

Travail de Bachelor 2020

Optimiser et motiver les ressources bénévoles du Salon de la Bière grâce aux théories de gamification



© Yves Bochatay - Photographie

Etudiant : Lionel Quarroz

Professeur : Riccardo Bonazzi

Avant-propos et remerciements

Les jeux vidéo, en particuliers ceux du XX^e, ont toujours eu cette capacité à m'émerveiller ; non pas par leur contenu, mais par leur capacité à, avec peu, inciter un joueur à se dépasser. L'état de transe provoqué par ces programmes m'a questionné et j'ai cherché à comprendre les mécaniques présentes en arrière-plan. Puis, je me suis intéressé aux jeux de société et ai analysé leurs méthodologies, leurs systèmes de récompenses et la manière dont ils traitent les informations. C'est ensuite toute la psychologie et les biais cognitifs qui m'ont passionné. Viciss Hackso, vulgarisateur en marketing et psychologie, et Daniel Kahneman, expert en psychologie cognitive, sont mes plus grandes inspirations. Tout ce cheminement m'a permis d'arriver à ce travail de recherche.

Le mandat a pour objectif d'utiliser ces connaissances dans un cas concret et d'en observer les conséquences. L'étude est réalisée sur 50 bénévoles d'un évènement valaisan. Malheureusement, le contexte pandémique n'a pas permis de réaliser des tests empiriques. Une démarche itérative plus poussée à été mise en place pour y palier.

Tout cela n'aurait pas été possible sans mes trois années de formations à Team Academy. Pour cela, je remercie tous les experts, coachs, et intervenants qui m'ont permis d'acquérir les compétences que je démontre dans ce travail. Je remercie tout particulièrement Antoine, Lionel, Jean-Charles et Philippe qui m'ont poussé loin de ma zone de confort et m'ont accompagné dans mon évolution.

Je souhaite exprimer ma reconnaissance envers Alex Millius, président du comité d'organisation du Salon de la Bière, qui m'a offert la chance de travailler sur un sujet que j'apprécie. Son ouverture d'esprit et sa disponibilité m'ont permis d'adapter le travail non-seulement à ses besoins, mais également à mes besoins et passions.

Un grand merci à Riccardo Bonazzi qui m'a permis de me dépasser dans un objectif d'excellence. Ses conseils, son soutien, son ouverture d'esprit et ses compétences en coaching m'ont permis de garder ma motivation, la passion et de réaliser un travail à mon image.

Mes remerciements vont également à toutes les autres personnes qui ont participé de près ou de loin à l'élaboration de ce document :

Stéphane Torrent, pour son accueil au Port Franc ;

Les membres de la société coopérative Andromeda pour leur soutien, leurs retours sur mon travail et les cafés partagés ;

Christine Quarroz, pour la relecture complète du document ;

Les bénévoles du Salon de la Bière pour leur implication, en particulier Erwin, Calixte, Valentin et Mégane, pour leurs témoignages ;

Paul Patin, pour son témoignage inspirant et le partage de sa passion ;

Ainsi que toutes les autres personnes que je n'ai pas citées ;

Résumé

L'objectif de ce papier est de permettre au Salon de la Bière de faciliter les processus liés au recrutement et à la gestion des bénévoles. En fidélisant davantage les bénévoles, le comité réduit les coûts liés au recrutement. En optimisant leurs actions, les bénévoles sont plus efficaces, plus rapidement. Les ressources nécessaires pour réaliser un même travail diminuent.

Afin de garantir un résultat pertinent, un concept de base est proposé en s'appuyant sur l'état des connaissances sur les sujets de la gamification, de la motivation, et du management. Puis, ce concept est amélioré au travers de six itérations qui offrent de la voix à tour de rôle au comité et aux bénévoles du Salon de la Bière.

Malheureusement, la pandémie de Covid-19 a eu raison de la deuxième édition du Salon de la Bière. Les tests empiriques ont été limités au travers des itérations. Afin de palier à cette limitation, une simulation virtuelle a été programmée via un questionnaire quantitatif. Les bénévoles ont ainsi pu interagir avec les éléments gamifiés et donner de réelles pistes sur leurs comportements futurs.

Les résultats de l'étude ont démontré l'importance de s'attarder sur les besoins et attentes des membres d'une équipe pour s'assurer de leur bien-être dans une entreprise. Les employés sont alors plus efficaces, productifs et loyaux.

Selon cet objectif, le document offre des pistes concrètes pour canaliser et optimiser les flux d'informations dans une entreprise. Le partage de connaissances est optimisé et l'intégration des nouveaux membres est facilitée.

L'étude a abouti sur un ensemble d'implémentations et une gestion de projet qui permettent au comité du Salon de la Bière d'appréhender le bénévolat de leur deuxième édition avec sérénité. Des pistes ont été offertes pour permettre de valider, en minimisant les risques, les hypothèses que le contexte pandémique n'a pas permis de valider.

Mots-clés

Gamification, Bénévolat, Motivation, Management, Ressources humaines

Table des matières

Chapitre 1. Introduction	1
1.1 Motiver le sujet.....	1
1.2 Définition pratique des variables clés.....	2
1.3 Contribution du papier	2
1.4 Définition plus élaborée des variables clés.....	2
1.4.1 Gamification.....	2
1.4.2 Motivation	3
1.4.3 Gestion des tâches.....	4
1.5 Limites du travail.....	4
1.5.1 Niveau d'analyse	4
1.5.2 Portée de la revue.....	4
1.5.3 Contextes	4
1.5.4 Périodes de temps	5
1.5.5 Documents de référence.....	5
Chapitre 2. Littérature review	6
2.1 Gamification	6
2.1.1 <i>A theory of work gamification: Something old, something new, something borrowed, something cool?</i> (Cardador et al., 2017)	6
2.1.2 <i>Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification</i> (Hamari et al., 2014)	7
2.1.3 <i>Autres sources</i>	8
2.2 Motivation	9
2.2.1 <i>Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification</i> (Hamari et al., 2014)	9
2.2.2 <i>Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiveness</i> (Manzoor, 2011)	10
2.2.3 <i>Autres sources</i>	11
2.3 Gestion des tâches	12
2.3.1 <i>A theory of work gamification: Something old, something new, something borrowed, something cool?</i> (Cardador et al., 2017)	12
2.3.2 <i>Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiveness</i> (Manzoor, 2011)	13
2.3.3 <i>Autres sources</i>	13
2.4 Propositions	14
Chapitre 3. Méthodologie.....	16
Chapitre 4. Identifier les problèmes	17
Chapitre 5. Définition des objectifs	17
5.1 Stratégie du mandat	18
Chapitre 6. Développement des bases du concept	19
6.1 Activités	19
6.1.1 Avant	19
6.1.2 Après.....	19
6.2 Description du persona	20

6.3	Conceptualisation	21
6.3.1	(Dé)montage.....	21
6.3.2	JourJ.....	22
Chapitre 7.	1^{ère} Itération : World Café	22
7.1	Démonstration	22
7.2	Évaluation	23
Chapitre 8.	2^{ème} Itération : Discussion cadrée.....	24
8.1	Démonstration	24
8.2	Évaluation	24
8.2.1	Rangs	24
8.2.2	Clans.....	24
8.2.3	Description des postes	25
8.3	Mise à jour des concepts	25
8.3.1	Rangs	25
8.3.2	Clans.....	26
8.3.3	Description des postes	26
8.3.4	Mise à jour des concepts.....	27
Chapitre 9.	3^{ème} Itération : Interview	27
9.1	Démonstration	27
9.2	Évaluation	28
9.3	Mise à jour des concepts	29
Chapitre 10.	4^{ème} Itération : Simulation	29
10.1	Démonstration	29
10.1.1	Méthodologie.....	30
10.1.2	Attentes.....	31
10.1.3	Communication.....	31
10.2	Évaluation	32
10.2.1	Échantillon et limites	32
10.2.2	Validation des hypothèses.....	32
	Limitations	33
10.3	Mise à jour des concepts	36
Chapitre 11.	5^{ème} Itération : Innovation verticale	37
11.1	Démonstration	37
11.2	Évaluation	37
11.3	Mise à jour des concepts	40
Chapitre 12.	6^{ème} Itération : Présentation au client	41
12.1	Démonstration	41
12.2	Evaluation	42
12.2.1	Les plus.....	42
12.2.2	Les moins.....	42
12.2.3	Pour aller plus loin	42
12.2.4	Besoins et attentes pour les livrables	43
12.3	Mise à jour des concepts	43

Chapitre 13. Communication	46
13.1 Résumé des étapes du mandat	46
13.2 Recommandations	48
13.3 Mes conseils pour la deuxième édition du SDB	52
13.3.1 Panneau de quêtes.....	52
13.3.2 Equipes	55
13.3.3 Levels.....	56
13.3.4 Sessions de jeu	58
13.3.5 Fiche de postes.....	60
13.3.6 Challenge cartes clients	64
13.3.7 Tutoriels, exemples	66
13.4 Implémentations mineures.....	66
13.4.1 Espace bénévole.....	66
13.4.2 Ravitaillement	68
13.4.3 Bar	69
13.4.4 Feedback de progression.....	70
13.4.5 Reconnaissance des clients	71
13.4.6 Guide du Bénévole Brutolique (GBB).....	72
13.4.7 Cotisations.....	74
13.4.8 Valorisation des bénévoles sur le site internet.....	74
13.4.9 Questionnaire de satisfaction.....	75
13.4.10 Budget prévisionnel	75
13.5 Hors-sujets	76
13.5.1 Merchandising	76
13.5.2 Bière sans alcool	76
Chapitre 14. Limites du travail	77
Chapitre 15. Perspectives de recherches ultérieures	77
Chapitre 16. Références	78
Chapitre 17. Documents annexes.....	82
Déclaration	239

Liste des tableaux

Tableau 1 Changements : Itération 2.....	27
Tableau 2 Ajouts : Itération 2	27
Tableau 3 Changements : Itération 3.....	29
Tableau 4 Validation : Itération 4.....	32
Tableau 5 Changements : Itération 4.....	36
Tableau 6 Ajouts : Itération 4	36
Tableau 7 Changements : Itération 5.....	40
Tableau 8 Changements : Itération 6.....	45
Tableau 9 Ajouts : Itération 6	45
Tableau 10 Recommandations.....	48
Tableau 11 Coûts : Tableau de quête	54
Tableau 12 Validation : Tableau de Quête	55
Tableau 13 Coûts : Équipes	56
Tableau 14 Validation : Équipes.....	56
Tableau 15 Coûts : Levels	58
Tableau 16 Validation : Levels	58
Tableau 17 Validation : Sessions de jeu.....	60
Tableau 18 Fiche de poste	63
Tableau 19 Coûts : Challenge carte client.....	65
Tableau 20 Validation : Challenge carte client	65
Tableau 21 Validation : Espace bénévole	68
Tableau 22 Coûts : Ravitaillement.....	68
Tableau 23 Validation : Ravitaillement	68
Tableau 24 Coûts : Bar	69
Tableau 25 Validation : Bar.....	70
Tableau 26 Coûts : Progression accueil	71
Tableau 27 Visualisation : Progression accueil	71
Tableau 28 Coûts : Badge surprise	72
Tableau 29 Validation : Badge surprise	72
Tableau 30 Coûts : GBB	73
Tableau 31 Validation : GBB	73
Tableau 32 Validation : Cotisation.....	74
Tableau 33 Validation : Valorisation bénévoles.....	74
Tableau 34 Coûts : Budget prévisionnel.....	75

Liste des figures

Figure 1 Processus méthodologique : Design Science Research Methodology (DSRM)	17
Figure 2 Concept initial (Dé)montage	21
Figure 3 Concept initial JourJ	22
Figure 4 The Lens of Motivation.....	37
Figure 5 The Lens of Action.....	38
Figure 6 The Lens of Reward	38
Figure 7 The Lens of Visible Progress.....	38
Figure 8 The Lens of Juiciness.....	39
Figure 9 The Lens of Moments.....	39
Figure 10 The Lens of Cheatability	39
Figure 11 The Lens of Friendship.....	40
Figure 12 Tableau de quêtes, en cours de journée.....	54
Figure 13 Exemple de quête	54
Figure 14 Les trois équipes.....	55
Figure 15 Les trois Levels	57
Figure 16 Fiche de poste (Ravitaillement).....	61
Figure 17 Fiche de poste (Bar)	62
Figure 18 Questionnaire choix poste (1/2)	62
Figure 19 Questionnaire choix poste (2/2)	63
Figure 20 Challenge cartes clients (panneau).....	64
Figure 21 Challenge cartes clients (carte).....	64
Figure 22 Tutoriel panneau de quêtes	66
Figure 23 Visuel utilisation caisse	69
Figure 24 Visuel progression accueil.....	70
Figure 25 Badge surprise	71
Figure 26 Exemple page GBB	73
Figure 27 Exemple de points de vue	85
Figure 28 Le graphique original des types de joueurs.....	87
Figure 29 Matrice des actions sociales	87
Figure 30 Le cadre DDE général	89
Figure 31 Taxonomie de la motivation humaine	92
Figure 32 Processus méthodologique : Design Science Research Methodology (DSRM)	93

Liste des abréviations

Salon de la Bière	SDB
Journées consacrées au montage et au démontage de l'évènement	(Dé)montage
Journées consacrées au déroulement de l'évènement	JourJ
Guide du Bénévole Brutolique	GBB

Chapitre 1. Introduction

1.1 Motiver le sujet

Dans le cadre d'un Bachelor en économie d'entreprise, il est nécessaire pour tous les étudiants de 3^e année de réaliser un mandat pour une entreprise. Ce mandat (annexe) est appelé *travail de Bachelor*. Le travail de Bachelor comprend une partie pratique ainsi qu'une partie d'analyse des théories existantes liées à cette pratique.

Le Salon de la Bière (SDB) a connu sa première édition le 20 avril 2019. Durant toute une journée, 4'700 visiteurs sont venus déguster les bières de 35 brasseries artisanales suisses. La mission du comité est de transmettre sa passion de la bière et de faire connaître des goûts et méthodes de fabrication différentes de ce que montre l'industrie. Lors de la première édition, 40 bénévoles ont répondu présents pour :

- Monter et démonter la salle
- Accueillir les visiteurs
- Réaliser la signalétique sur le parking
- Servir les clients dans divers stands
- Apporter de l'aide aux brasseurs présents

Pour l'heure, les membres du comité travaillent également bénévolement. Leurs objectifs sont d'être inscrit au registre du commerce suisse en 2020 et de devenir une entreprise rentable. Le comité de direction tient à cœur de mettre en avant le travail des bénévoles, sans quoi rien ne serait possible. Il souhaite en faire la première priorité pour la deuxième édition du salon.

Le comité souhaite passer de 40 bénévoles à plus de 100 bénévoles pour la seconde édition. En effet, la première a fonctionné au-delà de leurs espérances et la taille de l'évènement va être fortement augmentée. Le comité estime que rien n'est possible sans la présence des bénévoles. Certains processus et corrections sont d'ores et déjà en place afin d'améliorer l'expérience des bénévoles. Une *sortie des bénévoles* est planifiée avant et après chaque évènement afin de créer des liens entre les bénévoles et de les remercier pour leur travail. La signalétique sur le parking va être déléguée à une entreprise spécialisée dans la sécurité car le comité a estimé que les bénévoles ne vivaient pas l'expérience complète du Salon de la Bière en restant à l'extérieur de la manifestation.

Cependant, certaines problématiques persistent et seront aggravées par l'évolution en taille de la manifestation. C'est pourquoi ce travail recherche *comment optimiser et motiver les ressources bénévoles du Salon de la Bière grâce aux théories de gamification*.

1.2 Définition pratique des variables clés

Deux sujets ressortent distinctement de ce Travail de Bachelor. Le premier est la motivation des bénévoles car un bénévole motivé est un bénévole qui revient et qui conseille l'évènement à ses connaissances. Le deuxième sujet concerne la gestion des ressources bénévoles. Le Salon de la Bière gagnant en ampleur, il est nécessaire de mettre des outils en place pour contrôler le nombre toujours plus grand de bénévoles. Les recherches concernant le *management des employés* sont pertinentes pour ce sujet. Le bénévolat est un contexte qui aura son influence par la suite. Un bénévole est différent d'un salarié dans le sens où il préférera, par exemple, de la liberté plutôt que de subir une forte hiérarchie (Demoustier, 2002).

Enfin, une théorie permet de répondre à ces deux sujets : *La gamification*. Le terme gamification désigne l'utilisation d'éléments ludiques et de *game design*¹ dans un contexte qui n'est pas un jeu (Werbach, s. d.).

1.3 Contribution du papier

Cette étude a pour objectif de rassembler les différents travaux sur les sujets mentionnés pour élucider la problématique de l'utilisation de la gamification dans les ressources humaines. Les recommandations suggèrent des implications pratiques rendues pertinentes au travers de six itérations.

1.4 Définition plus élaborée des variables clés

1.4.1 Gamification

La gamification sert à enrichir une expérience et a pour vocation de motiver les comportements d'une personne ou d'un groupe de personnes (Werbach, s. d.). Elle permet également d'enjouer le joueur lors de la réalisation d'une tâche (Hackso, 2017). Son objectif ultime est donc d'engager plus fortement une personne face à une activité pour qu'elle soit plus concentrée, la fasse plus longtemps ou pour qu'elle y prenne plus de plaisir (Werbach, s. d.) sans pour autant la forcer, ce qui reviendrait à de la manipulation.

La gamification permet de maintenir un certain niveau de concentration et de maximiser les compétences cognitives du *joueur* et de rendre les activités plus agréables et funs (Hackso, 2017). De plus, la gamification permet de structurer l'information qui est disponible (Werbach, s. d.).

¹ Peut être traduit par *conception de jeu*

La définition de la gamification selon Werbach (Werbach, s. d.) comporte deux termes : jeu et game design. Définissons-les.

1.4.1.1 Le jeu

Qu'est-ce qu'un jeu ? Cette question peut trouver une réponse dans la philosophie. D'un côté, pour Wittgenstein (2014), il est impossible de définir ce qu'est un jeu. Ce terme fait partie de notre quotidien mais rien ne semble relier tout ce que nous entendons par jeu. Bien que chaque jeu ait un lien avec un autre. Selon ce philosophe, le terme jeu n'est pas définissable car il n'existe pas de limite à ce qui le caractérise.

D'un autre côté, Suits (Suits, 1978) décrit le jeu selon trois concepts. Il commence en décrivant le cadre par lequel un jeu est ludique. Il s'agit des objectifs *prelusory* (*lusory* étant relaté au jeu). Ces objectifs décrivent les mécaniques universelles d'un jeu, peu importe ses conditions et son contexte. Ensuite, l'auteur parle de règles constitutives. Il s'agit de toutes les règles qui rendent volontairement et inutilement une activité plus complexe. Enfin, le troisième concept se trouve dans l'attitude du joueur. Cela signifie que le joueur lui-même définit ce qui est un jeu ou non. L'auteur parle alors de *lusory attitude*. C'est-à-dire que l'activité a un sens pour le joueur. Il suit ses règles volontairement, conscient que cela rend plus compliqué l'atteinte de l'objectif et que les violer briserait le jeu lui-même.

1.4.1.2 Le Game Design

Parler de jeu revient, ensuite, à parler de *game design*. L'objectif du *game design* est de créer une expérience (Schell, 2019). Le jeu n'est pas une expérience, il s'agit d'un outil pour la faire vivre. Il est difficile de définir précisément un processus pour créer une expérience car celle-ci sera toujours subjective et dépendra donc de la personne qui interagit avec (Schell, 2019). Il en retourne alors plus d'une prouesse artistique, mêlant créativité, psychologie, art, technologie et business, que d'une prouesse scientifique (Schell, 2019).

Les théories sur la gamification sont encore jeunes. Peu d'études empiriques sont réalisées sur le sujet. La gamification souffre d'une déconnexion entre la théorie et la pratique (Seaborn & Fels, 2015).

1.4.2 Motivation

Pour Hamari et al. (2014), motiver signifie influencer une attitude ou un comportement. Dans toutes les théories de motivation (Amabile & Kramer, 2011; Hackso, 2017; Ryan & Deci, 2000; Schell, 2019; Werbach, s. d.), deux camps s'opposent : la motivation intrinsèque, provenant de soi, et la motivation extrinsèque, provenant de l'extérieur. La motivation extrinsèque est moins puissante que la motivation intrinsèque et a donc une plus faible influence sur les attitudes et comportements (Schell, 2019).

1.4.3 Gestion des tâches

La gestion des tâches comprend tous les éléments permettant à un employé de réaliser le travail qui lui est demandé (Amabile & Kramer, 2011).

Une bonne gestion des tâches est essentielle pour optimiser le travail de ses employés. Un travail optimisé permet d'obtenir une meilleure efficacité de la part des employés (Amabile & Kramer, 2011; Manzoor, 2011; Straw, 2013). L'objectif d'une bonne gestion des tâches, en plus de l'efficacité, est de créer de la motivation chez l'employé (Manzoor, 2011). Gestion des tâches et motivation sont donc intimement liées.

1.5 Limites du travail

1.5.1 Niveau d'analyse

Les documents sélectionnés sont des revues littéraires rédigées par des scientifiques reconnus par leurs pairs. La date limite pour les documents a été fixée à 2010. Chaque document comprend au moins deux des trois concepts étudiés.

De plus, de nombreux autres articles et livres traitant des sujets concernés viennent compléter les recherches démontrées par ces trois articles. Ils ont comme vocation d'expliquer plus précisément les notions introduites par les trois articles cités ci-dessous.

1.5.2 Portée de la revue

Les mots clés utilisés pour la recherche ont été les suivants :

- gamif*, Gameful experience, Game experience, Gamified service, User experience
- Organizational Effectiveness, Task Management
- Motivation

1.5.3 Contextes

1.5.3.1 Bénévolat

Sur le sujet du bénévolat, il existe plusieurs définitions. Chacune de ces définitions nuance d'une manière particulière l'activité de bénévole.

Selon Ferrand-Bechmann (2000, p.13), le bénévolat est «une action libre sans rémunération pour la communauté ». Trois affirmations ressortent de cette définition. Tout d'abord, le bénévole travaille de manière volontaire, sans y être contraint. Ensuite, il ne perçoit aucune compensation financière. Enfin, il est actif au sein d'un groupe de personnes et dans un objectif d'améliorer la condition de ce groupe. À cela, Sottas (2019) ajoute que le bénévole fait le choix délibéré de ne pas être rémunéré.

Selon Godbout (2002), le bénévolat est brièvement défini comme un don. Par cette définition, l'auteur sort le bénévole d'une image de simple ressource humaine. Le bénévole prend la même place que le client qu'il faut analyser et séduire. Le principal défi d'une entreprise n'est plus d'optimiser et d'améliorer la qualité des bénévoles, mais d'améliorer leur expérience et de les fidéliser (Fu, 2011). Pour cela, le chef de projet doit s'inquiéter de ce que souhaitent faire les bénévoles pour donner, par la suite, du sens à leurs actions et il doit reconnaître le travail réalisé (Eisner et al., 2009).

Un bénévole recherche généralement de l'autonomie et défend de fortes valeurs morales (Demoustier, 2002). Cependant, même si un bénévole se sent personnellement concerné par une cause, le terme personnellement ne sera pas interprété pareil pour une personne ou une autre (Gagnon & Fortin, 2004). Il est alors conseillé de les interroger à ce sujet. On comprend alors que le bénévolat est par nature, motivé intrinsèquement et qu'un groupe de bénévoles tend à avoir les mêmes valeurs et/ou les mêmes objectifs.

Dans le cadre de l'évènementiel, selon Gagnon et Fortin (2004, p.9), les bénévoles sont présents autant pour « *l'amour de l'art* que l'amitié avec les organisateurs, la fierté régionale, le plaisir de rencontrer des artistes, l'acquisition d'expérience professionnelle, le plaisir de travailler ensemble et le sentiment de contribuer à un projet collectif. »

En Suisse, 19.5% de la population a réalisé une activité bénévole en 2016, dont 9.1% l'ont réalisé dans une association culturelle (OFS, 2017). Les personnes avec un niveau d'étude tertiaire sont plus enclins à participer à une activité bénévole (OFS, 2017). Les bénévoles tendent à démontrer les mêmes caractéristiques personnelles. Ils sont ouverts à l'expérience, consciencieux, extravertis, agréables et stables émotionnellement (*Observatoire du bénévolat - SSUP*, s. d.).

1.5.3.2 Covid-19

Une pandémie a frappé l'entièreté du globe durant la période de travail de ce papier. En Suisse, toutes les manifestations ont été annulées et les populations invitées à rester chez elle pour éviter un maximum de contacts sociaux (RTS, 2020). En accord avec le mandant, ce papier ne comptera pas d'études empiriques sur le terrain après la deuxième itération (Annexe).

1.5.4 Périodes de temps

Ce papier est réalisé durant le premier semestre de l'année 2020.

1.5.5 Documents de référence

Trois documents ont été retenus. Le premier (Cardador et al., 2017) recherche les raisons de l'utilisation de la gamification dans le management d'une entreprise, ce qui fonctionne et ce qui peut freiner le travail des employés. Un processus est ensuite proposé afin d'uniformiser la mise en place des outils nécessaires, tout en respectant les conditions d'utilisation et les problématiques mises en valeur.

Le deuxième (Hamari et al., 2014) prend connaissance de toutes les études réalisées sur la gamification et son influence sur la motivation. Ils déterminent ce qui fonctionne ou non lorsque des théories de gamification sont utilisées pour motiver un comportement.

Le troisième (Manzoor, 2011) démontre les liens étroits existant entre la motivation d'un employé et la manière dont est construite la gestion des ressources humaines et le management d'une entreprise.

Afin de compléter les éléments présents, Amabile et Kramer (2011), Straw (2013) ajoutent des précisions sur la gestion de ressources humaines. Ferrand-Bechmann(2000), Gagnon et Fortin (2004), Sottas (2019) ajoutent des précisions sur l'impact du contexte bénévole. Asch (1955), Freedman et Fraser (1966), Giffard et Moral (2017), Guéguen et Fischer-Lokou (1999), Ryan et Deci (2000), Kahneman (2012) apportent des précisions sur les comportements humains. Heath et Heath (2017), Hunicke, LeBlanc, Zubek (2004), Schell (2016; 2019) apportent des précisions sur la création d'une expérience. Hackso (2017), Hassan, Morchleuser, Alexan, Hamari (2018), Werbach (s. d.) apportent des précisions sur les théories de gamification.

Les recherches et résultats présents dans ce document s'adressent aux managers, responsables RH et entrepreneurs qui ont à leur charge des bénévoles. Ils peuvent être une source d'inspiration pour les leaders d'équipes constituées de salariés.

Chapitre 2. Littérature review

2.1 Gamification

2.1.1 A theory of work gamification: Something old, something new, something borrowed, something cool? (Cardador et al., 2017)

La gamification a sa place dans une société où les jeux prennent de plus en plus de place.

Ajouter des éléments gamifiés permet de créer un flux soutenu et direct d'informations sur la performance. La gamification augmente grandement la visibilité, l'immédiateté et la comparabilité des informations de performance. Les employés sont avertis plus facilement de ce qu'ils font de bien et/ou de mal. La gamification a plus de difficultés à identifier et expliquer où apparaît une erreur, mais elle a l'avantage de pousser les joueurs à se remettre en question. Ils peuvent ainsi prendre l'initiative de corriger leurs comportements. Il devient aussi possible de se comparer avec ses anciennes performances. Le travail devient plus récompensant et agréable.

Ces informations revêtent soit d'un caractère informatif, soit d'un caractère affectif. Le premier est utile pour améliorer la performance de tous les employés. Il peut également améliorer la motivation des employés compétitifs et performants en leur donnant la possibilité de se comparer entre eux. Cependant, les employés compétitifs et performants sont généralement suffisamment motivés. Ce sont les autres employés qu'un manager va chercher à motiver en priorité.

Le second, le caractère affectif, est très utile dans ce cas. Il crée de la motivation intrinsèque en rendant les activités plus agréables et ludiques. Cette option correspond davantage pour des activités à court et moyen terme et pour des employés autonomes. Dans ce cas, l'employé doit être volontaire.

Hassan et al. (2018) attribuent les mécaniques de *points*, *badges* et *leaderboard* aux informations à caractère informatif. Tandis que la deuxième a une vocation hédonique. Ils terminent en indiquant de choisir explicitement un des deux avant de mettre en place des outils gamifiés. Sur ce point, Werbach (s. d.) est d'accord et va encore plus loin en opposant les deux aspects : de l'informatif, il passe au « faire », et de l'affectif, il passe au « ressentir ». La gamification avec une stratégie de faire *faire* quelque chose est plus optimale pour du marketing et pour booster la motivation extrinsèque. L'emphase est alors mise sur la satisfaction des besoins du joueur et sur les mécaniques de jeu qui le poussent à agir. Au contraire, la gamification avec une stratégie de faire *ressentir* va plutôt s'axer sur la motivation intrinsèque. L'expérience est orientée sur le plaisir et la mise en valeurs du sens derrière chaque action. Dans cette optique, l'objectif est de rendre le joueur *génial*.

La gamification a un défaut par rapport à un vrai jeu : les actions ont des conséquences réelles dans la vraie vie. Dans un jeu vidéo, en cas d'échec, il est possible de recommencer et le joueur est donc encouragé à prendre des risques. Ce qui n'est pas le cas d'un service gamifié ou les conséquences d'un échec peuvent effrayer le joueur.

À noter que l'article analyse uniquement les effets de la gamification sur un individu et ne prend donc pas en compte la dimension communautaire du jeu.

L'article estime que 4 projets gamifiés sur 5 sont voués à échouer car les recherches sont encore floues sur le fonctionnement de la gamification : pourquoi, quand, comment. Les théories manquent également d'un cadre sur l'utilisation de toutes les informations qu'un système gamifié crée. En gamifiant, il devient nécessaire de se poser des questions sur l'éthique des actions entreprises.

2.1.2 Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification (Hamari et al., 2014)

La gamification est beaucoup plus efficace sur du court terme que du long terme, et ce, grâce à l'effet de nouveauté qu'un système gamifié crée. À noter également qu'un usage sporadique n'est pas pertinent car le joueur n'a pas le temps de se mettre dedans et de s'y intéresser.

Les théories de gamifications sont encore peu étudiées et vérifiées. Cependant, toutes les études existantes tendent à démontrer que la gamification a un effet positif sur la motivation. Cependant, il est difficile de prouver que l'implémentation d'éléments gamifiés dans un service est entièrement responsable des effets positifs observés dans les études, et qu'aucun autre facteur n'intervient dans le calcul. À noter que la plupart des études sont réalisées dans un contexte d'apprentissage et éducatif, ce qui n'est pas le sujet principal de ce travail. Les résultats tendent également à différer car deux joueurs peuvent interagir différemment avec un même service gamifié et pour différentes raisons.

La gamification peut amener à quelques effets négatifs via l'augmentation de la compétition, l'évaluation du niveau de difficulté d'une tâche ou via le graphisme de l'interface.

Pour ces raisons, il est important de s'adapter au contexte à gamifier et aux caractéristiques des joueurs².

2.1.3 Autres sources

La gamification est vécue comme une expérience. Tous les éléments n'ont pas la même importance lors de la création d'une expérience (Heath & Heath, 2017). Les détails et la longueur seront vite oubliés par les personnes qui vivent une expérience, au profit d'un souvenir plus global (Heath & Heath, 2017). Ce qui va marquer les souvenirs, ce sont les pics d'émotions négatives et/ou positives, et la fin d'une expérience (Heath & Heath, 2017). Une structure globale est proposée par Werbach (s. d.) pour conceptualiser une expérience. Cette structure compte deux aspects. Le premier est la *boucle d'engagement* (Werbach, s. d.). L'objectif est de créer une motivation suffisante pour engendrer une action. Cette action va produire un feedback qui va motiver le joueur à réaliser une action. Ce schéma forme une boucle qui retient le joueur (Werbach, s. d.).

Le deuxième aspect est la boucle de progression (Werbach, s. d.). Au fil des boucles d'engagement complétées, le joueur franchit des paliers qui marquent sa progression. De temps à autre, ce franchissement peut être accompagné d'un *combat de boss*, une activité plus difficile que les précédentes (Werbach, s. d.). Concernant cette progression, Schell (2019) conseille de créer une service gamifié pour trois joueurs : le *nouveau* dont le processus d'apprentissage doit être très récompensant pour l'encourager à passer le premier palier, le *joueur* qui a compris les règles et cherche à maîtriser le jeu et l'*ancien* qui a maîtrisé le jeu et qu'il faut motiver en offrant de la difficulté supplémentaire, des privilèges ou en lui demandant de gérer des équipes.

² Tutoriel *Gamification : analyse du joueur*

Intégrer un mélange de mécaniques de compétition et de coopération est plus efficace pour améliorer la motivation qu'uniquement des mécaniques de compétition (Hassan et al., 2018). De plus, un mélange d'activités solitaires et en *multijoueur* est plus impactant qu'une dimension uniquement solitaire (Hassan et al., 2018)

À noter que les récompenses peuvent perdre de leur effet motivant sur le long terme (Hassan et al., 2018). Ce qui n'est pas un problème car une activité gamifiée doit être motivante en elle-même. La plupart des *joueurs* ne sont que peu affectés par les récompenses (Hackso, 2017).

La gamification dans un lieu de travail demande le consentement implicite des employés. Ce consentement naît (Werbach, s. d.):

- D'une compréhension des règles
- D'une perception du jeu comme juste et impartial
- D'une attention apportée à ce jeu

2.2 Motivation

2.2.1 Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification (Hamari et al., 2014)

Le principal facteur de motivation est le volontarisme de la personne à réaliser une action. Ensuite, son implication personnelle peut varier entre deux actions. L'implication peut être cognitive et/ou affective. Un autre facteur concerne la nature de l'activité en elle-même. Si l'activité est une source de plaisir ou qu'elle constitue une activité utilitaire, la motivation ne sera évidemment pas la même.

Malgré tout ça, les comportements peuvent différer selon les caractères des personnes. Certaines personnes recherchent à ce que leur travail et leurs efforts soient reconnus. Par exemple, ils souhaitent apparaître dans le *Leaderboard*³ d'un service gamifié. D'autres cherchent et sont motivés à être les meilleures de leur équipe. Ils visent alors la première place du *Leaderboard*.

Un autre élément important est la hiérarchisation de la motivation. Les motivations provenant de l'externe prennent l'avantage sur les motivations internes. Ce qui signifie qu'un salaire, qui représente une motivation extrinsèque, va remplacer une motivation intrinsèque, comme la passion de l'employé. Ce phénomène s'appelle le paradoxe du travail (Kahneman, 2012). La motivation extrinsèque est moins puissante que la motivation intrinsèque et a donc une plus faible influence sur les attitudes et comportements (Schell, 2019). Cela rend compliqué l'implémentation de la gamification dans un environnement de travail car la gamification s'appuie davantage sur la motivation intrinsèque du joueur.

³ Tableau présentant un classement

De plus, créer un système gamifié sur du court terme, pour le retirer par la suite, peut créer l'effet inverse et démotiver le joueur. Les raisons sont à trouver dans les recherches sur l'effet de *loss-aversion*⁴.

2.2.2 Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiveness (Manzoor, 2011)

Les facteurs qui motivent l'attitude et les comportements d'un employé sont multiples. Il peut s'agir de récompenses matérielles et immatérielles, du style de management des responsables hiérarchiques, de l'ambiance globale au sein de l'équipe, de la vision de l'organisation et de la place perçue par l'employé dans l'entreprise selon ses besoins et attentes initiales.

Récompenses matérielles et immatérielles	Ambiance globale	Management
Rémunération équitable	Respect	Stratégie de leadership
Incidations diverses	Relations de travail adéquates	Qualité de la supervision
Allocations spéciales	Place perçue dans l'entreprise	Prise de décisions en équipe
Avantages en nature		Encouragements
Formation	Appréciation et satisfaction des besoins	Confiance
Vision de l'organisation	Reconnaissance	Responsabilisation
Conditions de travail sûres	Importance accordée au travail	Inspiration
Chances de croissance		Informations et communication pour mener à bien les actions
Loyauté de l'organisation		

De nombreuses études démontrent l'existence d'une corrélation entre la motivation d'un employé et la reconnaissance perçue. L'autonomie, c'est-à-dire laisser à l'employé le choix de la méthode avec laquelle il va atteindre ses objectifs et le laisser prendre part aux décisions, renforce également la motivation. Cette motivation renforce la satisfaction perçue par l'employé sur son travail et renforce son sentiment d'être apprécié.

⁴ Nous tendons à donner plus de poids à la perte de quelque chose qu'à son gain (Kahneman, 2012).

2.2.3 Autres sources

Une activité motivée intrinsèquement est généralement débutée car elle est valorisée par des proches de la personne avec qui elle se sent connectée (Ryan & Deci, 2000). Cette conformité au groupe est si forte qu'elle peut aller jusqu'à motiver des comportements contraire à la volonté de la personne (Asch, 1955). Cette pression sociale a l'avantage de prévenir la tricherie (Werbach, s. d.).

La motivation intrinsèque apparaît lorsqu'une personne réalise une activité par plaisir de réaliser l'activité en elle-même et sans penser aux conséquences (Ryan & Deci, 2000). Amabile et Kramer (2011) détaillent davantage la motivation intrinsèque. Ils y ajoutent la motivation relationnelle, liée à l'esprit de camaraderie et la motivation altruiste lorsqu'une personne en aide une autre. Il s'agit de la meilleure des motivations pour une personne.

Cependant, si un élément de motivation externe naît chez une personne, cette nouvelle motivation va remplacer les autres plus interne (Werbach, s. d.). Ce qui signifie qu'une activité qui est réalisé par plaisir, mais dont l'ego entre en jeu, devient une activité à motivation d'introjection⁵ (Ryan & Deci, 2000), moins puissante que la motivation intrinsèque de départ (Amabile & Kramer, 2011). Deux études empiriques démontrent également qu'une motivation extrinsèque peut naître via un besoin de congruence entre ses différentes actions (Freedman & Fraser, 1966; Guéguen & Fischer-Lokou, 1999). Un engagement va alors être source d'autres engagements dans un futur proche.

D'autres éléments modifient la motivation d'une personne. Les retours positifs faits à une personne améliorent la motivation intrinsèque alors que les retours négatifs la diminuent (Ryan & Deci, 2000). Il faudrait idéalement un quota d'au minimum cinq messages positifs pour un négatif (Straw, 2013). Les récompenses tangibles, les menaces, les délais et les pressions sociales diminuent également la motivation intrinsèque (Ryan & Deci, 2000). Le sentiment de compétence crée de la motivation intrinsèque. Cependant, les personnes compétentes doivent être laissées en autonomie pour que le sentiment de compétence crée de la motivation intrinsèque (Ryan & Deci, 2000). Cela comprend la possibilité de prendre des décisions et de s'auto-gérer. Par ailleurs, le niveau d'autonomie est corrélé avec le niveau d'engagement, de performance, de ténacité, les capacités d'apprentissage et la santé mentale de la personne (Ryan & Deci, 2000).

