voyager, voyager  
Projet/devoir/activité qui t’a fait tripper à l’école: Robotique, impro, monde contemporain  
en dehors de l’école: Robotique, impro

### Participant 11

---

16 ans  
Présent à la rencontre #2

Sports: Courir  
Musique: Magic system, Les jumo  
Films: Transformer  
Livres: Journal  
Passe-temps: Facebook  
Jeux vidéos: Jeune vorture  
Plus grand rêve: Chanter, vidéoclip, enregistrer musique  
Projet/devoir/activité qui t’a fait tripper à l’école: Jeanne-Mance  
en dehors de l’école: Vidéoclip

## ACTIVITÉS RÉALISÉES

Lors du premier atelier, nous avons notamment cherché à développer :

- une cartographie des usagers et outils numériques des jeunes ;
- comprendre leurs besoins et désirs en terme d'espace ;
- explorer les possibilités du Médialab par une activité de prototypage.

Pour ce qui est du deuxième atelier, nous avons fait un retour sur quelques constats de la première rencontre afin de valider des éléments de design énoncés. Nous avons aussi comme objectif d'explorer des scénarios d'usage du Médialab.



### Activités de co-création réalisées avec les adolescents

Activité	Objectifs	Rencontre #1	Rencontre #2
Profil Facebook	Comprendre les adolescents	✓	✓
Mon réseau social	Recenser leurs usages numériques Identifier les lieux significatifs pour les jeunes	✓	
Le Médialab, selon moi	Cadrer les besoins auxquels peut répondre le Médialab		✓
Imaginer le Médialab (prototypage)	Explorer les dimensions d'un espace pour vivre leurs passions et intérêts à l'aide d'outils technologiques Explorer les dimensions physique et virtuelle	✓	✓
Des projets, des ateliers	Explorer des scénarios d'usage du Médialab		✓



Les deux ateliers ont débuté avec une grande feuille à remplir de type « profil Facebook », où chaque jeune a été invité à inscrire certains éléments de sa personnalité. De cette façon, nous avons pu savoir rapidement les intérêts et passions de chacun.

Lors du premier atelier, une seconde feuille a été remplie en équipe: celle du réseau social. Cette courte activité a permis de comprendre plus en profondeur les adolescents présents et a permis l'identification de lieux d'échange, tant physiques que virtuels. Une discussion s'en est suivie et les jeunes ont pu expliquer les points forts ainsi que les points faibles de certains de ces lieux.

Pour ce qui est du deuxième groupe, l'activité « Le Médialab, selon moi » a remplacé l'atelier sur le réseau social. De façon individuelle, les participants ont rempli une carte présentant les différents éléments du Médialab: Au Médialab, on fait quoi? Au Médialab, on apprend quoi? Au Médialab, on rencontre qui? Au Médialab, on joue à quoi? Cette activité a permis de cadrer les besoins auxquels peut répondre le Médialab.



Les participants des deux ateliers ont par la suite été invités à prototyper en équipe le Médialab, en entier ou en partie, à partir d'un bar à créativité qui offrait briques LEGO, pâte à modeler, crayons de couleurs, etc. (ce bar à créativité ne comprenait pas les mêmes éléments lors des deux ateliers). Le prototypage terminé, les équipes ont présenté le résultat de leur travail et ont commenté celui des autres.

Enfin, le deuxième groupe a terminé son atelier en explorant des scénarios d'usage du Médialab avec l'activité « Des projets, des ateliers ». En équipe, les jeunes ont discuté de projets réalisés dans d'autres espaces du même type que le Médialab et ont signifié quels rôles (réviseur, caméraman, etc.) leur plairaient, selon leurs intérêts.

## 2.2 APPROCHE DU PROCESSUS DE CO-CRÉATION

Le terme de co-crédation peut couvrir une multitude de pratiques. Il fait notamment rrférence à un processus où les usagers visés par un produit, un service, un programme ou un espace jouent un rôle actif dans sa conception et son développement à titre de contributeurs.

La co-crédation est une méthode de design impliquant les usagers de façon active, pas forcément à hauteur de responsabilité d'une partie prenante, mais en tant qu'informateurs porteurs d'innovation. Selon Sanders & Stappers (2008)<sup>1</sup>, La co-crédation désigne la collaboration entre designers et personnes ne disposant pas de formation en design qui mettent en commun leurs capacités créatives et travaillent ensemble dans un processus de développement. À noter que le terme design est aujourd'hui souvent employé en dehors des champs reconnus du design (par exemple, le design graphique ou le design industriel) pour désigner un processus de résolution de problèmes de façon créative (*design-thinking*).

L'adoption d'une démarche de co-crédation dans la conception d'un projet, comme celui du Médialab, comporte plusieurs avantages :

- alignement des besoins et des désirs des parties prenantes avec les contraintes et les opportunités institutionnelles de BAnQ ;
- positionnement du Médialab au sein d'un écosystème d'institutions et d'organismes ;
- implication des usagers dans la démarche de conception, permettant ainsi une meilleure appropriation du service ;
- niveau de profondeur et de qualité des données et des idées concrètes et réalisables qui dépasse celui résultant d'une consultation traditionnelle.

<sup>1</sup> Liz Sanders et Pieter Jan Stappers (2008). « Co-creation and the New Landscapes of Design », Soumis à CoDesign ([www.maketools.com/articles-papers/CoCreation\\_Sanders\\_Stappers\\_08\\_preprint.pdf](http://www.maketools.com/articles-papers/CoCreation_Sanders_Stappers_08_preprint.pdf))



## PRÉSENTATION DES PROTOTYPES

### Description de la section

Comme il a été expliqué dans la section précédente, chaque atelier avec les adolescents s'est terminé par une activité de prototypage au cours de laquelle les adolescents étaient invités à matérialiser leurs idées sur le Médialab à l'aide de différents matériaux, tels que des briques LEGO ou de la pâte à modeler. Les instructions données étaient simples et minimales, afin de faire émerger le plus grand nombre d'idées. Une fois les participants regroupés en équipe de deux, nous avons leur avons donné cette seule indication, sans contrainte de budget ou de superficie: « Montrez-nous de quoi aurait l'air un Médialab idéal ». Les équipes avaient entre 30 et 40 minutes pour piger dans tout le matériel de prototypage mis à leur disposition et pour dessiner, coller et bricoler sur une grande planche de travail.

Lors de l'atelier 1, nous avons regroupé les adolescents par passions et intérêts. Ils ont alors matérialisé leurs idées d'un Médialab idéal qui leur permettrait de réaliser des projets de programmation logicielle (équipe 1), de musique et cinéma (équipe 2), de jeux vidéo (équipe 3) et en lien avec les sports (équipe 4). Dans cet atelier, nous avons demandé aux adolescents de prototyper à la fois l'espace physique et l'espace virtuel. Ils avaient de plus accès à des images préalablement imprimées représentant des équipements technologiques, du mobiliser, des personnes-ressources et des jeux. Dans l'atelier 2, nous avons regroupé les adolescents selon la fonction du Médialab qui les attirait le plus, soit le Médialab comme espace de jeu (équipe 1), comme espace de travail (équipe 2) ou comme espace de création de musique et de vidéos (équipe 3). Ils ont prototypé uniquement l'espace physique du Médialab.

Une fois les prototypes complétés, chaque équipe avait cinq minutes pour présenter son travail à l'ensemble des équipes. Ces présentations ont été riches d'idées, qui sont présentées dans cette section.



## PRÉSENTATION DES PROTOTYPES

### Idée dégagée

Prototype d'un Médialab idéal pour réaliser des projets programmation logicielle (atelier1)

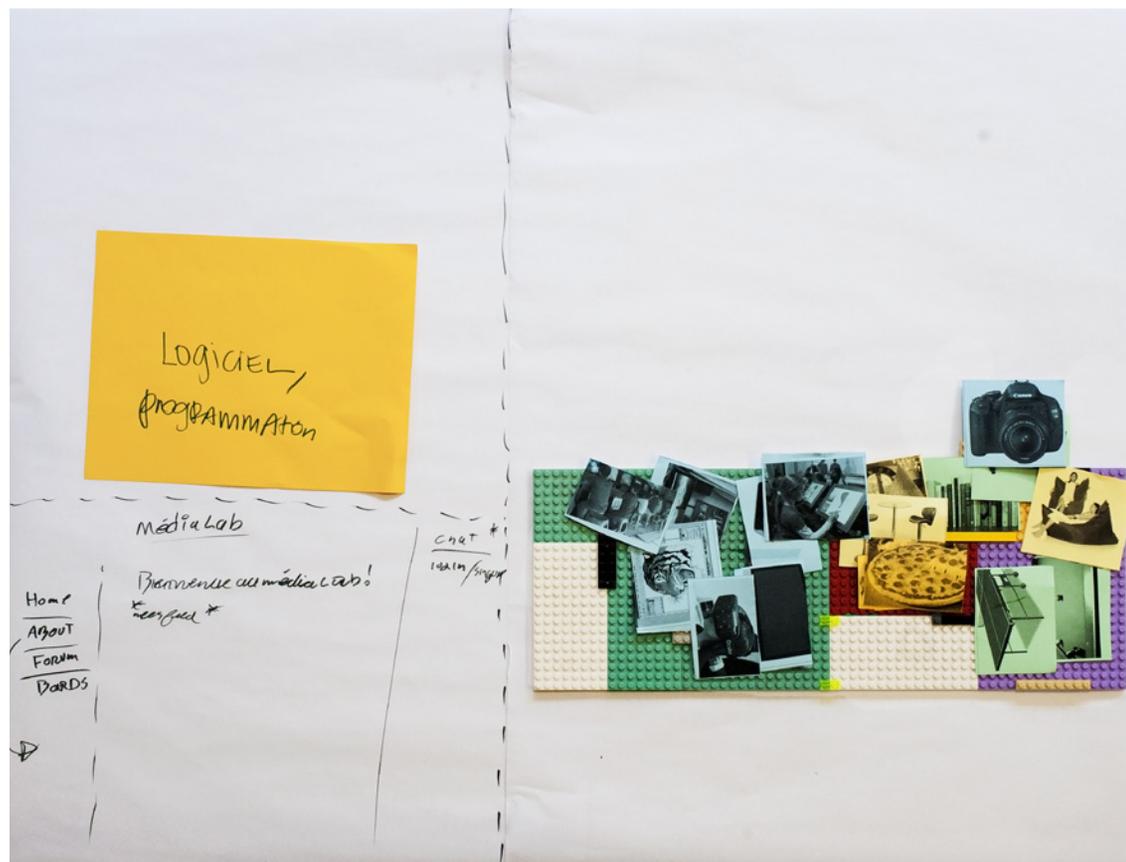
Description de l'espace physique :

- zone « place centrale » avec nourriture ;
- grande table et passage d'une zone à l'autre avec l'aide d'un code couleur ;
- claire démarcation entre les zones de travail et de loisir ;
- zones avec des ordinateurs : travail/ concentration, plaisir/gaming, projets de groupes/discussion ;
- zone axée sur les arts (tablettes électroniques de dessin, photo, vidéo, etc.) ;
- zone de détente et de lecture ;
- zone pour les jeux (babyfoot, ping-pong, etc.) ;
- coin de type vestiaire pour déposer ses effets personnels ;
- un système de réservation de certaines sections de l'espace ou de matériel (party de jeux vidéo, prêt de caméras, ordinateurs portables, etc.) ;
- ressources humaines : sécurité, personnes compétentes venant de l'extérieur, jeunes bénévoles animateurs (système de bénévolat avec « récompenses », par exemple un système de points avec rabais, reconnaissance, etc.).

Description de l'espace virtuel :

- Imageboard ;
- Forum ;
- Skype/Chat/MP.

### 3. Recensement des résultats



## PRÉSENTATION DES PROTOTYPES

### Idee dégagée

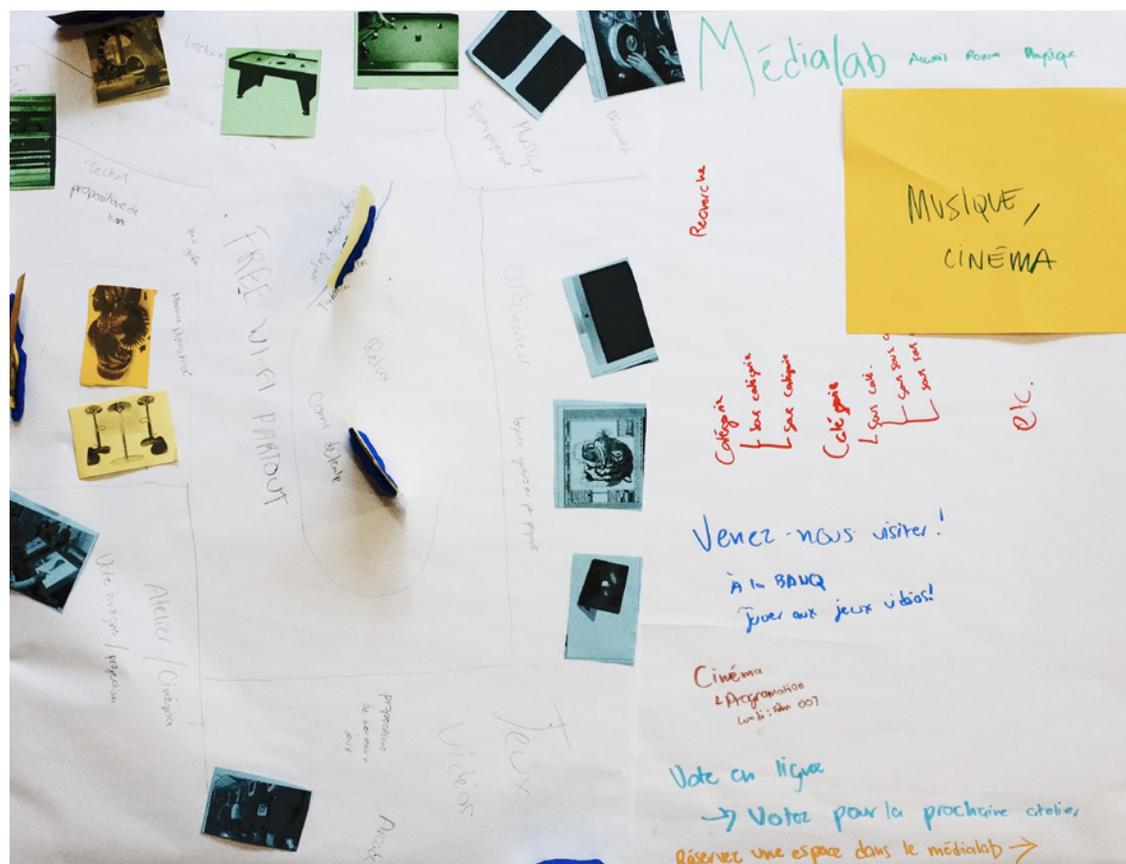
Prototype d'un Médialab idéal pour réaliser des projets de musique et de cinéma (atelier1)

Description de l'espace physique :

- wi-fi gratuit;
- coin pour la nourriture;
- coin lecture avec les dernières nouveautés;
- section tables de jeu;
- activités spéciales avec la programmation (tableau central d'affichage);
- section relaxation;
- section musique avec système de son;
- section logiciels;
- section jeux vidéo et arcades;
- section atelier avec écran;
- ressources humaines : ressources techniques/gestion des prêts, bénévoles jeunes (par exemple, bénévolat deux heures par semaine, etc.).

Description de l'espace virtuel :

- catégories d'activités/ressources;
- recherche de membres;
- espace avec des images du Médialab;
- programmation des ateliers et des projections cinéma;
- vote en ligne pour des suggestions d'ateliers et de nouveaux titres de livres.





## PRÉSENTATION DES PROTOTYPES

### Idée dégagée

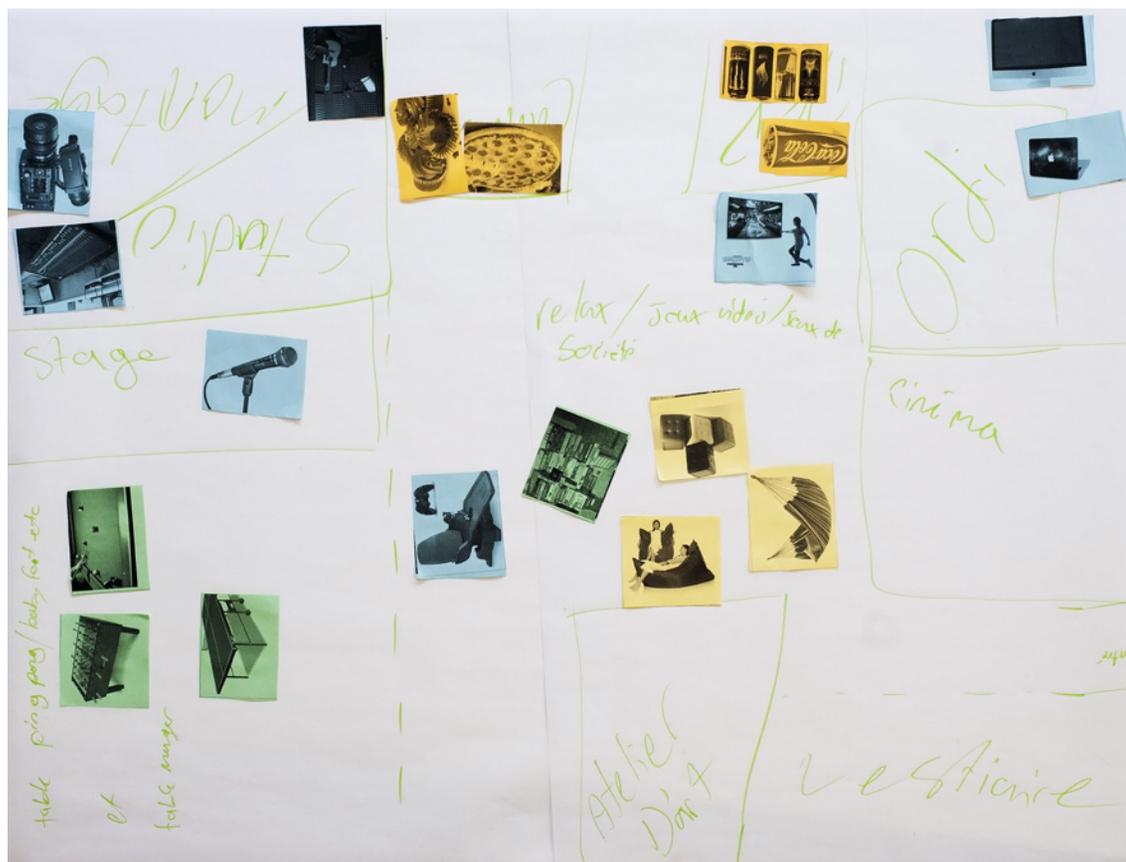
Prototype d'un Médialab idéal pour réaliser des projets en lien avec les sports (atelier1)

Description de l'espace physique :

- atelier d'art (projets d'art plastique 2D et 3D);
- salle avec ordinateurs spécialement pour travailler (et non pas pour jouer);
- cantine;
- table de ping-pong;
- scène pour karaoké, théâtre, musique;
- studio d'enregistrement avec instruments et équipements de DJ;
- comptoir de prêt d'équipements vidéo;
- vestiaire;
- espace calme avec jeux de société;
- salle de cinéma;
- studio de montage;
- ressources humaines : bénévoles jeunes, amis/adultes compétents pouvant encadrer les activités et appuyer les jeunes.

Description de l'espace virtuel :

- clavardage en ligne;
- forum par thématique.