Un niveau de compétence haut perçu par la personne permet également de s'assurer qu'elle réalisera une tâche extrinsèque, conformément aux consignes. Pour se faire, les objectifs doivent être clairement explicités, la personne doit avoir les habilités nécessaires, le challenge doit être optimal pour la personne et elle doit recevoir des retours pertinents régulièrement (Ryan & Deci, 2000). Ces retours sont d'autant plus nécessaires pour expliciter la progression dans une activité (Amabile & Kramer, 2011).

⁵ Tutoriel *Motivation : Taxonomie de la motivation*

Dans le meilleur des cas, cette balance entre haut niveau de compétence perçu et challenge optimal peut créer une situation de flow (Hackso, 2017). La personne se retrouve absorbée par ce qu'elle fait et en oublie le reste. Cet état crée de la motivation intrinsèque, un fort sentiment de bonheur et facilite l'apprentissage (Hackso, 2017). Le flow permet de libérer notre esprit de pensées inutiles et d'utiliser notre pleine capacité dans l'activité en cours et d'être, donc, plus performant (Kahneman, 2012). À noter, cependant, que le flow n'est pas apprécié dans toutes les cultures. En Asie, il est perçu comme une perte de contrôle de soi et un frein à la pleine conscience.

2.3 Gestion des tâches

2.3.1 A theory of work gamification: Something old, something new, something borrowed, something cool? (Cardador et al., 2017)

Donner des opportunités à l'employé pour apprendre et adapter ses comportements lui donne les clés pour réaliser au mieux ses tâches. Cet apprentissage passe essentiellement par des *feedbacks*⁶ constants et réguliers, par un accès aux informations liées à la performance et par une évaluation postérieure sur les résultats. Pour l'employé, la différence entre sa performance idéale et le résultat réel de son travail doit être minime. Un feedback contient des liens entre la performance, l'effort fourni et le résultat. Un employé souhaite se sentir bien dans son travail et avoir un sentiment de devoir accompli.

La réalisation de tâches sera meilleure si ces dernières sont initiées par l'employé lui-même et qu'il est en partie ou totalement autonome sur la manière de les réaliser. Un employé aura plus de plaisir à réaliser une tâche s'il est libre de prendre des initiatives et qu'il peut choisir la manière d'atteindre les objectifs de l'entreprise. Diviser un objectif à long terme en plusieurs petits objectifs sur le court à moyen terme facilite cette prise de décision. Afin d'être autonome, un employé a besoin de connaître précisément les critères de réussite d'un objectif.

Deux facteurs permettent de différencier la gestion des employés : leur esprit de compétition et leur esprit de performance.

⁶ Information sur l'impact des actions réalisées

		Esprit de compétition	
		Fort	Faible
Esprit de performance	Fort	Très réactif au feedback indiquant une erreur Gros efforts pour y remédier Essaie de faire les choses aussi bien que possible Se compare aux autres dans un but de les dépasser	Toutes les informations de performances (soi-même ou équipe) ont un effet positif sur la motivation Souhaite démontrer ses capacités, surpasser les objectifs et surpasser les autres employés Cherche à éviter les remarques négatives de la part de la hiérarchie ou de l'équipe
	Faible		Est retissant à reconnaître une corrélation entre l'énergie mis dans une tâche et son résultat. N'apprécie pas d'avoir un retour régulier sur ses performances. Est peu réactif aux feedbacks négatifs et/ou positifs Est découragé par la perception comme performeur moyen, voir faible Augmentation de l'appréhension des évaluations et du stress vis-à-vis de celles-ci

Source : *A theory of work gamification: Something old, something new, something borrowed, something cool?* (Cardador et al., 2017)

L'accès facilité aux performances qu'amène la gamification a un effet positif sur les employés qui sont d'ores et déjà motivés par la comparaison entre eux. Cet accès constant et facilité devrait avoir un effet plutôt négatif sur les autres.

Mettre l'accent sur les feedbacks de performance peut amener l'employé à réfléchir à la meilleure manière d'atteindre les objectifs plutôt que de réaliser un travail de meilleure qualité.

2.3.2 Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiveness (Manzoor, 2011)

Être autonome demande d'avoir un accès régulier à des feedbacks sur le travail réalisé. L'autonomie améliore l'efficacité et la rapidité d'exécution de l'entreprise car l'employé n'a pas besoin de consulter son supérieur hiérarchique pour prendre une décision. Par cette démarche, il améliore également sa propre connaissance en lui-même. Toutes les études tendent à démontrer que la motivation d'un employé est corrélée à l'efficacité de l'organisation.

2.3.3 Autres sources

Pour que les tâches soient réalisées au mieux dans une entreprise, la première étape est de bien définir les objectifs : que faire, s'il convient de le faire, comment le faire et quand le faire (Amabile & Kramer, 2011). Pour que les objectifs soient bien interprétés, il ne faut pas hésiter à sur-clarifier et surcommuniquer car les informations manquantes seront complétées par l'imagination de la personne qui écoute (Straw, 2013). En plus d'être clairs, les objectifs doivent avoir du sens pour la personne (Amabile & Kramer, 2011).

Pour s'assurer du bon déroulement, le chef de projet donne de l'autonomie à son équipe. À savoir qu'une autonomie couplée à une perception de tâche comme difficile la rendra plus créative (Amabile & Kramer, 2011). L'équipe doit avoir les ressources nécessaires à disposition, c'est-à-dire humaines, temporelles, et matérielles. Certaines personnes peuvent se percevoir comme moins compétentes. Il est nécessaire de leur apporter du soutien et de les coacher (Amabile & Kramer, 2011). Enfin, l'équipe sera plus forte avec le temps si elle apprend autant de ses échecs que de ses succès (Amabile & Kramer, 2011).

À noter qu'un employé est influencé par plusieurs groupes. Il y a notamment l'entreprise, le secteur, la famille, la religion et le pays (Giffard & Moral, 2017). Rallier une équipe autour d'un cris de guerre permet de renforcer son identification à l'entreprise ou au secteur (Straw, 2013).

2.4 Propositions

L'autonomie et le pouvoir décisionnel sont perçus comme de la reconnaissance (Manzoor, 2011). La reconnaissance est pertinente dans la gamification car elle est source de fun (Werbach, s. d.).

La réalisation de tâches sera meilleure si ces dernières sont initiées par l'employé lui-même et qu'il est en partie ou totalement autonome sur la manière de les réaliser. Un employé aura plus de plaisir à réaliser une tâche s'il est libre de prendre des initiatives et qu'il peut choisir la manière d'atteindre les objectifs de l'entreprise. (Cardador et al., 2017)

Proposition 1 : Laisser une autonomie et un pouvoir décisionnel quant à la réalisation d'une tâche permet de booster la reconnaissance.

De nombreux auteurs tendent à se mettre d'accord sur l'affirmation que la reconnaissance boost la motivation et l'engagement (Manzoor, 2011; Ryan & Deci, 2000; Werbach, s. d.). De plus, une action qui boost la motivation permet d'engendrer une autre action, ce qui crée une boucle d'engagement (Werbach, s. d.).

Proposition 2 : La reconnaissance permet de booster la motivation et l'engagement.

Le sentiment de faire partie d'un groupe permet de créer de la motivation intrinsèque et extrinsèque (Freedman & Fraser, 1966; Guéguen & Fischer-Lokou, 1999; Ryan & Deci, 2000). Le groupe est une source de motivation pour une personne (Amabile & Kramer, 2011), ce qui rend le groupe précieux aux yeux de la personne (Ryan & Deci, 2000).

Lorsqu'une personne s'engage dans une action ou une équipe, elle va chercher une congruence dans la suite de ses actions (Freedman & Fraser, 1966). Cela permet de créer de la motivation intrinsèque et d'engager la personne.

Proposition 3 : Un engagement initial permet de motiver d'autres engagements.

Les feedbacks motivent (Cardador et al., 2017; Werbach, s. d.). Il y a deux catégories de feedback : affectifs et informatifs. Ces deux catégories motivent chacune différemment une personne (Cardador et al., 2017; Werbach, s. d.). En général, le feedback informatif n'est pas le plus pertinent pour une entreprise. Cependant, le bénévolat au *Salon de la Bière* est une activité à court terme et les bénévoles sont volontaires (Ferrand-Bechmann, 2000). Ces deux éléments rendent ce feedback pertinent. Les feedbacks sont nécessaires car ils explicitent la progression et sont sources d'apprentissages (Amabile & Kramer, 2011; Cardador et al., 2017).

La compétition a un impact négatif sur la motivation (Hamari et al., 2014). Cependant, la compétition permet d'agir dans un groupe, ce qui améliore la motivation. Un mélange de compétition et de collaboration semble réduire les effets négatifs d'une motivation seule (Hassan et al., 2018). Agir à la fois en groupe et par moment en solitaire est également plus efficace qu'uniquement un des deux éléments (Hassan et al., 2018).

Chaque type de feedback ou d'organisation semble avoir ses effets négatifs. Cependant, un bon équilibre permet de créer de la motivation dans le contexte du *Salon de la Bière*.

Proposition 4 : Un équilibre d'activités solitaires, et en groupe, de collaboration avec des feedbacks affectifs et de compétition avec des feedbacks informatifs, permet de motiver l'ensemble des bénévoles.

Pour éviter les erreurs et ne pas créer du découragement, il est pertinent de découper les activités en plusieurs sous-tâches bien détaillées dans le comment et leurs objectifs. (Amabile & Kramer, 2011; Cardador et al., 2017; Ryan & Deci, 2000). Cela permet d'adapter son comportement à la situation, ce qui améliore la réalisation d'une tâche (Cardador et al., 2017). Le bénévole doit avoir accès à toutes les ressources nécessaires pour réaliser une tâche : humaines, temporelles et matérielles (Amabile & Kramer, 2011).

Être autonome demande d'avoir un accès régulier à des feedbacks sur le travail réalisé. L'autonomie améliore l'efficacité et la rapidité d'exécution de l'entreprise car l'employé n'a pas besoin de consulter son supérieur hiérarchique pour prendre une décision (Manzoor, 2011).

L'évaluation du niveau de difficulté d'une tâche n'est pas pertinente dans la description d'une activité (Hamari et al., 2014)

Proposition 5 : La description des activités en quêtes avec hiérarchisation, nombre de personnes, pourquoi et comment permettent de donner les informations nécessaires à l'autonomie d'un bénévole

Plusieurs auteurs annoncent des écarts entre ce qu'une personne pense croire et être, et ce qu'elle sera une fois en action (Gagnon & Fortin, 2004; Hunicke et al., 2004; Schell Games, 2016). Il devient alors difficile de prendre les réponses des bénévoles pour réalité.

Proposition 6 : Chercher à discuter avec les bénévoles et tester les hypothèses par la pratique est plus pertinent dans l'utilisation de la gamification.

Les études sur les théories de gamification sont essentiellement réalisées de manière théoriques et dans un secteur précis qui est celui de l'apprentissage et de l'éducation.

Proposition 7 : Les études actuelles, à elles seules, ne permettent pas de créer une gestion RH gamifiée qui fonctionne.

La motivation extrinsèque est la plus commune chez les employés d'une entreprise car les éléments intrinsèques se voient diminués par les éléments extrinsèques comme le salaire (Kahneman, 2012). La gamification cherche à créer de la motivation intrinsèque (Werbach, s. d.) et n'est donc pas l'outil le plus approprié dans un environnement professionnel. Cependant, dans le cas présenté plus tôt, le *Salon de la Bière* cherche à motiver ses bénévoles. Ce type de travailleur est motivé par une motivation provenant de lui-même (Gagnon & Fortin, 2004) et fait le choix de ne pas être rémunéré (Sottas, 2019). De plus, la gamification est plutôt efficace sur du court terme (Hamari et al., 2014).

Proposition 8 : Le contexte de bénévolat dans un évènement annuel rend la gamification pertinente

De nombreux auteurs indiquent que la motivation intrinsèque est meilleure que la motivation extrinsèque (Amabile & Kramer, 2011; Kahneman, 2012; Werbach, s. d.). Deux de ces auteurs ajoutent qu'une motivation extrinsèque va prendre le dessus et diminuer le pouvoir d'une motivation intrinsèque (Kahneman, 2012; Werbach, s. d.). De plus, il n'est pas nécessaire de perfectionner chaque partie d'une expérience pour l'améliorer (Heath & Heath, 2017).

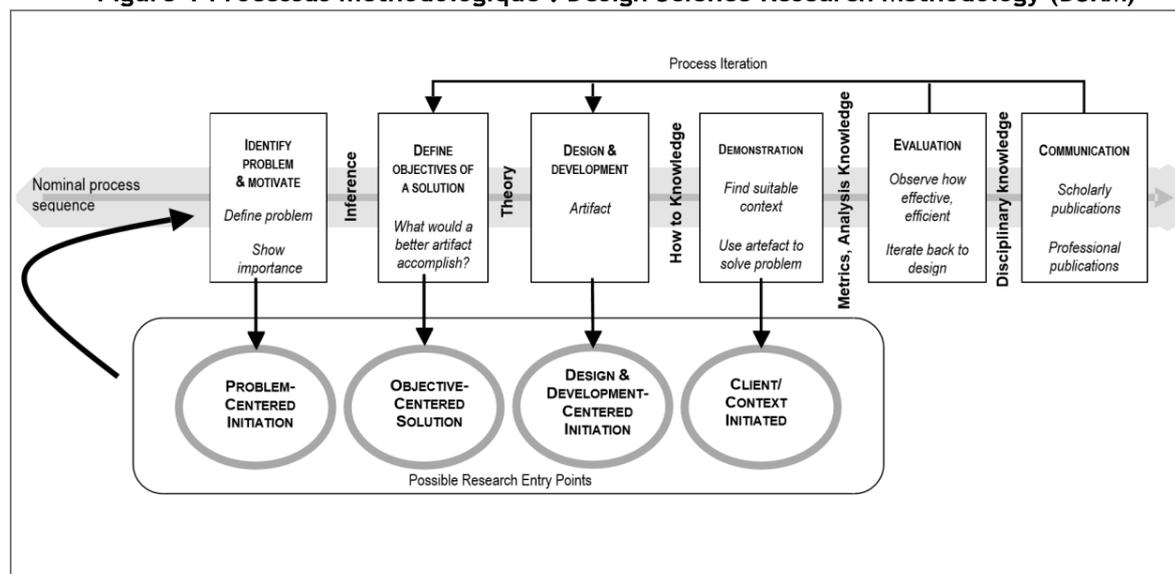
Proposition 9 : Il est plus pertinent de se concentrer sur les tâches ennuyeuses et de ne pas chercher à sur-gamifier les éléments d'ores et déjà motivants.

Chapitre 3. Méthodologie

Pour réaliser ce travail, le processus méthodologique *Design Science Research*⁷ a été utilisé car il permet de construire un produit ou service autour d'une problématique et d'un client, tout en intégrant une partie empirique (Peffer et al., 2007).

⁷ Tutoriel Méthodologie : La conceptualisation par itérations (DSRM)

Figure 1 Processus méthodologique : Design Science Research Methodology (DSRM)



Source : A Design Science Research Methodology for Information Systems Research (Peppers et al., 2007, p. 48)

Chapitre 4. Identifier les problèmes

Après discussion avec les mandants, les problématiques relatives au bénévolat au Salon de la Bière sont les suivantes :

- Nous aimerions beaucoup de bénévoles, nous ne les paierions pas et aimerions qu'ils reviennent
- Nous aimerions que les bénévoles trouvent leur compte dans leur participation
- Certains bénévoles travaillent 2h pour profiter des entrées gratuites puis partent
- L'année dernière, 30 des 80 bénévoles inscrits ne sont pas venus
- Il n'est pas possible d'utiliser les ressources de l'*Association Bénévoles Valais*
- Nous avons compté une différence de caisse importante à la fin de la première édition
- L'ensemble du personnel SDB est bénévole, c'est-à-dire le comité également

En résumé, les problématiques du Salon de la Bière sont, qu'il n'y a pas assez de ressources humaines, que ces ressources ne sont pas suffisamment engagées à l'évènement et qu'il plane un soupçon de vols ou d'erreurs impactant les résultats de l'évènement.

Chapitre 5. Définition des objectifs

Les objectifs principaux sont de motiver les bénévoles afin qu'ils reviennent les années suivantes et d'améliorer la gestion des bénévoles afin de ne pas être débordé par leur nombre qui va plus que doubler lors de la deuxième édition ainsi que de limiter les erreurs et/ou vols.

Le premier objectif sera un succès si 90% des bénévoles répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse. Cela signifie qu'ils sont actifs durant la période de travail qui leur est attribuée et ne partent pas avant. Créer une communauté forte de bénévoles peut permettre de les fidéliser. Cet élément est important car il est plus difficile de trouver de nouveaux bénévoles que de réengager les anciens. De plus, cela permet d'avoir des personnes compétentes avec de l'expérience.

Parce qu'une autonomie permet de travailler mieux, plus rapidement (Manzoor, 2011), le deuxième objectif sera un succès si les bénévoles sont opérationnels dès leur première demi-heure de travail. Ce qui signifie que le comité peut déléguer des activités et ne pas être à la charge de tous les bénévoles. Enfin 90% des bénévoles déclarent avoir obtenu les informations nécessaires pour participer à l'effort collectif. Ces éléments sont importants car ils permettront de ne pas surcharger le comité et de fluidifier les activités des bénévoles.

Enfin, pour que l'implémentation des théories de gamification soit un succès, 95% des bénévoles acceptent et respectent les règles mises en place.

5.1 Stratégie du mandat

La pandémie Covid19 est source de nombreuses incertitudes. Les prescriptions émises par le conseil fédéral évoluent rapidement et nous n'avons d'autres choix que de nous y adapter. C'est pourquoi il n'est pas pertinent de modifier et actualiser la planification initiale (annexe). Une stratégie de projet permettra de s'assurer d'aller dans la bonne direction et de réaliser les meilleurs choix pour le mandat.

La vision de ce travail est de transformer le Salon de la Bière en un précurseur en matière d'innovation dans le bénévolat. Une communauté forte se crée autour de l'évènement et les bénévoles se bousculent pour y participer. L'ambiance bénévole ne ressemble à celle d'aucun autre évènement.

L'atteinte des objectifs cités précédemment permettra à ce travail de :

- Faciliter le recrutement des bénévoles
- Limite l'investissement en temps du comité pour le bénévolat
- S'assurer de l'utilisabilité et de l'utilité du travail réalisé

La stratégie complète du mandat se trouve en annexe.

Chapitre 6. Développement des bases du concept

Avant de développer un concept⁸, il est important de noter que deux thèmes principaux définissent les activités d'un bénévole au Salon de la Bière et que, par conséquent, deux concepts seront proposés.

6.1 Activités

Les jours avant et après l'évènement que nous nommerons *(dé)montage*. Les activités des bénévoles prévues pour le (dé)montage durant la deuxième édition sont les suivantes :

6.1.1 Avant

- Signalétique intérieur
- Signalétique extérieure
- Affichage panneaux des brasseries
- Mise en place des bars
- Marquage au sol pour stands de nourriture
- Déballage des verres
- Préparation accueil des visiteurs (bracelet-magazine-tour de cou)
- Préparation espace VIP
- Mise en place boissons dans les frigos du bar
- Mise en place boissons dans camions frigorifiques
- Réception des brasseurs
- Mise en place des futs/bouteilles de bières dans les espaces frigorifiques
- Marquage des futs
- Mise en place des ballons de ravitaillement
- Mise en place des poubelles
- Mise en place des tables-bancs
- Préparation espace Silent Party (chargement casques)
- Préparation articles du kiosque
- Délimitation espace pour enfant

6.1.2 Après

- Étapes inverses que le montage
- Inventaire boissons et nourriture
- Nettoyage global

⁸ Tutoriel *Gamification : Conceptualisation (DDE Model)*

L'autre thème se déroule durant l'évènement. Nous le nommerons *JourJ*. Les activités des bénévoles prévues pour le JourJ durant la deuxième édition sont les suivantes :

- Accueil des visiteurs
- Logistique (gestion des déchets)
- Ravitaillement des brasseurs
- Évacuation des bières vides
- Service au bar
- Accueil des VIP
- Ravitaillement bar

6.2 Description du persona

L'une des hypothèses principales concernant les motivations d'un bénévole est qu'il recherche à faire des rencontres. Cependant, cette hypothèse ne permet pas de définir un style particulier de joueur. En reprenant la définition de Gagnon et Fortin (2004), les bénévoles dans des évènements chercheraient à rendre service à des connaissances ou à un milieu (*s'occuper de, aider, contribuer*), par patriotisme (*exprimer, contribuer*), pour rencontrer des artistes (*accueillir*), pour acquérir de l'expérience (*collecter, construire*) et pour être actif au sein d'une équipe (*collaborer, contribuer*).

La plupart des verbes en lien font partie de la catégorie *collaborer* dans la matrice d'actions sociales de Kim (2014). L'hypothèse de départ est, par conséquent, que la majorité des actions à motiver sont celles contenues dans cette catégorie. Certains verbes correspondent aux catégories *exprimer* et *explorer* et sont donc à prendre en compte dans une mesure plus faible. Enfin, la catégorie *être en compétition* semble ne pas correspondre aux motivations des bénévoles. Ces actions seront alors laissées de côté. Cependant, afin de créer un antagoniste dans le jeu et pour renforcer l'esprit de communauté (Schell, 2019), il peut être intéressant de mettre en place de la compétition, sans pour autant lui donner de l'importance. Selon Paul Patin⁹ (annexe) la compétition est essentielle pour introduire la notion de jeu dans un groupe d'adulte. Il s'accorde à dire que la compétition a le défaut d'exclure certaines personnes. Cependant, lorsque la compétition se fait entre deux équipes, la collaboration prend le dessus car chacun peut apporter sa pierre à l'édifice au sein de l'équipe. La compétition ne devient alors qu'un prétexte pour créer cette collaboration.

La description du joueur est encore floue, mais elle sera fournie au fil des échanges avec les bénévoles du Salon de la Bière.

⁹ Comédien Français, créateur du GameShow, un jeu fun et décalé où deux équipes sont en compétition

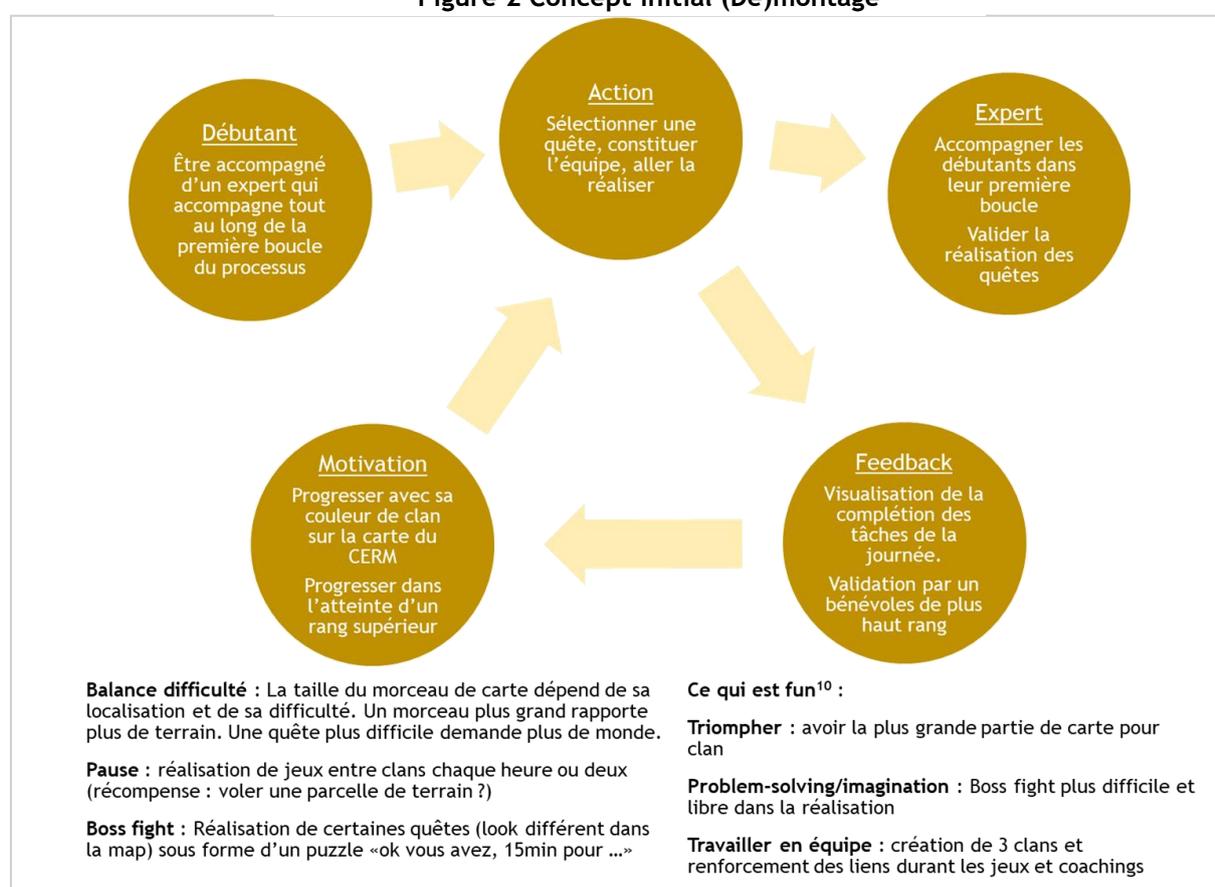
6.3 Conceptualisation

Une première session d'idéation a permis de ressortir un ensemble de concepts répondant plus ou moins directement aux objectifs du projet. Ci-dessous se trouvent les deux concepts majeurs dans leur globalité. Les détails se trouvent en annexe.

6.3.1 (Dé)montage

Il s'agit du thème avec le plus d'actions différentes. Les enjeux sont donc que chacune soit comprise très rapidement et parfaitement par les bénévoles. La mise en place doit être faite correctement et dans les temps. Selon les hypothèses, les bénévoles souhaitent pouvoir faire connaissances avec les autres.

Figure 2 Concept initial (Dé)montage

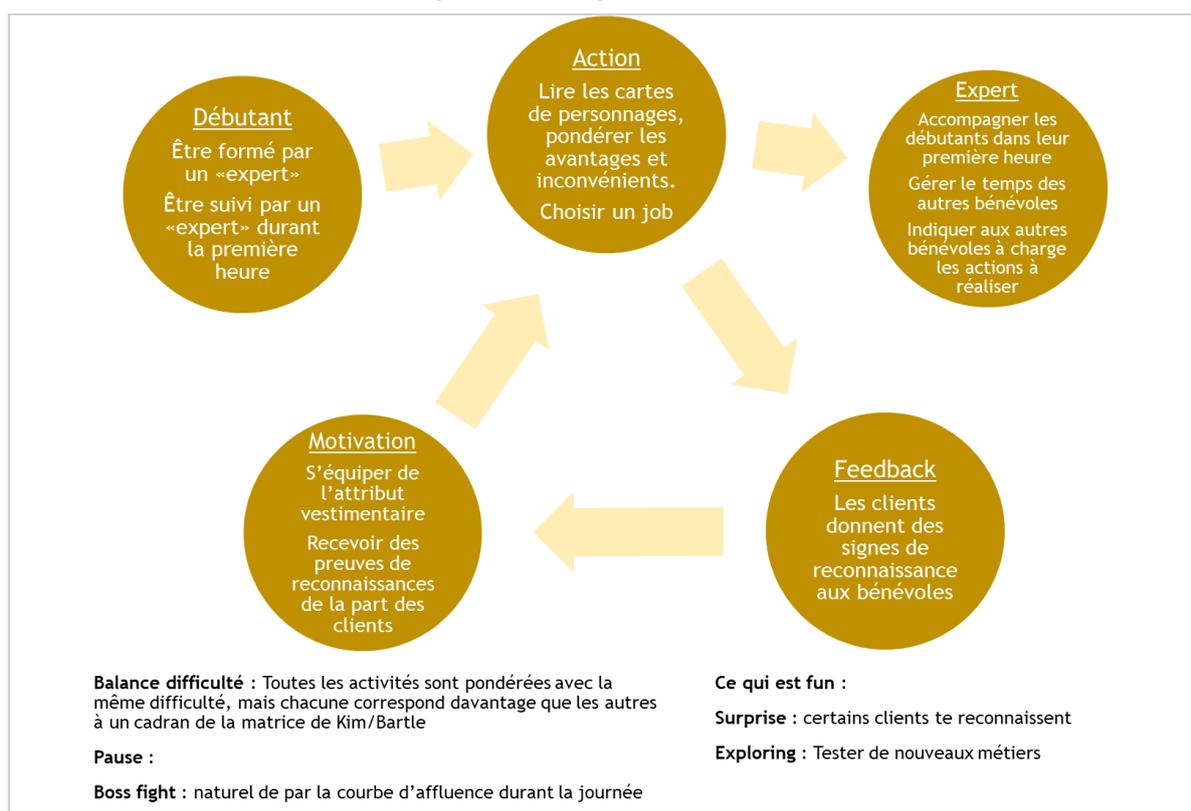


Trois niveaux représentent les boucles de progression avec, de temps en temps, des défis spéciaux assimilés à des *combats de boss*.

6.3.2 JourJ

Certains postes sont plus appréciés que d'autres dans les manifestations. Il est encore difficile de déterminer avec précision leur classement. Une discussion avec les bénévoles le permettra. Par expérience, le service au bar est privilégié. Tandis que l'accueil et le ravitaillement sont délaissés par les bénévoles. Ces hypothèses seront à vérifier par la suite. L'enjeu est alors d'harmoniser l'attractivité des différents postes pour obtenir une répartition optimale des bénévoles.

Figure 3 Concept initial JourJ



Trois niveaux représentent les boucles de progression. Les *combats de boss* sont créés naturellement par l'affluence de la clientèle.

Chapitre 7. 1^{ère} Itération : World Café

7.1 Démonstration

Avant toute chose, il est donc nécessaire de comprendre qui sont les bénévoles du Salon de la Bière et pourquoi ils ont fait le choix d'aider cette manifestation. La discussion est, selon l'analyse des théories, une bonne manière d'identifier les besoins et envies d'un bénévole/joueur. C'est pourquoi un *World Café* a été réalisé lors de la sortie des bénévoles précédant l'évènement. Cette méthodologie vise à utiliser l'intelligence collective en discutant par équipe autour de différents sujets. Chaque sujet est situé à une table et les équipes changent de table à un intervalle régulier (Slocum-Bradley & Fondation Roi Baudouin, 2006).

Ici, trois tables ont été mises en place. Les salves de discussions ont duré 10 minutes chacune. Chaque table a compté un membre du comité pour faciliter la discussion. Les facilitateurs ont été briefés avant l'activité et ont reçu un document détaillant leurs tâches, les points d'attention et le contenu de la discussion de leur table (Annexe). Chaque question contenait une deuxième question d'approfondissement pour permettre aux facilitateurs de relancer une table muette. Les participants ont été invités à noter leurs idées sur des post-it. Vous trouverez les questions ainsi que les résultats en annexe.

7.2 Évaluation

Dix personnes ont participé à l'activité. Le hasard a voulu que seuls les nouveaux bénévoles et le comité soient présents lors du *World Café*. Ce contexte ajoute un biais car une grande partie des personnes présentes ne peuvent pas comparer leur expérience souhaitée à celle vécue à la dernière édition. Nous leur avons alors demandé de comparer avec leurs précédentes expériences de bénévolat.

Malgré le sous-échantillonnage, les résultats donnent des pistes sur ce qui pourrait, ou non, fonctionner lors de la mise en pratique des concepts. Pour ces mêmes raisons, les résultats sont à prendre comme des indications et non des affirmations.

Certains éléments de la définition des besoins selon Gagnon et Fortins (2004) sont présents dans les réponses (annexe). Certaines réponses concernent l'intérêt pour l'évènement ou son sujet (*bière*). La fierté régionale n'est pas ressortie explicitement. Cependant, les bénévoles présents sont actifs dans d'autres activités bénévoles de la région et sont donc engagés dans la vie locale. Le plaisir de rencontrer des personnes est largement partagé par les participants. Il semble qu'une seule personne ait cité l'expérience professionnelle. Elle l'a cependant citée dans les trois différentes discussions. Le travail en équipe est également bien représenté dans les réponses. Le sentiment de contribuer à un projet collectif a été cité une fois. Ces affirmations renforcent les propos de Gagnon et Fortins (2004) concernant les bénévoles dans des manifestations.

En plus des éléments présents dans la citation, des bénévoles ont cité un besoin de collaborer plus étroitement avec le comité, d'être perçu comme une seule et unique équipe. Certains bénévoles souhaitent avoir des responsabilités et obtenir de la reconnaissance pour leurs actions. Concernant cette reconnaissance, un bénévole va plus loin en demandant de la reconnaissance de la part du public.

Une idée a été émise d'avoir un stock de bières non-alcoolisées, ou faiblement alcoolisées, pour que les bénévoles puissent profiter de l'ambiance de l'évènement, tout en assurant leur fonction.

Ces retours permettent de confirmer, pour le moment, les choix qui ont été pris dans le premier concept. L'idée des bières non-alcoolisées n'entre pas dans le concept, mais sera indiquée dans les propositions finales.

Chapitre 8. 2^{ème} Itération : Discussion cadrée

8.1 Démonstration

Directement après le *World Café*, Les bénévoles sont confrontés aux trois implémentations les plus importantes du concept imaginé : Les rangs, les clans et le tableau de quête, les fiches de postes.

Chaque concept est présenté par une illustration et une courte description (annexe). Pour chaque idée les participants sont amenés à répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce qui te plaît dans l'idée ?
- Qu'est-ce qui te plaît moins (ou ne te plaît pas) dans l'idée ?
- Comment pourrait-on aller plus loin ?

Ainsi, les réponses apportées représentent les forces, faiblesses et opportunités des implémentations.

8.2 Évaluation

L'échantillon est le même que pour le World Café. Cependant, les biais dus à la présence uniquement de nouveaux bénévoles sont moins importants car aucune notion de comparaison n'a été employée. L'ensemble des retours se trouve en annexe.

8.2.1 Rangs

La création de rangs liés à l'ancienneté semble être bien perçue, alors même que les réponses proviennent du rang avec le moins de privilèges. Les rangs semblent évoquer, de manière positive, une amélioration de la connexion et du partage entre les bénévoles. Il y a également une notion de reconnaissance et de sens de l'utilité, notions ressorties dans les précédentes recherches.

Trois faiblesses sont ressorties pour l'idée des rangs. Le terme de « rang » semble avoir une connotation négative. Des peurs se lèvent sur le résultat d'une telle catégorisation entre les bénévoles. Là où certains voient une meilleure connexion et plus de partage, d'autres craignent une ségrégation entre les rangs. Un autre point est que la répartition des tâches pourrait être réalisée de manière injuste.

8.2.2 Clans

Cette idée a obtenu des réponses plus fournies à la deuxième question qu'à la première. L'idée semble être définie comme ludique, fun, permettre une meilleure répartition des tâches et un meilleur travail en équipe. Cependant, deux hypothèses négatives ressortent de la deuxième question. La première est que la concurrence pourrait ne pas plaire à tout le monde. La deuxième est que la concurrence engendrerait de la précipitation, cherchant la victoire avant la qualité.

Une contre-proposition est de créer un unique clan qui conquiert le bâtiment, renforçant l'entraide. Une idée a été de proposée de donner à chaque bénévole une responsabilité.

8.2.3 Description des postes

L'idée de pouvoir choisir son poste de travail pour faire quelque chose qui a du sens pour le bénévole semble plaire, tout comme l'idée d'obtenir un rôle le temps d'une journée. Cependant, un écart entre la description et la réalité peut créer une désillusion. De plus, certaines personnes peuvent choisir un poste mais ne pas avoir les compétences nécessaires pour l'assumer. Enfin, certaines réponses mettent en doute le fait que cette stratégie puisse remplir la totalité des postes, même les moins populaires. Une personne propose de choisir des tâches plutôt qu'un poste.

8.3 Mise à jour des concepts

8.3.1 Rangs

L'interpellation quant à l'utilisation du mot rang et la conséquence possible d'une ségrégation est pertinente. Un rang a une notion très pyramidale dans une société : « Place attribuée à quelqu'un ou à quelque chose, en fonction de la valeur ou de l'importance qui lui est reconnue, parmi d'autres de la même catégorie », « Position occupée par quelqu'un dans une hiérarchie, et en particulier dans la hiérarchie sociale, du fait de sa naissance, de sa fonction, de sa fortune, etc. » (Larousse en ligne, 2020a). Supprimer la notion ne semble pas la solution car les bénévoles risquent de compléter cette information manquante avec le même terme (Straw, 2013). La définition de niveau est plus nuancée « Degré atteint dans un domaine » (Larousse en ligne, 2020b) et correspond davantage au sens derrière cette catégorisation.

Même s'ils proposent une traduction française, la totalité des cent jeux les plus joués sur Steam¹⁰ (Steam, 2020) sont d'origine anglophone. Une hypothèse serait qu'en utilisant l'anglicisme de niveau (*level*), cela pourrait renforcer le contexte de jeu, et non social, car ce terme est commun dans ce contexte.

De plus, insister sur l'entraide nécessaire entre les différents niveaux peut rajouter du sens et éviter des séparations entre les groupes de bénévoles. Concernant la répartition des tâches, en demandant aux anciens bénévoles de coacher les nouveaux, ils se retrouveront dans les mêmes tâches que les nouveaux bénévoles.

¹⁰ Plateforme proposant des jeux vidéo pour PC

8.3.2 Clans

La concurrence est un sujet sensible et les retours vont dans les sens des hypothèses réalisées plus tôt : la compétition n'est pas la source de motivation des bénévoles. Cependant, avoir un antagoniste est essentiel dans un jeu. Cette hypothèse sera validée ou non aux prochaines évaluations du concept par les bénévoles. En attendant, le terme *clan* est peut-être trop fort. Le Larousse en ligne (2020c) définit ce mot comme « Groupe de personnes se soutenant mutuellement par passion ou intérêt ; coterie, maffia. ». Le terme *équipe*, quant à lui, est défini comme « Ensemble de personnes travaillant à une même tâche », « Ensemble de joueurs associés ou du même camp pour participer à une compétition » (Larousse en ligne, 2020d). Le terme équipe semble plus nuancé et pourrait, alors, nuancer l'esprit de compétition.

Les remarques sur les dangers de la précipitation sont pertinentes également. Pour s'assurer que les bénévoles privilégient la qualité avant la quantité, les objectifs qui leur sont proposés doivent être en congruence avec le comportement visé. Ajouter un élément de validation de quête devrait permettre d'influencer également le comportement visé.

8.3.3 Description des postes

Une problématique majeure est ressortie dans les réponses : les bénévoles risquent de ne pas voir d'intérêt dans des tâches moins populaires. Cependant, la notion de sens est apparue dans les réponses de ce test et du *World Café*, mais pas la notion de plaisir dans les tâches elles-mêmes. Cela ne semble pas être le besoin principal des bénévoles.