## PRÉSENTATION DES PROTOTYPES

### Idee dégagée

Prototype d'un Médialab idéal  
comme espace de jeu et de  
détente (atelier 2)

Description de l'espace physique :

- gros tapis (le feutre représente du tapis);
- gros sofas (pompons);
- tout le contour de l'espace en livres mangas;
- tables avec des chargeurs;
- mur pliant (l'espace peut être divisé avec le mur et ça peut devenir un grand espace);
- différence entre des tables pour *chiller* et des tables pour travailler;
- favoriser la coopération en mettant de grands bancs au lieu de mettre plein de petites tables;
- pouvoir réserver une table pour jouer à plusieurs.



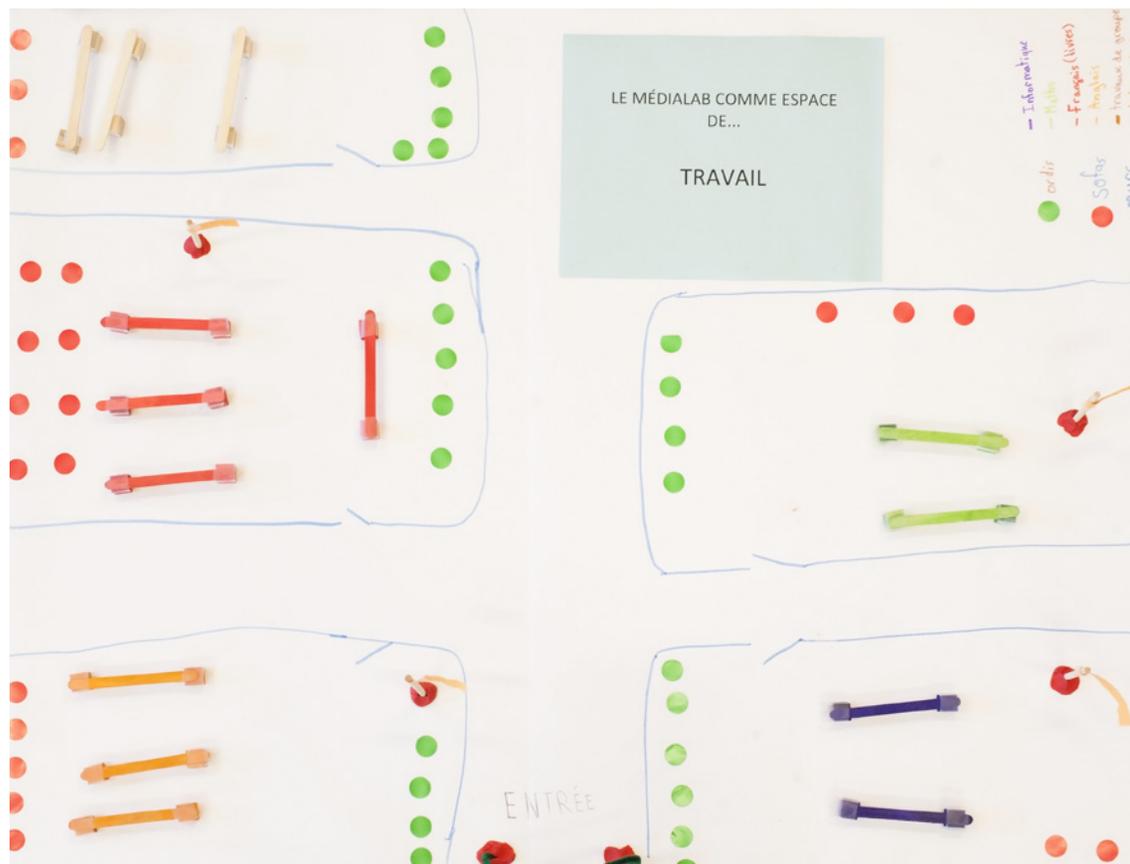
## PRÉSENTATION DES PROTOTYPES

### Idée dégagée

### Prototype d'un Médialab idéal comme espace de travail (atelier 2)

Description de l'espace physique :

- division en salles, selon les matières scolaires (français, anglais, informatique, etc.);
- sofas, ordinateurs et livres dans chaque salle;
- stations d'aide avec un mentor;
- espace pour manger ou espace café;
- salle de travail d'équipe (pas de mentor, pas de stress, etc.).



## PRÉSENTATION DES PROTOTYPES

### Idée dégagée

Prototype d'un Médialab idéal  
comme espace de création  
musique et vidéo (atelier 2)

Description de l'espace physique :

- section vidéo : deux studios d'enregistrement (un studio avec un écran, l'autre studio pour le son);
- comptoir central pour le prêt de matériel (guitares, caméras, micros, etc.);
- présence de mentors;
- salles de visionnement individuel;
- ordinateurs pour montage;
- espace de projection cinéma (pour concours et autre);
- section musique : ordinateurs et ce qu'il faut pour faire de l'enregistrement (salle de son, platine de DJ, salle d'enregistrement, etc.).



## **IDÉES DÉGAGÉES DE L'ENSEMBLE DES DISCUSSIONS**

### **Besoin de liberté**

---

« Les maisons de jeunes sont trop contrôlées. »

### **Besoin de sécurité: espace virtuel**

---

« Safe for work. » (C'est-à-dire ne contenant pas de contenu inapproprié, garantir les profils, développer un indice de confiance, etc.)

### **Besoin de sécurité: espace physique**

---

« Nous ne voulons pas que notre lieu soit détruit ou envahi par des "poteux". »  
Ils veulent avoir la paix et sont prêts à ce qu'il y ait de la surveillance, sans que cela n'entrave leur sentiment de liberté.

### **Besoin d'un espace modulable et multifonctionnel**

---

« On veut pouvoir changer les meubles de place. »  
« Ça nous prend un endroit où on peut relaxer mais aussi un endroit où on peut faire nos travaux d'équipe. »

### **Distinction claire entre travail et loisir**

---

« On veut des ordis pour jouer et des ordis pour travailler. »  
« On veut pouvoir relaxer et travailler. »

### **Ils désirent des ressources de la bibliothèque juste pour eux**

---

« Des livres pour nous, pour les ados, dans l'espace, des recommandations. »

### **Un lieu inclusif qui attire le plus de jeunes possible**

---

« Il faut le plus de jeunes possible ». « Il faut faire attention au nom qui peut sembler scientifique, on veut pas faire fuir du monde. »

### **Besoin de détente très important**

---

« On veut pouvoir aller *chiller* au Médialab après l'école, sans être obligé de travailler ou de faire quelque chose. »

### **Manger est essentiel: il s'agit d'un élément faisant partie du processus de détente et de création**

---

« On veut pouvoir manger de la pizza. »

### **Les jeunes cherchent un lieu à eux**

---

Ils veulent un lieu qui leur appartient. En ce sens, lorsque nous avons voulu connaître leurs suggestions de nom pour le Médialab, certains ont répondu « Adolab » ou « Le merveilleux monde des jeunes. »

### **Il est important que quelqu'un soit présent dans l'espace pour guider et répondre aux questions.**

---

« Ça prend absolument des gens qui vont expliquer comment les technologies marchent. »

### **Pouvoir rester longtemps dans le Médialab et gratuitement**

---

« On doit pouvoir manger. On doit pouvoir rester vraiment longtemps dans le Médialab sans avoir à sortir. »

### **Un espace en soutien à leurs projets personnels**

---

« On veut que ce soit nos projets, que les adultes viennent nous aider nous. »  
« Je veux m'assurer que c'est "mon" projet, pas le projet du mentor. »

## 3.2 RENCONTRE AVEC LES PROFESSIONNELS

---

### PROFILS DES PARTICIPANTS

Onze professionnels ont participé au troisième atelier. Comme le montre le tableau suivant, ces professionnels avaient tous des connaissances précises à apporter au projet.

### Profils des participants professionnels

#### Mathieu Dubreuil

---

Conseiller pédagogique en science et technologie et responsable du FabLab@Marguerite  
Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys

Secteur : Écoles secondaires

Connaissances à apporter au projet :  
Expérimentation avec les jeunes autour  
de nouvelles technologies

#### Olivier Hamel

---

Bibliothécaire scolaire et responsable du site Web  
Furyo Manga Club.  
Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys

Secteur : Écoles secondaires

Connaissances à apporter au projet :  
Animation d'un réseau virtuel pour les  
adolescents

#### Julie Laloire

---

Directrice générale  
Oxy-Jeunes

Secteur : Organismes jeunesse

Connaissances à apporter au projet :  
Recrutement des jeunes, animation, meilleures  
pratiques adolescents

#### Dominique Bonetto

---

Coordonnateur jeunesse  
Loisirs St-Jacques

Secteur : Organismes jeunesse

Connaissances à apporter au projet :  
Recrutement des jeunes, animation,  
meilleures pratiques adolescents

#### Marie D. Martel

---

Conseillère – bibliothèques  
Quartiers culturels, Ville de Montréal

Secteur : Bibliothèques publiques

Connaissances à apporter au projet :  
Meilleures pratiques en bibliothèque

#### Thierry Robert

---

Bibliothécaire, responsable des Jeux  
Ville de Montréal

Secteur : Bibliothèques publiques

Connaissances à apporter au projet :  
Meilleures pratiques en bibliothèque

#### Arthur Schmitt

---

Coordonnateur  
Muséomix

Secteur : Médiation artistique et technologique

Connaissances à apporter au projet :  
Activités d'expérimentation technologique

#### Francis Pineau

---

Coordonnateur pédagogique  
Société des arts technologiques

Secteur : Médiation artistique et technologique

Connaissances à apporter au projet :  
Recrutement, activités pour les jeunes

### **Mathieu Latour**

---

Agent de développement, Festival Eurêka!  
Conférence régionale des élus de Montréal

Secteur : Médiation scientifique

Connaissances à apporter au projet : Événements,  
animation autour des sciences et des  
technologies

### **Sandrine Le Tacon**

---

Chargée de projet  
Exeko

Secteur : Médiation intellectuelle

Connaissances à apporter au projet :  
Mobilisation et inclusion des jeunes



### **Ramon Vitesse**

---

Agent de développement culturel, Cowansville.  
Expérience en action communautaire et travail  
de rue. Biblio-vélo.

Secteur : Médiation intellectuelle

Connaissances à apporter au projet :  
Mobilisation des jeunes, hors les murs



## ACTIVITÉS RÉALISÉES

Au cours de l'atelier, deux activités principales se sont déroulées. En premier lieu, suivant le modèle d'une table ronde, les professionnels ont été invités à réagir à différents thèmes abordés par les adolescents. Dix phrases dites par les jeunes ont été commentées et l'animation s'est faite discrète tout en demeurant orientée. L'objectif était entre autres de vérifier certains éléments qui nous avaient surpris lors des ateliers avec les jeunes, ainsi que d'avoir un avis éclairé sur des réalités extérieures à nous.

En second lieu, les professionnels ont été jumelés en trois équipes selon leurs expérience respective (animation, contact avec les jeunes, expérience en bibliothèques, etc.). De cette façon, les animateurs ont pu approfondir divers points, ce qui n'aurait pas été possible autrement.



### Activités de co-création réalisées avec les professionnels

Activité	Objectifs
Ce qu'un professionnel en pense	Valider les éléments récoltés auprès des adolescents (commentaires)
Clés du succès	Échanger les meilleures pratiques Identifier des facteurs d'adoption et d'appropriation du Médialab
Recensement des besoins des parties prenantes et idéation de projets	Explorer les liens à faire entre le Médialab et d'autres acteurs à Montréal et dans tout le Québec Trouver d'autres partenaires potentiels Faire émerger des projets possibles autour du Médialab : à la fois des projets existants ou des projets innovateurs qui seront rendus possible grâce au Médialab

## IDÉES DÉGAGÉES DANS L'ENSEMBLE DES DISCUSSIONS

### Médiation hors les murs

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un espace qui se déploie en dehors de la Grande Bibliothèque, qui va chercher les jeunes dans leurs milieux de vie.

Le Médialab comme un espace « multi-site ».

En région, inviter les jeunes à se réunir entre eux pour créer des projets, à former des mini-groupes dans un sous-sol ou dans un café.

Utiliser les espaces-relais en région (bibliothèques, centres d'archives).

Faire un Médialab mobile, modulable selon les intérêts (les jeunes votent pour les thèmes ou les projets qui seront abordés).

### Artistes en résidence

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un espace qui accueille des artistes en résidence pour inspirer et stimuler les adolescents.

Accueillir de façon régulière des artistes en résidence qui font de la médiation culturelle avec les adolescents. Les adolescents seraient invités à interagir avec les artistes et créer avec eux s'ils le souhaitent.

Les artistes en résidence viendraient :

- travailler devant les adolescents (inspiration, apprentissage par mimétisme, etc.);
- donner des ateliers.

La présence des artistes en résidence pourrait être filmée et transmise sur l'espace virtuel.

### Positionnement en 2<sup>e</sup> ligne

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un lieu qui s'ancre dans un réseau de partenaires et qui répond aux besoins des organismes jeunesse.

Offrir aux organismes jeunesse différentes possibilités d'utilisation de l'espace et des technologies.

### Conception en mode bêta perpétuel

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un espace en perpétuelle évolution.

Mettre sur pied rapidement l'espace physique du Médialab en laissant place à l'émergence des besoins au fur et à mesure de l'utilisation.

### Approche inclusive

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un espace ouvert et inclusif à tous les jeunes.

Ouvrir au maximum le Médialab. Avoir un processus d'accueil qui est inclusif (très important pour les jeunes en situation d'exclusion).

S'assurer de rejoindre une variété de jeunes (et non pas seulement les publics habituels de la bibliothèque).

### Documentation et mise en valeur des projets

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un espace qui porte attention à la documentation et à l'indexation des projets.

Documenter tous les projets réalisés dans le Médialab. Mettre sur pied un système d'archivage et d'indexation des projets pour mieux diffuser les créations des jeunes, et les rendre visible au sein du catalogue de la bibliothèque.

### Ludification

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un espace stimulant et motivant qui incite à créer par le jeu.

Ajouter des mécanismes de ludification à l'espace physique et virtuel, y compris des systèmes de vote, de pointage, de *badges*, etc.

### Programmation événementielle

---

#### Idée dégagée

Le Médialab comme un espace doté d'un programmation événementielle qui permet la rencontre avec les jeunes.

Organiser des événements rassembleurs qui génèrent de la visibilité pour les adolescents. Les adolescents cherchent à vivre des moments forts. Ils souhaitent que leurs efforts culminent vers un événement qui permet d'exposer leurs créations et reconnaître leurs accomplissements.

### **La différence entre les publics-cible**

---

Il y a une grande différence entre les 13-14 et les 15-17. Ce sont deux publics avec des besoins très différents. La cohabitation peut être difficile.

### **Notion de sécurité**

---

Mettre en place des mesures de contrôle et de médiation dans l'espace physique (attention aux pièces fermées) et à l'espace virtuel (intimidation, *flirt*, etc.).

### **Développement du sentiment d'appartenance au lieu**

---

Les adolescents doivent sentir que c'est leur espace et qu'ils en sont responsables.

### **Stimuler, mais laisser libre**

---

Il faut proposer et accompagner les adolescents, mais laisser aussi les jeunes choisir et aller vers leurs projets.

### **Le rôle d'une tierce personne dans les interactions entre les adolescents**

---

Les interactions peuvent être menées par une tierce personne. Par exemple, un animateur ou un spécialiste peut être présent pour stimuler les échanges entre les jeunes, les aider à collaborer, établir des liens entre leurs projets, etc.



# 4. ANALYSE

# 4.1 INTÉRÊTS ET HABITUDES DES ADOLESCENTS

---

## CENTRES D'INTÉRÊT ET PROJETS

Voici les constats-clés que nous avons dressés sur les intérêts et projets des participants adolescents :

- Les adolescents ont des intérêts très variés qui incluent généralement le cinéma, la musique, les jeux vidéos, la lecture ou les sports.
- Certains jeunes présentent une passion ou un intérêt parfois plus marquée pour un type d'intérêt (jeux vidéo, musique, photographie, etc.).
- Les jeunes montrent un fort intérêt à apprendre à se servir de technologies et de médias divers.
- Les adolescents ont l'occasion de travailler sur des projets dans les contextes suivants :
  - des projets qui proviennent d'un intérêt particulier ;
  - des projets qui viennent d'une activité à l'école ;
  - des projets liés à un concours ou à une compétition.
- Les jeunes veulent des cours pour eux (ils ont de la difficulté à trouver des cours à l'extérieur de l'école).

## RÉSEAUX SOCIAUX VIRTUELS

Voici les constats-clés que nous avons dressés sur les réseaux sociaux virtuels des participants adolescents (les données récoltées se trouvent à l'Annexe 3) :

- **Socialisation :**
  - les adolescents utilisent le plus fréquemment des plateformes et des applications qui leur permettent de garder contact avec leurs amis ;
  - les applications les plus populaires sont Facebook et Facebook Messenger ;
  - les adolescents utilisent ces applications pour poursuivre les interactions qu'ils ont à l'école ou à l'extérieur de l'école ;
  - les adolescents apprécient les fonctions qui leur permettent de voir, regarder et parler en direct avec leurs amis (Skype, Google Hangout, etc.).

- **Divertissement :**

- les adolescents cherchent à se divertir en ligne ;
- parmi les sources de divertissement les plus populaires, on retrouve les jeux vidéo et les films.

- **Connexion autour d'intérêts :**

- les adolescents aiment partager avec d'autres leurs questions, leurs commentaires, leurs préférences autour de thèmes et d'intérêts ;
- les adolescents utilisent les forums en ligne et apprécient cette pratique.

- **Besoin d'agrégation :**

- les adolescents semblent tous trouver ce dont ils ont besoin en ligne ;
- ils n'ont pas d'idée particulière pour un nouveau site Web ou une nouvelle application ;
- les adolescent suggèrent la création d'un agrégateur de leurs profils sociaux.

- **Diffusion de leurs accomplissements :**

- les adolescents cherchent à se faire voir en ligne et à montrer leurs accomplissements ;
- il existe le phénomène du « m'as-tu vu ? » (incarné par la popularité de « Let's play » sur Youtube) ;
- les adolescents cherchent l'approbation, la visibilité, les *like*.

## RÉSEAUX SOCIAUX PHYSIQUES

Voici les constats-clés que nous avons dressé sur les réseaux sociaux physiques des participants adolescents (les données récoltées se trouvent à l'Annexe 3) :

- Lieux fréquentés appréciés par les jeunes :
  - Lieux où ils peuvent rester longtemps sans se faire déranger.
  - Lieux où ils ne sont pas obligés de consommer.
  - Lieux où ils peuvent :
    - *chiller*, se détendre, relaxer, sans rien faire ;
    - bouger (gymnase, parc, aréna, etc.) ;
    - se divertir (cinéma).
  - Lieux où ils se retrouvent entre eux. Les adolescents veulent se distancier des adultes (par exemple, un café fait trop « parents »).
  - Lieux qui ne sont pas contrôlés. Ils trouvent que les centres communautaires ou les maisons des jeunes sont trop contrôlés.
  
- Les besoins sont très différents entre les plus jeunes (12-14 ans) et les plus vieux (15-17 ans) :
  - Les adolescents de 12-14 ans sont plutôt dans un mode école-maison. La proximité des lieux est un facteur important. Ils peuvent aller moins loin que les plus vieux.
  - Les adolescents de 15-17 ans sont plus indépendants, plus autonomes et font plus de sorties en dehors de l'école et de la maison.
  
- Les jeunes ont vivement besoin d'un lieu « ados » :
  - Les adolescents ont un besoin d'un lieu pour *chiller*.
  - Les adolescents veulent un lieu pour eux, un espace ados avant tout.
  - Les adolescents sont trop jeunes pour aller dans les cafés ou les bars, mais trop vieux pour vouloir rester tout le temps à la maison.