Il semble alors plus pertinent de s'intéresser à leurs besoins plutôt que le poste où ils souhaitent travailler. En remplissant un sondage avant l'évènement, ils partagent leurs besoins et attentes en tant que bénévoles. Ensuite, un nombre limité de postes leur sont proposés selon leurs réponses et, si possible, selon les places restantes. Cette étape leur permet de garder une impression de liberté et de choix. Pour éviter une désillusion, les descriptifs des postes doivent être au plus proche de la réalité, sans chercher à l'enjoliver. Cela permet également de créer un premier engagement du bénévole envers l'évènement (Freedman & Fraser, 1966).

Les lacunes de compétences peuvent être comblées grâce au coaching des anciens bénévoles. Cependant, sensibiliser les bénévoles au moment du choix du poste sur les compétences requises devrait permettre de responsabiliser le bénévole sur la congruence entre ses choix, ses compétences et les compétences attendues.

8.3.4 Mise à jour des concepts

Ces retours permettent d'apporter des modifications au concept proposé plus tôt.

Tableau 1 Changements : Itération 2

Changements	Raisons
Bénévoles classés dans trois rangs levels avec possibilité de progression	Renforce le contexte ludique de la démarche et diminue la différenciation sociale
Les anciens sont présents dans les premières activités des nouveaux pour leur apprendre les actions à réaliser et vérifier qu'ils ne font aucune erreur. Insister sur cette dynamique à l'arrivée d'un bénévole	Renforcer la collaboration entre les différents niveaux, éviter les ségrégations
Les bénévoles sont séparés en trois clans équipes	Diminution de l'importance de la compétition
Description de chaque poste via une carte de poste (difficultés , tâches, qualités à avoir , avantages, informations spécifiques)	Informar les bénévoles sur leurs engagements en choisissant un poste

Source : Données de l'auteur

Tableau 2 Ajouts : Itération 2

Ajouts	Raisons
Les quêtes doivent être validées par un ancien	Inciter à privilégier la qualité plutôt que la vitesse
Questionner le bénévole auparavant sur ses motivations, lui proposer deux postes à choix selon ses motivations	Laisser le choix de leurs activités aux bénévoles, les guider selon leurs motivations vers les postes adéquats

Source : Données de l'auteur

Chapitre 9. 3^{ème} Itération : Interview

9.1 Démonstration

L'une des activités des bénévoles est apparue à plusieurs reprises dans les discussions et est décrite comme étant la moins populaire. Il s'agit du ravitaillement des brasseurs. Les tâches de cette activité sont :

- Être à l'affût des signaux de la part des brasseurs. Pour cela, chaque brasseur est équipé d'un ballon géant rempli d'hélium. Quand il termine un fût, il lâche de la ficelle, laissant s'envoler le ballon, signalant qu'il a besoin d'aide.
- Récupérer le(s) bon(s) fût(s) et les amener chez le bon brasseur.

Afin de mieux comprendre cette activité, et les raisons de son impopularité, Calixte Mayoraz a accepté de répondre à quelques questions. Il a participé à l'activité de ravitaillement lors de la première édition. L'objectif de l'interview est d'identifier les parties motivantes sur lesquelles capitaliser et les parties ennuyeuses sur lesquelles ajouter du fun. À la fin de l'interview, les concepts imaginés pour l'activité sont présentés afin d'obtenir un premier retour. Les questions sont les suivantes :

- Étiez-vous sous l'eau ? Y avait-il beaucoup de travail ?
- Comment vous saviez quels fûts amener aux brasseurs ?
- Quels sont les éléments que tu as trouvé fun dans cette activité ?
- Quels sont les éléments que tu as trouvé ennuyeux dans cette activité ?
- Porter les fûts, ça allait ? Ce n'était pas douloureux pour le dos à la longue ?
- J'ai imaginé que les bénévoles de cette activité soient séparés en plusieurs groupes : une partie joue les « snipers » en hauteur dans le CERM, et l'autre partie s'occupe de faire les livraisons.
- J'ai imaginé déguiser les ravitailleurs en ambulanciers transporteurs d'organes. Le chariot est customisé en ambulance et il y a des images d'organes sur les fûts et on va sauver les brasseurs en les leur apportant.

9.2 Évaluation

Les réponses complètes se trouvent en annexe.

Les bénévoles qui travaillent au ravitaillement ne sont pas submergés par le travail et ont de nombreux moments de détente. Cela est une bonne nouvelle, car ils pourront profiter du défi des petites cartes à remplir avec les clients.

La mémoire de l'expérience est très positive. Il est possible que les différents problèmes qui sont survenus aient été oubliés. Cependant, s'il y avait eu de très mauvais moments, ils s'en souviendraient tout autant que les bons (Heath & Heath, 2017). Toutes les tâches semblent funs. Deux hypothèses naissent de cette information :

- Il n'est pas nécessaire d'ajouter des éléments ludiques, au risque de créer de la sur-justification.
- Il y a une différence entre la perception de la tâche et sa réalité. La raison est que le bénévole n'a pas assez d'informations en sa possession pour considérer la tâche.

Ensuite, les commentaires portés sur les idées proposées sont pertinents. Le deuxième évènement sera plus grand que le premier. Diviser en deux groupes le rôle des bénévoles ravitailleurs peut améliorer la fluidité et donc la vitesse de ravitaillement des brasseurs.

9.3 Mise à jour des concepts

Tableau 3 Changements : Itération 3

Changements	Raisons
<p>Le chariot est customisé en ambulance Les fûts sont customisés en organe qui doivent arriver au plus vite vers les brasseurs</p>	L'activité de ravitaillement est suffisamment motivante.
<p>Ambulanciers, snipers</p> <p>Les éclaireurs snipers sont en hauteur dans la salle et observent quels brasseurs ont besoin d'aide.</p> <p>Les ravitailleurs éclaireurs sont informés et vont apporter les fûts aux brasseurs voir les brasseurs pour définir comment les aider. Ils transmettent l'information aux ravitailleurs qui récupèrent les bons fûts et les amènent</p>	Diviser le poste en trois groupes pour gagner en efficacité et améliorer le travail en équipe.
<p>Description de chaque poste via une carte de poste (difficultés, tâches, qualités à avoir, avantages, informations spécifiques)</p> <p>La version permettant aux bénévoles de choisir leur poste contient les informations supplémentaires : témoignage d'un ancien bénévole</p>	Donner davantage d'informations sur les postes aux bénévoles pour éviter qu'ils ne créent des informations erronées pour compléter la description du poste

Source : Données de l'auteur

Chapitre 10. 4^{ème} Itération : Simulation

10.1 Démonstration

La prochaine étape est de démontrer les concepts auprès des bénévoles et d'évaluer leurs retours vis-à-vis de ceux-ci. Le contexte de pandémie Covid-19 ne permet pas de tester sur le terrain les implémentations imaginées. Après discussion avec l'expert responsable de ce travail de Bachelor¹¹ (annexe), trois méthodes ressortent :

- 1) Théâtralisation : Mettre en scène le déroulement du Salon de la Bière pour récolter les avis des participants
- 2) Questionnaire qualitatif : décrire aux bénévoles le déroulement du Salon de la Bière ainsi que les implémentations pour récupérer leurs avis.
- 3) Questionnaire quantitatif : Mettre en scène le déroulement du Salon de la Bière de manière numérique et permettre aux bénévoles, via un système de branchement conditionnel, d'agir sur l'environnement et de prendre des décisions. Les données récoltées permettent d'analyser les comportements et choix réalisés.

¹¹ Riccardo Bonazzi, professeur HES-SO Valais/Wallis

La première méthode subit également le contexte pandémique. Il n'est pas possible de rassembler les bénévoles physiquement. Il reste alors les deux autres idées. Le choix a été pris de réaliser le questionnaire quantitatif. Ce choix permet de proposer à chaque bénévole d'agir sur l'avenir du Salon de la Bière. Mais avant tout, cela permet de transformer l'expérience en un jeu, éloigné de la réalité. L'identité qui participe au questionnaire n'est alors pas le bénévole, mais le joueur-sujet (Hunicke et al., 2004). Les résultats ont, en conséquence, plus de chance d'être proche de la réalité car le bénévole va tester le service gamifié, et non simplement répondre à des questions.

10.1.1 Méthodologie

Afin de ne pas faire trop durer le questionnaire, il est nécessaire de faire un choix sur les implémentations et les parties du concept à tester. Le concept est divisé en deux parties : le *(dé)montage* et les *JourJ*. Un concept est présent durant la totalité du Salon de la Bière : les levels. Il va s'agir du premier concept à tester.

Ensuite, les deux implémentations les plus importantes pour chacun des deux concepts doivent être sélectionnées. Pour cela, le choix se porte sur les implémentations qui ont une forte probabilité de porter préjudice au bon déroulement de l'évènement si elles ne fonctionnent pas. Lors du *(dé)montage*, le panneau de quêtes et les équipes sont les éléments les plus conséquents et sont indissociables car ils se complètent dans deux de leurs plus-values que sont la compétition et la collaboration. Les sessions de jeux ont également une grande influence sur les liens entre les bénévoles. Cet élément est donc intéressant à tester.

Lors des deux *JourJ*, les fiches de postes peuvent nuire à la répartition des tâches entre les bénévoles si celles-ci ne fonctionnent pas. Ensuite, le challenge des cartes clients peut avoir des répercussions négatives sur l'image du Salon de la Bière si le panneau regroupant toutes les cartes reste vide.

Voici donc les cinq implémentations qui seront testées dans le questionnaire :

- Tableau de quêtes et équipes
- Sessions de jeu
- Levels
- Fiches de postes
- Challenge cartes clients

La suite de la méthodologie se trouve en annexe.

10.1.2 Attentes

Le questionnaire est construit d'une manière permettant de vérifier indirectement la pertinence des implémentations pour atteindre les critères de succès de ce travail. Cependant, les participants n'auront pas la possibilité de quitter le questionnaire en cours de route. La raison est qu'il est préférable pour l'enquête qu'ils participent à la totalité du questionnaire. C'est pourquoi il n'est pas possible de vérifier efficacement la mesure *90% des bénévoles répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse*. Il ne sera également pas possible de valider l'hypothèse que *les bénévoles sont opérationnels dès la 1ère 1/2 heure*. Certains indicateurs donneront des pistes de réponses. Cependant, étant donné que les réponses à un problème sont limitées, les participants ne peuvent pas se retrouver perdus comme dans un cas réel.

Là où le questionnaire offre le plus de valeur, ce sont pour d'autres éléments qui impactent indirectement le succès du travail. Les participants donneront des informations sur leur intérêt pour les implémentations. Les résultats permettront également de valider les attentes et besoins récoltés lors du *World Café*. Enfin, même s'il n'est pas possible d'analyser avec précision les comportements d'une personne dans la réalité via un jeu aux options limitées (Gintis, 2005), l'analyse des choix des bénévoles offrira une hypothèse sur leurs comportements face aux tâches qui leur est demandé de réaliser.

10.1.3 Communication

La cible du questionnaire est les 50 bénévoles présents dans la base de données du Salon de la Bière. Les bénévoles n'ont aucun engagement auprès de l'évènement.

Afin de créer une motivation à remplir le questionnaire, la première communication (annexe) a eu pour objectif de toucher la motivation extrinsèque d'*identification*. En explicitant que le bénévole fait partie d'une communauté, ce qui est l'un de ses besoins¹², l'action de remplir le questionnaire prend du sens pour lui, car cela apporte de la valeur à sa communauté. À la suite de ce mail, 11 bénévoles ont cliqué sur le lien du questionnaire, 7 ont commencé le questionnaire et 5 d'entre eux ont complété la totalité du questionnaire.

La deuxième communication (annexe) a cherché à toucher la motivation extrinsèque d'*introjection*. Le changement de cible a permis de toucher d'autres bénévoles. En explicitant que le travail a été réalisé par un étudiant pour son travail de Bachelor, cela a permis aux bénévoles de réaliser une activité pour aider quelqu'un. Ce qui est un de leurs besoins¹³. À la suite de ce mail, 12 bénévoles ont cliqué sur le lien, 8 ont commencé le questionnaire et 5 d'entre eux ont complété la totalité du questionnaire.

¹² Selon les retours du *World Café*

¹³ Selon les retours du *World Café*

10.2 Évaluation

Les analyses des résultats se trouvent en annexe de ce document. Ci-dessous sont présentées les hypothèses validées ou invalidées.

10.2.1 Échantillon et limites

Seuls les bénévoles ont eu accès au questionnaire. Sont compris dans le groupe de bénévoles :

- Le comité
- Les anciens bénévoles, réinscrits pour l'édition 2020
- Les nouveaux bénévoles, inscrits pour l'édition 2020

Au total, ce sont 50 personnes qui ont reçu une invitation à participer à la simulation. Plus de 20% ont effectivement répondu au questionnaire, ce sont 11 retours qui ont pu être récoltés. Malgré le nombre faible de réponses, la méthodologie du questionnaire permet de vérifier une même hypothèse avec plusieurs questions, ce qui rend les retours plus fiables. De plus, l'échantillon a été simplifié en omettant les variables de l'âge, du sexe et du lieu de résidence. Ces dernières n'ont pas été jugées nécessaires lors de la création du questionnaire.

10.2.2 Validation des hypothèses

Tableau 4 Validation : Itération 4

Hypothèse	Observation
La description des activités en quêtes avec hiérarchisation, nombre de personnes, pourquoi, comment, enjeux et objectifs permettent de donner les informations nécessaires à l'autonomie d'un bénévole	Partiellement validé
Déléguer l'accueil et la présentation des activités aux autres bénévoles permet de décharger le comité.	Validé
Equipe plus soudée et concentrée avec des pauses ludiques, meilleur confort dans l'équipe et gain d'énergie pour la suite du travail.	Partiellement validé
Laisser une autonomie et un pouvoir décisionnel quant à la réalisation d'une tâche permet de booster la reconnaissance, et par conséquent l'engagement	Partiellement validé
La reconnaissance permet de booster la motivation et l'engagement.	Validé
Un engagement initial permet de motiver d'autres engagements.	Non-testé
La création d'une structure claire dans l'organisation permet d'améliorer la cohésion de groupe.	Partiellement validé
L'implémentation de fiches de postes et d'un questionnaire avant le Salon permet d'améliorer l'intérêt pour un poste et la motivation du bénévole dans son activité.	Partiellement validé
Placer les artéfacts au centre de l'évènement, proche de la zone bénévole permet de s'assurer que les bénévoles y portent attention. La description détaillée des activités et du fonctionnement de la journée permet de s'assurer une compréhension des règles La création d'équipes et de Levels, où chacun débute au même endroit assure un ressenti des concepts comme juste et progressif.	Validé

Source: données de l'auteur

10.2.3 Limitations

Il est difficile de prendre des décisions et de valider, ou non, les hypothèses à la suite de l'évaluation ci-dessus. La première raison est le nombre limité de retours qui représente 20% des bénévoles du Salon de la Bière. La seconde est qu'il est difficile de démontrer que chacune des implémentations a un effet et est entièrement responsable des effets positifs observés (Hamari et al., 2014). Pour valider plus concrètement les hypothèses du concept, un test empirique est nécessaire.

Des indications et conseils sur la manière de réaliser ce test empirique se trouvent à la fin du document.

Cependant, les résultats peuvent donner des indications sur les chances de succès de chacune des implémentations. Une analyse des risques permet d'améliorer les chances de succès (Slywotzky & Weber, 2007). Elle ne fait pas partie de l'étude, mais des conseils pour la mise en place du concept.

Tableau 5 Matrice de risque

	Risque	Impact	Non-déteçtabilité (/5)	Probabilité (/5)	Gravité (/5)	Criticité (/125)	Mesure préventive	Mesure correctrice
Tableau & équipes	Les bénévoles ne pensent pas à utiliser le tableau	L'implémentation perd de sa pertinence et l'organisation de la journée est perturbée Diminution de l'autonomie via la perte d'informations Diminution de la reconnaissance via l'absence de feedback Augmentation des erreurs de (dé)montage	2	2	4	16	Création d'un espace réservé aux bénévoles, au centre du CERM. Le panneau de quêtes y est mis en valeur. Cela assure un mouvement autour du panneau ainsi qu'une certaine visibilité.	Alex demande aux « masses » et « Chopes » de se regrouper. Cette réunion permet de mettre l'accent sur le tableau et d'inciter fortement les équipes à l'utiliser. Afin de ne pas créer une motivation de régulation externe et démotiver les bénévoles, il est important de rappeler en quoi le tableau est utile. Le tableau est utile car : Il donne une indication sur l'état d'avancée de la journée et empêche de se marcher dessus. Il fournit toutes les informations nécessaires pour mettre en place le Salon de la Bière. Il permet de terminer plus vite la journée car les actions sont davantage optimisées. Cela permet de créer un sens à l'utilisation de cet élément.
	La présence du tableau et des équipes affaiblit la création de liens entre les bénévoles durant le (dé)montage	Motivation diminuée chez les bénévoles Perte d'efficacité Diminution de la fidélité	4	3	3	36	Création d'un espace café et pause réservé aux bénévoles. Cela permet de rééquilibrer les potentiels effets négatifs du tableau et des équipes.	Si les « masses » sentent ce manque d'affinité entre les bénévoles, offrir l'apéro en fin de journée afin de permettre aux bénévoles de se rencontrer en dehors des activités de (dé)montage. Cela permet de créer une situation différente de rencontre

	Risque	Impact	Non-déteçtabilité (/5)	Probabilité (/5)	Gravité (/5)	Criticité (/125)	Mesure préventive	Mesure correctrice
Tableau & Équipes	Les explications du tableau ne sont pas suffisamment claires	Baisse de la motivation L'implémentation est délaissée par les bénévoles Erreurs dans l'exécution qui engendrent une perturbation de l'organisation.	3	2	4	24	Retravailler et visualiser les tutoriels afin de faciliter la compréhension du message. Accompagner les nouveaux bénévoles dans leur première utilisation du panneau. Cela permet de faciliter et s'assurer la compréhension du message.	Si les « masses » sentent que les bénévoles semblent perdus et ne comprennent pas comment utiliser le tableau, reprendre du temps pour réexpliquer et accompagner durant tout un processus d'utilisation du tableau. Cela permet de corriger une incompréhension.
Session de jeu	Une équipe est temporairement démotivée par sa défaite	Baisse de motivation temporaire, diminution de l'efficacité	3	4	2	24	Réaliser plusieurs épreuves dans la journée afin de donner à chaque équipe diverses occasions de gagner. Indiquer à la première épreuve qu'il y en aura plusieurs. Cela permet de ne pas voir une défaite/victoire comme définitive.	Lors du choix du vainqueur, prendre en compte le nombre de victoire de chacune des équipes. Dans la mesure du possible, et si cela est crédible, offrir la victoire à l'équipe qui en a le moins. Cela permet d'équilibrer le ratio de victoire par équipe.
Levels	Les Levels diminuent l'engouement durant la période d'action	Baisse de la motivation, diminution de l'efficacité Non-respect de la hiérarchie	4	4	4	64	Mettre le cadre en début de journée : Il ne s'agit pas d'une hiérarchie, l'organisation est plate. Les Levels permettent d'indiquer aux bénévoles auprès de qui ils peuvent demander de l'aide. Les privilèges permettent d'optimiser l'organisation du Salon de la Bière. Leur respect permet de progresser mieux, plus vite.	L'effet est peu visible. Il est difficile de le corriger durant l'action.
	La présence de Levels affaiblit la création de liens entre les bénévoles	Le besoin de rencontres n'est pas répondu, diminution du plaisir à participer au Salon de la Bière Diminution de la fidélité	4	4	3	48	Création d'un espace café et pause réservé aux bénévoles. Rappeler le cadre, que les Levels n'ont pas un objectif de ségrégation, mais d'entraide. Cela permet de rééquilibrer les potentiels effets négatifs des Levels.	Si les « masses » sentent ce manque d'affinité entre les bénévoles, offrir l'apéro en fin de journée afin de permettre aux bénévoles de se rencontrer en dehors des activités de (dé)montage. Cela permet de créer une situation différente de rencontre.
	Les effets de l'implémentation sur la motivation différent selon les types de bénévoles	Bipolarisation des bénévoles, déséquilibre et forte différence de motivation et d'engagement. Diminution de la fidélité pour une partie du groupe.	3	5	4	45	Les implémentations ont été pensées pour couvrir une grande partie des profils de bénévoles.	Analyser les profils des bénévoles les plus réactifs aux implémentations et concentrer le recrutement sur ces profils. Cela permet de maximiser les effets des implémentations.
Fiche de poste	Les bénévoles n'utilisent pas la fiche de poste pour trouver les réponses à leurs questions	Perte d'autonomie, ce qui engendre une diminution de la motivation. Diminution de l'efficacité, les autres bénévoles et le comité sont davantage dérangés.	2	3	2	12	Offrir un carnet contenant les informations sur le poste. Cela permet également de mettre d'autres informations importantes.	Répondre aux questions des bénévoles en se référant à la fiche de poste. Cela permet de rappeler aux bénévoles que les informations se trouvent sur ce document.

	Risque	Impact	Non-déteçtabilité (/5)	Probabilité (/5)	Gravité (/5)	Criticité (/125)	Mesure préventive	Mesure correctrice
	Les bénévoles travaillant au bar et aux entrées n'ont pas de compétences en calcul mental	Erreurs de caisse	5	4	5	100	Lors du questionnaire permettant de proposer des postes, ne pas proposer le bar si la compétence « calcul mental » n'a pas été cochée.	L'effet est peu visible. Il est difficile de le corriger durant l'action.
							Simplifier le calcul du montant total en simplifiant la caisse et limiter les étapes dépendantes du bénévole lors du paiement.	
		Désillusion et baisse de motivation lorsque le bénévole se rend compte que le poste ne répond pas à ses attentes.	3	2	3	18	Indiquer clairement, lors du choix du poste, les compétences nécessaires et enjeux de chaque poste.	Si une « masse » observe un nombre important d'erreurs chez un bénévole, prendre du temps pour l'aider à se corriger.
	Les bénévoles perdent en souplesse et ouverture dans leur placement	Il est plus difficile de faire transiter un bénévole d'un poste à un autre. Diminution de l'engagement Diminution de la fidélité	3	3	3	27	Lors du choix du poste, ajouter une case « Ce n'est pas un problème si mon poste diffère de mon choix ». Cela permet d'identifier quels bénévoles sont les plus ouverts au changement et qu'il est alors plus facile de déplacer.	Faire transiter en priorité les bénévoles qui ont coché ladite case.
Challenge carte client	Les bénévoles ne participent pas au challenge	Le tableau reste vident durant l'évènement. Cela renvoie une mauvaise image du Salon de la Bière aux clients	2	3	4	24	Le placer proche de l'espace bénévole afin qu'il soit mis en valeur.	Retirer le panneau dans l'espace bénévole, à l'abri des regards du public.

Source : données de l'auteur

10.3 Mise à jour des concepts

Ces éléments n'apparaîtront pas dans les recommandations, mais dans les conseils. La raison est qu'ils n'ont pas pu être testés.

Tableau 6 Changements : Itération 4

Changements	Raisons
<p> multiples confrontations ludiques entre équipes, épreuves sporadiques</p> <p>Expliciter, lors de la première épreuve, l'existence de plusieurs épreuves.</p> <p>Idées : Définir la danse du Salon de la Bière</p>	<p>Permet aux équipes de ne pas voir une défaite/victoire comme définitive</p>
<p>Questionnaire quantitatif envoyé 10 jours avant SDB permet aux bénévoles de partager attentes et objectifs.</p> <p> Définir les compétences obligatoires pour chaque poste. Selon choix, et postes encore disponible, proposition automatique de 2 postes.</p> <p>Présence d'une case à cocher « Ce n'est pas un problème si mon poste diffère de mon choix »</p>	<p>Permet de s'assurer d'un lien entre les attentes des bénévoles et du poste.</p> <p>Permet d'identifier quels bénévoles sont les plus ouverts au changement et qu'il est alors plus facile de déplacer.</p>
<p>Description de chaque poste via une carte de poste (difficultés, tâches, qualités à avoir, avantages, informations spécifiques)</p> <p>La version permettant aux bénévoles de choisir leur poste contient les informations supplémentaires : témoignage d'un ancien bénévole, enjeux et compétences nécessaires.</p>	<p>Permet à chaque bénévole d'être conscient des engagements qu'il prend.</p>

Source : Données de l'auteur

Tableau 7 Ajouts : Itération 4

Ajouts	Raisons
<p>Espace réservé aux bénévoles proche du centre du CERM. Mise à disposition de café, bières, snacks,...</p>	<p>Inciter la création de liens et la rencontre de nouvelles personnes.</p>
<p>Présence à proximité du panneau de quêtes lors du (dé)montage et du panneau du challenge des cartes clients les JourJ.</p>	<p>Assurer un mouvement autour des artéfacts</p>
<p>Visualisation des tutoriels</p>	<p>Facilite la compréhension du message</p>
<p>Chaque nouveau bénévole est accompagné par un Level « Chope » lors de la première utilisation du tableau</p>	<p>S'assurer une compréhension des règlements.</p>
<p>Une « masse » accueille un nouveau bénévole en lui indiquant le cadre¹⁴ des Levels :</p> <p>Il ne s'agit pas d'une hiérarchie, l'organisation est plate.</p> <p>Les Levels permettent d'indiquer aux bénévoles auprès de qui ils peuvent demander de l'aide.</p> <p>Les privilèges permettent d'optimiser l'organisation du Salon de la Bière. Leur respect permet de progresser mieux, plus vite.</p>	<p>Permet de mettre un cadre et d'augmenter les chances que les implémentations soient bien perçues.</p>

¹⁴ Expérience personnelle dans le cadre du projet « Equipe Apprenante ». Il s'agit d'un mandat de mentoring d'étudiants en économie d'entreprise sur le sujet de l'entrepreneuriat. La mise en place d'un cadre au début des sessions a permis d'améliorer visiblement la participation et l'implication des étudiants.

<p>Mise à disposition d'un « Guide du bénévole brutolique (GBB) ». Celui-ci contient les informations essentielles, le cadre de la journée et les tutoriels utiles aux bénévoles des trois levels.</p>	<p>Expliciter au maximum les informations pour les bénévoles et leur permettre d'y avoir accès durant toute la journée. Donner le cadre et préciser aux Levels supérieurs de le rappeler aux bénévoles Galopins permet d'éviter un sentiment de ségrégation et d'améliorer les chances qu'ils demandent de l'aide en cas de doute.</p>
<p>Simplifier l'utilisation de la caisse en : Reliant chaque élément à un code couleur sur la caisse, plutôt qu'à du texte. Ce code couleur se retrouve sur l'élément en question. Ajoutant un bouton pour retirer la consigne qui s'ajoute automatiquement.</p>	<p>Permet de limiter les erreurs de caisse Relier les informations à des couleurs plutôt qu'à du texte simplifie la lecture dans des milieux peu éclairés ou sous le stress. Le client a davantage de chances de repérer une erreur de consigne, car la perte de quelque chose est angoissante (Kahneman, 2012)</p>

Source : Données de l'auteur

Chapitre 11. 5^{ème} Itération : Innovation verticale

11.1 Démonstration

Schell (Schell, 2019) propose un jeu de carte permettant de voir un jeu sous plus de cent angles différents.

Une réflexion du concept actuel à l'aide d'un échantillon des cartes du jeu permet d'améliorer certains de ses aspects.

11.2 Évaluation

Figure 4 The Lens of Motivation



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Afin de mieux comprendre les motivations présentes dans l'ensemble des activités bénévoles du Salon de la Bière, le responsable de chacun des autres postes a été interrogé (annexe).

Les réponses ont permis de créer une matrice motivationnelle pour chacun des postes (annexe). Celles-ci permettent de visualiser, et ainsi mieux comprendre l'impact des implémentations sur les motivations des bénévoles.

Les éléments stratégiques du (dé)montage sont importants pour améliorer l'esprit d'équipe et le défi. Pour se faire, certaines quêtes doivent rester suffisamment floues pour que l'équipe doive prendre des décisions sur la manière d'atteindre les objectifs.

Figure 6 The Lens of Reward



Source : *Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)*

Les récompenses définies sont : les niveaux et les badges surprises offerts par les clients.

Il n'y a pas de récompense pour l'équipe gagnante lors des (dé)montage et la personne qui a le plus de fiches clients lors des jourJ. Dans le premier cas, la récompense est uniquement des applaudissements en fin de journée afin de ne pas mettre trop de poids sur la compétition. Dans le deuxième cas, le même type de reconnaissance peut être réalisé lors de la sortie des bénévoles qui fait suite à l'évènement. En laissant la surprise, il est possible, éventuellement, d'offrir un badge spécial au même moment.

Le sentiment de progression est lié à la passation de niveau. Les badges sont un symbole d'expérience. Lors du (dé)montage, le panneau de quêtes représente également une progression visuelle dans la journée.

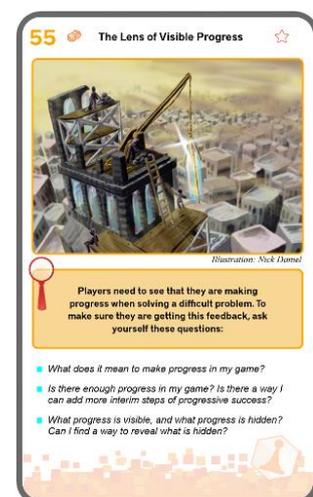
Lors des JourJ, le panneau de cartes clients peut représenter une progression indirecte. En effet, plus la journée avance et plus il sera rempli. Il y a des éléments de progression indirecte. Par exemple, l'accueil visualise sa progression par l'argent dans la caisse. Une idée pourrait être de visualiser cette progression¹⁵. Ce même concept de visualisation peut être adapté pour les autres postes.

Figure 5 The Lens of Action



Source : *Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)*

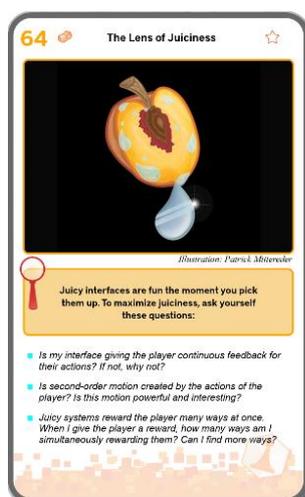
Figure 7 The Lens of Visible Progress



Source : *Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)*

¹⁵ Voir : Mes recommandations et conseils pour la deuxième édition du SDB

Figure 8 The Lens of Juiciness



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Faire monter les niveaux lors d'une cérémonie qui se déroule à la sortie des bénévoles qui fait suite à l'évènement permet de rajouter de la puissance au symbole de reconnaissance. En effet, en plus d'être reconnu par le comité, le bénévole est reconnu par les autres bénévoles qui l'applaudissent

culture générale sur la bière, cela ajoute le dernier élément (*connaissance*).

Lors des JourJ, les bénévoles sont également en équipe (*connexion*). L'évènement annuel crée une ambiance qui sort de l'ordinaire (*élévation*). Éventuellement, les bénévoles vont apprendre un nouveau métier (*connaissance*). Pour le quatrième élément, donner des badges, « Wow », « T'est génial », « Super ! », aux clients avec comme consigne de les offrir à des bénévoles dont ils apprécient le travail ajoute de la fierté (*fierté*).

Figure 10 The Lens of Cheatability

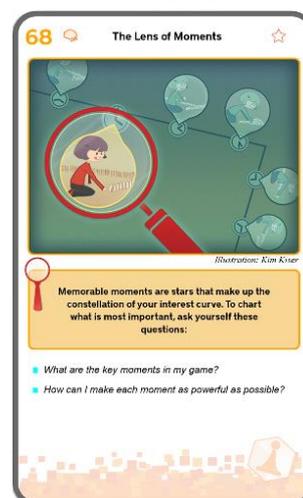


Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

L'une des problématiques du Salon de la Bière est que certains bénévoles ne respectent pas leurs engagements et partent avant la fin de leur période.

Responsabiliser les anciens bénévoles en leur demandant de prendre note des heures des autres bénévoles pourrait ajouter une pression sociale.

Figure 9 The Lens of Moments



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

¹⁶ Tutoriel Expérience : La création d'un moment

Figure 11 The Lens of Friendship



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Les nouveaux bénévoles sont présentés aux autres par une « masse ». Lors du (dé)montage, une idée pour faciliter la rencontre et la création de liens est celle de l'espace café pour les pauses. Afin de briser la glace, des bols se trouvent au milieu des tables. Dans ces bols pourraient être ajoutés des *ice-breaker*¹⁷. Il s'agit de questions à poser à un autre bénévole¹⁸.

11.3 Mise à jour des concepts

Ces éléments n'apparaîtront pas dans les recommandations, mais dans les conseils. La raison est qu'ils n'ont pas pu être testés.

Tableau 8 Changements : Itération 5

Changements	Raisons
<p>Quête sous la forme d'une partie du bâtiment. À colorer quand remplie.</p> <p>La taille de la quête dépend de sa difficulté ou du temps qu'elle demande.</p> <p>Certaines quêtes sont volontairement floues dans leur exécution.</p> <p>Une quête comprend les informations suivantes : Numéro de la quête, niveau, nombre de personnes, énoncé, description, matériel à disposition</p> <p>Les niveaux servent à instaurer une hiérarchie. L'ensemble des quêtes de niveau 1 doivent être terminées avant de passer aux quêtes de niveau 2.</p>	<p>Inciter les bénévoles à faire preuve de créativité et à faire des choix qui ont un réel impact sur l'évènement</p>
<p>Challenger les bénévoles de remplir un maximum de petites cartes sur le client (prénom, bière préférée, passion) avec les clients</p> <p>Afficher toutes les cartes sur un panneau, visible des clients</p> <p>Éventuellement offrir un signe distinctif de reconnaissance (badge) au bénévole qui en réalise le plus</p>	<p>Récompenser les actions</p>
<p>Confrontation ludique entre équipes, épreuves sporadiques</p> <p>Idées : Définir la danse du Salon de la Bière, quizz sur la bière</p>	<p>L'apprentissage renforce l'impact d'un moment</p>

Source : données de l'auteur

¹⁷ Activité testée lors de la deuxième édition du Nouvel An de l'Entrepreneuriat, le 9 janvier 2020, par l'équipe de projet Net-Work. Durant la période de réseautage, les participants étaient invités à débiter une conversation en tirant chacun une question dans un bol. Cette implémentation a été très appréciée par les participants et a permis de faciliter la création de liens.

¹⁸ Voir : Mes recommandations et conseils pour la deuxième édition du SDB

Ajouts	Raisons
Visualiser la progression dans l'ensemble des activités du JourJ	Démontrer que les actions du bénévole ont un impact sur l'évènement
(jourJ) Des clients aléatoires reçoivent des badges avec des injonctions démontrant de la reconnaissance Ils sont invités à l'offrir à un bénévole dont ils apprécient le travail	Rendre fiers les bénévoles Montrer aux bénévoles que les clients reconnaissent leur présence et leur travail
Fournir des questions et jeux "ice-Breaker" dans l'espace bénévole	Créer un lieu favorisant la création de liens d'amitié. Encourager à briser la glace entre les bénévoles
Les anciens prennent note des heures des bénévoles	Ajouter une pression sociale pour engager plus fortement les nouveaux

Source : données de l'auteur

Chapitre 12. 6^{ème} Itération : Présentation au client

12.1 Démonstration

La conceptualisation touche à son terme. Afin de s'assurer de l'utilisabilité des implémentations proposées au Salon de la Bière, les concepts ont été présentés au client (Annexe) :

- Le tableau de quêtes, les quêtes
- Les équipes
- Les levels
- Les sessions de jeu
- Les fiches de postes
- Le challenge des cartes clients
- Liste d'implémentations et changements mineurs

Il lui a également été demandé de clarifier ses besoins et priorités pour les livrables du mandat.

12.2 Evaluation

Le retour du client a été le suivant. Il s'agit d'une retranscription qui peut varier légèrement du message initial.

12.2.1 Les plus

"J'adore la progression visuelle des ventes et autres actions des bénévoles. L'identification de la complexité des tâches, c'est une bonne idée. C'est brillant de séparer les niveaux en heures (de travail)."

"Concernant les ravitailleurs, tous les bénévoles ont envie de Talki-Walkie. Alors ne les donner qu'à certains niveaux, ça va les motiver à chercher à monter en niveau."

"C'est sacrément malin. Tu as pris des trucs que je ne pensais pas qu'il était possible de quantifier, et tu les as quantifiés de plusieurs manières et à plusieurs reprises sans que ça ait l'air académique. La gamification d'un truc chiant, c'est génial. Tu as remplacé des trucs administratifs pour nous, en des trucs funs. La validation par des membres plus élevés, je n'y aurais jamais pensé."

12.2.2 Les moins

"J'ai du mal à me rendre compte de comment fabriquer, par exemple, le panneau de quêtes. Est-ce qu'il faut en limiter l'accès ?"

12.2.3 Pour aller plus loin

"On pourrait même offrir le poids des déchets récoltés par les bénévoles en bières, ou alors on divise, genre, par 10 le poids des déchets."

"Serait-il pertinent de punir les bénévoles qui ne respectent pas leurs engagements ? Car lorsqu'ils ne se présentent pas, ce sont les autres bénévoles qui en pâtissent."

"Est-ce que ce serait pertinent d'afficher les bénévoles et leurs niveaux sur notre site internet, notre réseau ou en physique quelque part ?"

"Le Salon de la Bière va réaliser des « side events » régulièrement dans le futur. Cela peut offrir aux bénévoles la possibilité d'accumuler des heures. On pourrait même y faire la cérémonie de Level Up ? Cela permettrait d'avoir du monde pour les applaudir et de donner envie aux spectateurs de se lancer dans le bénévolat ? Est-ce qu'il faut intégrer les bénévoles aux « side events » ?"

"Ça m'a donné une idée d'implémenter un bouton « Help » sur les stands des brasseurs. Mais on va sûrement rester aux ballons car ils sont devenus iconiques auprès de nos clients."

"Est-ce qu'il faut un espace bénévole le JourJ, comme lors du (dé)montage ?"

"Les prochaines éditions comprendront un stand de merchandising avec, entre autres, des patches à coudre sur les habits, comme avec les motards et les métalleux. Et si on mettait à la vente des patches spéciaux, genre un pour les bénévoles déjà présents à la première édition ?"

12.2.4 Besoins et attentes pour les livrables

"Obtenir des indications sur l'achat du matériel nécessaire et l'emplacement des artefacts. Apporter une réflexion sur les « side events », le stand de merchandising et la plus-value qu'ils peuvent avoir pour le projet."

12.3 Mise à jour des concepts

La présentation finale des concepts comprendra :

- Le matériel nécessaire à la fabrication des artefacts
- Une estimation du budget de fabrication
- Une indication sur les emplacements des artefacts

L'idée d'offrir le poids des déchets récoltés en bière est une idée intéressante. Cependant, cela ajoute des éléments supplémentaires à un concept déjà complexe. La récompense vise, de plus, uniquement une partie des bénévoles. En gardant l'idée d'offrir des bières selon un ratio, nous pourrions imaginer que le bénévole qui remplit le plus de cartes clients reçoit un nombre de bière au prorata du nombre de cartes clients total. Cela permettrait de dynamiser cette implémentation et de donner davantage de sens au léger avantage¹⁹ qu'ont les bénévoles aux postes les moins populaires.