## 4.2 USAGES POTENTIELS DU MÉDIALAB PAR LES ADOLESCENTS ET LES PARTENAIRES

---

### USAGES POTENTIELS DU MÉDIALAB PAR LES ADOLESCENTS

Les discussions avec les adolescents ont fait ressortir trois grandes catégories d'usages potentiels du Médialab. Les adolescents viendraient principalement au Médialab pour :

1. explorer des nouveaux médias et des technologies
2. créer des projets, en collaboration avec d'autres adolescents, à partir des technologies
3. apprendre : à partir de leurs intérêts, des choses qu'on apprend à l'école (français, mathématique, etc.) et de celles qu'on n'apprend pas à l'école (montage vidéo, logiciels de photographie, etc.)

Ces usages prendraient place dans une dynamique « entre l'école et la maison ». Les adolescents utiliseraient donc le Médialab pour :

- poursuivre les activités faites à l'école (travaux individuels ou de groupe) ;
- poursuivre les activités commencées dans une maison de jeunes ou un centre communautaire (dans les organismes jeunesse, il arrive souvent qu'une fois l'activité terminée, les jeunes n'ont plus accès aux ressources technologiques pour poursuivre ou terminer leurs projets) ;
- s'investir dans des projets développés à l'intérieur du Médialab, le soir ou la fin de semaine.

## USAGES POTENTIELS PAR LES PARTENAIRES-CLÉS

Les partenaires clés ciblés sont notamment les organismes jeunesse et les organismes de médiation technologique, artistique, intellectuel ou scientifique.

Usage potentiel	Besoin satisfait	Exemple concret
Utilisation de matériel technologique	Les organismes jeunesse du quartier n'ont pas les ressources technologiques souhaitées par les jeunes.	Les organismes jeunesse pourraient venir emprunter du matériel technologique pour leurs activités.
Utilisation de l'espace pour tenir des ateliers de formation	Les organismes n'ont pas toujours des lieux physiques (Exeko, par exemple) à leur disposition.	Les organismes pourraient amener leurs clientèles dans le Médialab et y tenir des ateliers de formation.
Diffusion des activités	Les organismes cherchent à diffuser le plus possible les réalisations des jeunes, car la diffusion motive les jeunes à participer à des activités de création.	Les organismes pourraient organiser des événements de diffusion dans le Médialab.
Recrutement de jeunes	Les organismes ont parfois de la difficulté à recruter des adolescents pour leurs événements, ateliers et activités.	Les organismes pourraient venir afficher les activités de leur programmation dans l'espace physique et virtuel du Médialab.
Recherche et expérimentation	Les organismes cherchent à mieux comprendre les comportements des adolescents.	Les organismes pourraient venir expérimenter différentes dimensions dans le Médialab (les liens des jeunes avec l'apprentissage, l'aspect humain et relationnel, etc.).

## 4.3 PISTES DE DESIGN

Les données récoltées lors des trois rencontres nous ont permis d'identifier des pistes de design claires qui ont trait à la fois au design de l'espace physique et de l'espace virtuel et au design des services du Médialab (animation et ressources humaines).

### ESPACE PHYSIQUE

Aspect	Pistes
Espaces et coins (multi-salles et multi-fonctionnel)	<p>Des espaces définis par fonction :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ atelier d'art (arts plastiques, projets 2D et 3D) ;</li><li>▪ section ordinateurs ;</li><li>▪ salle d'enregistrement vidéo ;</li><li>▪ salle de projection pour voir « blockbuster » ou présenter les créations des adolescents ;</li><li>▪ salle d'enregistrement de musique ;</li><li>▪ espace bibliothèque, coin lecture ;</li><li>▪ salle de cours et d'atelier ;</li><li>▪ scène ;</li><li>▪ salle de relaxation ;</li><li>▪ salle de jeux de société, tables de jeux ;</li><li>▪ section jeux vidéos ou arcades.</li></ul> <p>Des espaces pour le travail individuel (possibilité de faire du bruit). Des espaces pour le travail de groupe (plus calme). Un coin pour le travail individuel (plus scolaire). Un coin pour la détente. Un coin pour le travail de groupe (salles pour travailler, être plusieurs sur le même ordinateur, etc.). Une division entre les lieux de détente et de travail.</p>
Mobilier	<p>Du mobilier pour la détente (sofa, « fat boy », hamac, etc.). Du mobilier modulable selon les usages. Des tables rondes. Des longs bancs pour faciliter la coopération. Des tapis.</p>

Autres sections	<p>Un tableau central d'affichage.</p> <p>Un comptoir de prêts et de réservations au centre.</p> <p>Un vestiaire.</p> <p>Des toilettes.</p> <p>Un espace de restauration.</p>
Délimitation des espaces et circulation	<p>Délimitation claire des espaces pour favoriser la compréhension des « règles » en place (espace bruyant versus espace calme).</p> <p>Espace central avec une grande table qui connecte les sous-espaces.</p> <p>Aires de circulation entre les espaces pour la gestion des entrées et sorties (aires de circulation pour éviter de déranger tout le monde pendant la circulation).</p>
Ouvert et fermé	Un lieu à la fois avec des espaces ouverts et des salles fermées (crainte du bruit).
Optimisation de l'espace	Un espace qui est optimisé, permettant plusieurs usages distincts (par exemple, un écran de projection qui se déroule du plafond ou écran vert qui se transforme en un écran de visionnement).
Beau, inspirant, <i>fun</i>	<p>Des couleurs vives.</p> <p>Une allure « cool », un lieu branché comme un café « lounge ».</p>
Agréable, joyeux	<p>Des plantes.</p> <p>Beaucoup de lumière.</p> <p>Un bon éclairage.</p>
Pratique	<p>Beaucoup de prises pour recharger.</p> <p>Murs blancs, neutres où il est possible d'afficher, de noter.</p> <p>Une bonne aération, surtout dans les lieux où seront des consoles.</p>
« User-friendly », convivial	<p>Un lieu où il est facile de repérer le matériel, les usages et les publics cibles.</p> <p>Un lieu où il n'y a pas de barrière à l'utilisation (c'est-à-dire où les barrières comme les cartes d'abonnés, les mots de passe, les papiers, etc. sont peu présentes).</p>
En « construction »	Le lieu ne doit pas être trop propre : l'atmosphère créative doit se faire sentir.
« Ados »	Tout est fait pour les adolescents, pour les goûts des adolescents.

## ESPACE VIRTUEL

Aspect	Pistes
--------	--------

Profil social	Un espace virtuel où se trouve le profil des jeunes avec des liens vers leurs autres médias sociaux (photo du profil, nom, âge, intérêt, informations: ID Skype, ID Snapchat, ID Instagram, messagerie privée).
Fonctionnalités principales	Chat/Skype (parler). Forum (échanger sur des thèmes d'intérêt: sports, musique, jeux vidéo, cinéma, politique, potins de stars, nouvelle technologie, suggestions, discussion). Imageboard (montrer les intérêts).
Lien entre le virtuel et le physique	Un espace où on peut voir les activités qui se déroulent dans le Médialab physique (un site Web complémentaire aux activités en présenciel du Médialab), des photos, la programmation, les projets en cours, les photos de l'espace physique. Miser sur le face-à-face pour générer du trafic en ligne.
Ressources et tutoriels	Un espace virtuel offrant des ressources en ligne: capsules vidéos, tutoriels, etc. Un espace pour trouver des réponses aux questions des adolescents sur des technologies ou des médias pour qu'ils puissent avancer dans leurs projets.
Contenus liés à la bibliothèque	Un espace avec des résumés de livres, des recommandations de livres, la version numérique des livres, etc. Un espace virtuel où on retrouve les ressources de BAnQ, mais sélectionnées précisément pour les jeunes: mettre de l'avant les livres numériques, le téléchargement de musique, etc.
Vitrine de projets	Une galerie des projets liée aux profils des contributeurs (possibilité de faire des commentaires, de partager, etc.). Indexation des projets. Idées de projets à faire de type qui ne demandent pas accès à du matériel ou à des logiciels très technologiques.
Concours et événements	Un espace virtuel avec des concours. Un espace virtuel avec des événements en ligne retransmis par vidéoconférence, des rencontres avec des experts, etc.
Mise en relation entre les adolescents	Un espace virtuel où il est possible de mettre en connexion les gens qui veulent créer quelque chose ensemble.
Ludification de l'espace virtuel	Un espace virtuel ludifié (par exemple les tutoriels pourraient être votés par les adolescent). Un espace où les jeunes pourraient gagner des points selon leurs créations.
Conception en mode prototypage	Un espace virtuel développé en mode prototypage: <ul style="list-style-type: none"> <li>partir minimaliste, développer selon ce qui marche et selon la demande;</li> <li>utiliser des plate-formes ou des maquettes existantes (par exemple, Ning) et ajouter des fonctionnalités au fur et à mesure.</li> </ul>

## RESSOURCES HUMAINES ET ANIMATION

### Ressources humaines

Aspect	Piste
Type de ressources humaines souhaitées	Des techniciens de prêts. Des animateurs. Des mentors, experts ou bénévoles qui donnent des ateliers et répondent aux questions. Des artistes en résidence qui inspirent et qui créent avec les adolescents. Important d'avoir un animateur stable, dans la durée (qui est spécialisé dans l'accueil plus que dans les technologies) et en parallèle, des mentors qui changent régulièrement.
Qualité des animateurs et des mentors	Des animateurs qui « jouent » avec les adolescents, qui ont du plaisir, qui sont dans un rapport égalitaire (des « amis adultes »). Des mentors qui sont passionnés : les adolescents cherchent des gens passionnés, qui vont leur transmettre leur passion et leur énergie. L'âge des mentors n'a pas d'importance. Des animateurs qui ne sont pas nécessairement des experts technologiques, mais qui ont des habiletés à interagir avec les jeunes.
Rôle des animateurs et des mentors	Accueillir les adolescents (important pour les personnes en situation d'exclusion). Mettre en lien les adolescents. Stimuler et inspirer les adolescents. Encadrer les activités. Accompagner les projets des adolescents.
Implication des adolescents dans l'animation	Les adolescents sont motivés à donner des ateliers à d'autres adolescents. Les jeunes sont prêts à faire du bénévolat (certains, dans le cadre de leur école où des heures de bénévolat sont requises).

### Animation

Aspect	Pistes
Développement de la programmation en mode participatif	Les jeunes souhaitent une grille de programmation où les activités pourraient être votées par les jeunes. Les adolescents sont motivés par les systèmes de vote, les concours, les compétitions, etc.

Programmation flexible et innovante	<p>Une programmation d'activités claire qui indique les plages horaires de présence des mentors, mais qui laisse aussi place à des activités libres, non structurées et non accompagnées. Les adolescents cherchent à avoir dans le Médialab des éléments structurés (comme des activités Lit-o-Mag), mais aussi des moments libres d'exploration.</p> <p>Une programmation qui se renouvelle.</p> <p>Une programmation ouverte, transparente, non contraignante et générée par les jeunes.</p>
Concours, événements	<p>Une programmation incluant des concours, par exemple Gamelab (concours de jeux vidéos en réseau).</p> <p>Des concours ou des compétitions qui misent sur la coopération: esprit de coopération entre les membres de l'équipe, mais compétition entre les équipes.</p>
Mise en lien des adolescents	<p>Une animation qui facilite les liens entre les jeunes avec l'aide d'un animateur qui aiguille les jeunes vers des projets collaboratifs.</p>
Activités spécifiques par âge	<p>Avoir des activités spécifiques pour les 13-14 et des activités pour les 15-17, en plus des activités générales.</p> <p>Fidéliser les plus jeunes et grandir avec eux.</p>
Système de prêts et de réservations	<p>Un système de prêts pour l'équipement audio et vidéo.</p> <p>Un système de réservation du matériel pour s'assurer qu'il y ait toujours du matériel sur place.</p>

## UTILISATION DES TECHNOLOGIES

Aspect	Pistes
Utilisation des technologies	<p>Deux utilisations souhaitées par les adolescents :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ emprunter des technologies;</li> <li>▪ utiliser des technologies sur place.</li> </ul>
Types de technologies	<p>Des technologies qu'ils ont à l'école, à la maison ou à l'organisme jeunesse (pour poursuivre les projets).</p> <p>Des technologies de pro, très performantes (iMovie, finalcut, etc.).</p> <p>Des technologies qui font sortir de l'ordinateur (comme l'impression 3D, la vidéo image par image, l'électronique) avec possibilité de diffusion, de connexion et d'exposition.</p>
Matériel autre	<p>Des jeux de table (jeu et plaisir)</p> <p>Des livres pour adolescents</p>

## 4.4 FACTEURS-CLÉS DE SUCCÈS

Selon les adolescents et les professionnels consultés, le succès du Médialab repose sur une série de facteurs tels que l'espace physique et virtuel, les services offerts, le fonctionnement de l'espace et les communications. Ces facteurs-clés du succès sont présentés dans le tableau suivant :

Aspect	Facteurs-clés
Sentiment d'appartenance des adolescents au Médialab	Favoriser le sentiment d'appartenance des adolescents au Médialab. Les adolescents doivent sentir qu'ils entrent dans un lieu qui leur appartient et qui a été conçu pour répondre à leurs besoins. Faire du Médialab un lieu distinct au sein de la Grande Bibliothèque.
Espace physique à grande valeur ajoutée	Miser sur l'espace physique pour développer le succès du Médialab. Le dynamisme dans l'espace physique va contribuer à l'achalandage sur l'espace virtuel.
Heures d'ouverture	Avoir des heures d'ouverture flexibles. Le Médialab devrait être ouvert le jour (pour les organismes et les groupes scolaires), le soir et les fins de semaine. Les adolescents doivent pouvoir rester longtemps dans l'espace.
Recrutement	Faire des efforts de recrutement en continu : <ul style="list-style-type: none"> <li>en allant directement dans les écoles (kiosques, inscription dans les programmes d'activités, etc.);</li> <li>en créant des partenariats avec des organismes jeunesse et des maisons de jeunes;</li> <li>en s'impliquant dans les communautés DIY, FabLab, Mini Maker Fair, etc.</li> </ul>
Communications avec les jeunes	Ne pas parler de « projet » avec les adolescents : si c'est un projet de vidéo, parler de vidéo. Utiliser les médias sociaux pour rejoindre les adolescents. Dans les communications sur le Médialab, rester le plus inclusif possible. Miser sur l'offre de services du Médialab plutôt que de l'âge ou du public visé pour s'assurer que les jeunes s'y reconnaissent.
Évolution et émergence des usages	Laisser les jeunes exprimer leurs besoins pour l'espace physique et virtuel. Se renouveler sans cesse dans la programmation et le design de l'espace. Faire que la programmation soit événementielle (par exemple, pendant 3 mois, le Médialab est en mode Fablab, avec des imprimantes 3D, des ateliers spéciaux, etc.).

Implication des jeunes	<p>Impliquer le maximum les adolescents dans les différents aspects du fonctionnement du Médialab. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dans le développement de la programmation ;</li> <li>▪ dans les processus décisionnels ;</li> <li>▪ dans l'élaboration du code de conduite ;</li> <li>▪ dans la modération des échanges dans l'espace physique et virtuel ;</li> <li>▪ dans l'animation des ateliers.</li> </ul>
Accessibilité	<p>S'assurer que les services du Médialab sont gratuits (par exemple, Internet sans fil gratuit, sans abonnement). S'il y a de la nourriture, la rendre disponible à bas prix. Simplifier les étapes pour s'inscrire aux activités, emprunter du matériel, etc. Ne pas être strict sur la limite d'âge (13 à 17 ans flexible).</p>
Diffusion hors les murs/en dehors du Médialab	<p>Assurer le maximum de visibilité aux projets des adolescents, par exemple en diffusant les projets de création hors les murs (dans les autres organismes) et même sur les murs (projection sur les murs, dans le métro, etc.).</p>
Espace centré sur les relations	<p>Miser sur l'aspect humain et relationnel du Médialab autant que sur le volet expérimentation technologique.</p>
Sécurité de l'espace	<p>Mettre en place un système de sécurité dans l'espace physique et virtuel. Créer un code de conduite ou une charte de comportements dans l'espace. Responsabiliser les adolescents dans la gestion de l'espace.</p>

## 4.5 FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS ET MENACES

À la lumière du processus de co-création, nous avons pu identifier des forces claires sur lesquelles BANQ pourra capitaliser pour la conception du Médialab. BANQ a déjà une communauté active d'utilisateurs et une réputation bien établie dans l'écosystème. Les discussions avec les professionnels nous ont également permis de repérer des opportunités à saisir dans l'écosystème de BANQ. Le projet du Médialab se présente comme un projet à haute visibilité et à fort potentiel qui peut réunir différents acteurs. Le tableau suivant dresse un portrait des forces et des faiblesses du Médialab ainsi que des opportunités et des menaces à tenir compte lors de la conception et du développement de l'espace.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Endroit clé, bien situé, déjà fréquenté par les jeunes.</li> <li>▪ Ressources et contenus pour adolescents déjà en place et disponible : musique, livres, films, etc.</li> <li>▪ Lieu connu par les adolescents, représente un endroit neutre pour certains adolescents, moins intimidant que certains autres espaces.</li> <li>▪ Offre précise du Médialab rassure les adolescents : ils savent à quoi s'attendre et ils savent que les jeunes qui vont y aller vont être des jeunes motivés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La sécurité (les gardiens de la sécurité de la BANQ sont très strictes et peu accueillants).</li> <li>▪ La Grande Bibliothèque n'est pas considérée comme un lieu « user-friendly » (facile à aborder, à comprendre, à se repérer, etc.).</li> <li>▪ Les restrictions de type « bibliothèque » : pas le droit de manger, bruits, etc.</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Communauté d'adolescents motivés au succès du Médialab et prêts à investir le lieu.</li> <li>▪ Appropriation possiblement rapide du lieu par les adolescents si celui-ci répond à leurs besoins.</li> <li>▪ Réseau de partenaires mobilisés avec qui faire des liens (centres jeunesse, écoles secondaires, etc.).</li> <li>▪ Collaboration avec le réseau des bibliothèques à l'échelle du Québec pour l'aspect hors-les-murs du Médialab.</li> <li>▪ Appui au Médialab dans le plan numérique culturel du Québec.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Que le Médialab ne puisse pas répondre aux besoins des adolescents à cause des restrictions liées à la Grande Bibliothèque.</li> <li>▪ Que l'espace physique soit trop restreint.</li> <li>▪ Arriver à balancer les besoins institutionnels avec les besoins des adolescents.</li> </ul>

# **5. RECOMMENDATIONS FINALES**

## RECOMMANDATION 1 : RESTER CENTRÉ SUR LES BESOINS DES ADOLESCENTS

- Toujours garder comme priorité de rester centré sur les intérêts des adolescents (et non sur les intérêts de BANQ ou des programmes pédagogiques).
- Maintenir le Médialab comme un outil qui accompagne le jeune dans ses intérêts, qui lui permet d'apprendre par des projets qui lui tiennent à cœur.
- Offrir un espace pour que les adolescents puissent aller à leur rythme, dans un esprit d'expérimentation et de création.



## RECOMMANDATION 2 : DÉVELOPPER LE MÉDIALAB DANS LE MODE DE « BÊTA PERPÉTUEL »

- Développer l'espace physique de façon à permettre aux usages d'émerger au fur et à mesure de l'utilisation de l'espace par les adolescents, les partenaires, les mentors, etc. C'est dans l'utilisation que les besoins vont apparaître.
- Concevoir le Médialab comme un prototype en soit (un démonstrateur de l'intention du Médialab).
- Ouvrir le Médialab en mode « bêta », pas tout à fait achevé, mais fonctionnel, pour laisser la place à l'appropriation par les usagers.
- Laisser la place à l'expérimentation du lieu : essayer, évaluer, modifier, ajouter, etc. selon les besoins.
- Garder un budget d'aménagement pour prototyper de nouveaux aspects du Médialab chaque année et acheter du nouveau matériel technologique. Il est important que le Médialab se renouvelle à chaque année pour inciter les adolescents à y revenir.