Concernant l'idée de punir les bénévoles qui ne se présentent pas, cela peut faire peur aux nouveaux bénévoles. Il est difficile d'ajouter une implémentation de punition car cela peut effrayer les nouveaux bénévoles, car l'inscription représente alors un investissement bien plus grand. Si l'on se tourne vers les jeux vidéo et applications²⁰, la plupart utilisent la peur de la perte (Kahneman, 2012) comme élément de punition qui incite le joueur à respecter ses engagements. Cette peur se présente sous la forme de la perte d'un investissement :

- Mort de son familier, d'avatars ou de ressources
- Arrêt d'une série de gain

¹⁹ Le bon pour une boisson à offrir à un client, considéré comme un Ice-breaker pour faire connaissance.

²⁰ Applications mobiles (notamment : Raid Shadow Legends, Duolingo), Jeux de gestion (notamment : Farmville, Animal Crossing), MMORPG (notamment : Dofus, Final Fantasy XIV)

La peur de la perte peut également se présenter sous la forme d'une perte d'opportunités :

- Ne pas pouvoir participer aux challenges périodiques
- Ne pas pouvoir récolter les récompenses périodiques

Ces éléments sont efficaces pour provoquer une motivation chez une personne. Cependant, ces techniques ont comme unique objectif de créer une motivation ; faire pour faire. Ce qui fait pencher la gamification du concept dans un format malsain et manipulateur (Werbach, s. d.).

Une autre piste pourrait être celle de l'effet des coûts irrécupérables (Arkes & Blumer, 1985). Cet effet indique qu'il existe une relation entre un investissement initial et la réalisation d'un comportement qui permet de tirer parti de cet investissement. Ainsi, nous pourrions imaginer faire payer une faible cotisation annuelle aux bénévoles. Cette cotisation leur permet de s'inscrire en tant que bénévoles aux éditions du Salon de la Bière ainsi qu'aux « side events ». Cela permet d'inciter les participants à ne pas dépenser de l'argent dans le vide, mais à profiter de leur investissement et profiter de l'écosystème Salon de la Bière.

Dans le cadre de mes expériences professionnelles, j'ai remarqué une corrélation positive entre l'affichage public des photos de l'équipe et leur sentiment de reconnaissance. Je ne peux qu'encourager le SDB à mettre en valeur ses bénévoles. Je n'ai cependant pas trouvé d'études empiriques sur le sujet. Il pourrait être intéressant de réaliser, dans le futur, une recherche scientifique sur les liens de causalités entre affichage et reconnaissance des employés.

Concernant les « side events », les implémenter dans l'étude engendrerait une multitude d'hypothèses qui resteraient sans réponses. Cependant, voici quelques questionnements liés à l'implémentation des « side events » dans le concept :

- Est-ce qu'il s'agit du même public-cible ? Est-ce que les bénévoles qui ont envie de participer au Salon de la Bière sont aussi ceux qui ont envie de participer aux « side events » ?
- Est-ce qu'il y a plus de chances que l'ensemble des bénévoles soient présents à un « side event » qu'à la sortie des bénévoles pour la cérémonie de Level Up ? Est-ce que cette cérémonie est intéressante pour le public ?
- S'il est possible d'engranger des heures aux « side events » êtes-vous prêts à offrir tous les privilèges et responsabilités à un bénévole de Level « masse » qui n'a jamais participé à un Salon de la Bière ? Et si les bénévoles pouvaient profiter de privilèges et responsabilités selon leur Level, mais ne pouvaient engranger des heures uniquement au Salon de la Bière ?

Concernant le stand de merchandising avec les patches, donner accès à des patches selon des conditions spécifiques demande une certaine organisation pour obtenir les informations nécessaires pour chaque achat. De plus, il est important de noter que les exigences doivent être atteignables par l'ensemble des bénévoles. Autrement, cela peut provoquer de la frustration et un sentiment d'injustice, qui va provoquer un rejet des règlements et du système mis en place car il ne sera plus perçu comme juste et impartial (Werbach, s. d.). Mon conseil serait de s'inspirer de ce qui fonctionne. Ainsi, les festivals de musique Hard Rock/Metal²¹ proposent une série de patches liés à l'édition actuelle ainsi que d'autres patches représentant le logo ou une illustration des artistes présents. Dans le cas du Salon de la Bière, les artistes sont les brasseurs. Cela n'a cependant pas de lien direct avec le bénévolat.

Tableau 9 Changements : Itération 6

Changements	Raisons
Présence à proximité du panneau de quêtes lors du (dé)montage et du panneau du challenge des cartes clients les JourJ. <i>Les panneaux sont accessibles par tous les bénévoles</i>	Précision sur l'utilisation, aucune source n'indique qu'il est nécessaire de restreindre l'accès.
Challenger les bénévoles de remplir un maximum de petites cartes sur le client (prénom, bière préférée, passion) avec les clients Afficher toutes les cartes sur un panneau, visible des clients Éventuellement offrir un signe distinctif de reconnaissance (badge) au bénévole qui en réalise le plus <i>Le grand gagnant reçoit un nombre de bière au prorata du nombre total de cartes remplies</i> Présence du panneau à proximité de l'espace bénévole	Proposition du client d'offrir une grande quantité de bière

Source : données de l'auteur

Tableau 10 Ajouts : Itération 6

Ajouts	Raisons
Les bénévoles paient une cotisation annuelle afin de pouvoir s'inscrire au Salon de la Bière et aux « side events » en tant que bénévoles	Incite les bénévoles à respecter leurs engagements
Présentation des bénévoles sur le site internet du Salon	Améliorer la reconnaissance des bénévoles

Source : données de l'auteur

²¹ Notamment Hellfest, Graspop Metal Meeting, Wacken Open Air, et Greenfield Festival

Chapitre 13. Communication

13.1 Résumé des étapes du mandat

Afin de répondre à la problématique : *comment optimiser et motiver les ressources bénévoles du Salon de la Bière grâce aux théories de gamification ?* durant le temps consacré à ce mandat, la méthodologie de Design Science a été utilisée. Celle-ci a pour objectif de créer un concept autour d'un public-cible et d'une problématique, puis de le tester sur le terrain via de multiples itérations.

Malheureusement, la pandémie de Covid19 a bouleversé la planification et le mandat a dû être repensé pour respecter les règles sanitaires en vigueur. C'est pourquoi il n'a pas été possible de réaliser des analyses empiriques des concepts proposés.

Avant toute chose, l'analyse de l'état de l'art en matière de gamification, management et motivation a permis au concept d'être construit sur des bases solides. Cette étape émet l'hypothèse qu'il est envisageable d'utiliser les théories de gamification pour optimiser et motiver les ressources bénévoles d'un événement annuel.

La première itération a permis d'identifier les besoins, attentes et motivations des bénévoles du Salon de la Bière au travers d'un World Café. Cette activité a validé les motivations-types des bénévoles selon Gagnon et Fortin (2004). Je regrette, cependant, que seuls les nouveaux bénévoles et le comité soient présents. Les anciens bénévoles n'étaient pas représentés lors de cette itération.

La seconde itération a été réalisée avec le même échantillon que la première. Via une discussion cadrée, les concepts ont été soumis aux bénévoles afin d'obtenir un premier retour. Les doutes, incertitudes et peurs des bénévoles quant à certains aspects du concept ont permis de repérer ses faiblesses et de les corriger.

La troisième itération a été réalisée sous la forme d'un court questionnaire qualitatif. L'objectif a été de questionner les responsables de chaque poste bénévole lors de la première édition. Ainsi, il a été possible d'identifier plus précisément les motivations induites par chacun des postes. Cela a permis, à terme, d'améliorer le concept pour qu'il amplifie ou crée de nouvelles motivations internes.

La quatrième itération a eu pour objectif de reproduire le test empirique initialement prévu. Afin d'affaiblir la différence entre les réponses des bénévoles et leurs actions concrètes lors du Salon, une simulation sous la forme d'un jeu textuel a permis de parler au joueur-sujet. Cela a eu pour effet de diminuer les biais présents dans un questionnaire quantitatif classique. Le questionnaire a permis d'analyser les choix et comportements des bénévoles dans un environnement gamifié. Une matrice de risque a, ensuite, été créée pour diminuer l'impact des comportements indésirables identifiés. Je regrette cependant le nombre faible de participation au questionnaire qui a un impact sur l'exactitude des résultats.

La cinquième itération a, à l'aide du jeu de carte de Jesse Schell (Schell Games, 2016), eu pour but d'observer le concept sous plusieurs angles, d'identifier les éléments faibles ou manquants du concept et de les améliorer. L'innovation verticale ainsi réalisée a permis de fortifier encore un peu plus le concept.

La dernière itération a été une présentation au client. Cela a permis d'assurer que le concept répond aux besoins du client, de vérifier sa faisabilité et d'identifier les étapes importantes du rapport de mandat.

13.2 Recommandations

Tableau 11 Recommandations

Déclaration	Hypothèse	Raison	Résultat	Réfutations
90% des bénévoles déclarent avoir obtenu les informations nécessaires pour participer à l'effort collectif	La description des activités en quêtes avec hiérarchisation, nombre de personnes, pourquoi et comment permettent de donner les informations nécessaires à l'autonomie d'un bénévole.	Pour éviter les erreurs et de créer du découragement, il est pertinent de découper les activités en plusieurs sous-tâches bien détaillées dans le comment et leurs objectifs. (Amabile & Kramer, 2011; Cardador et al., 2017; Ryan & Deci, 2000). Cela lui permet d'adapter son comportement à la situation, ce qui améliore la réalisation d'une tâche (Cardador et al., 2017). Le bénévole doit avoir accès à toutes les ressources nécessaires pour réaliser une tâche : humaines, temporelles et matérielles (Amabile & Kramer, 2011). Être autonome demande d'avoir un accès régulier à des feedbacks sur le travail réalisé. L'autonomie améliore l'efficacité et la rapidité d'exécution de l'entreprise car l'employé n'a pas besoin de consulter son supérieur hiérarchique pour prendre une décision (Manzoor, 2011). L'évaluation du niveau de difficulté d'une tâche n'est pas pertinente dans la description d'une activité (Hamari et al., 2014)	<p>Une partie des bénévoles utilise le tableau avant de demander de l'aide à d'autres personnes. Le déroulement de la journée est plus fluide</p> <p>Les activités sont initiées par les bénévoles et sont réalisées dans un ordre définit. L'organisation et le déroulement de la journée est plus fluide.</p> <p>Grâce au tableau de quêtes, les bénévoles ont accès à toutes les informations nécessaires ainsi qu'à un visuel de leur avancée dans la journée. Ils vont certainement se sentir davantage reconnus dans leurs actions et être plus motivés.</p>	Lors de la simulation, certains bénévoles ont préféré improviser plutôt que de vérifier les informations de la quête.
	Déléguer l'accueil et la présentation des activités aux bénévoles permet de décharger le comité.	Incitation explicite via les règles de la journée.	Le nombre de sollicitations auprès du comité diminue fortement	Lors de la simulation, l'implémentation des équipes semble avoir diminué la création de liens entre les bénévoles. Cela diminue leur motivation et leur plaisir à participer sur l'ensemble de l'évènement.

Déclaration	Hypothèse	Raison	Résultat	Réfutations
90% des bénévoles répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse	Réaliser de multiples interludes durant la journée permet de souder l'équipe, d'améliorer la concentration et l'énergie de ses membres, d'améliorer leur confort au sein de l'équipe	Observé lors d'un mandat pour une entreprise valaisanne. Le défi était de faire collaborer deux équipes qui ne se connaissaient que très peu. La période de travail a été interrompue par des jeux et concours réguliers à faire en équipe. Les participants ont confirmé à la fin de la période qu'ils avaient créé des liens rapidement avec les personnes et que les activités ludiques leur ont donné de l'énergie pour travailler.	Le plaisir global lors de l'évènement est amélioré et plus stable. La motivation et l'engagement des bénévoles s'en voit amélioré.	Une défaite semble démotiver sur le court terme.
	Laisser une autonomie et un pouvoir décisionnel quant au choix et à la réalisation d'une tâche permet de booster la reconnaissance. La reconnaissance permet de booster la motivation et l'engagement.	L'autonomie et le pouvoir décisionnel sont perçus comme de la reconnaissance (Manzoor, 2011). La reconnaissance est pertinente dans la gamification car elle est source de fun (Werbach, s. d.). La réalisation de tâches sera meilleure si ces dernières sont initiées par l'employé lui-même et qu'il est en partie ou totalement autonome sur la manière de les réaliser. Un employé aura plus de plaisir à réaliser une tâche s'il est libre de prendre des initiatives et qu'il peut choisir la manière d'atteindre les objectifs de l'entreprise. (Cardador et al., 2017) De nombreux auteurs tendent à se mettre d'accord sur l'affirmation que la reconnaissance boost la motivation et l'engagement (Manzoor, 2011; Ryan & Deci, 2000; Werbach, s. d.). De plus, une action qui boost la motivation permet d'engendrer une autre action, ce qui crée une boucle d'engagement (Werbach, s. d.).	Les bénévoles ressentent une légère amélioration du plaisir et de la reconnaissance, ainsi qu'une amélioration remarquable de la motivation à se réinscrire pour une nouvelle édition. L'expérience dans sa globalité est mieux vécue par les bénévoles.	L'implémentation des Levels semble avoir un effet négatif léger sur l'engouement moyen ressenti. Concernant les Levels, l'écart-type de l'engouement ressenti par les bénévoles est plus imposant qu'en leur absence. L'impact diffère selon les types de bénévoles.
	L'inter-responsabilisation des bénévoles permet de créer des engagements initiaux qui engendrent d'autres engagements.	Le sentiment de faire partie d'un groupe permet de créer de la motivation intrinsèque et extrinsèque (Freedman & Fraser, 1966; Guéguen & Fischer-Lokou, 1999; Ryan & Deci, 2000). Le groupe est une source de motivation pour une personne (Amabile & Kramer, 2011), ce qui rend le groupe précieux aux yeux de la personne (Ryan & Deci, 2000). Lorsqu'une personne s'engage dans une action ou une équipe, elle va chercher une congruence dans la suite de ses actions (Freedman & Fraser, 1966). Cela permet de créer de la motivation intrinsèque et d'engager la personne.	Les implémentations créent une boucle d'engagement qui engagent plus fortement le bénévole dans ses activités. Le sentiment d'appartenance est plus fort. Cela répond à un besoin des bénévoles. Le nombre d'absences injustifiées ou de départs inopinés devrait baisser fortement.	N'a pas pu être vérifié dans ce mandat

Déclaration	Hypothèse	Raison	Résultat	Réfutations
90% des bénévoles répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse	La création d'une structure claire dans l'organisation permet d'améliorer la cohésion de groupe.	L'installation d'une discipline et de rôles dans une équipe permet d'améliorer sa cohésion (Cota et al., 1995).	Des liens se créent plus facilement entre les bénévoles grâce aux sessions de jeu.	La création d'équipes avec différents Levels semble avoir eu un effet négatif sur la création de liens entre les bénévoles durant la simulation. Ce qui pourrait diminuer leur motivation et leur plaisir à participer à l'évènement.
95% des bénévoles acceptent et respectent les règles mises en place	Placer les artéfacts au centre de l'évènement, proche de la zone bénévole permet de s'assurer que les bénévoles y portent attention.	La gamification dans un lieu de travail demande le consentement implicite des employés. Ce consentement naît (Werbach, s. d.): - D'une compréhension des règles - D'une perception du jeu comme juste, impartial - D'une attention apportée à ce jeu	Les bénévoles acceptent les implémentations et interagissent avec elles. Ils en retirent tout le potentiel et l'implémentation du concept est un succès.	Certains bénévoles semblent avoir perdu confiance en l'utilisation du tableau de quête après n'avoir pas pu trouver les informations nécessaires sur une quête. Si les règlements ne semblent pas suffisamment clairs. Cela perturbe l'ensemble du processus.
	La description détaillée des activités et du fonctionnement de la journée permet de s'assurer une compréhension des règles.			Les bénévoles n'ont pas participé au challenge de cartes clients.
	La création d'équipes et de Levels, où chacun débute au même endroit assure un ressenti des concepts comme juste et progressif.			
Bénévole opérationnel dès la 1ère 1/2 heure	Attribuer des rôles, des responsabilités aux bénévoles et les inclure dans une hiérarchie permet de limiter les sollicitations auprès du comité.	Incitation explicite via les règles de la journée.	Le nombre de sollicitations auprès du comité diminue fortement. Les nouveaux bénévoles ont accès plus facilement aux informations et les bénévoles expérimentés son garant du cadre et de la réalisation correcte des activités.	

Déclaration	Hypothèse	Raison	Résultat	Réfutations
	<p>La description et la présentation des activités avant l'évènement permettent de donner les informations nécessaires à l'autonomie d'un bénévole</p>	<p>Pour éviter les erreurs et de créer du découragement, il est pertinent de découper les activités en plusieurs sous-tâches bien détaillées dans le comment et leurs objectifs. (Amabile & Kramer, 2011; Cardador et al., 2017; Ryan & Deci, 2000). Cela lui permet d'adapter son comportement à la situation, ce qui améliore la réalisation d'une tâche (Cardador et al., 2017). Le bénévole doit avoir accès à toutes les ressources nécessaires pour réaliser une tâche : humaines, temporelles et matérielles (Amabile & Kramer, 2011). Être autonome demande d'avoir un accès régulier à des feedbacks sur le travail réalisé. L'autonomie améliore l'efficacité et la rapidité d'exécution de l'entreprise car l'employé n'a pas besoin de consulter son supérieur hiérarchique pour prendre une décision (Manzoor, 2011). L'évaluation du niveau de difficulté d'une tâche n'est pas pertinente dans la description d'une activité (Hamari et al., 2014)</p>	<p>La compréhension des consignes sur les activités semble légèrement meilleure avec l'introduction des fiches de postes. Ils sont alors opérationnels plus rapidement.</p>	<p>Les bénévoles perdent en souplesse et ouverture d'esprit sur le choix de leur poste. Le choix a été fait de présenter la difficulté de la tâche, malgré la contre-indication de Hamari et al. (2014)</p>

Source : données de l'auteur

13.3 Mes conseils pour la deuxième édition du SDB

Les concepts étudiés dans ce document ont été améliorés et affinés via diverses itérations. Un résumé des apprentissages se trouve en annexe. Cependant, il n'est réellement possible de valider un concept gamifié que de manière empirique. C'est pourquoi vous trouverez ci-dessous des conseils pour mettre en place et valider de manière empirique les implémentations et conseils proposés.

Afin de limiter les risques lors de l'implémentation des concepts principaux, une analyse de risque est proposée au chapitre 10.

13.3.1 Panneau de quêtes

Les activités pour le montage du SDB sont les suivantes :

- Signalétique intérieur
- Signalétique extérieure
- Affichage panneau des brasseries
- Mise en place des bars
- Marquage au sol pour stands de nourriture
- Déballage des verres
- Préparation accueil des visiteurs (bracelet-magazine-tour de cou)
- Préparation espace VIP
- Mise en place boissons dans les frigos du bar
- Mise en place boissons dans camions frigorifiques
- Réception des brasseurs
- Mise en place des futs/bouteilles de bières dans les espaces frigorifiques
- Marquage des futs
- Mise en place des ballons de ravitaillement
- Mise en place des poubelles
- Mise en place des tables-bancs
- Préparation espace Silent Party (chargement casques)
- Préparation articles du kiosque
- Délimitation espace pour enfant

En ce qui concerne le démontage, il s'agit des mêmes activités qu'au montage, dans le sens inverse. À celles-ci s'ajoutent :

- L'inventaire des boissons et nourriture
- Le nettoyage global

Ces activités sont explicitées sous la forme de quêtes. Une fois assemblées sur un panneau au centre du CERM, proche de la zone bénévole, les quêtes forment la carte du CERM. Une quête est réalisable par petits groupes d'au minimum deux personnes. Dans un groupe, il y a au moins un Level « Masse » ou « Chope ». Une quête indique :

- Le numéro de la quête
- Le niveau de la quête
- Le nombre de personnes conseillé
- L'énoncé et la description de l'activité
- Le matériel à disposition et son emplacement

Le niveau de la quête permet de définir une hiérarchie entre les activités. Ainsi, le marquage des futs est une quête de niveau 1, alors que la mise en place des futs dans l'espace frigorifique est une quête de niveau 2. Il est nécessaire de réaliser l'ensemble des quêtes de niveau 1 avant celles de niveau 2.

Lorsqu'une quête est débutée, les bénévoles prennent la quête et placent une pastille de leur couleur d'équipe afin d'avertir les autres bénévoles des activités en cours. Sous la quête, se trouve une copie de la quête afin que d'autres bénévoles puissent s'informer des activités en cours et les rejoindre.

Lorsqu'une quête est réalisée et a été validée par un bénévole de la même équipe et de Level « Masse », l'équipe peut alors colorer la case correspondante à la quête réalisée sur le panneau de quêtes. Elle prend ainsi possession d'une partie du CERM !

13.3.1.1 Points d'attention

Il semble que la confiance peut être rapidement perdue si le bénévole se rend compte que la quête n'est pas assez claire. Si une quête est volontairement floue pour inciter les bénévoles à faire preuve d'imagination, il faut l'expliciter dans la description.

Si les règles ne sont pas suffisamment claires, cela peut perturber l'équilibre de l'entièreté du processus.

13.3.1.2 Visuels

Figure 12 Tableau de quêtes, en cours de journée

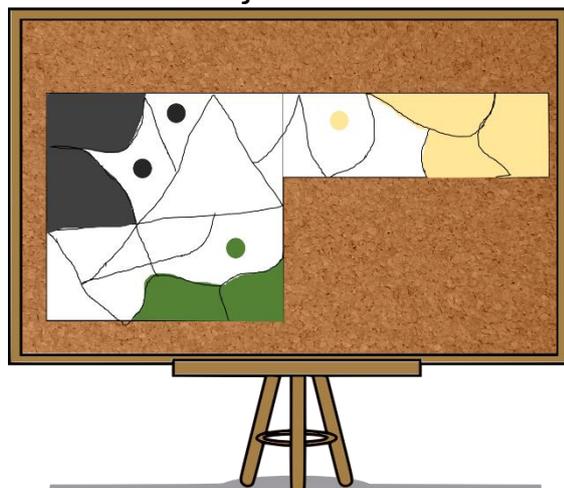
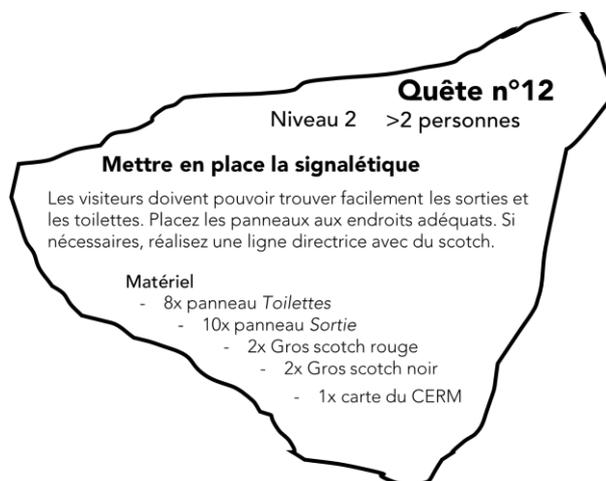


Figure 13 Exemple de quête



13.3.1.3 Coûts

Tableau 12 Coûts : Tableau de quête

Élément	Source	Coût	Commentaires
Panneau en liège 90x150 cm	presentoir-et-presentoirs.ch (19.06.20)	CHF 54.16	
Impression A0 (papier couché, 135g/m ²)	onlineprinters.ch (25.06.20)	3x CHF 26.12	Pour chacun des jours de (dé)montage ²² : 1x A0 pour la partie EST, plus grande 1x A0 (coupée en deux) pour la partie OUEST, plus fine ?x A4 pour chacune des quêtes
Pastilles de couleur (20mm)	rajapack.ch (25.06.19)	3x CHF 5.55	Vert, noir, jaune/orange
Marqueur épais	Papeterie Jordan Jacques & Fils SA, à Sion	3x CHF 10.40	Vert, noir, jaune/orange
Épingles (40 unités)	Papeterie Jordan Jacques & Fils SA, à Sion	2x CHF 2.90	Dans toutes les papeteries
TOTAL		CHF 154.07	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

²² Il est possible de réaliser le panneau avec douze feuilles A3 assemblées afin de limiter les dépenses.

13.3.1.4 Validation

Tableau 13 Validation : Tableau de Quête

Période	Hypothèse	Mesure
Pendant	Placer les artéfacts au centre de l'évènement, proche de la zone bénévole permet de s'assurer que les bénévoles y portent attention.	Observer les interactions (nombre, manière) avec le tableau de quêtes.
Après	La description des activités en quêtes avec hiérarchisation, nombre de personnes, pourquoi et comment permettent de donner les informations nécessaires à l'autonomie d'un bénévole.	Sur une échelle de 1 (pas du tout) à 10 (énormément), à quel point le tableau de quête t'a été utile durant la journée de travail ?
	Les bénévoles respectent les règles en vigueur.	Sur une échelle de 1 (inexistant) à 10 (maximum), à combien juges-tu le respect global des règles liés au tableau ?
	Question ouverte	Comment pourrions-nous améliorer la gestion des tâches à réaliser ?

Source : Données de l'auteur

13.3.2 Equipes

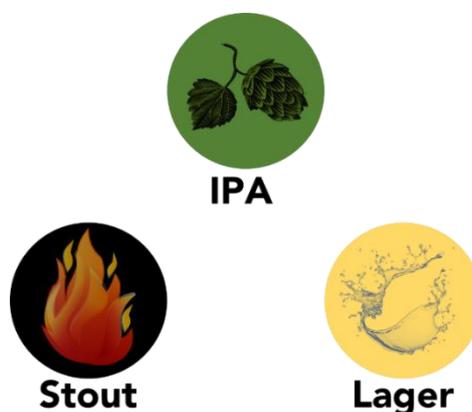
Les quêtes se réalisent par équipe. Les bénévoles sont séparés en trois équipes : les Stouts (noir), les Lagers (jaune/orange) et les IPA (vert). Lorsqu'une équipe termine et valide une quête, un bénévole peut colorer, avec la couleur de son équipe, la partie correspondante sur la carte du CERM. À leur arrivée, les bénévoles reçoivent un bandeau représentant la couleur de leur équipe.

13.3.2.1 Points d'attention

Lors de la simulation, l'ajout des équipes a semblé diminuer la création de liens entre les bénévoles. Il est possible que cela diminue leur motivation, leur plaisir à participer et à rencontrer de nouvelles personnes sur l'ensemble de la journée. Cet effet est sensé être affaibli par les autres implémentations. Les équipes sont nécessaires à la structure du concept gamifié.

13.3.2.2 Visuels

Figure 14 Les trois équipes



13.3.2.3 Coûts

Tableau 14 Coûts : Équipes

Élément	Source	Coût	Commentaires
Bandeaux (coton, 20x100 cm)	Manor Sierre	120x CHF 2.-	Vert, noir, jaune/orange
TOTAL		240	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.3.2.3.1 Validation

Tableau 15 Validation : Équipes

Période	Hypothèse	Mesure
Pendant	Les bénévoles acceptent les implémentations	Observer si les bénévoles portent leur bandeau d'équipe
Après	La création d'une structure claire dans l'organisation permet d'améliorer la cohésion de groupe.	Sur une échelle de 1 (Pas du tout intégré) à 10 (Très intégré), comment t'es-tu senti dans ton équipe ?

Source : Données de l'auteur

13.3.3 Levels

Les bénévoles sont répartis dans trois Levels : les Galopins, les Chopes et les Masses. Un niveau correspond à un cumul d'heures effectuées en tant que bénévole au Salon de la Bière. Ainsi, à partir de huit heures travaillées pour le Salon de la Bière, un bénévole sera promu Chope. Il lui faudra vingt heures pour prétendre au Level Masse.

Les bénévoles des différents Levels collaborent entre eux. Les « Chopes » sont présents dans les premières activités et actions des nouveaux bénévoles pour leur apprendre les actions à réaliser et vérifier qu'ils ne font aucune erreur. Un bénévole de Level « Chope » est attribué à chacun des nouveaux bénévoles arrivant à l'évènement. Il est responsable de l'aider et de s'assurer qu'il ait toutes les informations pour travailler correctement.

Les « Masses » accueillent les nouveaux arrivants pour leur indiquer le cadre de la journée, leur donnent les premières indications pour débiter et les présentent à une « Chope ». Une « Masse » par équipe/poste est nommée responsable des bénévoles et prend note des heures des autres bénévoles.

Les bénévoles reçoivent un badge à l'effigie de leur Level.

Lors de la sortie des bénévoles qui suit le SDB (ou lors d'un « side event »), une cérémonie de LevelUp est organisée pour remercier les bénévoles, les promouvoir, si cela est le cas, d'un niveau et leur offrir leur nouveau badge sous les applaudissements des personnes présentes.

13.3.3.1 Exemples et propositions de privilèges

À noter que les « Masses » cumulent leurs privilèges et ceux des « Chopes ». À ces privilèges s'ajoutent également toutes les autres responsabilités décrites ci-dessus.

(Dé)montage :

- Les « Chopes » sont habilités à débiter une nouvelle quête
- Les « Masses » gèrent le stock de bière à disposition pour les bénévoles de leur équipe et les pauses des bénévoles de l'équipe.

Jour J, Bar :

- Les « Chopes » sont autorisés à utiliser la machine à carte
- Les « Masses » sont habilités à choisir d'offrir, ou non, des boissons à des clients

JourJ, Ravitaillement :

- Les « Chopes » sont autorisés à utiliser les Talkies Walkies
- Les « Masses » gèrent le stock de bière à disposition pour les bénévoles et les pauses des bénévoles affectés au même poste

13.3.3.2 Points d'attention

Il est probable que l'opinion des bénévoles sur l'implémentation des Levels soit divisée et que les effets puissent être très différents entre deux bénévoles. À terme, pour optimiser le concept, il est intéressant d'analyser les différents profils et de cibler le recrutement des bénévoles les plus adaptés au concept de bénévolat du SDB.

13.3.3.3 Visuels

Figure 15 Les trois Levels



13.3.3.4 Coûts

Tableau 16 Coûts : Levels

Elément	Source	Coût	Commentaires
Badge (Épingle, 37 mm)	atelierdubadge.ch (24.06.20)	300x CHF 0.77	100x par Levels
TOTAL		231	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.3.3.5 Validation

Tableau 17 Validation : Levels

Période	Hypothèse	Mesure
Pendant	Les bénévoles acceptent les implémentations	Observer si les bénévoles portent leur badge de Level
Après	L'opinion des bénévoles sur l'implémentation des Levels est divisée, les effets sont très différents entre deux bénévoles.	Sur une échelle de 1 (négatif) à 10 (positif), quel effet penses-tu que la compétition a sur toi et ta motivation ? Observer ensuite les retours sur l'expérience globale et les retours sur les motivations et attentes remplies avant l'évènement afin d'observer, ou non, la redondance d'un profil-type
	Les privilèges permettent d'améliorer l'organisation du Salon de la Bière.	Sur une échelle de 1 (négatif) à 10 (positif), quel est ton ressenti vis-à-vis des privilèges liés aux Levels des bénévoles ? Pourquoi ?

Source : Données de l'auteur

13.3.4 Sessions de jeu

Le (dé)montage est parsemé de multiples confrontations ludiques et challengeantes entre équipes. Les sessions durent entre 15 et 25 minutes.

Pour ajouter un impact, on pourrait imaginer offrir un prix symbolique et/ou humoristique aux gagnants. Il peut s'agir notamment d'un paquet de chocolat, de bouteilles d'eau, d'un accès à une chaise longue pour la durée de la journée ou d'un sac de riz. Une autre idée, moins couteuse, est de permettre à l'équipe gagnante de « voler » une parcelle du CERM acquise par une équipe adverse sur le tableau de quêtes.

13.3.4.1 Points d'attention

Il est possible que les équipes perdantes voient leur motivation baisser sur le court terme.

13.3.4.2 Propositions de jeux

À noter que les bénéfiques ont été observés lors de tests empiriques sur des équipes de différentes tailles et horizons.

13.3.4.2.1 Let's move !

Bénéfice : faire preuve de créativité, s'amuser en équipe, rire et créer du lien

Les équipes reçoivent une musique et ont dix minutes pour imaginer la danse officielle du Salon de la Bière (durée = 20-30 secondes). À la fin du temps imparti, chaque équipe montre sa danse aux autres.

13.3.4.2.2 Chifoumi géant

Bénéfice : boost d'énergie important

Les bénévoles se regroupent et se mettent par deux. Chaque paire réalise un « Feuille-Caillou-Ciseau ». Le premier à deux victoires gagne. Lors d'une victoire, le bénévole vainqueur se présente vers un autre vainqueur pour refaire une partie. Le bénévole qui perd la partie reste derrière le bénévole qui a gagné pour l'encourager, l'applaudir et scander son nom²³.

Le jeu se termine quand il ne reste qu'un bénévole.

13.3.4.2.3 Question pour un buveur

Bénéfice : aura un impact sur le souvenir global de l'expérience du bénévole

Les équipes se défient autour d'un quizz de culture générale sur la bière.

13.3.4.2.4 La pyramide infernale

Bénéfice : faire preuve de créativité, souffrir en équipe, rire et créer du lien

Les bénévoles ont 3 minutes pour imaginer et construire la plus haute pyramide humaine.

²³ Par expérience, les premiers cris sont timides. Il est important que les membres du comité y participent et montrent l'exemple.

13.3.4.2.5 Escape bière

Bénéfice : résoudre un problème en équipe, créer du lien

Un pack de bière (ou autre élément) a été caché dans le CERM. Les bénévoles reçoivent, pour seule indication, une énigme. Ils ont alors 7 minutes pour le trouver. La première équipe qui trouve le pack, le remporte.

13.3.4.3 Coûts

L'implémentation n'engendre pas de frais, à moins que des prix soient ajoutés.

13.3.4.4 Validation

Tableau 18 Validation : Sessions de jeu

Période	Hypothèse	Mesure
Pendant	Les bénévoles acceptent les implémentations	Observer les comportements, attitudes et le niveau d'investissement des bénévoles durant les activités
Après	L'opinion des bénévoles sur l'implémentation des Levels est divisée, les effets sont très différents entre deux bénévoles.	Sur une échelle de 1 (pas de plaisir) à 10 (beaucoup de plaisir), à combien juges-tu ton plaisir à participer aux sessions de jeu ?
	Les privilèges permettent d'améliorer l'organisation du Salon de la Bière.	Sur une échelle de 1 (pas pertinent) à 10 (très pertinent), à combien juges-tu la pertinence des sessions de jeu ?
	Equipe plus soudée et concentrée avec des pauses ludiques, meilleur confort dans l'équipe et gain d'énergie pour la suite du travail.	Penses-tu que les sessions de jeu t'ont permis de faire mieux connaissance avec les membres de ton équipe ? Oui/Non

Source : Données de l'auteur

13.3.5 Fiche de postes

Chaque poste est décrit via une carte de poste présente dans le *GBB*. La description contient :

- Le cahier des charges
- La difficulté de la tâche
- Les qualités à avoir
- Les avantages du poste par rapport à un autre
- Les informations spécifiques au poste

Un questionnaire quantitatif est envoyé dix jours avant le SDB aux bénévoles inscrits. Il leur permet de partager leurs attentes et besoins.

Selon les données rentrées, le questionnaire demande aux bénévoles de choisir entre deux postes estimés les plus pertinents pour eux, présentés via les fiches de postes, et qui sont encore disponibles. Il est intéressant d'envoyer également ce questionnaire aux autres bénévoles participants au (dé)montage. En les rendant nominatifs, cela permet d'analyser ensuite leurs profils, avec l'aide du questionnaire post-SDB.

Une case à cocher est présente à la fin du questionnaire : « Ce n'est pas un problème si mon poste diffère de mon choix ». Ainsi, vous pourrez privilégier les bénévoles qui ont coché cette case, si vous devez réaliser des changements de poste.

La version de la fiche de poste permettant de sélectionner son poste contient les informations supplémentaires :

- Le témoignage d'un ancien bénévole
- Les enjeux du poste
- Les compétences nécessaires

13.3.5.1 Points d'attention

Il est conseillé de rendre la possession de certaines compétences obligatoires pour certains postes, afin de s'assurer que le bénévole est capable. Cela permet de diminuer les erreurs.

13.3.5.2 Visuels

Figure 16 Fiche de poste (Ravitaillement)

- Ravitaillement -

La pêche au ballon est clairement fun. Chacun s'amuse à être le premier à voir un ballon pour y aller !

Calixte, ravitaillement 1^{ère} édition

Privilèges de Level

- + Utilisation des Talkies-walkies
- + Gestion stock de bière bénévoles & gestion des pauses

Tâches

- Guetter les brasseurs qui ont besoin d'aide
- Gestion des stocks de bières
- Organiser la récolte des anciens futs et la livraison des nouveaux

Qualités à avoir

- De bonnes jambes
- Rigueur dans la gestion des stocks
- Résistance au stress
- Créativité

Indications spécifiques

Lorsqu'un brasseur a besoin d'aide, il lâche dans les airs un grand ballon à hélium blanc. C'est le signal.

Tous les futs sont numérotés selon le stand et le type de bière.

Figure 17 Fiche de poste (Bar)

BAR

Être au bar c'est une aventure. On n'a jamais deux clients qui se ressemblent !

Erwin, bar 1^{ère} édition

Privilèges de Level

-  + Utilisation de la machine à carte
-  + Choix d'offrir des consommations ou non

Tâches
 Tirer des bières et servir des boissons
 Encaisser l'argent des consommations
 Garder un plan de travail propre

Qualités à avoir
 De bonnes jambes
 Calcul mental
 Rigueur dans la préparation des boissons
 Savoir tirer une bière
 Résistance au stress

Indications spécifiques
 Contrôler l'âge (Bière > 16ans, Alcool fort > 18ans)
 CAUTION de 5CHF par verre
 Shot : 2cl alcool fort | Cocktail : 4cl d'alcool fort



Figure 18 Questionnaire choix poste (1/2)

Nous te sommes reconnaissants pour tes engagements au Salon de la Bière. Nous prenons à cœur que tu sois dans un poste qui te plait. Réponds à ce quelques questions afin que nous puissions te proposer les postes les plus adéquats pour ta journée.

Qu'est ce qui te motive? (plusieurs réponses possibles)

Rencontrer de nouvelles personnes Mettre en pratique mes compétences pour soutenir une cause Me rapprocher du monde de la bière et du service
 Me construire un réseau Passer un bon moment Autre

Si 'Autre' précisez :

Quelles sont tes attentes en participant bénévolement au salon de la bière? (plusieurs réponses possibles)

Pouvoir faire ce que je veux Pouvoir prendre des initiatives Avoir des responsabilités
 Côtayer d'autres bénévoles Ne pas avoir trop à réfléchir Côtayer les clients
 Autre

Si 'Autre' précisez :

Quelles sont les compétences que tu souhaites mettre à profit en tant que bénévole? (plusieurs réponses possibles)

Calcul mental Créativité Compétences humaines
 Écoute Compétences physiques Autre

Si 'Autre' précisez :

Confirmer



Figure 19 Questionnaire choix poste (2/2)

Choix du poste

Deux activités ont été sélectionnées selon tes préférences.
Informe-toi des détails et fais un choix parmi ces activités.

BAR

Être au bar c'est une aventure. On a jamais deux clients qui se ressemblent !

Cantale, bar 1^{re} édition

Privilèges de Level

- Utilisation de la machine à carte
- Choix d'offrir des consommations ou non

Tâches

Tirer des bières et servir des boissons
Encaisser l'argent des consommations
Garder un plan de travail propre

Qualités à avoir

De bonnes jambes
Calcul mental
Rigueur dans la préparation des boissons
Savoir tirer une bière
Résistance au stress

Indications spécifiques

Contrôler l'âge (Bière > 16ans, Alcool fort > 18ans)
CAUTION de 5CHF par verre
Shot : 2cl alcool fort | Cocktail : 4cl d'alcool fort

- Ravitaillement -

La pêche au ballon est clairement fun. Chacun s'amuse à être le premier à voir un ballon pour y aller !

Pascal, ravitaillement 1^{re} édition

Privilèges de Level

- Utilisation des Talkies-walkies
- Gestion stock de bière bénévoles & gestion des pauses

Tâches

Guetter les brasseurs qui ont besoin d'aide
Gestion des stocks de bières
Organiser la récolte des anciens futs et la livraisons des nouveaux

Qualités à avoir

De bonnes jambes
Rigueur dans la gestion des stocks
Résistance au stress
Créativité

Indications spécifiques

Lorsqu'un brasseur a besoin d'aide, il lâche dans les airs un grand ballon à hélium blanc. C'est le signal.
Tous les fûts sont numéroté selon le stand et le type de bière.

Être au bar et servir des verres

Être au ravitaillement et aider les brasseurs

Confirmer mon choix

13.3.5.3 Coûts

Il n'y a pas de matériel nécessaire pour cette implémentation si les fiches de postes sont intégrées au GBB.

13.3.5.4 Validation

Tableau 19 Fiche de poste

Période	Hypothèse	Mesure
Avant	Les fiches permettent d'améliorer l'intérêt pour un poste	Vérifier l'équilibre des choix de postes.
Après	Les bénévoles acceptent l'implémentations	Sur une échelle de 1 (inutile) à 10 (essentielle), à combien juges-tu les informations présentes sur la carte que tu as reçu en début de journée ?
	Question ouverte	Comment pourrions-nous l'améliorer ?

Source : Données de l'auteur

13.3.6 Challenge cartes clients

Durant le JourJ, un panneau se trouve près de la zone bénévole, proche du centre du CERM et visible par les visiteurs. Les bénévoles ont à disposition des petites cartes, format carte de visite. Ils ont pour défi de les remplir avec des informations provenant de visiteurs. Les informations à récolter sont :

- Son prénom
- Sa bière préférée
- L'une de ses passions

Une fois remplies, les bénévoles épinglent les cartes sur le panneau. Les bénévoles présents à des postes moins plébiscités reçoivent, chaque heure (ou deux), de la part du bénévole de Level « Masse » responsable du poste, un bon pour une boisson à offrir à un visiteur. Cela leur facilite le premier pas vers un inconnu.

Le bénévole qui en remplit le plus remporte un nombre de bière au prorata du nombre total de cartes remplies. La nature de la récompense reste secrète jusqu'à la fin du Salon de la Bière afin de ne pas dévier les bénévoles de leurs objectifs principaux.

13.3.6.1 Points d'attention

Lors de la simulation, l'implémentation semble avoir intéressé les bénévoles. Cependant, ils n'y ont quasiment pas participé. Si cela se reproduit lors de l'évènement, « cacher » le panneau dans la zone bénévole. Ce panneau représente la communauté du SDB. Un panneau vide donnerait une mauvaise image aux visiteurs.

13.3.6.2 Visuels

Figure 21 Challenge cartes clients (carte)

Figure 20 Challenge cartes clients (panneau)



13.3.6.3 Coûts

Tableau 20 Coûts : Challenge carte client

Élément	Source	Coût	Commentaires
Panneau en liège 90x150 cm	presentoir-et-presentoirs.ch (19.06.20)	CHF 0.-	Réutilisation du matériel lié au panneau de quêtes
Impression format carte de visite (250 unités)	onlineprinters.ch (19.06.20)	CHF 31.06	
Stylos	Papeterie Jordan Jacques & Fils SA, à Sion	50x CHF 0.60	Dans toutes les papeteries
Épingles	Papeterie Jordan Jacques & Fils SA, à Sion	CHF 0.-	Réutilisation du matériel lié au panneau de quêtes
Récompense	Alex Millius (Annexe)	25x CHF 3	Estimé si 50 bénévoles remplissent deux cartes et que le nombre de bière est divisé par quatre
TOTAL		CHF 136.06	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.3.6.4 Validation

Tableau 21 Validation : Challenge carte client

Période	Hypothèse	Mesure
Pendant	Les bénévoles ont besoin d'aide pour réaliser des rencontres au SDB	Vérifier régulièrement le taux de remplissage du panneau.
Après	Les bénévoles ont besoin d'aide pour réaliser des rencontres au SDB	As-tu participé au challenge des cartes clients ? Oui/Non Pourquoi ?
	L'implémentation permet aux bénévoles de faire des rencontres.	Sur une échelle de 1 (inutile) à 10 (essentielle), à combien juges-tu, pour toi, l'utilité du challenge des cartes clients pour réaliser des rencontres au SDB ?

Source : Données de l'auteur

13.3.7 Tutoriels, exemples

Figure 22 Tutoriel panneau de quêtes



Le CERM est encore vide et n'appartient à personne.
Quelque chose me dit qu'il va y avoir du grabuge...

Objectif

Être l'équipe qui possède la plus grande surface du CERM à la fin de la journée !

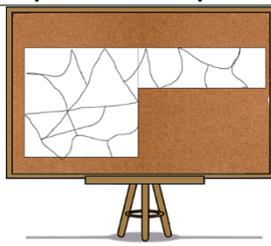
Règlement

Les  et les  peuvent débiter une nouvelle quête

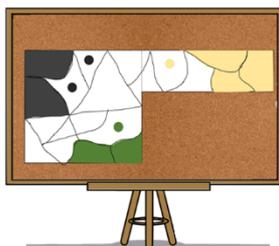
Les  doivent être accompagnés par un  ou un 

Si une quête est débütée par  seul des membres de l'équipe  peuvent rejoindre

Seul un  peut valider une quête



1. L'ensemble des activités à réaliser aujourd'hui sont résumées sur ce panneau
2. Chaque case représente une quête à réaliser avec ton équipe.
3. Lorsque tu débutes une quête, détache la case correspondante et garde-la sur toi. Elle t'indiquera tout ce que tu dois savoir



4. Prends une gommette de la couleur de ton équipe pour indiquer à tes coéquipiers qu'ils peuvent venir t'aider
5. Lorsque tu as terminé, et que la quête est validée... BRAVO ! Tu peux colorer la case correspondante à la quête réalisée sur le tableau. Tu viens d'acquérir une part du CERM !

Quête n°12
Niveau 2 >2 personnes

Mettre en place la signalétique
Les visiteurs doivent pouvoir trouver facilement les sorties et les toilettes. Placez les panneaux aux endroits adéquats. Si nécessaire, réalisez une ligne directrice avec du scotch.

Matériel

- 8x panneau Toilettes
- 10x panneau Sortie
- 2x Gros scotch rouge
- 2x Gros scotch noir
- 1x carte du CERM

13.4 Implémentations mineures

Ces implémentations n'ont pas été validées durant ce mandat. Elles vous sont proposées dans une version bon marché afin de les tester et vérifier leur effet de manière empirique.

13.4.1 Espace bénévole

Espace réservé aux bénévoles durant toute la période d'action des bénévoles. Il se trouve proche du centre du CERM. Du café, des boissons et des snacks sont mis à disposition. Les bénévoles y trouvent également des bols à questions « Ice-Breaker » pour leur permettre de faire connaissance.

Le panneau de quêtes lors du (dé)montage et le panneau du challenge des cartes clients les JourJ se trouvent à proximité de l'espace bénévole. Les panneaux sont accessibles par tous les bénévoles.

13.4.1.1 Exemple questions Ice-Breaker

13.4.1.1.1 Classiques

D'où viens-tu ?

Quel est ton hobby/une chose que tu aimes faire ?

Quel est ton plat préféré ?

Dans quelle entreprise travailles-tu ?

Quel est le titre de ton emploi actuel ?

13.4.1.1.2 Funs

Dernière chanson chantée sous la douche ?

Si tu pouvais ressusciter un musicien qui ça serait ?

Comment aimes-tu tes œufs ?

Quel métier voulais-tu faire étant enfant ?

Si tu étais un légume, lequel serais-tu ?

Si tu te réveillais demain en tant qu'animal, lequel serais-tu et pourquoi ?

13.4.1.1.3 Rêves

Où est-ce que tu aimerais voyager ?

Avec quelle personne historique voudrais-tu prendre un café ?

As-tu vu de bons films récemment que tu me recommanderais ?

Si tu pouvais être dans le film de ton choix, lequel choisirais-tu et quel personnage jouerais-tu ?

Si tu étais une ville, laquelle choisirais-tu et pourquoi ?

13.4.1.1.4 Développement personnel

Quel est le mot qui décrit le mieux tes ambitions pour l'année 2021 ?

Qu'est-ce qui te plaît le plus dans ce que tu fais ?

Qui est ta plus grande inspiration dans la vie ?

13.4.1.1.5 Bière

Si tu étais une bière, laquelle serais-tu ?

Combien as-tu bu de bière dans ta vie selon toi ?

Ton meilleur souvenir avec une bière ?

13.4.1.1.6 Apprentissage

Quel est le dernier livre que tu as lu ?

Quel est le sujet qui te passionne en ce moment ?

13.4.1.2 Coûts

Les coûts dépendent des ressources placées dans l'espace bénévole.

13.4.1.3 Validation

Tableau 22 Validation : Espace bénévole

Période	Hypothèse	Mesure
Pendant	Les bénévoles acceptent l'implémentation.	Vérifier régulièrement la fréquentation de l'espace bénévole
Après	Les bénévoles souhaitent un espace pour faire connaissance et se reposer.	Sur une échelle de 1 (inutile) à 10 (essentielle), à combien juges-tu, pour toi, l'utilité de l'espace bénévole ?
	Question ouverte afin d'identifier le besoin des bénévoles.	Quel est l'utilité principale de l'espace bénévole, selon toi ?
	Les questions Ice-Breaker permettent aux bénévoles de faciliter la création de liens entre eux.	As-tu utilisé le bol à questions Ice-Breaker ? Oui/Non Pourquoi ?

Source : Données de l'auteur

13.4.2 Ravitaillement

Les bénévoles au ravitaillement sont divisés en trois équipes : snipers, éclaireurs, ravitailleurs. Les snipers sont en hauteur dans la salle et observent quels brasseurs ont besoin d'aide. Les éclaireurs sont informés et vont voir les brasseurs pour définir comment les aider. Ils transmettent l'information aux ravitailleurs qui récupèrent les bons futs et les amènent.

Les communications sont réalisées via des Talkies Walkies.

13.4.2.1 Coûts

Tableau 23 Coûts : Ravitaillement

Elément	Source	Coût	Commentaires
Talkie Walkie Motorola T42 Triple	Interdiscount.ch (25.06.20)	CHF 59.90	
TOTAL		CHF 59.90	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.4.2.2 Validation

Tableau 24 Validation : Ravitaillement

Période	Hypothèse	Mesure
Après	Diviser le poste en trois groupes permet de gagner en efficacité et améliorer le travail en équipe	Sur une échelle de 1 (mal organisé) à 10 (très bien organisé), comment juges-tu l'organisation du poste de ravitaillement ?
	Question ouverte	Selon toi, comment l'organisation du ravitaillement pourrait-elle être meilleure ?

Source : Données de l'auteur

13.4.3 Bar

Simplifier l'utilisation de la caisse en :

- Reliant chaque élément à un code couleur sur la caisse, plutôt qu'à du texte. Ce code couleur se retrouve sur un guide.

- Ajoutant un bouton pour retirer la consigne qui s'ajoute automatiquement.

13.4.3.1 Visuels

Figure 23 Visuel utilisation caisse



13.4.3.2 Coûts

Tableau 25 Coûts : Bar

Elément	Source	Coût	Commentaires
Pastilles de couleur (20mm)	rajapack.ch (25.06.19)	2x CHF 5.55	Rouge, bleu Récupérer les pastilles noir, vert, jaune/orange du (dé)montage
TOTAL		CHF 11.10	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.4.3.3 Validation

Tableau 26 Validation : Bar

Période	Hypothèse	Mesure
Après	Créer un système de couleur et enlever manuellement la caution permet d'éviter les erreurs.	Vérifier et comparer les différences de caisse des différentes éditions
	Relier les informations à des couleurs plutôt qu'à du texte simplifie la lecture dans des milieux peu éclairés ou sous le stress.	Le système de pastille de couleur a-t-il permis de faciliter le travail à la caisse ? Oui/Non
	Question ouverte	Selon toi, comment l'organisation du bar pourrait-elle être meilleure ?

Source : Données de l'auteur

13.4.4 Feedback de progression

L'objectif ici est d'essayer de visualiser l'ensemble des activités du JourJ. En plus de démontrer l'impact des actions des bénévoles sur le Salon, le feedback leur fait comprendre qu'ils sont *géniaux*.

13.4.4.1 Visuels

Figure 24 Visuel progression accueil



Ici, une frise en papier est suspendue au-dessus de la caisse.

Le ticket de caisse est remplacé par une ficelle légèrement élastique attachée à une flèche. L'autre bout de la flèche est suspendu via un porte-badges.

13.4.4.2 Coûts

Les coûts vont dépendre des implémentations réalisées. Voici les coûts liés à la visualisation du chiffre réalisé à l'accueil :

Tableau 27 Coûts : Progression accueil

Elément	Source	Coût	Commentaires
Porte badge (90cm)	Migros Valais (25.06.20)	CHF 12.95	
Ficelle élastique (25m)	Migros Do It Garden (25.06.20)	CHF 14.50	
TOTAL		CHF 27.45	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.4.4.3 Validation

Si l'implémentation est validée de manière empirique, il peut être intéressant de rechercher une manière de la digitaliser.

Tableau 28 Visualisation : Progression accueil

Période	Hypothèse	Mesure
Après	Démontrer que les actions des bénévoles ont un impact sur l'évènement permet de les motiver	As-tu apprécié le fait de pouvoir visualiser ta progression ? Oui/Non Pourquoi ?

Source : Données de l'auteur

13.4.5 Reconnaissance des clients

Des clients aléatoires, environ trente par jour, reçoivent des badges avec des injonctions démontrant de la reconnaissance.

Ils sont invités à l'offrir à un bénévole dont ils apprécient le travail

13.4.5.1 Visuel

Figure 25 Badge surprise



13.4.5.2 Coûts

Tableau 29 Coûts : Badge surprise

Elément	Source	Coût	Commentaires
Badge (Épingle, 37 mm)	atelierdubadge.ch	100x CHF 0.77	
TOTAL		CHF 77	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.4.5.3 Validation

Tableau 30 Validation : Badge surprise

Période	Hypothèse	Mesure
Après	Informatif	As-tu reçu un ou plusieurs badges comme celui-ci (image) ? Oui/Non (Si oui) Combien en as-tu reçu ?
	Les badges surprises permettent d'améliorer le sentiment de reconnaissance des bénévoles	Vérifier la corrélation entre le nombre de badges reçus et les retours sur l'expérience globale

Source : Données de l'auteur

13.4.6 Guide du Bénévole Brutolique (GBB)

À son arrivée, chaque bénévole reçoit le « Guide du bénévole brutolique (GBB) ».

Celui-ci contient les informations essentielles, le cadre de la journée et les tutoriels utiles aux bénévoles des trois Levels.

- Le cadre des deux journées
- Un rappel de l'ensemble des tutoriels
- Les informations utiles comme des numéros d'urgence

13.4.6.1 Visuels

Figure 26 Exemple page GBB

Panneau de quête

8 avril
11 avril

On vient de découvrir le CERM dans cet état. Il n'appartient encore à personne !

Quelque chose me dit qu'il va y avoir du grabuge...



Objectif

Être l'équipe qui possède la plus grande surface du CERM à la fin de la journée !

Règlement

Les  et les  peuvent débiter une nouvelle quête

Les  doivent être accompagnés par un  ou un 

Si une quête est débiterée par  seul des membres de l'équipe  peuvent rejoindre

Seul un  peut valider une quête

Levels



Les galopins
Prochain Level : 6h de bénévolat



Les chopes
Prochain Level : 20h de bénévolat



Les masses

Rappel

Il ne s'agit pas d'une hiérarchie, l'organisation est plate.

Les Levels permettent d'indiquer aux nouveaux bénévoles auprès de qui ils peuvent demander de l'aide.

Les privilèges permettent d'optimiser l'organisation du Salon de la Bière. Leur respect permet de progresser mieux, plus vite.

13.4.6.2 Coûts

Tableau 31 Coûts : GBB

Elément	Source	Coût	Commentaires
Brochure (80g/m ² , offset, 12 pages, 100 unités)	onlineprinters.ch	CHF 99.76	
TOTAL		CHF 99.76	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.4.6.3 Validation

Tableau 32 Validation : GBB

Période	Hypothèse	Mesure
Après	Les bénévoles souhaitent avoir en tout temps un guide sur eux afin d'obtenir les informations nécessaires sur la journée.	Sur une échelle de 1 (inutile) à 10 (essentielle), à combien juges-tu, pour toi, l'utilité de l'espace bénévole ?
	Question ouverte	Selon toi, comment pourrions-nous améliorer ce guide ?

Source : Données de l'auteur

13.4.7 Cotisations

Les bénévoles paient une cotisation de CHF10.- par année pour pouvoir faire partie de la communauté des bénévoles du Salon de la Bière.

13.4.7.1 Validation

Cette implémentation bouscule les modèles existants. Pour la vérifier, vous pouvez ajouter une case « Cotiser à hauteur de CHF10.- et intégrer la communauté du Salon de la Bière » avec en fond de page « L'argent permet de soutenir le Salon de la Bière et diverses autres actions du comité ». Vérifiez combien de bénévoles (et quels types de bénévoles) acceptent de payer ce montant sans avoir de contrepartie.

Tableau 33 Validation : Cotisation

Période	Hypothèse	Mesure
Avant	Les bénévoles sont prêts à déboursier une petite somme pour faire partie de la communauté de bénévoles du Salon de la Bière.	Dans le questionnaire pré-SDB, ajouter une case optionnelle « Cotiser à hauteur de CHF10.- et intégrer la communauté du Salon de la Bière » avec en fond de page « L'argent permet de soutenir le Salon de la Bière et diverses autres actions du comité ». Vérifiez combien de bénévoles (et quels types de bénévoles) acceptent de payer ce montant sans avoir de contrepartie.
Après	La cotisation, via un biais de coûts irrécupérables, incite les bénévoles à respecter leurs engagements.	Observer la différence d'absentéisme entre les différentes éditions et entre les bénévoles qui ont payé ou non la cotisation.

13.4.8 Valorisation des bénévoles sur le site internet

Une photo de chaque bénévole est affichée sur le site salondelabiere.ch, rubrique « team », classés par Levels.

13.4.8.1 Validation

Tableau 34 Validation : Valorisation bénévoles

Période	Hypothèse	Mesure
Après	Les bénévoles souhaitent être reconnus comme membres de l'équipe SDB	Sur une échelle de 1 (Cela me dérange) à 10 (C'est génial !), quel est ton ressenti vis-à-vis de la présence de ta photo sur le site web salondelabiere.ch ?
	Question ouverte	Comment pourrions-nous te montrer davantage notre reconnaissance ?

13.4.9 Questionnaire de satisfaction

Relier les retours de satisfaction avec les motivations et les attentes initiales permet d'identifier le bénévole-type qui répond positivement aux implémentations proposées et aux autres éléments du Salon de la Bière. Ainsi, vous pourrez mieux cibler votre communication. Les questions pourraient être :

- Sur une échelle de 1 (mauvaise) à 10 (excellente), comment juges-tu l'ambiance globale de la journée où tu as participé en tant que bénévole ?
- Sur une échelle de 1 (mauvaise) à 10 (excellente), à combien estimes-tu que nous avons répondu à tes attentes initiales ?
- Sur une échelle de 1 (pas du tout) à 10 (beaucoup), à quel point penses-tu que ton travail a été reconnu ?
- Sur une échelle de 1 (aucun) à 10 (beaucoup), quel plaisir as-tu eu à participer au Salon de la Bière en tant que bénévole ?

13.4.10 Budget prévisionnel

Ce budget comprend l'ensemble des dépenses *minimums* à prévoir pour mettre en place l'ensemble des implémentations conseillées.

Tableau 35 Coûts : Budget prévisionnel

Elément	Coût
Pastilles de couleur (20mm)	5x CHF 5.55
Panneau en liège (90x150 cm)	CHF 54.16
Marqueurs épais	3x CHF 10.40
Épingles (40 unités)	2x CHF 2.90
Stylos	50x CHF 0.60
Impression A0 (papier couché, 135g/m ²)	3x CHF 26.12
Impression format carte de visite (250 unités)	CHF 31.06
Brochure (80g/m ² , offset, 12 pages, 100 unités)	CHF 99.76
Porte badge (90cm)	CHF 12.95
Ficelle élastique (25m)	CHF 14.50
Bandeaux (coton, 20x100 cm)	120x CHF 2.-
Talkie Walkie Motorola T42 Triple	CHF 59.90
Badge (Épingle, 37 mm)	300x CHF 0.77
Bières	25x CHF 3
TOTAL	CHF 980.34

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

13.5 Hors-sujets

13.5.1 Merchandising

Concernant le stand de merchandising avec les patches, donner accès à des patches selon des conditions spécifiques demande une certaine organisation pour obtenir les informations nécessaires pour chaque achat. De plus, il est important de noter que les exigences doivent être atteignables par l'ensemble des bénévoles. Autrement, cela peut provoquer de la frustration et un sentiment d'injustice, qui va provoquer un rejet des règlements et du système mis en place car il ne sera plus perçu comme juste et impartial (Werbach, s. d.). Mon conseil serait de s'inspirer de ce qui fonctionne. Ainsi, les festivals de musique Hard Rock/Metal²⁴ proposent une série de patches liés à l'édition actuelle ainsi que d'autres patches représentant le logo ou une illustration des artistes présents. Dans le cas du Salon de la Bière, les artistes sont les brasseurs.

13.5.2 Bière sans alcool

Un bénévole durant le World Café a émis l'idée d'avoir des bières sans-alcool, ou faiblement alcoolisées, durant l'évènement. Cela lui permettrait de lier consommation de bières et travail.

²⁴ Notamment Hellfest, Graspop Metal Meeting, Wacken Open Air, et Greenfield Festival

Chapitre 14. Limites du travail

Malgré les six itérations réalisées, le contexte n'a pas permis de valider avec certitude les hypothèses liées à la pertinence de la gamification de ressources humaines dans un contexte bénévole. Une étude empirique sur le sujet permettrait d'observer les comportements et actions des utilisateurs de telles implémentations gamifiées et de réaliser des liens avec les théories.

Le nombre limité de participants lors du World Café et de la simulation du Salon de la Bière ne permet pas d'obtenir des résultats statistiquement significatifs. Si j'avais obtenu davantage de données, il m'aurait été possible de définir plus précisément les comportements futurs des bénévoles.

Mes compétences limitées en graphisme, code et en Game Design ont limité mes actions dans ces domaines. La simulation a été réalisée sous la forme d'un questionnaire quantitatif avec peu d'illustrations afin d'en simplifier la construction. Si j'avais eu davantage de compétences dans ces domaines, la simulation du Salon de la Bière et le design des recommandations auraient été plus poussés.

Chapitre 15. Perspectives de recherches ultérieures

Les études empiriques sur la gamification sont rares. Il serait intéressant de challenger sur le terrain les implémentations et hypothèses présentées dans ce document, avec plusieurs types d'événements et entreprises utilisant des bénévoles.

Cette étude tend à traiter un employé comme un client. Il pourrait être intéressant de vérifier la pertinence de la démarche dans une entreprise utilisant des salariés. Et si l'on se souciait des besoins des employés avant de ceux de l'entreprise et du marché ?

Pour aller plus loin dans l'optimisation du bénévolat, il pourrait être intéressant de développer la simulation jusqu'à un Serious Game ou un jeu complet. Celui-ci permettrait à une entreprise d'étudier les profils de ses employés et/ou bénévoles et d'adapter en conséquence la stratégie de l'entreprise.

Chapitre 16. Références

- Amabile, T., & Kramer, S. (2011). *The Progress Principle : Using Small Wins to Ignite Joy, Engagement, and Creativity at Work*. Harvard Business Press.
- Arkes, H. R., & Blumer, C. (1985). The psychology of sunk cost. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35(1), 124-140. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(85\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0749-5978(85)90049-4)
- Asch, S. E. (1955). Opinions and Social Pressure. *Scientific American*, 193(5), 31-35. JSTOR.
- Bartle, R. (2005). Virtual worlds : Why people play. *Massively Multiplayer Game Development 2*, 2, 3-18.
- Berghman, L., Matthyssens, P., Streukens, S., & Vandenbempt, K. (2013). Deliberate Learning Mechanisms for Stimulating Strategic Innovation Capacity. *Long Range Planning*, 46(1), 39-71. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.11.003>
- Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. Academic Pr.
- Cardador, M. T., Northcraft, G. B., & Whicker, J. (2017). A theory of work gamification : Something old, something new, something borrowed, something cool? *Human Resource Management Review*, 27(2), 353-365. <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2016.09.014>
- Cota, A. A., Evans, C. R., Dion, K. L., Kilik, L., & Longman, R. S. (1995). The Structure of Group Cohesion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(6), 572-580. <https://doi.org/10.1177/0146167295216003>
- Demoustier, D. (2002). Le bénévolat, du militantisme au volontariat. *Revue française des affaires sociales*, 4, 97-116.
- Eisner, D., Washburn, S., Grimm, R. T., & Maynard, S. (2009). *The New Volunteer Workforce*. Leland Stanford Jr. University. http://www.dobrywolontariat.pl/baza_wiedzy2/download/filename/the_new_volunteer_workforce.pdf
- Ferrand-Bechmann, D. (2000). *Le métier de bénévole*. Anthropos.
- Freedman, J. L., & Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure : The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(2), 195-202. <https://doi.org/10.1037/h0023552>
- Fu, Y. C. (2011). *The Game of Life : Designing a Gamification System to Increase Current Volunteer Participation and Retention in Volunteer-based Nonprofit Organizations*. 38.

- Gagnon, É., & Fortin, A. (2004). L'espace et le temps de l'engagement bénévole : Essai de définition. *Nouvelles pratiques sociales*, 15(2), 66-76. <https://doi.org/10.7202/008915ar>
- Giffard, M., & Moral, M. (2017). *Coaching d'équipe : Outils et pratiques*.
- Gintis, H. (2005). Behavioral Game Theory and Contemporary Economic Theory. *Analyse & Kritik*, 27(1), 48-72. <https://doi.org/10.1515/auk-2005-0102>
- Godbout, J. T. (2002). *Le bénévolat n'est pas un produit* (1ère édition, Vol. 15). Université du Québec à Montréal.
- Guéguen, N., & Fischer-Lokou, J. (1999). *Sequential Request Strategy : Effect on Donor Generosity - ProQuest*.
<https://search.proquest.com/openview/f0de68b3fa3dbee9d62c23af9ad4025e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1819178>
- Hackso, V. (2017). *Changer les systèmes : La gamification*. 77.
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3025-3034. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- Hassan, L., Morchheuser, B., Alexan, N., & Hamari, J. (2018). *First-hand experience of why gamification projects fail and what to do about it*.
https://www.researchgate.net/publication/327477493_First-hand_experience_of_why_gamification_projects_fail_and_what_to_do_about_it
- Heath, C., & Heath, D. (2017). *The power of moments : Why certain experiences have extraordinary impact* (First Simon&Schuster hardcover edition). Simon & Schuster.
- Hunicke, R., LeBlanc, M., & Zubek, R. (2004). *MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research*. 5.
- Kahneman, D. (2012). *Thinking, fast and slow*. Penguin Books.
- Kim, A. J. (2014, février 28). *Beyond Player Types : Kim's Social Action Matrix*. Amy Jo Kim.
<https://amyjokim.com/blog/2014/02/28/beyond-player-types-kims-social-action-matrix/>
- Kotter, J. P., Rathgeber, H., Stadler, H., & Mueller, P. (2006). *Das Pinguin-Prinzip : Wie Veränderung zum Erfolg führt*. Droemer.
- Larousse en ligne. (2020a). Rang. In *Le dictionnaire Larousse en ligne*.
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/rang/66440>

- Larousse en ligne. (2020b). Niveau. In *Le dictionnaire Larousse en ligne*.
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/niveau/54687>
- Larousse en ligne. (2020c). Clan. In *Le dictionnaire Larousse en ligne*.
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/clan/16341>
- Larousse en ligne. (2020d). Équipe. In *Le dictionnaire Larousse en ligne*.
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/équipe/30690>
- Manzoor, Q.-A. (2011). Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiveness. *Business Management and Strategy*, 3(1). <https://doi.org/10.5296/bms.v3i1.904>
- Observatoire du bénévolat—SSUP. (s. d.). Consulté 21 février 2020, à l'adresse <https://sgg-ssup.ch/fr/freiwilligenmonitor-fr.html>
- OFS. (2017). *Enquête suisse sur la population active (ESPA) : Travail non rémunéré*.
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/travail-remuneration/enquetes/espa-mod-tnr.assetdetail.3042813.html>
- Peffer, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007). *A Design Science Research Methodology for Information Systems Research*. 53.
- Ries, E., Immelt, J., Ballé, M., Beauvallet, G., Caseau, Y., Bouvier, M., Guenette, M., & Sobecki, C. (2015). *Lean startup : Adoptez l'innovation continue*. Pearson.
- RTS, swissinfo avec les agences et la. (2020, mars 17). *Frontières contrôlées, commerces fermés : Le coronavirus isole les Suisses*. SWI swissinfo.ch.
https://www.swissinfo.ch/fre/societe/pand%C3%A9mie_coronavirus--la-situation-en-suisse/45604062
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations : Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.
<https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Schell Games. (2016). *Art Of Game Design : Lenses* (3.02) [Android].
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.schellgames.deckoflenses&hl=fr>
- Schell, J. (2019). *The Art of Game Design : A Book of Lenses, Third Edition*. A K Peters/CRC Press.
<https://doi.org/10.1201/b22101>
- Seaborn, K., & Fels, D. I. (2015). Gamification in theory and action : A survey. *International Journal of Human-Computer Studies*, 74, 14-31. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2014.09.006>

- Slocum-Bradley, N., & Fondation Roi Baudouin. (2006). *Méthodes participatives un guide pour l'utilisateur*. Fondation Roi Baudouin.
- Slywotzky, A. J., & Weber, K. (2007). *The upside : The 7 strategies for turning big threats into growth breakthroughs* (1st ed). Crown Business.
- Sottas, M. (2019). « *Le temps c'est de l'argent* », mais l'argent fait-il le bonheur ? Étude des facteurs d'influence sur... | *Archive ouverte UNIGE*. <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:123422>
- Steam : *Game and Player Statistics*. (2020). [Plateforme]. Steam. <https://store.steampowered.com/stats/?l=french>
- Straw, J. (2013). *The work of leaders : How vision, alignment, and execution will change the way you lead* (First Edition). Jossey-Bass.
- Suits, B. (1978). *The Grasshopper : Games, Life and Utopia*. University of Toronto Press.
- Werbach, K. (s. d.). *Gamification*. <https://www.coursera.org/learn/gamification/home/welcome>
- Wittgenstein, L. (2014). *Recherches philosophiques*. Gallimard.

Chapitre 17. Documents annexes

Tutoriel 1 : Lens : réviser un jeu	85
Tutoriel 2 : Les éléments ludiques	86
Le fun	86
Les feedbacks	86
Les récompenses.....	86
Tutoriel 3 : Analyse du joueur	87
Être en compétition.....	88
Exprimer	88
Collaborer	88
Explorer	88
Tutoriel 4 : Conceptualisation (DDE Model).....	89
Design	90
Dynamics.....	90
Experience.....	90
Tutoriel 5 : La création d'un moment	91
L'élévation	91
La connaissance.....	91
La fierté.....	91
La connexion	91
Tutoriel 6 : Taxonomie de la motivation	92
Tutoriel 7 : La conceptualisation par itérations (DSRM).....	93
Gestion de projet	94
Heures réalisées	94
<i>Administration.....</i>	<i>94</i>
<i>Mise à niveau</i>	<i>94</i>
<i>Itération 1 (Port Franc)</i>	<i>94</i>
<i>MVP 1 (World Café)</i>	<i>94</i>
<i>MVP 2 (Discussion cadrée).....</i>	<i>95</i>
<i>MVP 3 (Interview)</i>	<i>95</i>
<i>MVP 4 (Simulation).....</i>	<i>95</i>
<i>MVP 5 (Innovation verticale)</i>	<i>95</i>
<i>MVP 6 (Présentation client)</i>	<i>95</i>
<i>Recommandations.....</i>	<i>96</i>
<i>Rédaction</i>	<i>96</i>
Milestone.....	96
Annexe 1 : Contrat de mandat	97
Annexe 2 : Covid19, nouvelle planification	107
Annexe 3 : Stratégie du mandat	109
Vision	109

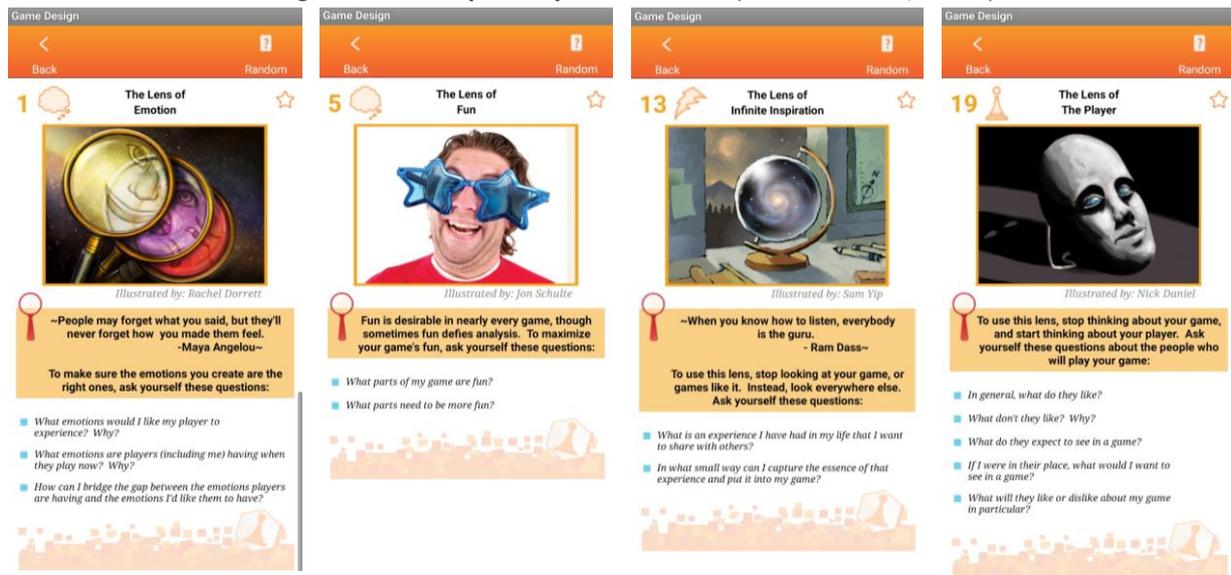
Mission	109
Annexe 4 : Interview Paul Patin	110
Annexe 5 : Concepts initiaux	111
(dé)montage.....	111
JourJ	112
Annexe 6 : Consignes World Café.....	114
Rôle facilitateur	114
Table 1	115
Table 2	115
Table 3	115
Annexe 7 : Résultats World Café.....	116
Annexe 8 : Présentation des concepts (2^e itération)	118
Questions Sli.do :	118
Idée 1	118
Idée 2	118
Idée 3	118
Annexe 9 : Résultats discussion cadrée	119
Annexe 10 : Interviews Bénévoles	125
Calixte Mayoraz.....	125
Valentin Schwery	126
Mégane Berthouzoz.....	127
Erwin Millius.....	128
Annexe 11 : Matrices motivationnelles	129
Annexe 12 : Adaptation au contexte pandémique	132
Annexe 13 : Présentation (6^e itération)	133
Annexe 14 : Résumé apprentissages	136
Tableau de quête.....	136
Equipes.....	137
Sessions de jeu.....	138
Levels	139
Fiche de poste	140
Challenge carte client	141
Autre JourJ	142
Ravitaillement	143
Autre Global.....	144
Annexe 15 : tarif bières	146

Annexe 16 : Méthodologie Simulation	147
Attentes.....	148
2 ^e Itérations	153
Design du questionnaire	153
Annexe 17 : Simulation : 1^{ère} communication.....	157
Annexe 18 : Simulation : 2^{ème} communication	158
Annexe 19 : Simulation : Analyses	159
90% des bénévoles déclarent avoir obtenu les informations nécessaires pour participer à l'effort collectif	159
<i>Tableau de quête & Level.....</i>	<i>159</i>
<i>Level</i>	<i>161</i>
90% des bénévoles répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse	161
<i>Sessions jeu</i>	<i>161</i>
<i>Tableau de quête</i>	<i>164</i>
<i>Levels</i>	<i>165</i>
<i>Equipes & Session de jeu & Level</i>	<i>167</i>
<i>Fiche de poste</i>	<i>170</i>
95% des bénévoles acceptent et respectent les règles mises en place	172
<i>Tableau de quête</i>	<i>172</i>
<i>Equipe</i>	<i>174</i>
<i>Level & Equipe.....</i>	<i>175</i>
Bénévole opérationnel dès la 1 ^{ère} 1/2 heure	176
<i>Tableau de quête & Equipe & Level</i>	<i>176</i>
<i>Fiche de poste</i>	<i>178</i>
Autres	179
<i>Challenge carte client.....</i>	<i>179</i>
<i>Session Jeu, Panneau de quêtes.....</i>	<i>180</i>
<i>Attentes et besoins</i>	<i>182</i>
<i>Autres</i>	<i>183</i>
Annexe 21 : Simulation : Visuels.....	187
Déclaration	239

Tutoriel 1 : Lens : réviser un jeu

Lorsque le *game designer* a réfléchi à l'expérience qu'il souhaite faire vivre au joueur, qu'il l'a écouté et qu'il a créé le jeu, Schell (2019) conseille de prendre différents points de vue pour critiquer le travail réalisé. 113 différents points de vue sont répertoriés dans l'application *Art Of Game Design: Lenses* (Schell Games, 2016) et permettent de retravailler chaque détail d'un jeu un à un.