### RECOMMANDATION 3 : DÉVELOPPER UN ÉCOSYSTÈME DE PARTENAIRES AUTOUR DU MÉDIALAB

- Continuer à œuvrer en partenariat et faire des liens avec des projets existants.
- Voir le Médialab comme un service de deuxième ligne pour les organismes jeunesse. Accueillir des organismes et leurs projets.
- Faire des liens avec les projets de réaménagement des bibliothèques de Montréal. Voir les possibilités de créer des partenariats et de mutualiser des ressources (humaines et financières) pour développer des outils communs (par exemple, certaines fonctionnalités de l'espace virtuel).



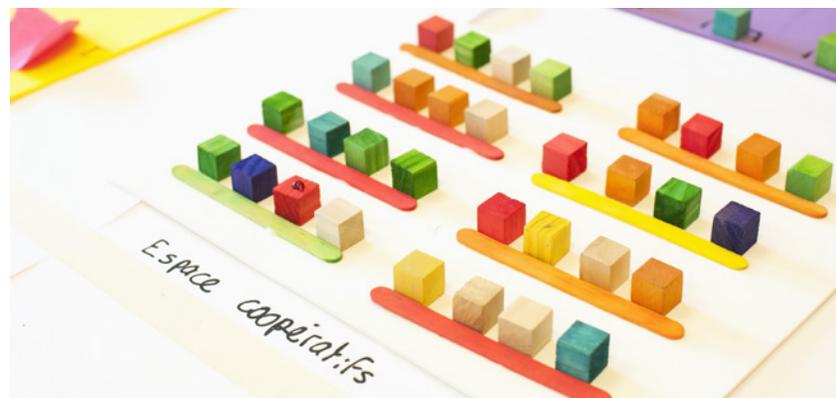
### RECOMMANDATION 4 : FAIRE PREUVE D'OUVERTURE ET DE SOUPLESSE

- Faire preuve d'ouverture envers les besoins et les comportements des adolescents.
- Rester flexible face aux différents besoins des adolescents.
- Demeurer un espace multifonction qui évolue au rythme des adolescents.



### RECOMMANDATION 5 : DOCUMENTER LE PROCESSUS DE CONCEPTION DU MÉDIALAB

- Documenter le processus de conception et d'utilisation du Médialab (questionnements, problèmes, démarche, solutions, embûches, etc.).
- Rendre disponible en mode libre et diffuser ce retour d'expérience pour que d'autres institutions ou bibliothèques puissent s'en servir pour le développement de projets similaires.
- Partager les outils développés par le Médialab (par exemple, partager le code de l'espace virtuel) avec d'autres qui ont les mêmes besoins.



## RECOMMANDATION 6 : POURSUITE DES ACTIVITÉS DE CO-CRÉATION

La démarche de co-création s'est avérée un véritable succès, et ce à plusieurs égards: mobilisation, résultats, intérêt, etc. Les adolescents se sont montrés très enthousiastes à participer au processus de conception du Médialab, à partager leurs besoins et leurs rêves et à s'exprimer très clairement sur ce qu'ils apprécient ou non.

Malgré que la démarche n'ait duré que deux mois, les occasions futures de co-création sont multiples. En effet, la co-création sous-entend l'implication des parties prenantes tout au long du projet, et non pas seulement lors de la phase d'évaluation des besoins.

En collaboration avec les participants qui ont manifesté leur intérêt à s'impliquer tout au long du projet, nous conseillons de poursuivre la collaboration fructueuse qui s'est établie entre BANQ et les participants aux rencontres. Voici quelques façons de poursuivre cette collaboration :

- soumettre aux participants les plans architecturaux du Médialab et solliciter leurs commentaires et suggestions;
- consulter ponctuellement les participants sur des questions précises;
- mettre sur pied un site Web où les participants et autres usagers pourraient classer par pertinence certaines idées, particulièrement sur le plan de la programmation et des ateliers qui seront offerts;
- proposer la mise en place d'un comité d'adolescents qui serait consulté lors de certaines étapes importantes du projet.

La démarche de co-création devrait également se poursuivre de façon à :

- consulter les employés et l'équipe de direction de BANQ;
- consulter des adolescents à l'extérieur de Montréal, notamment par le biais d'Internet;
- consulter des adolescents dans des cercles plus élargis, par exemple des adolescents qui ne fréquentent pas de façon régulière la Grande Bibliothèque ou qui ne correspondent pas au profil du geek ;
- viser une plus grande diversité dans les groupes d'ados consultés.



# ANNEXES

# ANNEXE 1: INVITATIONS

## A1.1 INVITATIONS AUX ADOLESCENTS (PAPIER)



BIBLIOTHÈQUE  
ET ARCHIVES  
NATIONALES  
DU QUÉBEC

### Formulaire d'inscription

#### Aide-nous à imaginer le médialab de BANQ!

**Je m'inscris pour participer le :**

- Samedi 4 octobre de 13 h à 16 h**  
Lieu de rencontre : espace ECTO - 880, rue Roy Est #300, au coin des rues Roy et Saint-André
- Samedi 11 octobre de 13 h à 16 h**  
Lieu de rencontre : dans le hall d'entrée de la Grande Bibliothèque - 475, boulevard De Maisonneuve Est, au coin des rues De Maisonneuve et Berri

Nom : \_\_\_\_\_ Âge : \_\_\_\_\_

Sexe :  Homme  Femme  Autre

Numéro de téléphone à la maison : \_\_\_\_\_

Numéro de cellulaire (s'il y a lieu) : \_\_\_\_\_



BIBLIOTHÈQUE  
ET ARCHIVES  
NATIONALES  
DU QUÉBEC



### Aide-nous à créer un médialab à la Grande Bibliothèque!

Bientôt, un labo d'exploration multimédia pour les 13 à 17 ans verra le jour à la Grande Bibliothèque. Ce sera un espace de création, de collaboration et de découverte centré sur les nouvelles technologies. Un site Web te permettra aussi d'explorer de nouveaux médias et de partager tes idées.

Mais de quoi pourrait avoir l'air ce médialab? On a besoin de tes idées!

Viens imaginer le Médialab avec nous le temps d'un après-midi où discussions, débats et ateliers créatifs seront à l'honneur. **Tu pourrais même gagner une des 4 cartes-cadeaux iTunes qu'on va faire tirer!**

**Il y a deux occasions de participer: le 4 ou le 11 octobre, de 13 h à 16 h.**

Tu as entre 13 et 17 ans et tu es intéressé(e) à participer? Remplis le formulaire à l'endos et fais signer la lettre d'autorisation par un parent. Remets ensuite les documents à ton animateur.

Des questions? Envoie un courriel à [benjamin.bond@banq.qc.ca](mailto:benjamin.bond@banq.qc.ca).

## A1.2 INVITATIONS AUX PROFESSIONNELS (EXEMPLE TYPE)

Bonjour Monsieur Dubreuil,

BANQ travaille présentement à la mise sur pied d'un médialab à l'usage des adolescent(e)s de 13 à 17 ans. Ce dernier se déclinera en deux espaces complémentaires : un lieu virtuel accessible à l'ensemble des les adolescent(e)s du Québec, et un lieu physique, situé à la Grande Bibliothèque. Comme espaces de création et de découverte, les deux volets du médialab proposeront aux adolescent(e)s des outils, guides et tutoriels pour se familiariser avec diverses technologies, développer des projets centrés sur leurs intérêts et partager leurs idées.

Afin que ce projet réponde concrètement aux besoins et aux desirs des adolescent(e)s, BANQ a décidé, en collaboration avec Espaces temps, de s'engager dans un processus de design participatif qui fera intervenir les différentes parties prenantes du médialab, notamment des adolescent(e)s, mentors, expert(e)s et organismes jeunesse.

À titre de responsable du FabLab Marguerite, nous croyons que vous pouvez contribuer à faire du médialab un succès par votre expérience dans les espaces de création numérique pour les adolescents. Votre expertise est précieuse et nous souhaitons vous solliciter dans la mise sur pied de ce projet rassembleur par l'entremise d'un atelier de réflexion et de discussion. Celui-ci réunira des expert(e)s varié(e)s qui ont une expérience dans le domaine des bibliothèques, des arts numériques ou des espaces d'expérimentation.

L'atelier aura lieu le mercredi 15 octobre prochain, de 13 h à 16 h, dans la salle R.515 de la Grande Bibliothèque (475, boulevard De Maisonneuve Est). Cette salle est située au rez-de-chaussée, au bout du corridor de droite lorsque vous entrez par la porte de la rue Berri.

Merci de confirmer votre présence par courriel ou par téléphone avant le 8 octobre.

Au plaisir de vous y voir!

## ANNEXE 2 : OUTILS DE CO-CRÉATION

### A2.1 CERTIFICAT DE PARTICIPATION

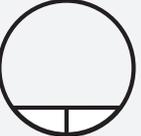
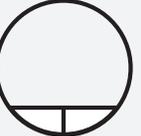
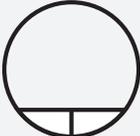
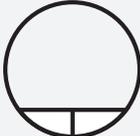
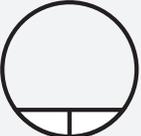
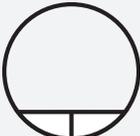
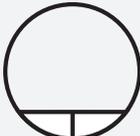
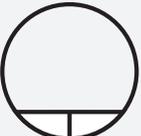
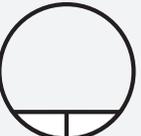
     	
<p>Ce certificat atteste que</p> <hr/> <p>a participé à la conception du Médialab de la Grande Bibliothèque.</p> <hr/> <p>DATE</p>	 
<hr/> <p>BENJAMIN BOND, BANQ</p>	

## A2.2 PROFIL FACEBOOK

	NOM _____	ÂGE _____	<b>facebouc</b> 
	SURNOM _____	QUARTIER _____	
MON PLUS GRAND RÊVE _____ _____ _____	INTÉRÊTS		
	SPORTS _____ _____	LIVRES _____ _____	
	MUSIQUE _____ _____	PASSE-TEMPS _____ _____	
MON MÉTIER IDÉAL _____ _____	FILMS _____ _____	JEUX VIDÉOS / APPLICATIONS _____ _____	
	UNE CRÉATION DONT JE SUIS FIÈR(E) _____ _____		

## A2.3 RÉSEAUX SOCIAUX PHYSIQUES ET VIRTUELS

MES AMI(E)S, JE LES RENCONTRE:

					
PARC	GYMNASE	MAISON DES JEUNES	BIBLIOTHÈQUE	CAFÉ	TERRAIN DE BASKETBALL/SOCCER
					
ARÉNA	CENTRE COMMUNAUTAIRE	ÉCOLE	MAISON	DÉPANNEUR	ARCADE
					
PISCINE	RUE/RUELLE	CENTRE D'ACHAT			
					
					



---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

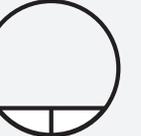
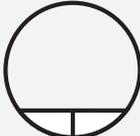
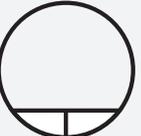
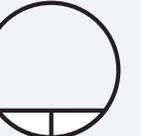
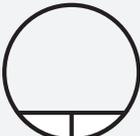
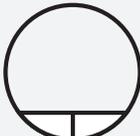
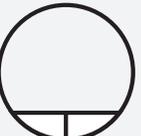
---

---

---

## A2.3 RÉSEAUX SOCIAUX PHYSIQUES ET VIRTUELS (SUITE)

MES AMI(E)S, JE LES RENCONTRE:

					
FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE/VIMEO	PINTEREST	VINE
					
SNAPCHAT	WORLD OF WARCRAFT	REDDIT	TEXTO	WHAT'S APP	FACETIME
					
PLAYSTATION EN RÉSEAU	TUMBLR	SKYPE			
					
					

👍

---

---

---

---

---

---

---

---

👎

---

---

---

---

---

---

---

---

## A2.4 DES ACTIVITÉS, DES PROJETS

### Des activités



#### 1

##### VIDÉO - JEUX

###### DESCRIPTION

Capsules vidéo et blogue sur les jeux vidéos.  
Critiques de jeux, nouvelles, commentaires et trucs.

###### TECHNOS ET MÉDIAS

- Logiciels de rédaction: Google Docs et Microsoft Word
- Caméras vidéos
- Logiciel de montage vidéo: Final Cut
- Logiciels de dessin: Photoshop, Illustrator
- Logiciels de création et gestion de site Web: Wordpress
- Médias sociaux: Twitter et Facebook
- Applications de vidéos: Youtube et Vimeo

###### RÔLES

- Animateur (introduit les sujets et les invités)
- Organisateur (document de planification des capsules)
- Scénariste
- Chargé du contenu (contenu des émissions et des questions à poser)
- Éditeur/monteur (montage des capsules)
- Caméraman (enregistrement des capsules)
- Développeur Web
- Designer graphique (logo, bannière et mise en page)
- Animateur médias sociaux
- Rédacteur de contenus



#### 2

##### LIT-O-MAG

###### DESCRIPTION

Magazine en ligne sur les livres jeunesse et les textes écrits par les jeunes. Textes, dessins et photos.

###### TECHNOS ET MÉDIAS

- Logiciel de design graphique: Pages et Indesign
- Logiciel de dessin: Illustrator, Photoshop
- Logiciel de blogue: Tumblr
- Photographie: appareils photos
- Logiciels de photos: iPhotos, Picasa, Flickr, Photoshop
- Logiciels de rédaction: Google Docs et Microsoft Word
- Médias sociaux: Twitter et Facebook

###### RÔLES

- Éditeur du magazine (organisation du magazine)
- Réviseur du contenu (lit et choisit les textes, les dessins et les photos)
- Metteur en page (organise le contenu et s'occupe de la mise en page)
- Gestionnaire du blogue
- Animateur de communautés (marketing du magazine)
- Rédacteur de contenus



#### 3

##### AUDIO-LAB

###### DESCRIPTION

Studio d'enregistrement de musique, de poésie et de slam.  
Diffusion des créations des artistes sur un blogue.

###### TECHNOS ET MÉDIAS

- Micros
- Logiciel d'enregistrement audio: Garage Band
- Logiciel de design graphique: Pages et Indesign
- Logiciel de dessin: Illustrator, Photoshop
- Logiciel de blogue: Tumblr
- Logiciels de photos: iPhotos, Picasa, Flickr, Photoshop
- Logiciels de rédaction: Google Docs et Microsoft Word
- Médias sociaux: Twitter et Facebook

###### RÔLES

- Ingénieur du son (enregistre le contenu audio)
- Chargé de projet (planifie et organise les enregistrements)
- Recruteur d'artistes (recrute les artistes)
- Promotion des artistes (prend les photos des artistes, s'occupe de la publicité)
- Artiste



## A2.4 DES ACTIVITÉS, DES PROJETS (SUITE)

### Votre activité



NOM  
\_\_\_\_\_

DESCRIPTION  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

TECHNOS ET MEDIAS  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

RÔLES  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

QUI VOUS AIDE?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

COMMENT ÇA SE PASSE?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

À QUEL MOMENT ÇA SE PASSE?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

QUELLE EST VOTRE STRATÉGIE MARKETING?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## A2.5 LE MÉDIALAB SELON MOI

<p><b>FAIRE ET CRÉER</b></p> <p>ON FAIT QUOI?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<p><b>Le Medialab selon moi</b></p> <p>LE MEDIALAB EN 1 PHRASE</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<p><b>RENCONTRER ET CHILLER</b></p> <p>ON RENCONTRE QUI?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p><b>APPRENDRE ET EXPLORER</b></p> <p>ON APPREND QUOI?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		<p><b>JOUER</b></p> <p>À QUOI ON JOUE?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

## A2.6 ACTIVITÉ « CE QU'UN PROFESSIONNEL EN PENSE »

Cette liste d'éléments entendus lors des ateliers avec les jeunes a été distribuée aux experts afin d'en discuter, lors de l'activité « Ce qu'un professionnel en pense ».

### 10 CHOSES ENTENDUES

1. Je n'aime pas fréquenter des lieux trop encadrés. Dans les maisons des jeunes et les centres communautaires, il y a trop de règles. Il faut de la liberté. Par contre, il faut de la surveillance pour ne pas que ça devienne un « free-for-all ».
2. Il n'existe pas de lieux pour « chiller » entre ados où on peut juste se rencontrer et pas devoir payer pour consommer. On veut un genre d'espace avec des sofas et des tapis.
3. Nous voulons un espace dédié pour les travaux scolaires avec des mentors pour nous aider dans nos devoirs. Cet espace aurait des ordinateurs pour le travail et serait moins bruyant. Dans le Médialab, il y aurait une claire démarcation entre les espaces de travail et les espaces de loisir.
4. Le Médialab n'est pas un espace complètement ouvert, ça serait trop bruyant. Il y a différents espaces distincts et isolés : détente, gaming, manger, musique et vidéos, etc. qui sont délimités par des murs ou des démarcations.
5. Les liens que nous avons uniquement sur le Web restent sur le Web. On ne donnerait pas rendez-vous au Médialab à quelqu'un rencontré uniquement sur le Web. Je ne veux pas interagir avec des inconnus, surtout IRL (« in real life », par opposition à par le biais d'un jeu vidéo multijoueur, par exemple).
6. Le Médialab comme espace virtuel, sans espace physique, ne fonctionnerait pas ! Il n'y a pas d'intérêt à un médialab virtuel si la personne n'a pas eu l'expérience physique avant. Les jeunes en région n'utiliseraient pas le médialab virtuel. Il faut être allé à l'espace physique pour s'intéresser à l'espace virtuel.
7. Le terme « Lab » pourrait effrayer certains ados. Il fait penser à un laboratoire scientifique. Il faut s'assurer d'avoir un nom qui est le plus attirant possible.
8. L'emplacement du médialab – dans une bibliothèque – est problématique. Les horaires ne sont pas appropriés. Il doit y avoir un comptoir de prêt dans le Médialab, des toilettes, une entrée de l'extérieur, et on doit pouvoir manger. Bref, une bibliothèque pour ados dans une bibliothèque.
9. Il faut laisser de la place au jeu : tables de babyfoot, jeux vidéo, jeux de société, arcades, etc.
10. Les livres dans les espaces pour ados ne sont pas choisis pour les 16-17 ans. S'il y a des livres dans le Médialab, ils doivent être bien choisis sinon ça sert à rien d'en avoir

# ANNEXE 3 : DONNÉES BRUTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (PHYSIQUES ET VIRTUELS)

---

## A3.1 RÉSEAUX SOCIAUX VIRTUELS

- Skype (7)
- Facebook (6)
- Redditt (3)
- Teamspeak (3)
- XBox (3)
- Steam (3)
- 4chan (2)
- Minecraft (2)
- Google Hangout (2)
- Texto (2)
- Twitter (2)
- Instagram (2)
- Snapchat (2)
- World of Warcraft (2)
- Youtube/viméo (1)
- Facetime (1)
- Tumblr (1)
- Pinterest, Vine, What's app, Playstation en réseau (0)

### Les plus appréciés

Facebook, Skype, TS3, Playstation, X-Box, Youtube, Skyrock

### Les moins appréciés

Wow, Tumblr, Facetime

## A3.2 RÉSEAUX SOCIAUX PHYSIQUES

- École (7)
- Maison (7)
- Parc (5)
- Dépanneur (4)
- Restos fast-food (4)
- Gymnase (3)
- Cinéma (3)
- Aréna (2)
- Rue/ruelle (2)
- Centre d'achat (2)
- Café (1)
- Arcade (1)
- Maisons de jeunes, bibliothèque, terrain de basketball/soccer, centre communautaire, piscine (0)

### Les plus appréciés

cinéma, gymnase, maison, parc, école, dépanneur, aréna, centre d'achat

### Les moins appréciés

café, maison de jeunes, piscine, centre communautaire