Figure 27 Exemple de points de vue (Schell Games, 2016)



Source : *Art Of Game Design: Lenses* (Schell Games, 2016)

Tutoriel 2 : Les éléments ludiques

Pour arriver à ses fins, plusieurs outils existent. Le fun, les feedbacks et les récompenses sont parmi les plus importants (Werbach, s. d.).

Le fun

Le fun, c'est le plaisir avec des surprises (Schell, 2019). Il est présent dans la plupart des jeux, fait partie des éléments présents dans une expérience et est appréciable dans tous les contextes (Werbach, s. d.). Il peut être créé, par exemple, via une victoire, ou encore en résolvant des énigmes en équipe (Werbach, s. d.).

Les feedbacks

Un autre élément de la gamification est d'informer le joueur (Werbach, s. d.). Il s'agit, en effet, souvent de la différence entre un jeu et la réalité. Dans le jeu, le joueur a, à disposition, toutes les informations dont il a besoin pour avancer. L'un des objectifs de la gamification est alors de transmettre les informations nécessaires aux joueurs pour leur permettre de prendre les bonnes décisions. On parle alors de feedbacks (Werbach, s. d.).

Les récompenses

Ce sont des éléments à double tranchants : les récompenses peuvent tout autant motiver que démotiver un joueur (Werbach, s. d.).

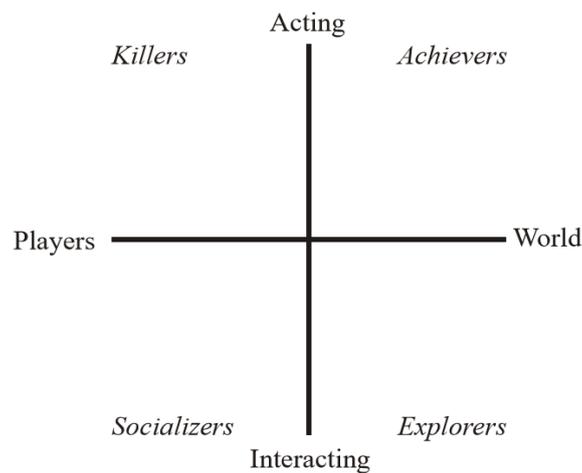
Une récompense peut être réelle ou virtuelle (Werbach, s. d.). On parle alors de récompense tangible ou intangible. De l'argent est tangible. Un message *Bien joué !* est une récompense intangible. Si cet argent est prévu explicitement à la fin d'une quête, la récompense est espérée. Il s'agit du cas le plus commun. D'un autre côté, le message *Bien joué !* peut être inattendu. Cette dernière option a plus d'impact sur le joueur.

Un des principaux dangers des récompenses est que celles-ci deviennent, avec le temps, normales et perdent leur effet (Werbach, s. d.). Le joueur s'attend à recevoir quelque chose et s'en lasse. Le second danger est que les récompenses peuvent forcer des comportements et donc manipuler les joueurs, ce qui peut tendre à des abus (Werbach, s. d.). Enfin, les récompenses créent de la motivation extrinsèque, ce qui peut diminuer la motivation intrinsèque d'un joueur à réaliser une activité, la rendant moins agréable (Werbach, s. d.). Ce phénomène se nomme *sur-justification*. La récompense devient la raison de réaliser l'activité, alors que la gamification cherche à motiver l'activité elle-même (Werbach, s. d.). Pour cette raison, il est déconseillé de chercher à motiver par la récompense une activité déjà motivante (Werbach, s. d.).

Tutoriel 3 : Analyse du joueur

Des modèles ont été mis au point pour analyser les joueurs. La plus connue est la taxonomie des types de joueurs de Bartle (2005). Elle détermine le joueur selon ses préférences à agir sur le monde qui lui est offert et sur les joueurs ou à interagir sur ces mêmes éléments. Ce modèle est cependant sujet à débat car il ne prend pas en compte toutes les subtilités des joueurs ainsi que les possibles changements de comportement avec le temps (Werbach, s. d.). Il est cependant une bonne porte d'entrée pour comprendre qu'il y a des différences entre les joueurs et leurs recherches de fun (Kim, 2014).

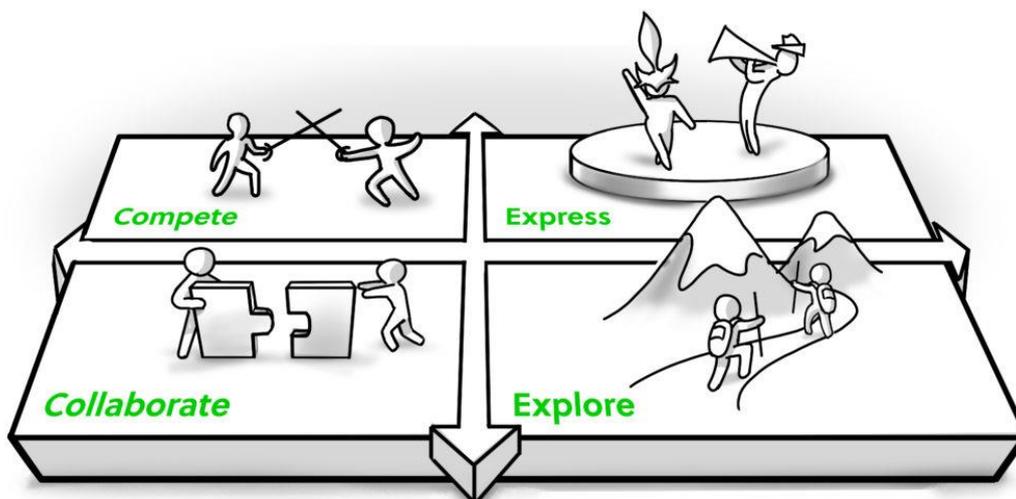
Figure 28 Le graphique original des types de joueurs



Source : *Virtual worlds : Why people play* (Bartle, 2005)

Une variante intéressante est celle de Kim (2014). Plutôt que de s'attarder sur les joueurs, la matrice prend en compte les actions que la gamification cherche à créer. La matrice dénombre alors quatre activités principales sources de motivation et qui sont détaillées en verbes d'actions :

Figure 29 Matrice des actions sociales



Source : *Beyond Player Types : Kim's Social Action Matrix* (Kim, 2014)

Être en compétition

Se battre, gagner, défier, voler, frimer, comparer, se moquer

Les compétiteurs apprécient développer leurs compétences et se comparer aux autres. Ils cherchent à maîtriser et à apprendre pour atteindre le sommet du classement (Kim, 2014).

Exprimer

Construire, créer, conceptualiser, décorer, customiser, choisir, acheter

Les exprimeurs aiment sortir de la masse et se faire remarquer via toutes opportunités d'expression personnelle. Ils cherchent à être admirés par les autres, à obtenir des statuts spéciaux et valorisent la créativité, le travail acharné et l'originalité (Kim, 2014).

Collaborer

Aimer, accueillir, commenter, aider, partager, contribuer

Les collaborateurs cherchent à collaborer pour atteindre un but commun et attribue la victoire à un travail en équipe solide. Ils cherchent à partager les savoirs et construire des équipes pour partager les tâches (Kim, 2014).

Explorer

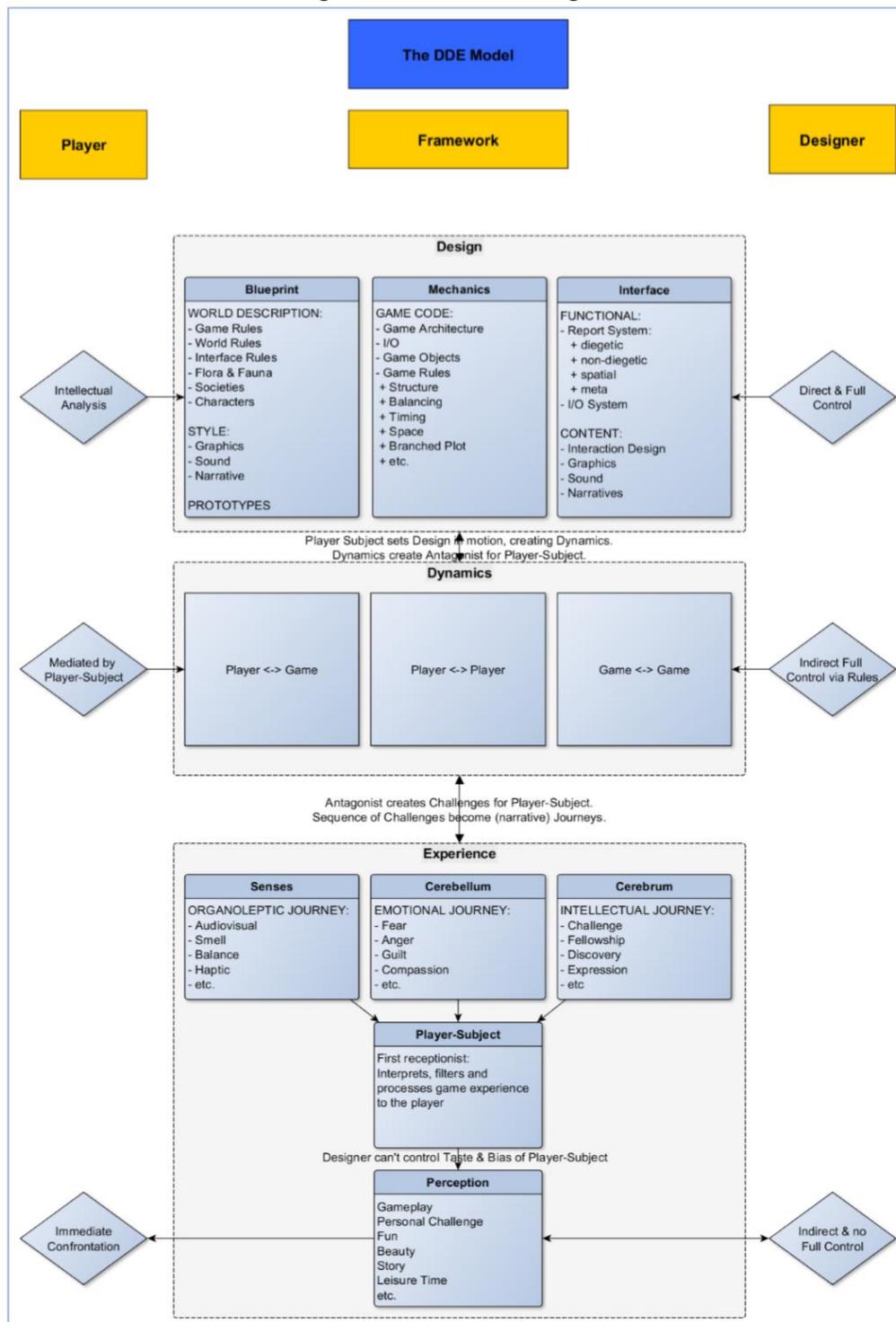
Collecter, trouver, évaluer, voir, voter, s'occuper de, chercher, passer en revue

Les exploreurs apprécient chercher les limites d'un système et comprendre la manière dont il est construit. Ils cherchent à accumuler des connaissances et à les valoriser auprès du groupe. Ils valorisent les conceptualisations intelligentes et cherche la collaboration via le partage de connaissances (Kim, 2014).

Tutoriel 4 : Conceptualisation (DDE Model)

Plusieurs modèles ont été mis au point pour concevoir un service gamifié. L'un d'eux est le *DDE Model* (Hunicke et al., 2004) : Design, Dynamics, Experience. Ce modèle est intéressant dans notre cas. En effet, il s'intéresse à la création d'une expérience (le *ressentir*, selon Werbach (s. d.)) plutôt que la gamification fonctionnelle.

Figure 30 Le cadre DDE général



Source : MDA: A formal approach to game design and game research (Hunicke et al., 2004)

Design

La partie design désigne tous les éléments dont le concepteur a le contrôle total. C'est-à-dire que le joueur n'a pas d'influence sur ce contenu. On y retrouve alors le concept du jeu (*Blue Print*), son architecture (*Mechanics*) et l'*interface* qui sert à communiquer avec le joueur (Hunicke et al., 2004).

Dynamics

Elles font le lien entre le design et l'expérience (Hunicke et al., 2004). On y retrouve, notamment, les éléments cités plus haut et dans la *litterature review* : compétition, coopération, feedback, récompense, victoire (Werbach, s. d.).

Experience

Il s'agit de la manière dont le joueur vit l'interaction avec le service gamifié. Le modèle différencie l'appropriation de l'expérience par le joueur via trois canaux : ses sens (*Senses*), ses émotions (*Cerebellum*), le challenge et les décisions à prendre (*Cerebrum*) (Hunicke et al., 2004). De plus, l'expérience comprend un *antagoniste* qui s'oppose au joueur, à noter qu'il peut s'agir du jeu lui-même.

Tout cela est interprété par le *joueur-sujet*. Il ne s'agit pas de la personne directement, mais d'une entité qui interagit différemment car elle se trouve dans un monde différent (Hunicke et al., 2004). Cette différence explique pourquoi il est difficile de comprendre un joueur sans lui faire essayer le service gamifié, mais uniquement en lui posant des questions (Schell, 2019). La perception de l'expérience est également modifiée selon les préférences et selon l'humeur du joueur (Hunicke et al., 2004).

À cela, Schell (2019) ajoute qu'une expérience est une série de moment.

Tutoriel 5 : La création d'un moment

Les frères Heath (Heath & Heath, 2017) ont étudié de près l'impact d'une expérience sur une personne. Créer des moments dans une expérience permet de marquer l'esprit de la personne et de faire en sorte qu'elle s'en souvienne. Quatre outils permettent de créer un moment mémorable (Heath & Heath, 2017). Cet effet est visible dès que trois des quatre outils sont présents. :

L'élévation

Créer une expérience qui sort de l'ordinaire. Cela peut être le cas car nos sens sont stimulés, à cause d'une pression externe de productivité ou par la surprise.

La connaissance

Créer une expérience qui transforme la personne, lui apprend quelque chose sur elle, ou sur son environnement. Cela est encore plus efficace si la personne apprend par elle-même, sans avoir été aidée.

La fierté

Mettre en place des moments qui reconnaissent les accomplissements des personnes.

La connexion

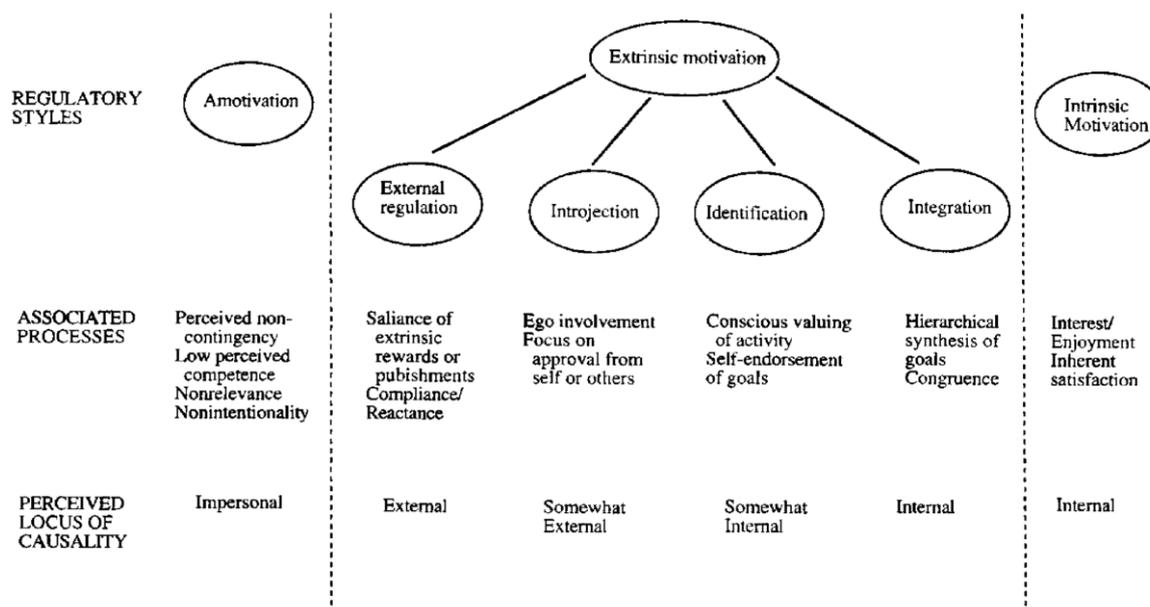
Mettre en place des moments en équipe où les problèmes et défis sont partagés avec toutes les personnes. Connecter les personnes autour d'une même vision.

Tous les éléments n'ont pas la même importance lors de la création d'une expérience (Heath & Heath, 2017). Les détails et la longueur seront vite oubliés par les personnes qui vivent une expérience, au profit d'un souvenir plus global (Heath & Heath, 2017). Ce qui va marquer les souvenirs d'une expérience, ce sont les pics d'émotions négatives et/ou positives, et la fin d'une expérience (Heath & Heath, 2017). Ce sont sur ces éléments qu'il faut travailler.

Tutoriel 6 : Taxonomie de la motivation

Ryan & Deci (Ryan & Deci, 2000) vont un peu plus loin que les notions de motivation intrinsèque et extrinsèque en proposant une taxonomie de la motivation.

Figure 31 Taxonomie de la motivation humaine



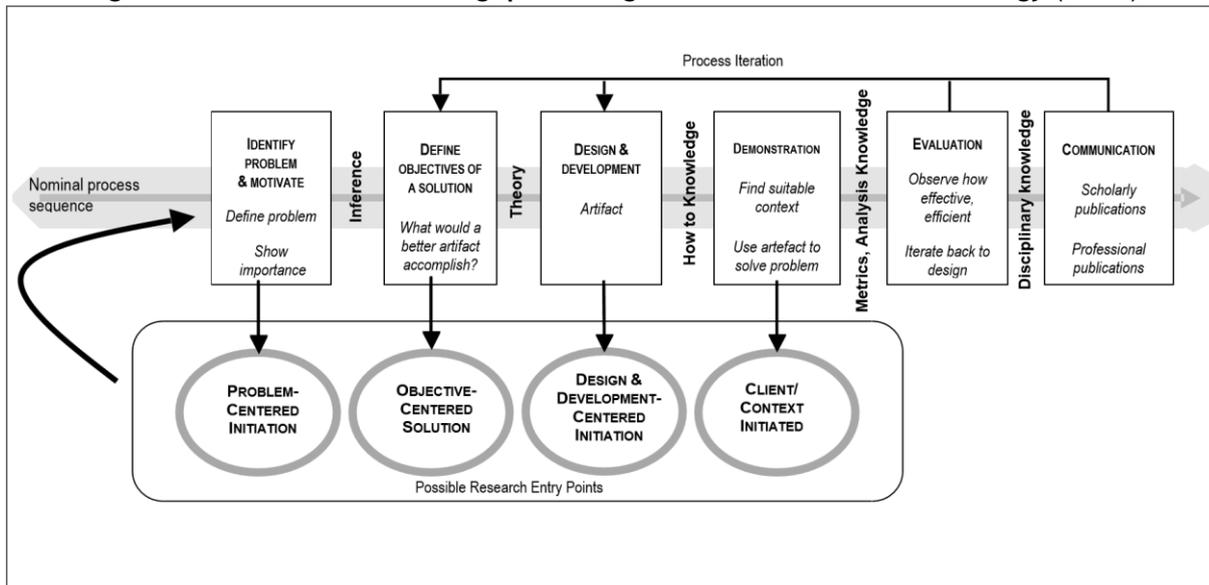
Source : *Intrinsic and Extrinsic Motivations : Classic Definitions and New Directions* (Ryan & Deci, 2000)

En plus de la pression extérieure et intérieure, il est précisé l'absence de pression comme une amotivation, égale à l'inaction (Ryan & Deci, 2000). L'amotivation apparaît lorsque la valeur de l'activité n'est pas suffisamment claire, que la personne ne se sent pas suffisamment compétente pour la réaliser ou qu'elle ne trouve pas les résultats désirés dans son accomplissement. Ensuite, la motivation extrinsèque est divisée en quatre catégories (Ryan & Deci, 2000):

- 1) Régulation externe
La motivation est créée en promettant une récompense ou par réactance. La réactance est la volonté d'un individu à récupérer une liberté dont il juge avoir été privé (Brehm, 1966).
- 2) Introjection
La motivation naît de l'égo de la personne qui recherche la reconnaissance de son entourage.
- 3) Identification
La valeur de l'activité est perçue par la personne et elle l'identifie à ses objectifs.
- 4) Intégration
L'activité est en congruence avec les valeurs et les besoins de la personne.

Tutoriel 7 : La conceptualisation par itérations (DSRM)

Figure 32 Processus méthodologique : Design Science Research Methodology (DSRM)



Source : *A Design Science Research Methodology for Information Systems Research* (Peffers et al., 2007, p.48)

La première étape est d'identifier la problématique à résoudre et les motivations qui donnent un sens à cette résolution. La deuxième étape est la définition des objectifs de la solution apportée. Il s'agit des critères de succès du projet. La troisième étape consiste à créer le produit/service qui sera amené vers le client. La quatrième étape est de définir les conditions d'évaluation du prototype. Enfin, la dernière étape est la publication des résultats et la mise en place du produit/service final (Peffers et al., 2007).

Le modèle ne suit pas un chemin linéaire, mais itératif. L'objectif est d'améliorer les résultats auprès des clients et/ou groupes de tests. Au fil de tests, des connaissances et une meilleure compréhension du public sont acquises.

Par sa conception itérative, les développements commencent par des résultats simples et bon marché, pour se diriger vers des produits/services plus aboutis au fur et à mesure des évaluations par les clients. Cela permet de gagner du temps et de l'argent dans la résolution de la problématique initiale (Ries et al., 2015).

Gestion de projet

Heures réalisées

Administration

Heures planifiées / Heures réalisées 42

Comprend Recherche du client, définition de la problématique, rédaction du contrat de mandat, réalisation de la gestion de projet, réunions avec client, réunions avec expert responsable du TB, planification du mandat, stratégie du mandat

Ne fait pas partie de la planification initiale

Mise à niveau

Heures planifiées 110 Heures réalisées 86

Comprend Mooc Gamification, lecture Game Design, recherche et rédaction état de l'art.

La réalisation des examens dans le Mooc, et la lecture de la partie économique de la lecture de Jesse Schell ont été mises de côté. La raison est leur manque de pertinence dans le contexte.

Itération 1 (Port Franc)

Heures planifiées 49 Heures réalisées 5

Comprend Négociation avec Stéphane, mise en place du concept, animation du concept, rédaction d'un questionnaire qualitatif, interview des participants, analyse des résultats, amélioration du concept.

L'itération a été reportée, puis annulée à la suite des conséquences de la pandémie Covid19.

MVP 1 (World Café)

Heures planifiées 15 Heures réalisées 12

Comprend Préparation, animation du World Café, analyse des résultats

Nombre de bénévoles présents plus faible que planifié.

MVP 2 (Discussion cadrée)

Heures planifiées / Heures réalisées 12

Comprend Première réflexion autour du concept, préparation du pitch, rédaction du questionnaire, animation de la présentation, analyse des résultats, amélioration du concept

N'était pas planifié initialement.

MVP 3 (Interview)

Heures planifiées / Heures réalisées 7

Comprend Rédaction d'un questionnaire qualitatif, interview de quatre bénévoles, analyse des résultats, amélioration du concept

N'était pas planifié initialement.

MVP 4 (Simulation)

Heures planifiées / Heures réalisées 96

Comprend Réflexion autour de la méthodologie, recherche de l'outil, rédaction du scénario, création du questionnaire, communications, analyse du questionnaire, validation des hypothèses

N'était pas planifié initialement.

MVP 5 (Innovation verticale)

Heures planifiées / Heures réalisées 6

Comprend Réflexion à l'aide du jeu de carte lié au Game Design, amélioration du concept

N'était pas planifié initialement.

MVP 6 (Présentation client)

Heures planifiées / Heures réalisées 5

Comprend Visualisation des concept, présentation, analyse des retours, amélioration du concept

N'était pas planifié initialement.

Recommandations

Heures planifiées 15 Heures réalisées 16

Comprend Rédaction des recommandations et de la marche à suivre, budget prévisionnel, matrice de risque, résumé des modifications au fil des itérations, pistes pour validation des concepts de manière empirique

Pas de différences notables

Rédaction

Heures planifiées 20 Heures réalisées 63

Comprend Introduction, rédaction de la démarche du mandat, conclusion, mise en page du document, relecture

Des erreurs ont provoqué des corrections qui ont demandé du temps supplémentaire. La mise en page du document n'a pas été planifiée initialement. La quantité supérieure d'itérations a demandé davantage d'investissement pour la rédaction.

Total heures 350 heures

Milestone

20 décembre Signature du mandat
 27 janvier Début du mandat
 1^{er} mars World Café, discussion cadrée
 2 mars Annulation officielle du Salon de la Bière
 28 avril Première envoi de la communication au sujet de la simulation
 21 mai Présentation des concepts au client
 30 juin Fin du mandat

Annexe 1 : Contrat de mandat

HES-SO Valais-Wallis

EE	IG	TO
X		

Sujet et Mandat Définitif
du travail de bachelorFO.2.2.02.27.HF
mob/06/08/2019

Filière: Economie d'entreprise, plein temps

Année 2019/2020

Confidentiel Non confidentiel

La directive sur les travaux de bachelor DI2.2.02.01 décrit précisément l'engagement de la HES-SO Valais-Wallis et celle du mandant selon que le sujet est confidentiel ou non.

Etudiant-e	Professeur
NOM Prénom QUARROZ Lionel	NOM Prénom BONAZZI Riccardo
Tél. 079 951 11 69	
Mandant-e	Personne de contact
NOM (raison sociale) Salon de la Bière (Association)	NOM Prénom MILLIUS Alex
Adresse complète Espace création, Rue de la Dixence 10, 1950 Sion	Fonction Président du comité d'organisation Tél. 078 648 84 86
Email alex@salondelabiere.ch	
Titre du travail de bachelor Optimiser et motiver les ressources bénévoles du Salon de la Bière grâce aux théories de gamification	
Echéancier des travaux de bachelor	
➤ Formation à plein temps	<input checked="" type="checkbox"/> Variante 1 février – juillet <input type="checkbox"/> Variante 2 septembre – novembre
➤ Formation en emploi	<input type="checkbox"/> Variante 1 février – août <input type="checkbox"/> Variante 2 septembre – janvier
➤ Type de tentative	<input checked="" type="checkbox"/> Première tentative <input type="checkbox"/> Seconde tentative

EE	IG	TO
X		

D'autre part le-la mandant-e confirme avoir pris bonne note :

- de la directive du système qualité relatives au travail de bachelor
- que le travail sera réalisé selon la variante choisie ci-dessus
- que la recherche d'un sujet de travail de bachelor incombe à l'étudiant-e; ses contacts avec les entreprises susceptibles de fournir un mandat n'engagent pas la responsabilité de l'école.
- que le travail reste propriété de la HES-SO Valais-Wallis et que l'exemplaire qui est remis à l'entreprise par l'étudiant-e est destiné exclusivement à ses propres besoins
- que la HES-SO Valais-Wallis se réserve le droit de publier sur le site Internet de l'école, le nom de l'entreprise, de l'étudiant-e, le titre du travail de bachelor ainsi qu'un résumé (sauf travaux confidentiels)
- que les travaux confidentiels ne sont pas publiés. Le nom de l'étudiant, accompagné de l'information "Confidentiel" est publié avec un résumé du travail de bachelor, ne contenant ni les chiffres, ni les données sensibles. Le nom de l'entreprise n'est pas publié.
- que la défense orale n'est pas publique (assistent à la défense, le professeur, l'expert et un représentant de la filière)
- que l'étudiant et le professeur planifient avec le représentant du mandant / de la mandante, une présentation du travail de bachelor à l'entreprise

Attestation d'originalité (à l'attention de l'entreprise mandante)

- Le/la mandant-e atteste qu'aucune étude similaire n'a déjà été effectuée.
- Lorsque des éléments relatifs au travail préexistent, ils doivent être mentionnés d'une manière explicite ci-après.

A la suite de ce formulaire, chaque étudiant-e doit fournir un rapport de 3 pages, comprenant les éléments suivants :

1. Titre du travail	Indiquez 1.1. Un titre pertinent qui fait référence au contexte, à l'objectif principal et éventuellement au nom de l'organisation / du projet.
2. Le contexte (l'entreprise)	Indiquez : 2.1. Quel est le contexte de votre entreprise et qu'attend-elle de votre travail de bachelor ? (max. 10 lignes) 2.2. Où votre travail va-t-il s'arrêter (ce que vous n'allez pas faire après discussion avec votre mandant) ?
3. L'état de l'art	Indiquez 3.1. Rédigez un bref état de l'art sur la thématique de votre travail de bachelor (méthodes possibles, définition des concepts, contexte, secteur d'activités, etc.) sur 15 – 20 lignes.
4. Les objectifs du travail	Indiquez sous la forme d'objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels : 4.1. Quelle est la question de recherche associée à votre problématique, à laquelle vous allez répondre à la fin de votre travail ? 4.2. Quels sont les objectifs que votre mandant cherche à atteindre avec votre travail ? (min. 4 objectifs) 4.3. Quels sont les livrables que vous allez présenter à votre mandant à la fin de votre travail? (un livrable est un résultat tangible, mesurable et vérifiable d'un projet, comme par exemple un cahier de charges, une analyse SWOT, les résultats d'une enquête...) 4.4. Quelle sera la plus-value ainsi que l'impact de votre travail pour votre mandant ?
5. Les méthodologies	Indiquez 5.1. Quelles méthodologies vont vous permettre de répondre à votre question de recherche et d'atteindre les objectifs cités en point 4.2 ? (max. 10 lignes). Si vous envisagez de réaliser des entretiens qualitatifs, merci de noter le nombre d'entretiens prévus et le public cible (qui souhaitez-vous interroger ?). Si vous souhaitez faire remplir un questionnaire, merci de transmettre le nombre de retours attendus et le public cible (qui souhaitez-vous interroger ?). 5.2. Comment allez-vous collecter les données nécessaires à votre travail et garantir leur

EE	IG	TO
X		

qualité ? (max. 10 lignes)	
6. La planification	<p>Indiquez :</p> <p>6.1. Comment allez-vous répartir les 360 heures sur les étapes de votre travail en tenant compte de l'effort nécessaire pour implémenter la méthodologie (5.) et atteindre les objectifs (4.) ?</p> <p>6.2. Quelles sont les principales dates / milestones dans le déroulement de votre travail ?</p>
7. La liste des références	<p>7.1. La référence complète des sources qui seront en priorité utilisés dans votre état de l'art et votre travail, selon les normes APA.</p>
ATTENTION	avant restitution, le descriptif définitif du mandat doit être daté et signé, par: <u>l'entreprise mandante, le professeur et l'étudiant-e</u>

EE	IG	TO
X		

Descriptif du mandat du travail de bachelor

1. Titre du travail

- 1.1 Optimiser et motiver les ressources bénévoles du Salon de la Bière grâce aux théories de gamification

2. Contexte de l'entreprise

- 2.1 *Le Salon de la Bière (SDB)* a connu sa première édition le 20 avril 2019, à la salle polyvalente de Conthey. La seconde se déroulera à Martigny, au CERM, le 3 et 4 avril. Leur mission est de faire découvrir le savoir brassicole de la Suisse. Ils souhaitent transmettre leur passion de la bière et faire connaître des goûts et méthodes de fabrications différentes de ce que montre l'industrie.

L'évènement a regroupé, en 2019, 35 brasseurs artisanaux de tout le pays et plus de 4'700 visiteurs. Pour l'heure, les membres du comité sont eux-mêmes bénévoles. Les objectifs de l'entreprise sont d'être inscrit au Registre du Commerce en 2020 et de devenir une entreprise rentable.

Le comité de direction tient à cœur de mettre en avant le travail des bénévoles, sans quoi rien ne serait possible. Ils souhaitent en faire la première priorité pour le second évènement. Le comité attend de ce travail de Bachelor des outils pour mieux gérer, optimiser et motiver les ressources bénévoles.

- 2.2 Le mandant s'attend à recevoir une synthèse des résultats des diverses études qualitatives et quantitatives, une proposition de concept ainsi que des recommandations pour son implémentation dans les futures éditions du SDB. Je ne suis pas responsable de la mise en œuvre du concept, de par les délais du Travail de Bachelor.

3. Etat de l'art

- 3.1 Les bénévoles sont, par définition, difficiles à motiver de manière extrinsèque. Ils ne gagnent pas de récompenses monétaires. Il reste, alors, la motivation intrinsèque. Trois éléments améliorent la motivation intrinsèque (*Straw J., Davis B., Scullard M., & Kukkonen S., 2013*). Les règles sont bien définies tout en offrant de l'autonomie. Les membres de l'équipe travaillent dans une ambiance relationnelle saine. Enfin, chacun ressent une progression dans le projet ou personnelle.

Il est possible, avec la gamification d'atteindre ces trois objectifs et de créer ainsi de la motivation intrinsèque (*Hackso V., 2017*). De plus, ces théories permettent de faciliter l'apprentissage (*Hackso V., 2019*) qui est une forme de progression personnelle. La gamification rend également ludiques les étapes d'un processus. La gamification consiste à attribuer des attributs du jeu à des activités qui n'en sont pas. Ce concept prend de l'ampleur ces dernières années, mais les premiers écrits datent des années 80 (*Malone T.W., 1980*). Elles sont exploitables dans tous les domaines et par toutes les tailles d'entreprises. L'intérêt de la gamification, dans l'apprentissage, est que ces théories s'adaptent au niveau de l'utilisateur.

L'hypothèse de mon travail de Bachelor est qu'un bénévole, présent un jour lors d'un évènement à récurrence faible, manque de certaines compétences qu'il apprend sur le

EE	IG	TO
X		

tas. Le développement d'une compétence comprend quatre étapes : inconsciemment incompétent, consciemment incompétent, consciemment compétent, inconsciemment compétent (*Curtiss P. R., Warren P. W., 1973*). Lorsqu'il se retrouve sur le terrain, le bénévole devrait passer rapidement de la première à la deuxième étape. Si cette hypothèse est validée, l'objectif est d'aider le passage à la 3^e étape et créer un sentiment de progrès grâce à l'apprentissage via la gamification.

La méthodologie s'appuie sur le Design Science (*Peppers K., et al., 2007*). L'objectif est de fonctionner par itération et de centrer son objectif sur un problème définit.

4. Objectifs

Questionnement

- 4.1 Comment améliorer la motivation et la gestion des bénévoles des futures éditions du Salon de la Bière grâce aux théories de gamification ?

Objectifs SMART

- 4.2 L'évènement n'a vécu qu'une seule itération. Le SDB n'a pas encore beaucoup d'expérience avec la gestion des bénévoles mais aspire à être une référence dans le traitement de ses bénévoles. L'association souhaite innover dans sa gestion des bénévoles. Selon cette stratégie, voilà les objectifs du mandat :
- Comprendre les besoins des bénévoles présents lors de la précédente édition du Salon de la Bière par un focus groupe
 - Développer des hypothèses d'améliorations sur la base des besoins des bénévoles
 - Valider les hypothèses à l'aide d'un PMV (Produit Minimum Viable) dans une entreprise tierce par une étude qualitative
 - Créer un concept permettant de motiver les bénévoles du Salon de la Bière et d'améliorer la gestion de ces ressources
 - Tester le concept avec les bénévoles de la 2^e édition du Salon de la Bière du 3 au 6 avril par une étude quantitative
 - Valider le concept à l'aide d'une troisième itération dans une entreprise tierce par une étude qualitative

Livrables

- 4.3 Les livrables seront :
- Un rapport présentant la synthèse des analyses quantitatives et qualitatives
 - Un concept final de gestion et motivation des bénévoles dans le cadre du SDB
 - Des recommandations pour l'implémentation du concept dans les futures éditions du SDB sous la forme d'un plan d'action

Plus-value et impact pour l'entreprise

- 4.4 Les bénévoles vont être compétents rapidement et seront mieux organisés. Ils auront accès facilement aux informations sur leurs postes et horaires. Le concept devrait leur permettre de se sentir faire partie d'une même communauté.

EE	IG	TO
X		

Les bénévoles sont nécessaires au bon déroulement de l'évènement. Ils sont présents avant et après pour mettre en place et démonter les installations. Ils sont également présents lors de l'évènement pour assister les brasseurs et s'assurer que les visiteurs sont satisfaits.

Améliorer le système de bénévolat permet, alors, par conséquent, d'améliorer la qualité des prochains évènements.

5. Méthodologie

5.1 La méthodologie générale du Travail de Bachelor est celle du Design Science (*Peppers K., et al., 2007*).

Pour démarrer, je vais me former sur la gamification au travers de lectures et de cours en ligne afin d'améliorer mes connaissances théoriques sur le sujet.

Ensuite, je vais définir la problématique au travers d'un focus groupe (min. 8 personnes). Je vais comprendre les besoins des bénévoles de la précédente édition du SDB. Je vais en déduire des objectifs d'amélioration de la gestion des bénévoles.

Je vais définir les prochains objectifs. Ensuite, je vais imaginer et construire un PMV (Produit Minimum Viable) que je vais tester dans un autre évènement qui utilise des bénévoles peu réguliers. Je vais évaluer le prototype via des entretiens qualitatifs (min. 5 personnes). Ils me permettront d'obtenir des pistes d'améliorations et des idées pour la seconde itération.

La deuxième itération sera lors du Salon de la Bière. Je serai présent durant les 4 jours de travail des bénévoles. La forme des retours dépendra des résultats du premier PMV et du nombre de bénévoles présents.

Une 3^e itération se déroulera dans les mêmes conditions et retours que le premier MVP.

Enfin, je vais rédiger le concept final ainsi que les recommandations pour le mettre en œuvre aux prochaines éditions.

5.2 Pour les entretiens qualitatifs, je vais récolter les retours manuellement. Les entretiens qualitatifs se dérouleront après l'évènement et proviendront, soit des bénévoles (via une plateforme de questionnaire), soit il s'agira d'un processus de *Focus groupe*. Les entretiens liés au Salon de la Bière vont être facilités car Alex Millius va mettre mon travail de recherche en avant auprès des bénévoles. Je vais sélectionner des personnes qui ont déjà travaillé au Salon de la Bière en tant que bénévole. Pour la deuxième et quatrième récoltes de données, je vais insister sur mes objectifs et expliquer pourquoi je les ai choisis pour répondre à mes questions. Je vais m'assurer qu'ils sont disponibles et disposés à participer.

EE	IG	TO
X		

6. Planification

6.1

Catégorie	Domaine	Heures projetées	Total	Début	Fin
Mise à niveau	Lecture « The art of game design »	25		20.01.20	26.01.20
	Mooc coursera « Ludification »	60		22.01.20	03.02.20
	Etat de l'art	25		03.02.20	09.02.20
	Création et réalisation d'une analyse qualitative	15		01.01.20	29.02.20
	Analyse et hypothèses	10		28.02.20	02.03.20
				135	20.01.20
1er PMV	Identifier la plus-value du projet	4		01.02.20	08.02.20
	Recherche d'une entreprise	4		10.02.20	18.02.20
	Déterminer les objectifs de l'itération	5		18.02.20	29.02.20
	Penser et mettre en place l'itération	20		02.03.20	05.03.20
	Tester l'itération	8		06.03.20	15.03.20
	Évaluer la complétion des objectifs	8		16.03.20	19.03.20
				49	01.02.20
2e PMV	Déterminer les objectifs de l'itération	5		20.03.20	23.03.20
	Penser et mettre en place l'itération	40		23.03.20	07.03.20
	Tester l'itération	20		02.04.20	05.04.20
	Évaluer la complétion des objectifs	10		06.04.20	11.04.20
				75	20.03.20
3e PMV	Déterminer les objectifs de l'itération	5		13.04.20	16.03.20
	Penser et mettre en place l'itération	25		17.04.20	23.04.20
	Tester l'itération	11		24.04.20	03.05.20
	Évaluer la complétion des objectifs	8		04.05.20	08.05.20
				49	13.04.20
Conclusion	Définition du concept final	15		11.05.20	22.05.20
	Rédaction des recommandations sous la forme d'un plan d'action	20		25.05.20	10.06.20
				35	11.05.20

EE	IG	TO
X		

Défense	Préparation défense orale du TB	15		29.06.20	05.07.20
	Présentation auprès du jury	1		01.07.20	31.07.20
	Présentation auprès de l'entreprise	1		24.08.20	05.09.20
			17	29.06.20	05.09.20
	TOTAL	360			

6.2 Milestones

30.01.2020	Fin de la partie théorique (livre, MOOC)
15.03.2020	Dernier délai pour réaliser la première itération
02.04.2020	Début de la 2 ^e édition du Salon de la Bière
03.05.2020	Dernier délai pour réaliser la troisième itération
10.06.2020	Fin du Travail de Bachelor
13.07.2020	Rendu du Travail de Bachelor

7. Liste des références principales

7.1

Motivation et apprentissage

Amabile, T., & Kramer, S. (2011). *The Progress Principle : Using Small Wins to Ignite Joy, Engagement, and Creativity at Work*. Harvard Business Press.

Hackso, V. (2019). *Donner des sens à la vie : La piste du flow*. 235. Hacking Social. Repéré à <https://www.hacking-social.com/2018/09/03/fl1-donner-des-sens-a-la-vie-la-piste-du-flow/>.

Curtiss, P. R., & Warren, P. W. (1973). *The dynamics of life skills coaching*. Prince Albert, Sask.: Training Research and Development Station, Department of Manpower and Immigration.

Gamification

Hackso, V. (2017). *Changer les systèmes : La gamification*. 77. Hacking Social. Repéré à <https://www.hacking-social.com/2017/12/29/pdfepub-changer-les-systemes-gamification/>.

Schell, J. (2019). *The Art of Game Design : A Book of Lenses*, Third Edition.

Ludification | Coursera. (s. d.). Consulté 23 octobre 2019, à l'adresse <https://fr.coursera.org/learn/gamification>

Bénévolat

Fu, Y. C. (2011). *The Game of Life : Designing a Gamification System to Increase Current Volunteer Participation and Retention in Volunteer-based Nonprofit Organizations*. 38.

HES-SO Valais-Wallis

Sujet et Mandat Définitif
du travail de bachelor

FO.2.2.02.27.HF
mob/06/08/2019

EE	IG	TO
x		

Commentaires du professeur responsable du suivi - thèmes à développer ou à exclure, exigences de l'école, outils à utiliser, remarques et recommandations, etc

Date : 18/12

Signature de l'étudiante-e : 

Date : 18/12

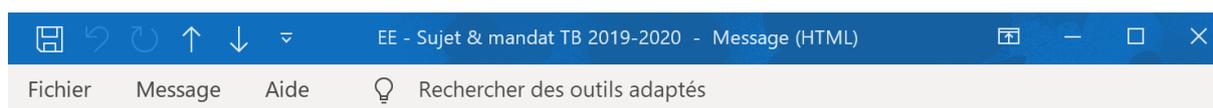
Signature du professeur/de la professeure : 

Date : 18.12.2019

Signature du mandant/de la mandante : 

Date : 03 FEV 2020

Validation du Responsable de filière : 



EE - Sujet & mandat TB 2019-2020



Béatrice Girod Lehmann
À Lionel Quarroz
Cc Riccardo Bonazzi



28.01.2020

Bonjour,

Suite à l'examen des formulaires "sujet & mandat définitif" de TB par le jury, nous vous informons que le vôtre est accepté avec commentaires et sous condition:

- Les objectifs sont mélangés avec des éléments liés à la méthodologie (étude qualitative et quantitative, etc.).
- Attention aux normes APA dans la liste des références.
- Condition: participation obligatoire à une session de méthodologie organisée dans le cadre de TA

Ces commentaires devront être intégrés dans les annexes du TB.

Pour la suite du processus, après signature par le responsable de filière, un exemplaire du formulaire vous sera transmis. Merci de transmettre une copie à votre professeur et à votre mandant.

Votre travail de Bachelor débute officiellement le 10 février 2020. Pour cette date, les documents vous seront envoyés par poste.

Toutes les informations relatives au module du travail de Bachelor sont à disposition sur Cyberlearn.

Je reste à votre disposition pour toute question.

Cordiales salutations,



Béatrice Girod Lehmann
Adjointe scientifique HES
Haute Ecole de Gestion
Institut Entrepreneuriat & Management

Tel: +41 27 606 90 94
Email: beatrice.girod@hevs.ch, masqsm@hes.so.ch - Web: www.hevs.ch, www.masqsm.ch

Coordinatrice Formation Continue HEG. Présente les mardis et vendredis.



HES-SO Valais-Wallis • Techno-Pôle 3 • 3960 Sierre
+41 58 606 90 94 • info.iem@hevs.ch • www.hevs.ch



Annexe 2 : Covid19, nouvelle planification

Salon de la Bière | TB | Changements liés à l'annulation - Message (...)

Fichier Message Aide Rechercher des outils adaptés

Salon de la Bière | TB | Changements liés à l'annulation

 Lionel Quarroz
À 'Alex Millius'
Cc 'Maruschka Marchon'; Riccardo Bonazzi

09.03.2020

Hello,

Suite à l'annulation de l'édition 2020 du SDB, j'ai pris rdv avec le professeur responsable de mon TB. Voici une solution que je te propose pour tout de même pouvoir tester empiriquement les implémentations gamifiées que j'aimerais apporter auprès des bénévoles du SDB en 2021 :

Tests sous forme pratique
Comme discuté auparavant, je garde les deux itérations au Port Franc pour tester la partie service/accueil. Malheureusement, je ne pourrais pas y tester les autres postes (comme le transport de futs). Ces postes seront testés dans la partie « tests sous forme de questionnaire ».
POINT D'ATTENTION : Le port franc a annulé ses prochaines soirées. La situation est donc incertaine et je ne sais pas quand je pourrai réaliser les tests.

Il me sera difficile de tester la partie montage/démontage. J'ai cependant, peut-être, une solution grâce à un événement d'Andromeda : [Apéro Urbain](#). Il s'agit d'événements que nous avons réalisés il y a un peu plus d'une année. Nous étudions la possibilité de réaliser une troisième édition. Cependant, ça reste encore très hypothétique. Je te tiens au courant à ce sujet.
POINT D'ATTENTION : Afin de pouvoir réaliser le teste, il me faut au moins une 10^e de bénévoles. Dans les précédentes éditions nous étions entre 5 et 6. Si nous n'atteignons pas l'ampleur suffisante dans ce projet, je ne pourrai pas réaliser des tests suffisamment pertinents.

Tests sous forme de questionnaire
Je vais développer un *customer journey* du bénévolat au SDB. Il s'agit d'une sorte « d'histoire » des actions du bénévole, comprenant toutes ses actions. Ensuite, je vais réaliser un questionnaire en ligne équipé de *branchements conditionnels*. Chaque question est accompagnée d'une mise en situation pour immerger la personne qui participe au questionnaire et chaque branchement correspond à une étape du *customer journey* et demande au participant de prendre une décision.
L'idée est d'observer les comportements et les décisions prises par les participants pour vérifier ou non la pertinence des implémentations que je souhaitais réaliser initialement en avril.
MA DEMANDE : J'ai besoin de toutes les actions et tâches qu'ont les bénévoles dans Salon de la Bière afin de réaliser un *customer journey* au plus juste. De plus, j'aimerais envoyer ce questionnaire à tous les bénévoles inscrits pour la 2^e édition. Est-ce ok pour toi ?

Voici ce que je te propose et un retour sur la situation. J'attends ta validation sur les différents changements que ce TB a subi. N'hésite pas à me faire part de tes questions, doutes, propositions et idées sur le sujet.

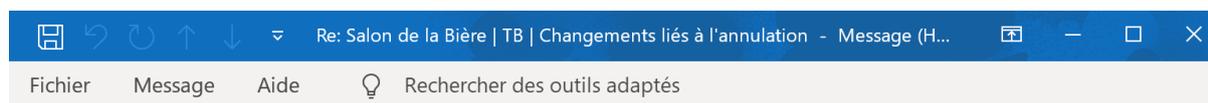
Bon début de semaine,
Lionel





LIONEL QUARROZ
Team Academy
Le Foyer - Technopôle 1
3960 Sierre
T. +41 79 951 11 69





Re: Salon de la Bière | TB | Changements liés à l'annulation



Alex Millius <alex@salondelabiere.ch>

À Lionel Quarroz; Maruschka Marchon

Cc Maruschka Marchon; Riccardo Bonazzi

↳ Répondre ↳ Répondre à tous → Transférer ⋮

lun. 09.03.2020 22:29

Bonsoir Lionel,

Tout est ok pour moi. Bravo pour ta façon de rebondir.

Merci encore pour tes interventions lors de la sortie "before" des bénévoles, c'était très constructif et efficace.

Tâches des bénévoles:

Mise en place:

- signalétique intérieur
- signalétique extérieure
- affichage panneau des brasseries
- mise en place des bars
- marquage au sol pour stands de nourriture
- déballage des verres
- préparation accueil des visiteurs (bracelet-magazine-tour de cou)
- préparation espace VIP
- mise en place boissons dans les frigos du bar
- mise en place boissons dans camions frigorifiques
- réception des brasseurs
- mise en place des futs/bouteilles de bières dans les espaces frigorifiques
- marquage des futs
- mise en place des ballons de ravitaillement
- mise en place des poubelles
- mise en place des tables-bancs
- préparation espace Silent Party (chargement-casques)
- préparation articles du kiosque
- délimitation espace pour enfant

Durant la manifestation:

- Accueil des visiteurs
- Nettoyage des déchets
- ravitaillement des brasseurs
- évacuation des bières vides
- service au bar
- accueil des VIP
- ravitaillement bar

Démontage

- étapes inverses que le montage
- inventaire boissons et nourriture
- Nettoyage global

Je laisse le soin à [@Maruschka Marchon](#) de compléter cette liste si nécessaire.

Je reste à disposition en cas de besoin.

Bonne soirée

Alex Millius

Président du comité d'organisation
078 648 84 86 (whatsapp ou Telegram svp)

www.salondelabiere.ch



Annexe 3 : Stratégie du mandat

Vision

Le Salon de la Bière est un précurseur en matière d'innovation dans le bénévolat. Une communauté forte se crée autour de l'évènement et les bénévoles se bousculent pour y participer. L'ambiance bénévole ne ressemble à aucun autre évènement.

Mission

Rendre les bénévoles heureux via leur participation à l'évènement et les organiser au sein des activités à réaliser.

Stratégies	Indicateurs stratégiques	Mesures / objectifs	Indicateurs opérationnels	Projets	Priorité
Faciliter le recrutement des bénévoles	Les bénévoles se réinscrivent d'une édition à l'autre	Répondre aux besoins et attentes des bénévoles	90% répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse	Utiliser la gamification pour implémenter et/ou amplifier les réponses aux besoins des bénévoles dans les activités	2
		Fidéliser les bénévoles	Les bénévoles souhaitent se réinscrire dès la fin de l'édition en cours	Démontrer la reconnaissance du comité et des clients pour leur investissement	3
	Les bénévoles conseillent l'évènement à leurs proches	Le Salon de la Bière fait partie de leur identité	90% des bénévoles se sentent faire partie d'une communauté	Intégrer des artefacts permettant de marquer l'appartenance	3
				Valider les besoins et attentes auprès des bénévoles	1
Limiter l'investissement en temps du comité pour le bénévolat	Les interventions du comité sont périodiques Les bénévoles trouvent les consignes facilement	Former rapidement les bénévoles avec d'autres moyens que la présence du comité	Les bénévoles sont opérationnels dès leur première 1/2 heure de travail	Utiliser la gamification pour mettre en valeurs les informations nécessaires à une bonne réalisation des tâches données	2
		Mise à disposition de l'ensemble des consignes des activités aux bénévoles	90% des bénévoles déclarent avoir obtenu les informations nécessaires pour participer à l'effort collectif	Analyser les processus actuels	1
	Les consignes sont claires				
S'assurer de l'utilisabilité et de l'utilité du travail réaliser	Les implémentations sont en partie ou totalement mises en place à la deuxième édition du SDB	Utiliser la méthodologie itérative (DSRM)	Le travail est régulièrement validé par le mandant ou les clients	Planifier des boucles itératives pour valider à tour de rôle les concepts auprès du mandant et des bénévoles	1

Annexe 4 : Interview Paul Patin



Paul Patin

En ligne il y a 42 min

Je tente quelque chose car ce matin, je suis tombé sur cette citation :

"Il faut jouer pour devenir sérieux" Aristote

Cette citation définit pour moi tout l'enjeu de ce qu'il se passe sur mes GameShow...

"Il faut avoir connu la légèreté, l'insouciance pour ensuite s'accomplir" sauf qu'une fois adulte et accompli, on ne revient pas en arrière !

Le jeu n'est pas bon pour l'adulte "sérieux".

"On ne joue plus, là !"

"En faisant ça, tu joues à quoi ?"

Ainsi, le seul jeu qui deviendrait (dans une certaine mesure) être acceptable est celui qui implique la notion de compétition (car reflet de notre système éducatif / apprentissage) entre autre le sport (collectif ou individuel).

Problème : la compétition a une forte tendance à exclure (celui ou celle qui n'a pas les compétences / connaissances, capacités ou même plus simplement l'envie)

Le GameShow s'opposera à cette notion grâce à la collaboration où chacun trouve sa place. Collaboration générant un max de plaisir car chacun est amené à briller à sa manière, et aussi faire briller l'autre !

Qu'importe le résultat d'un faux-semblant de compétition, ce qui compte, c'est d'avoir collaboré !



Peut-être que ça pourra te donner une piste... 😊

27 MAR 2020 À 18:02

Annexe 5 : Concepts initiaux

(dé)montage

Design	Raisonnement	Verbes visés	Dynamique liées	Expérience attendue
			<p>Quête sous la forme d'une partie du bâtiment. À colorer quand remplie.</p> <p>La taille de la quête dépend de sa difficulté ou du temps qu'elle demande.</p> <p>Une quête comprend les informations suivantes : Numéro de la quête, niveau, nombre de personnes, énoncé, description, matériel à disposition</p>	<p>Visualisation rapide de la progression du montage/démontage de la salle --> sentiment de complétion et fierté, fun</p>
Activités à réaliser sous forme de quêtes, réunies sur un panneau	<p>Offrir le choix de l'activité aux bénévoles. Avoir un support écrit pour indiquer toutes les informations nécessaires.</p> <p>Incitation à réaliser une activité à la fois et y mettre ainsi toute sa concentration</p>	Choisir, construire, contribuer, passer en revue	<p>Les niveaux servent à instaurer une hiérarchie. L'ensemble des quêtes de niveau 1 doivent être terminées avant de passer aux quêtes de niveau 2.</p> <p>Les clans s'affrontent lors des challenges spéciaux</p> <p>Les membres d'un même clan collaborent pour réussir les challenges spéciaux</p>	<p>Organisation pour séparer les équipes pour optimiser le travail</p> <p>Balancement de la "difficulté" du jeu</p>
Les bénévoles sont séparés en trois clans	Créer un antagoniste pour créer de la résistance au sein du gameplay. Créer de la compétition pour renforcer les liens au sein d'une équipe	Combattre, comparer, voir, décorer	<p>Les quêtes réalisées par un clan sont colorées avec sa couleur de clan sur le panneau de quêtes</p> <p>Gain d'un bandeau aux couleurs de son clan</p>	<p>Peur/fierté/joie liée à un sentiment de compétition</p> <p>Challenges personnels de par la comparaison, donne un rythme à la journée</p>
Bénévoles classés dans trois rangs avec possibilité de progression	Récompenser la fidélité au SDB Décharger certaines responsabilités du comité pour fluidifier le travail	Comparer, décorer, aider, collecter, évaluer	<p>Galopin, Choje, Masse</p> <p>Progression d'après le temps de travail (0h, 8h, 20h)</p> <p>Collaboration entre les rangs.</p> <p>Gain de responsabilités avec la progression.</p> <p>Gain d'un badge exprimant son rang</p>	<p>Fierté, expression personnelle, fun</p> <p>Challenge personnel à assumer les responsabilités</p>

Collaboration entre les membres d'un clan pour valider les quêtes	Forcer la collaboration pour inciter les bénévoles à faire connaissance entre eux. Éviter les erreurs de la part des nouveaux en les accompagnant de bénévoles plus expérimentés	S'occuper de, construire, choisir, accueillir, partager, aider, contribuer, chercher	Les quêtes se réalisent par petits groupes de minimum deux personnes. Il y a au moins un joueur/anciens par équipe et chaque nouveau est avec un joueur/ancien.	Sentiment de faire partie d'une équipe Fierté de pouvoir aider et fierté de faire partie d'un objectif plus grand
Narration autour de la compétition et incitation à la coopération	Permet de renforcer les liens entre les membres d'un clan et de changer de rythme et sujet périodiquement pendant la journée	Gagner, défier, construire, conceptualiser, contribuer, partager, trouver, chercher	Confrontation ludique entre équipes, épreuves sporadiques Idées : Définir la danse du Salon de la Bière	Plaisir/fun de travailler en équipe et de résoudre des problèmes Moments de détente et de plaisir

JourJ

Design	Raisonnement	Verbes visés	Dynamique liées	Expérience attendue
			Galopin, Chope, Masse	
			Progression d'après le temps de travail (0h, 8h, 20h)	
Bénévoles classés dans trois rangs avec possibilité de progression	Récompenser la fidélité au SDB Décharger certaines responsabilités du comité pour fluidifier le travail	Comparer, décorer, aider, collecter, évaluer	Collaboration entre les rangs. Gain de responsabilités avec la progression. Gain d'un badge exprimant son rang	Fierté, expression personnelle, fun Challenge personnel à assumer les responsabilités
Les postes sont assumés par petits groupes de minimum deux personnes. Il y a au moins un joueur/anciens par équipe et chaque nouveau est avec un joueur/ancien.	Forcer la collaboration pour inciter les bénévoles à faire connaissance entre eux. Éviter les erreurs de la part des nouveaux en les accompagnant de bénévoles plus expérimentés Limiter les possibles vols grâce à la pression sociale	S'occuper de, construire, choisir, accueillir, partager, aider, contribuer, chercher	Les anciens sont présents dans les premières activités des nouveaux pour leur apprendre les actions à réaliser et vérifier qu'ils ne font aucune erreur	Sentiment de faire partie d'une équipe Fierté de pouvoir aider et fierté de faire partie d'un objectif plus grand
Création d'une description détaillée de chacun des postes	S'assurer que le bénévole comprend les conditions de son poste et qu'il s'en sente capable Éviter les erreurs	Voir, passer en revue	Description de chaque poste via une carte de poste (tâche, avantages, informations spécifiques)	Compréhension du gameplay, visualisation et découverte de ce qui l'attend

Narration : nouveau métier	Faire jouer un rôle au bénévole et l'encourager à rentrer dans l'univers SDB	Customiser, décorer, aimer, contribuer, collecter	Donner un élément vestimentaire symbolique Expliciter "Aujourd'hui, tu es un(e)..."	Fun de jouer un rôle. Challenge de découvrir un nouveau métier
Créer des émotions positives et inciter la rencontre entre les bénévoles et les clients	Permettre aux bénévoles de créer des contacts avec les clients	Défier, construire, décorer, aimer, accueillir, partager, contribuer, voir, collecter, chercher, passer en revue	Challenger les bénévoles de remplir un maximum de petites cartes sur le client (prénom, bière préférée, passion) avec les clients	Challenge personnel, création de liens avec des personnes
	Harmoniser l'attrait des différents postes (l'activité est plus complexe pour le bar qui a moins le temps de parler avec les clients)		Afficher toutes les cartes sur un panneau, visible des clients	Angoisse/stress, suivi de joie et plaisir Fun
Créer des émotions positives d'accomplissement et encourager les rencontres	Reconnaitre le "sacrifice" de certains bénévoles qui choisissent des postes plus difficiles et moins attrayants	Acheter, choisir, commenter, accueillir, partager, collecter	Certains postes reçoivent des bons boissons à offrir à des clients chaque heure de travail	Reconnaissance du travail, fierté
	Harmoniser l'attrait des différents postes		Donner un outil pour faciliter le premier pas	
Les bénévoles au ravitaillement jouent un rôle	Transformer les bénévoles en héros	Décorer, aider, contribuer, collecter, trouver, chercher, s'occuper de	Le chariot est customisé en ambulance	Fun de jouer un rôle, challenge de rapidité
	Harmoniser l'attrait des différents postes		Les fûts sont customisés en organes qui doivent arriver au plus vite vers les brasseurs éclairer, ravitailleur	
Les bénévoles au ravitaillement sont séparés en deux groupes et jouent un rôle	Transformer les bénévoles en héros	Décorer, commenter, aider, partager, contribuer, trouver, voir, chercher, s'occuper de	Les éclaireurs sont en hauteurs dans la salle et observent quels brasseurs ont besoin d'aide.	Fun de jouer un rôle, sentiment de faire partie d'une équipe
	Harmoniser l'attrait des différents postes		Les ravitailleurs sont informés et vont apporter les futs aux brasseurs	

Annexe 6 : Consignes World Café

Rôle facilitateur

Théorie tirée du « guide pour l'utilisateur du World Café »

Le travail du facilitateur du Café consiste à vérifier que les directives relatives au dialogue et à la participation sont bien respectées. Les facilitateurs du Café doivent être capables de différencier une conversation intéressante d'une réflexion capitale.

Les responsabilités des facilitateurs d'un World Café impliquent de :

- Créer un environnement où chacun se sent à l'aise
- Accueillir les participants à leur arrivée
- Expliquer l'objectif de la table et s'assurer que la question est comprise
- **Demander aux participants qu'ils écrivent leurs idées et commentaires sur les post-its.**
- Encourager chaque personne à participer
- Faire preuve de créativité en adaptant les directives du Café pour satisfaire aux besoins spécifiques de la situation
- **Enregistrer les idées clés visuellement ou par écrit**
- Signaler aimablement qu'il est temps de bouger et d'entamer un nouveau tour de table

Commentaires

Laissez libre cours à la discussion. Peut-être qu'il faudra aiguiller les participants en posant des questions ouvertes. Faites attention à ne pas influencer les participants. Restez neutres et ne réagissez pas aux discussions (ex : évitez les « ah ouai, juste ! » ou les « MhhMhh »)

Soyez attentifs aux personnes qui parlent moins, et n'hésitez pas à leur donner la parole. Soyez également attentifs aux langages non-verbales des participants et prenez notes des échanges.

Lors du changement de table, réunissez les post-it sur une même feuille de flipchart dédiée à au groupe qui vient de partir et le laissez sur la table afin que le groupe d'après puisse co-crée par-dessus. Ne pas mélanger les post-it des différents groupes.

Le matériel nécessaire :

- De quoi prendre des notes, si possibles pas digital pour éviter « une barrière » entre vous et la table.
- Les règles du World Café sur la table
- La question de la table

Table 1

Question : Selon vous, quelles sont les pistes d'améliorations pour le bénévolat du Salon de la Bière ?

Question d'approfondissement : Priorisez les éléments selon leur degré d'importance (après 6-7 min)

Objectif : Améliorer le système de bénévolat du SDB en s'appuyant sur votre expérience.

Ici, la question cible directement les bénévoles présents à la dernière édition. En présentant l'objectif de la table, ajoutez que les nouveaux bénévoles peuvent répondre à cette question en pensant à d'autres expériences de bénévolat qu'ils auraient vécues. Changer de couleur de post-it pour la

Table 2

Question : Pour vous, qu'est-ce qui rend le bénévolat motivant ?

Question d'approfondissement : En quoi vous sentez-vous récompensés lors de bénévolats ? (Après 5-6 min)

Objectif : Cibler les éléments importants pour les bénévoles du SDB et répondre à leurs attentes/besoins

Quand on parle de « récompenses », cela comprend les récompenses extrinsèque (argent, Bière, cadeaux) et intrinsèque (valorisation, socialisation, apprentissage, découverte). Changer de couleur de post-it pour la question d'approfondissement.

Table 3

Question : Qu'est-ce que vous faites aujourd'hui en tant que bénévole ?

Question d'approfondissement : Qu'est-ce que vous aimeriez faire dans le futur ? (Après 3-4 min)

Objectif : Identifier les tâches habituelles des bénévoles et comment ils les voient évoluer

« Aujourd'hui » est évidemment une figure de style et ne correspond donc pas forcément au Dimanche 1^{er} mars (mais peut l'inclure en tant que réponse). Changer de couleur de post-it pour la question d'approfondissement.

Annexe 7 : Résultats World Café

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3
<p>Selon vous, quelles sont les pistes d'améliorations pour le bénévolat du Salon de la Bière ?</p>	<p>Relations humaines, rencontres</p> <p>Sortie visite brasserie, sortie event bière</p> <p>Trouver plus de bénévoles, autres points de liaisons avec les bénévoles</p> <p>Faire du bénévolat pour avoir un pied dans le monde du travail ou autre événementiel, tourisme, etc...</p> <p>Créer un personnage sympathique (Genre pascal)</p>	<p>Infos sur le comité, lieu, nombre de membre, noms</p> <p>Whatsapp pour communication, faire attention à avoir l'accord des bénévoles pour diffuser le numéro</p> <p>Bière avec taux d'alcool léger pour en boire plus</p> <p>Communication entre comité et bénévole</p> <p>De le faire, encouragement des boissons sans alcool</p>	<p>Baguette magique → + de considération, faire partie d'une team comme rémunérée, mais sur du bénévolat</p> <p>Service de bar Salon de la bière, faire des rencontres</p> <p>Meilleure reconnaissance du bénévolat</p>
<p>Pour vous, qu'est qui rend le bénévolat motivant ?</p>	<p>Faire des connaissances avec les gens qui ont le même intérêt que moi</p> <p>Rencontres, découvertes</p> <p>Agrandir ses connaissances sur la bière, le sourire des gens, permettre aux gens de passer un bon moment</p> <p>Facilité d'accès au bénévolat, se sentir utile et avoir une occupation</p> <p>Rencontre de plusieurs personnes, la motivation de trouver un tremplin pour une fonction de travail concernant le tourisme, l'évènementiel, etc...</p>	<p>Tisser des liens avec des nouvelles personnes</p> <p>Responsabilité, organisation, réseau, expérience, augmenter les connaissances dans une passion</p> <p>Responsabilité → organisation/clarté de la tâche</p> <p>Tisser des liens, créer des contacts, amélioration du domaine social</p> <p>Pouvoir donner ses avis pour améliorer l'évènement</p> <p>Entouré de gens motivés, bonne ambiance, convivialité, gain d'expérience/agrandir son CV</p> <p>Voir de l'intérieur les événements, vie sociale, passion</p>	<p>Créer des contacts avec les personnes, se sentir utile, les sorties des bénévoles, remerciements, sourires</p> <p>Tisser des liens avec d'autres personnes se rendre utile et de passer des bons moments, les sorties entres bénévoles</p> <p>Contacts, voir du monde</p> <p>La cause motive, mener un beau projet à bien, le fait de se sentir utile, les sorties des bénévoles et les sourires récompensants, les remerciements et la considération</p>

<p>Qu'est-ce que vous faites aujourd'hui en tant que bénévole ?</p>	<p>Commencer bénévole à Sion jazz, depuis fin février 2020, divers actions pour trouver un travail dans le tourisme au niveau de l'évènementiel, marketing, etc... , que ce soit sport uniquement</p> <p>Rencontrer des gens, découvrir le Valais, aider les évènements à voir le jour</p> <p>Open source pour développement web</p> <p>Dans l'avenir, j'aimerais participer pour des évènements qui me semblent faisables et qui me dit</p>	<p>Plus de responsabilités pour les bénévoles pour ne pas se désister</p> <p>Avoir peur de responsabilités, aimais rendre service</p> <p>Responsabiliser + les bénévoles pour éviter les désistements, certains aimeraient avoir + de responsabilités, considération pas seulement entre nous, mais public</p>	<p>Carnaval du bourg guide Guggen, dans le futur : Salon de la bière (Mise en place)</p> <p>Continuer dans le carna</p> <p>Fête de la châtaigne (Serveur), les amis de plan cerisier (montage+serveur), Tombola TDH (distribution des prix), Into the Game (sécurité)</p> <p>Membre actif d'une association d'aide humanitaire, chauffeur nez rouge</p> <p>Service bar (Contact +), camps animation jeunes et camps animations de sport. J'aimerais avoir plus de responsabilités (comité,...), ne pas juste être une pair de bras</p>
---	--	--	--

Annexe 8 : Présentation des concepts (2^e itération)

Questions Sli.do :

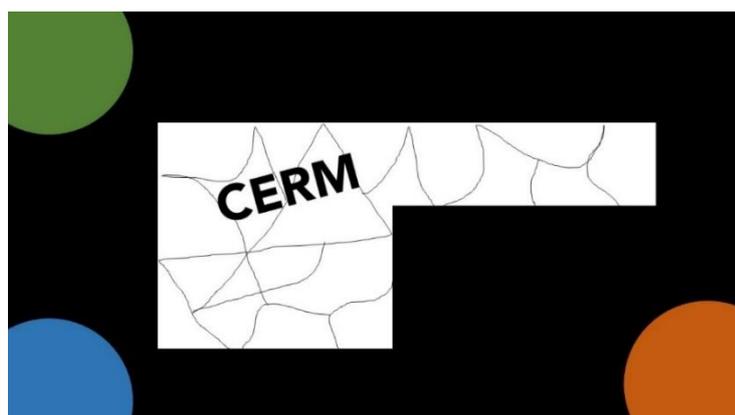
Que penses-tu de l'idée ?

Quels sont les risques ?

Comment pourrait-on aller encore plus loin ?

Idée 1 :

Les bénévoles ont un rang, défini d'après leurs années d'engagement au bénévolat du SDB. Les anciens bénévoles sont responsables d'un groupe de nouveaux bénévoles et les guident dans leurs premiers pas au SDB.

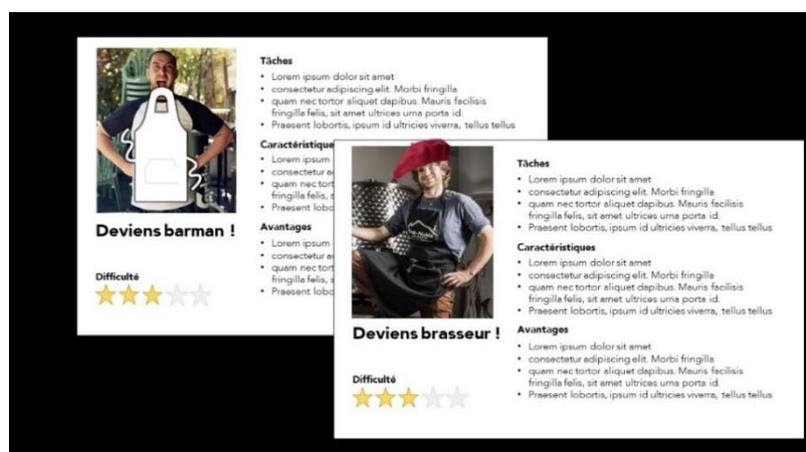


Idée 2 :

Le 2 et 5 avril, pour monter et démonter l'évènement, vous serez divisés en 3 camps et vous vous battrez pour conquérir le CERM. Réalisez des tâches et activités pour prendre le contrôle du bâtiment plus rapidement que vos adversaires.

Idée 3 :

Le 3 et 4 avril, choisissez votre poste grâce aux descriptions détaillées de chacun d'eux. Vous aimez tirer des bières ? Soyez un barman ! Vous avez toujours voulu ouvrir votre micro-brasserie ? Soyez un brasseur ! Le temps du SDB, soyez ce que vous voulez !



Annexe 9 : Résultats discussion cadrée

Salon de la bière | World Cafe

28 Feb - 02 Mar 2020

Poll results

slido

Table of contents

- Salon de la bière - Rangs
- Salon de la bière - Clans
- Salon de la bière - Postes
- Souhaites-tu ajouter quelque chose?

slido

Open text poll

Salon de la bière - Rangs (1/3)

007

Qu'est ce qui te plait dans l'idée?

- C'est bien pour faire une connection plus forte avec les benevoles
- Hierarchie interresant et experience a partager
- Partage d'expérience
- Intéressant pour coller aux aspirations de chacun.
- Rendre services
- Tous
- Je trouve bien de "récompenser" l'ancienneté dans le bénévolat, ça donne des responsabilités et accroît le sens d'utilité

slido

Open text poll

Salon de la bière - Rangs (2/3)

005

Qu'est ce qui te plait moins (ou ne te plait pas) dans l'idée?

- Je pense c'est pas mal. Un autre terme que rang?
- Fait de la ségrégation au sein des bénévoles
- Risque que les plus anciens refilent les tâches qu'ils n'ont pas envie de faire
- Tout
- Rien

slido

Open text poll

Salon de la bière - Rangs (3/3)

005

Comment pourrait-on aller plus loin ?

- Même idée peut aller plus profond.
- Je ne voit pas dans quel sens
- Aucune idée
- Rien
- Plus de responsabilités

slido

Open text poll

Salon de la bière - Clans (1/3)

007

Qu'est ce qui te plait dans l'idée?

- Ça peut rendre le travail plus fun.
- Rendre les choses ludiques pourquoi pas
- Meilleure répartition des tâches
- Concurrences rendre service
- Le faite de concerir le cerm
- Ça peut être ludique
- La conquête du territoire, la concurrence constructive entre bénévoles et le team working

slido

Open text poll

Salon de la bière - Clans (2/3)

007

Qu'est ce qui te plait moins (ou ne te plait pas) dans l'idée?

- Ça peut faire partie d'idée de compétence et ne pas faire plaisir à ce qui aiment pas de compétition.
- La précipitation n'est souvent pas gage d'efficacité.
- Risque de se marcher sur les pieds entre les équipes
- Demontage
- Rien
- Je crains que ça puisse dégénérer et causer des dégâts aux infrastructures et où des blessé
- Le combat et la mise en concurrence des bénévoles
- La précipitation n'est souvent pas gage d'efficacité.

slido

Open text poll

Salon de la bière - Clans (3/3)

004

Comment pourrait-on aller plus loin ?

- Aucune idée
- S entraider
- Que chaque personne on une responsabilité
- Travailler tous ensemble à la conquête

slido

Open text poll

Salon de la bière - Postes (1/3)

006

Qu'est ce qui te plait dans l'idée?

- C'est très bien de laisser le choix du poste aux bénévoles, ça motive encore plus à faire du bénévolat le fait de pouvoir faire quelque chose qui nous plaît
- C'est bien pour attirer plus des bénévoles
- Avoir un rôle nouveau pour l'événement
- Tout
- Brasseur
- Très bien de faire coller le bénévolat aux attentes de chacun.

slido

Open text poll

Salon de la bière - Postes (2/3)

006

Qu'est ce qui te plait moins (ou ne te plait pas) dans l'idée?

- Le risque est de avoir moins ou pas assez de monde dans les postes "ingrats"
- Ça peut arriver que quelque participants pensent que c'était pas ce qu'on leur avait promis
- Le manque d'expérience dans un domaine et du coup la possibilité d'incompétence du personnel
- Rien
- Barman
- Qui pour transporter les fûts ?

slido

Open text poll

Salon de la bière - Postes (3/3)

002

Comment pourrait-on aller plus loin ?

- Ocune idee
- Choisir comme tâches

slido

Open text poll

Souhaites-tu ajouter quelque chose?

004

- De prolonger de 1 jours de plus
- Non.
- Bon courage pour l'organisation
2021
- Non

slido

Annexe 10 : Interviews Bénévoles²⁵

Calixte Mayoraz

Étiez-vous sous l'eau ? Y avait-il beaucoup de travail ?

Non, ça allait. Le système des ballons fonctionnait. Nous n'étions pas sous l'eau. Il y avait assez de moments où nous étions posés à boire des bières ensemble. Au contraire, chacun s'amusait à être le premier à voir un ballon pour y aller. C'était la course parfois !

Une difficulté était peut-être de se faufiler dans la foule. Les gens nous faisaient des blagues pour prendre les fûts. Mais au final ça allait, c'était un défi de trouver la meilleure route, quitte à faire des détours pour aller plus vite.

Comment vous saviez quel fût amener aux brasseurs ?

Chaque fût était numéroté par stand et par sorte de bière dans la chambre froide. Quand un brasseur faisait monter son ballon, on allait le voir pour lui demander ce qu'il voulait. Puis on allait le chercher. Il y a aussi des fois où ils levaient le ballon pour qu'on les remplace pour qu'ils fassent une pause.

Quels sont les éléments que tu as trouvé fun dans cette activité ?

Clairement la pêche aux ballons. On était posés en groupe pour boire des bières. Dès qu'un ballon montait, on y allait le plus vite possible !

Quels sont les éléments que tu as trouvé ennuyeux dans cette activité ?

Je dirais se frayer un chemin dans la foule. Quoique même pas, ça demandait de trouver le moyen le plus efficace pour aller vers le brasseur. Alors même ça, ça allait.

Porter les fûts, ça allait ? Ce n'était pas douloureux pour le dos à la longue ?

Non ça allait. Avec les chariots et le diable, on était suffisamment bien équipé.

J'ai imaginé que les bénévoles de cette activité soient séparés en plusieurs groupes : une partie joue les « snipers » en hauteur dans le CERM, et l'autre partie s'occupe de faire les livraisons.

L'idée d'avoir des éclaireurs, ou des snipers ouai, pourquoi pas. Ça peut permettre d'aller plus vite. Mais il faut des radios pour qu'ils puissent communiquer avec les autres. On pourrait même avoir deux groupes en bas : un qui fait les trajets vers les brasseurs et dès qu'il sait de quel fût il a besoin,

²⁵ Les bénévoles ont accepté oralement, durant l'interview, d'être cités dans ce document

il informe le groupe près des chambres froides qui cherche le bon fût. Comme ça on gagne encore un peu du temps. D'ailleurs, vu que tu gamifie, on pourrait même imaginer faire un concours de celui qui a le plus de commandes.

J'ai imaginé déguiser les ravitailleurs en ambulanciers transporteurs d'organes. Le chariot est customisé en ambulance et il y a des images d'organes sur les fûts et on va sauver les brasseurs en les leur apportant.

Mhhh. Ça je suis moins fan. Les organes ce n'est pas la chose la plus sexy. Mais quand tu m'as dit ça, j'ai pensé à Matrix III. Je ne sais pas si tu t'en souviens, mais à un moment ils sont sur un champ de bataille. Il y a des hommes avec des chariots qui doivent le traverser pour recharger en munitions les tanks. Ça irait avec ta première idée des éclaireurs/snipers.

Valentin Schwery

Quelle étaient les tâches dans gestion des déchets et évacuation des bières vides ?

C'était la première année : fait à l'arrache. Il y avait 3 gros bidons éparpillés dans la salle. Les gens (clients) versent tous les liquides dedans. On Passait de temps en temps pour vider dans évier cuisine.

Les brasseurs nous donnaient les bières vides et on plaçait les déchets dans la cuisine.

Les bénévoles arrivaient par tranches, on était moins que prévu. Il y avait environ 4-5 bénévoles par tranche. C'était un peu limite. Mais vu que c'était à petite échelle c'était jouable.

Étiez-vous sous l'eau ? Y avait-il beaucoup de travail ?

On avait pas mal de pauses. C'était par phases. Après-midi et soir plus de monde que le matin. À partir de 11h30-12 ça a commencé à avoir plus de boulot. Il y avait pas mal de fluctuations. 14h-20h le plus de monde.

Tout le monde (les bénévoles) faisait un peu de tout (déchets/bouteilles/ravitaillement). Ils se sacrifiaient volontiers. Mais ils aimaient ce qu'ils faisaient. Ils sont polyvalents et touchent à tout. Ce n'était pas vraiment un sacrifice. Les bénévoles ne sont pas difficiles

Quels sont les éléments que tu as trouvé fun dans cette activité ?

La gestion des déchets ce n'est jamais la plus fun. Mais c'est nécessaire. Si tu ne le fais pas, c'est le bordel. C'est juste que t'as pas le choix.

Quels sont les éléments que tu as trouvé ennuyeux dans cette activité ?

Le fait d'avoir moins de bénévoles que prévu surtout. Ça a modifié la planification. Mais rien n'était particulièrement ennuyeux dans la tâche elle-même. Je ne suis pas difficile. Après des choses

qui me plaisaient moins c'était vider les sceaux avec les eaux usées. Avec les mélanges les odeurs étaient spéciales. Je devais mettre mon sceau sur le caddie et passer dans la foule, ce n'était pas top. Faudrait que ce soit plus accessibles en dehors des foules et que des gens passent plus souvent pour être sûr que ça ne déborde pas. Et pis ya un truc, pour stocker on n'avait pas énormément de place. Parce qu'on n'avait pas fixé de limites sur les stocks qu'apportaient les brasseurs.

Mégane Berthouzoz

Combien de bénévoles sur le sujet ? à 100% ?

L'année passée, j'étais seule, parce que presque'il n'y avait presque personne dans l'espace bénévole, ils allaient dans la foule

Cette année, il aurait du y avoir 3 bénévoles, et plus au besoin.

En quoi ça consistait ?

Chercher bières pour VIP, vérifier qu'ils ont à manger

Répondre à leurs demandes

L'accueil, c'est Mégane et Alex qui s'en occupent

Étiez-vous sous l'eau ? Y avait-il beaucoup de travail ?

Imaginons : ça a eu lieu

Ça va niveau charge de travail. Ce qui est important : C'est la manière d'être/comportement/patience/gentillesse.

Les bénévoles sont assignés à un autre poste et au besoin, ils sont appelés pour répondre aux demandes des VIP

Quels sont les éléments que tu as trouvé fun dans cette activité ?

Découvrir des VIP qu'on aime, vu qu'on est pas assigné à 100% à ce poste, on peut tourner un peu entre 2-3 postes

Quels sont les éléments que tu as trouvé ennuyeux dans cette activité ?

L'année passée, on devait attendre les VIPs car on était bloqué à ce poste

C'est stressant de devoir chercher des choses pour des gens : savoir où est la bière, ou le stand, où aller

Erwin Millius

Étiez-vous sous l'eau à l'accueil ? Y avait-il beaucoup de travail ?

Ah oui nous étions sous l'eau. J'ai été surpris je ne m'y attendais pas. Comprenez, il fallait donner un verre à chaque visiteur. Ça fait beaucoup ! Le rythme était soutenu, nous n'avons pas pu manger. Enfin, nous étions deux et nous avons pris la décision de ne pas demander de relève. Nous avons juste pu boire un truc de temps en temps.

Quels sont les éléments que tu as trouvé fun dans cette activité ?

Nous étions bien placés. J'aime être en contact avec les gens. J'ai vu tout un panel de gens que je ne connaissais pas, mais tous étaient heureux d'être là. Les gens étaient heureux.

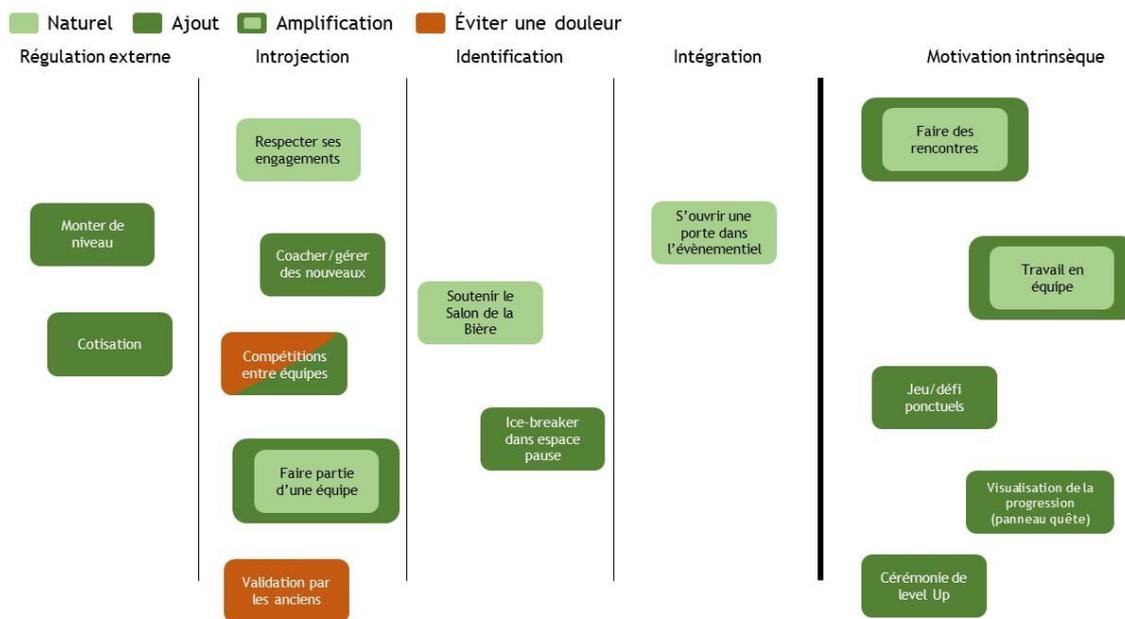
Quels sont les éléments que tu as trouvé ennuyeux dans cette activité ?

Mise à part le rythme, non... À la limite, rester debout pendant 8h dans un espace confiné, c'est difficile oui.

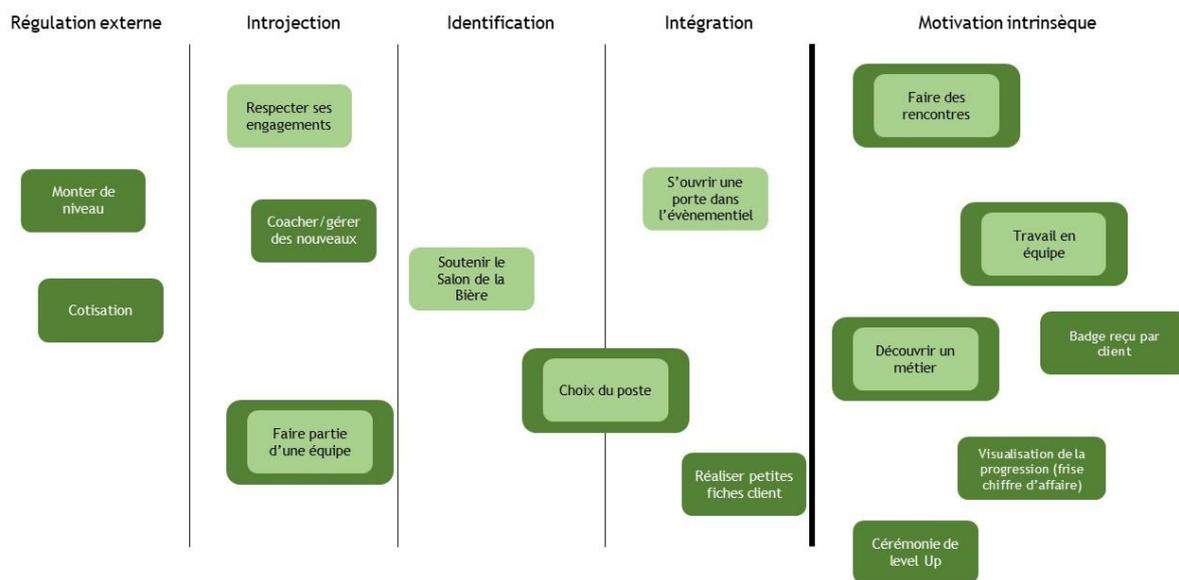
Commentaire

Je vais me réinscrire pour le même poste, avec une amie car plus agréable si on connaît la personne.

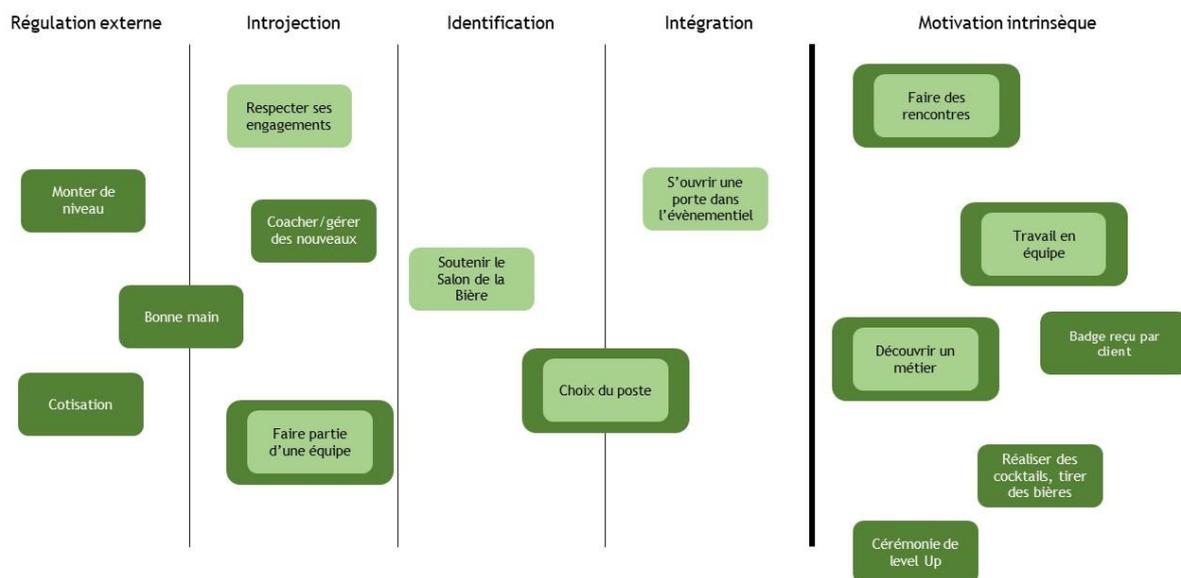
Annexe 11 : Matrices motivationnelles



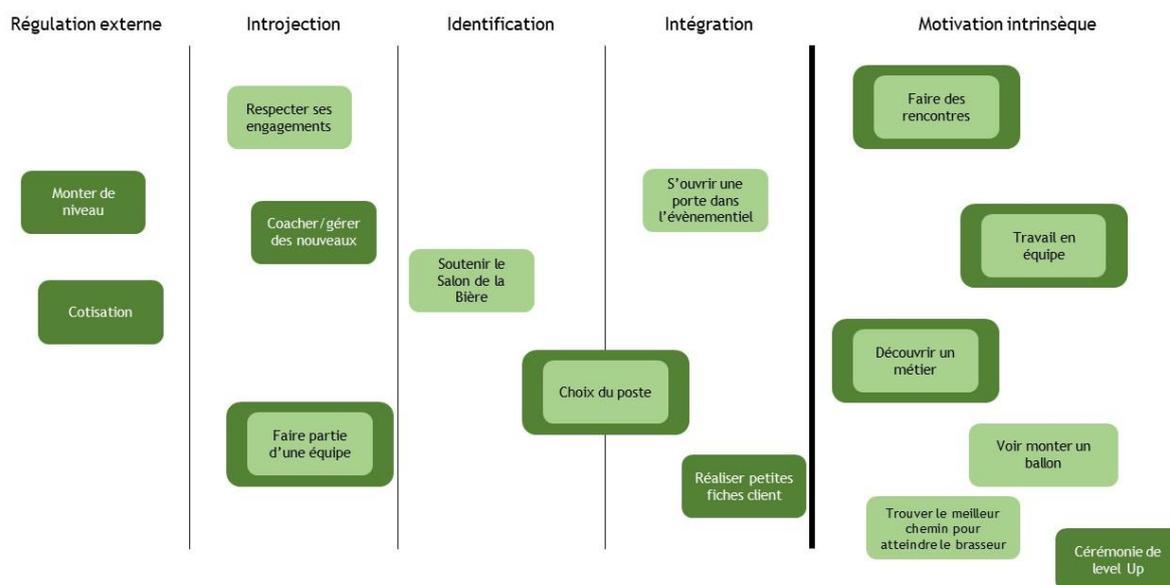
(dé)montage



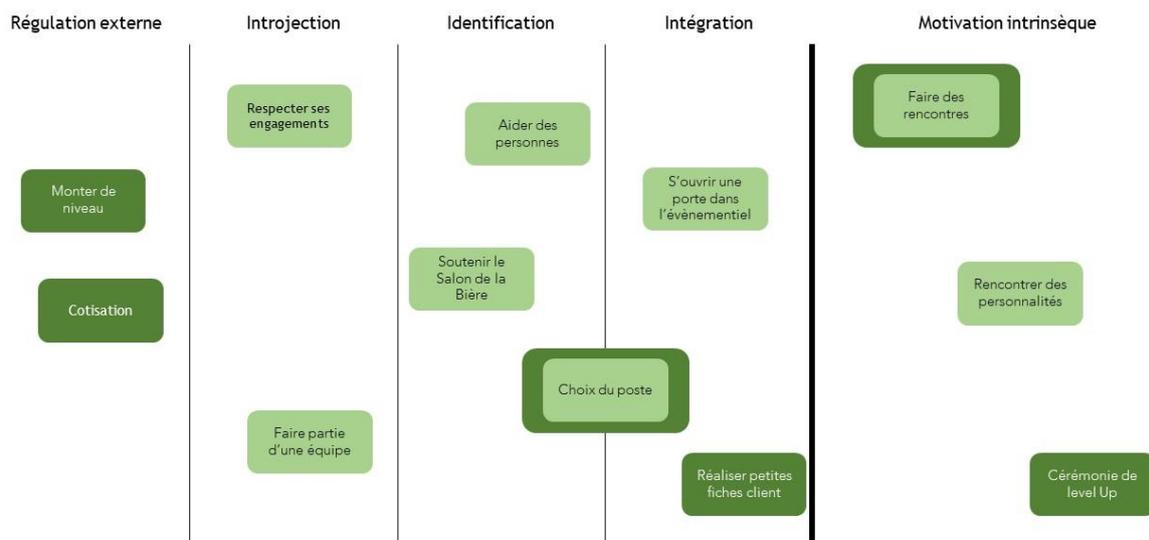
Accueil



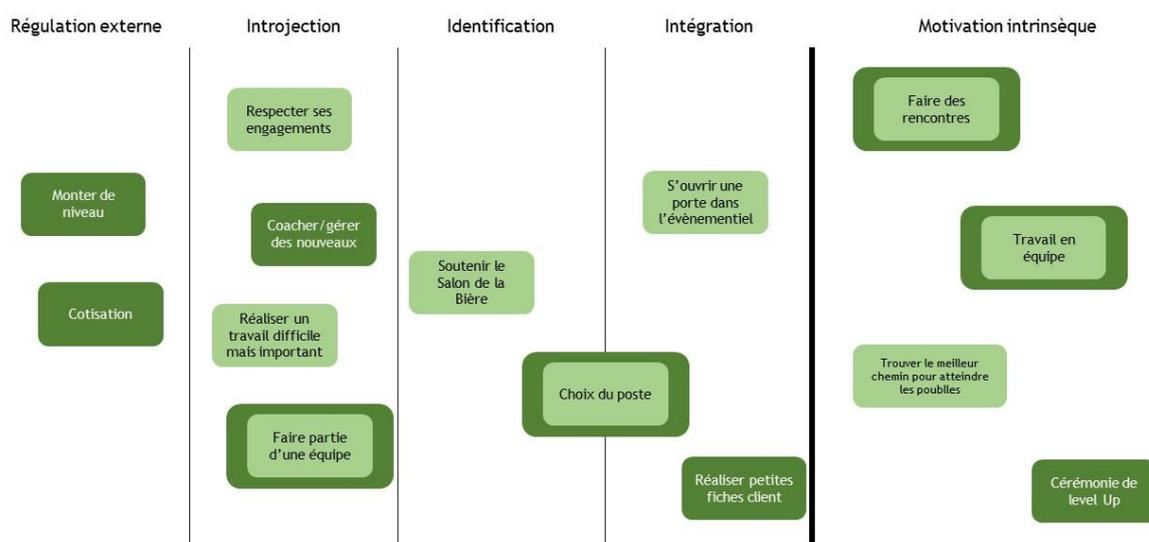
Bar



Ravitaillement

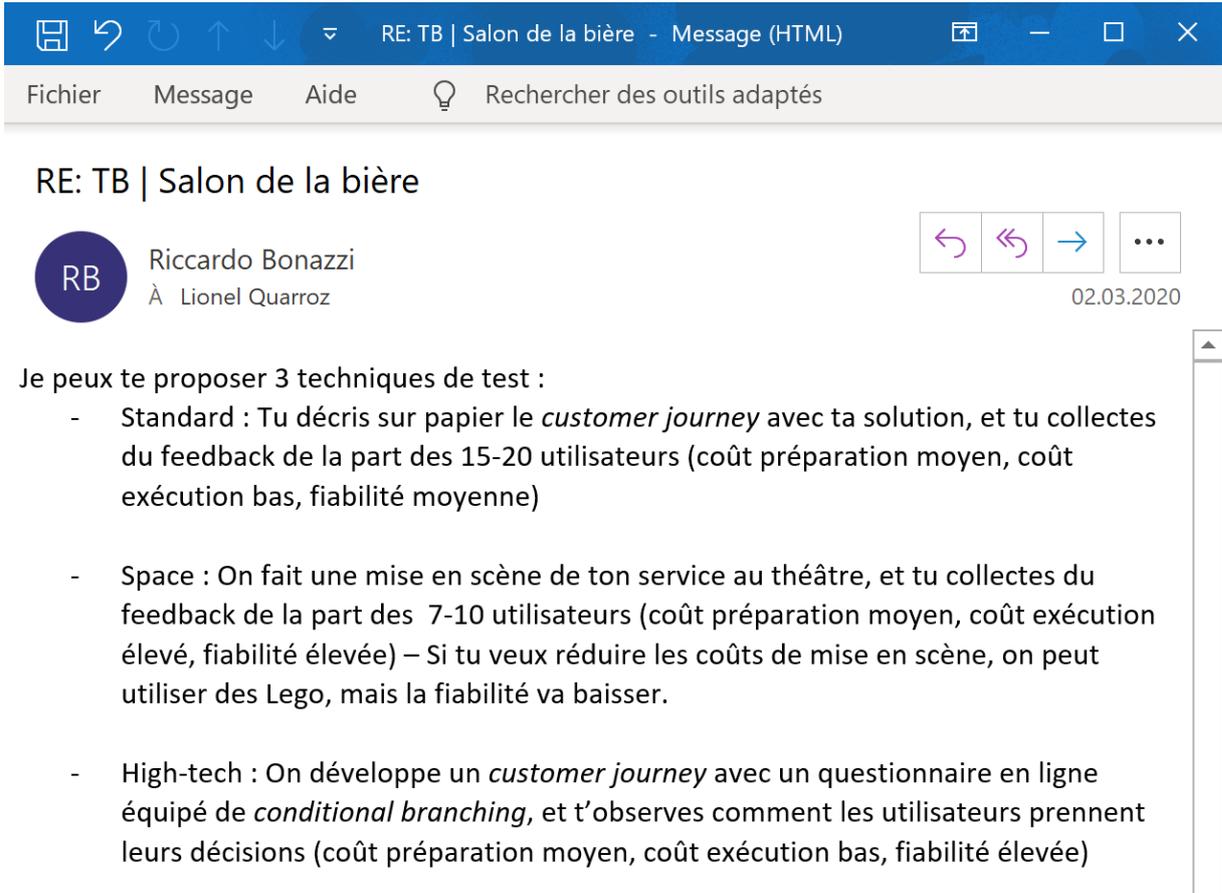


Accueil VIP



Nettoyage et évacuation des déchets

Annexe 12 : Adaptation au contexte pandémique



RE: TB | Salon de la bière - Message (HTML)

Fichier Message Aide Rechercher des outils adaptés

RE: TB | Salon de la bière

 Riccardo Bonazzi
À Lionel Quarroz

02.03.2020

Je peux te proposer 3 techniques de test :

- Standard : Tu décris sur papier le *customer journey* avec ta solution, et tu collectes du feedback de la part des 15-20 utilisateurs (coût préparation moyen, coût exécution bas, fiabilité moyenne)
- Space : On fait une mise en scène de ton service au théâtre, et tu collectes du feedback de la part des 7-10 utilisateurs (coût préparation moyen, coût exécution élevé, fiabilité élevée) – Si tu veux réduire les coûts de mise en scène, on peut utiliser des Lego, mais la fiabilité va baisser.
- High-tech : On développe un *customer journey* avec un questionnaire en ligne équipé de *conditional branching*, et t’observes comment les utilisateurs prennent leurs décisions (coût préparation moyen, coût exécution bas, fiabilité élevée)

Annexe 13 : Présentation (6^e itération)

IPA

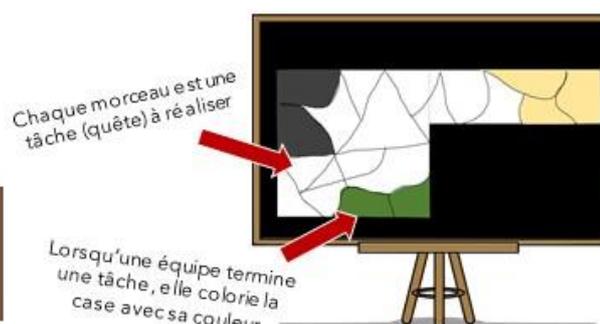
Stout

Lager

(dé)montage JourJ 3 équipes

- Chaque bénévole reçoit un bandeau aux couleurs de son équipe
- Une quête ne peut être réalisée qu'avec les membres d'une même équipe

1 panneau de quête (dé)montage



- Les quêtes forment la carte du bâtiment
- La taille physique d'une quête dépend de sa difficulté ou de sa longueur (temps)
- Certaines quêtes sont volontairement floues dans leur exécution et demandent de la réflexion

Masse
>30h
(+ comité)

Choppe
>7h

Galopin
>0h

(dé)montage JourJ 3 levels

- Chaque bénévole reçoit un badge représentant son level
- Une quête ne peut être réalisée que s'il y a un level Choppe ou Masse dans le groupe. Un Galopin est « attribué » à un level supérieur qui va le guider et répondre à ses questions
- Responsabilités offertes lors de l'évènement dans les divers posts selon le level

Des quêtes (dé)montage

Quête n°12
Niveau 2 >2 personnes

Mettre en place la signalétique
Les visiteurs doivent pouvoir trouver facilement les sorties et les toilettes. Placez les panneaux aux endroits adéquats. Si nécessaires, réalisez une ligne directrice avec du scotch.

Matériel

- 8x panneau Toilettes
- 10x panneau Sortie
- 2x Gros scotch rouge
- 2x Gros scotch noir
- 1x carte du CERM

- Un level Masse doit valider une quête pour qu'une équipe puisse la colorer sur le panneau
- Une quête comprend les informations suivantes: Numéro de la quête, niveau, nombre de personne, énoncé, description, matériel à disposition
- Les niveaux servent à instaurer une hiérarchie. L'ensemble des quêtes de niveau 1 doivent être terminées avant de passer aux quêtes de niveau 2.

- Ravitaillement -

La pêche au ballon est clairement fun. Chacun s'amuse à être le premier à voir un ballon pour y aller !

Facile, ravitaillement 1^{er} édition

Privileges de Level

- + Utilisation des Talkies-walkies
- + Gestion stock de bière bénévoles & gestion des pauses

Tâches
 Guetter les brasseurs qui ont besoin d'aide
 Gestion des stocks de bières
 Organiser la récolte des anciens fûts et la livraisons des nouveaux

Qualités à avoir
 De bonnes jambes
 Rigueur dans la gestion des stocks
 Résistance au stress
 Créativité

Indications spécifiques
 Lorsqu'un brasseur a besoin d'aide, il lâche dans les airs un grand ballon à hélium blanc. C'est le signal.
 Tous les fûts sont numéroté selon le stand et le type de bière.



Un challenge

JourJ

Pierre
Bière préférée

Basil'nic
Bière préférée

Marriage plats estivaux
Préparé ?

Kitesurf
Passion



Des fiches de postes

JourJ

- Questionner par avant le bénévole sur ses motivations et attentes
- Description détaillée de chacun des postes (difficultés, tâches, qualités à avoir, avantages, informations spécifiques, témoignage, responsabilités selon level)
- Privileges offerts lors de l'évènement dans les divers posts selon le level

- Défi : Remplir un maximum de petite fiche avec des clients du SDB
- Afficher toutes les cartes sur un panneau, visible des clients
- Contient: Prénom, bière préférée, passion
- Éventuellement offrir un signe distinctif de reconnaissance (badge) au bénévole qui en réalise le plus



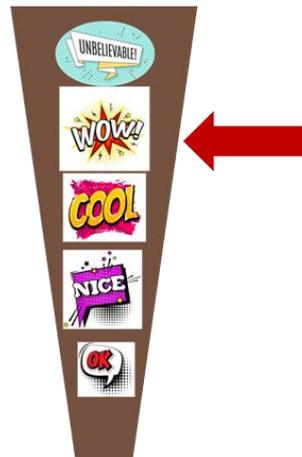
Des sessions de jeu

(dé)montage

- Confrontation ludique entre équipes, épreuves sporadiques
- Idées : Définir la danse du Salon de la Bière, quizz sur la bière
- Permet de changer de rythme et de renforcer les liens

- Inviter les bénévoles à faire connaissance via un espace pause-café
 - Mettre en place un lieu de conversation avec café, eau, snacks.
 - Fournir des questions et jeux "ice-Breaker"

Non-testées
Implémentations mineures
 (dé)montage



Non-testées
Implémentations mineures

JourJ

- Simplifier la caisse en mettant une gommette de couleur sur la touche de la caisse correspondant à un verre. Mettre cette même gommette sur les verres correspondants
- Simplifier la caisse en ajoutant automatiquement la consigne pour chaque consommation → elle doit être enlevée manuellement
- Certains postes (moins appréciés) reçoivent des bons boisson à offrir à des clients chaque heure de travail (pour les remercier de leur « sacrifice »), fourni par un level Masse
- Visualiser la progression dans les différents postes
 - ← Exemple caisse/bar, remplacer la bobine du ticket par un élastique relié à une flèche
- Des clients aléatoires reçoivent des badges avec des injonctions démontrant de la reconnaissance. Ils sont invités à l'offrir à un bénévole dont ils apprécient le travail
- Division du post ravitaillement en 3 équipes : Snipers, éclaireurs, ravitailleurs.
 - Sniper est en hauteur et repère les ballons qui montent
 - Éclaireur reçoit l'info et va chercher l'information de quel fût
 - Ravitailleur reçoit l'info et amène le bon fût

Annexe 14 : Résumé apprentissages

Tableau de quête

Initial	<p>Quête sous la forme d'une partie du bâtiment. À colorer quand remplie.</p> <p>La taille de la quête dépend de sa difficulté ou du temps qu'elle demande.</p>		<p>Une quête comprend les informations suivantes : Numéro de la quête, niveau, nombre de personnes, énoncé, description, matériel à disposition</p>	<p>Les niveaux servent à instaurer une hiérarchie. L'ensemble des quêtes de niveau 1 doivent être terminées avant de passer aux quêtes de niveau 2.</p>	
World café					
Discussion cadrée				<p>Les quêtes doivent être validées par un ancien</p>	<p>Inciter à privilégier la qualité plutôt que la vitesse</p>
Qualitatif					
Quantitatif					
Innovation verticale	<p>Quête sous la forme d'une partie du bâtiment. À colorer quand remplie.</p> <p>La taille de la quête dépend de sa difficulté ou du temps qu'elle demande.</p> <p>Certains quêtes sont volontairement floues dans leur exécution.</p>	<p>Inciter les bénévoles à faire preuve de créativité et à faire des choix qui ont un réel impact sur l'évènement</p>			
Présentation client					

Equipes

Initial	Les quêtes réalisées par un clan sont colorées avec sa couleur de clan sur le panneau de quêtes		Gain d'un bandeau aux couleurs de son clan		Les quêtes se réalisent par petits groupes de minimum deux personnes. Il y a au moins un anciens par équipe et chaque nouveau est avec un ancien.
World café					
Discussion cadrée	Les quêtes réalisées par un clan une équipe sont colorées avec sa couleur de clan d'équipe sur le panneau de quêtes	Diminution de l'importance de la compétition	Gain d'un bandeau aux couleurs de son clan équipe.	Diminution de la compétition	
Qualitatif					
Quantitatif					
Innovation verticale					
Présentation client					

Sessions de jeu

Initial	Confrontation entre équipes, épreuves sporadiques	
World café		
Discussion cadrée	Confrontation entre clans équipes, épreuves sporadiques	Diminution de l'importance de la compétition
Qualitatif		
Quantitatif	<p>Multiples confrontations entre équipes, épreuves sporadiques</p> <p>Expliciter, lors de la première épreuve, l'existence de plusieurs épreuves.</p>	Permet aux équipes de ne pas voir une défaite/victoire comme définitive
Innovation verticale		
Présentation client		

Levels

Initial	Galopin, Chope, Masse	Progression d'après le temps de travail (0h, 8h, 20h)	<p>Collaboration entre les rangs.</p> <p>Les anciens sont présents dans les premières activités des nouveaux pour leur apprendre les actions à réaliser et vérifier qu'ils ne font aucune erreur</p>		Gain de responsabilités avec la progression.	Gain d'un badge exprimant son rang	
World café			<p>Collaboration entre les rangs Levels.</p> <p>Les anciens sont présents dans les premières activités des nouveaux pour leur apprendre les actions à réaliser et vérifier qu'ils ne font aucune erreur</p> <p>Insister sur la dynamique à l'arrivée d'un bénévole</p>	<p>Renforce le contexte ludique de la démarche et diminue la différenciation sociale</p> <p>Renforcer la collaboration entre les différents niveaux, éviter les ségrégations</p>		Gain d'un badge exprimant son rangs Levels .	Renforce le contexte ludique de la démarche et diminue la différenciation sociale
Qualitatif			<p>Collaboration entre les Levels.</p> <p>Les anciens sont présents dans les premières activités des nouveaux pour leur apprendre les actions à réaliser et vérifier qu'ils ne font aucune erreur.</p> <p>Ils les accompagnent lors de la première utilisation du tableau de quête.</p> <p>Insister sur la dynamique à l'arrivée d'un bénévole.</p> <p>Une « masse » accueille un nouveau bénévole en lui indiquant le cadre des Levels :</p>	<p>S'assurer une compréhension des règles</p>			
Quantitatif							

Innovation verticale	<ul style="list-style-type: none"> - Il ne s'agit pas d'une hiérarchie, l'organisation est plate. - Les Levels permettent d'indiquer aux bénévoles auprès de qui ils peuvent demander de l'aide. - Les privilèges permettent d'optimiser l'organisation du Salon de la Bière. Leur respect permet de progresser mieux, plus vite. 	Permet de mettre un cadre et d'augmenter les chances que les implémentations soient bien perçues.		
	Présentation client			

Fiche de poste

Initial	Description de chaque poste via une carte de poste (tâche, avantages, informations spécifiques)			
World café				
Discussion cadrée	Description de chaque poste via une carte de poste (difficultés, tâches, qualités à avoir, avantages, informations spécifiques)	Informier les bénévoles sur leurs engagements en choisissant un poste	Questionner le bénévole auparavant sur ses motivations, lui proposer deux postes à choix selon ses motivations	Laisser le choix de leurs activités aux bénévoles, les guider selon leurs motivations vers les postes adéquats
Qualitatif	Description de chaque poste via une carte de poste (difficultés, tâches, qualités à avoir, avantages, informations spécifiques) La version permettant aux bénévoles de choisir leur poste contient les informations supplémentaires : témoignage d'un ancien bénévole	Donner davantage d'informations sur les postes aux bénévoles pour éviter qu'ils ne créent des informations erronées pour compléter la description du poste		
Quantitatif	Description de chaque poste via une carte de poste (difficultés, tâches, qualités à avoir, avantages, informations spécifiques) La version permettant aux bénévoles de choisir leur poste contient les informations supplémentaires : témoignage d'un ancien bénévole, enjeux et compétences nécessaires.	Permet à chaque bénévole d'être conscient des engagements qu'il prend.	Questionner le bénévole auparavant sur ses motivations, Questionnaire quantitatif envoyé 10 jours avant SDB permet aux bénévoles de partager attentes et objectifs. lui proposer deux postes à choix selon ses motivations	Permet de s'assurer d'un lien entre les attentes des bénévoles et du poste.

		<p>Selon choix, et postes encore disponible, proposition automatique de 2 postes</p> <p>Définir les compétences obligatoires pour chaque poste.</p> <p>Présence d'une case à cocher « Ce n'est pas un problème si mon poste diffère de mon choix »</p>	<p>Permet d'identifier quels bénévoles sont les plus ouverts au changement et qu'il est alors plus facile de déplacer.</p>
Innovation verticale			
Présentation client			

Challenge carte client

Initial	<p>Challenger les bénévoles de remplir un maximum de petites cartes sur le client (prénom, bière préférée, passion) avec les clients</p>		<p>Afficher toutes les cartes sur un panneau, visible des clients</p>	<p>Certains postes reçoivent des bons boissons à offrir à des clients chaque heure de travail</p> <p>Cela leur permet de faciliter le premier pas vers les clients</p>
World café				
Discussion cadrée				
Qualitatif				
Quantitatif				
Innovation verticale	<p>Challenger les bénévoles de remplir un maximum de petites cartes sur le client (prénom, bière préférée, passion) avec les clients</p> <p>Afficher toutes les cartes sur un panneau, visible des clients</p>	<p>Récompenser les actions</p>		

Présentation client	Éventuellement offrir un signe distinctif de reconnaissance (badge) au bénévole qui en réalise le plus	
	<p>Challenger les bénévoles de remplir un maximum de petites cartes sur le client (prénom, bière préférée, passion) avec les clients</p> <p>Afficher toutes les cartes sur un panneau, visible des clients</p> <p>Éventuellement offrir un signe distinctif de reconnaissance (badge) au bénévole qui en réalise le plus</p> <p>Le grand gagnant reçoit un nombre de bière au prorata du nombre total de cartes remplies</p>	Proposition du client d'offrir une grande quantité de bière

Autre Jour J

Initial			
World café			
Discussion cadrée			
Qualitatif			
Quantitatif	<p>Simplifier l'utilisation de la caisse en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reliant chaque élément à un code couleur sur la caisse, plutôt qu'à du texte. Ce code couleur se retrouve sur l'élément en question. - Ajoutant un bouton pour retirer la consigne qui s'ajoute automatiquement. 	<p>Permet de limiter les erreurs de caisse</p> <p>Relier les informations à des couleurs plutôt qu'à du texte simplifie la lecture dans des milieux peu éclairés ou sous le stress.</p> <p>Le client a davantage de chances de repérer une erreur de consigne, car la perte de quelque chose est angoissante (Kahneman, 2012)</p>	

Innovation verticale		Visualiser la progression dans l'ensemble des activités du JourJ	Démontrer que les actions du bénévole ont un impact sur l'évènement	Des clients aléatoires reçoivent des badges avec des injonctions démontrant de la reconnaissance Ils sont invités à l'offrir à un bénévole dont ils apprécient le travail	Rendre fiers les bénévoles Montrer aux bénévoles que les clients reconnaissent leur présence et leur travail
Présentation client					

Ravitaillement

Initial	Le chariot est customisé en ambulance Les fûts sont customisés en organe qui doivent arriver au plus vite vers les brasseurs		Éclaireur, ravitailleur Les éclaireurs sont en hauteurs dans la salle et observent quels brasseurs ont besoin d'aide. Les ravitailleurs sont informés et vont apporter les futs aux brasseurs	
World café				
Discussion cadrée				
Qualitatif	Le chariot est customisé en ambulance Les fûts sont customisés en organe qui doivent arriver au plus vite vers les brasseurs	L'activité de ravitaillement est suffisamment motivante.	Sniper, éclaireur, ravitailleur Les éclaireurs snipers sont en hauteurs dans la salle et observent quels brasseurs ont besoin d'aide. Les ravitailleurs éclaireurs sont informés et vont apporter les futs aux brasseurs voir les brasseurs pour définir comment les aider. Ils transmettent l'information aux ravitailleurs qui récupèrent les bons futs et les amènent.	Diviser le poste en trois groupes pour gagner en efficacité et améliorer le travail en équipe.
Quantitatif				

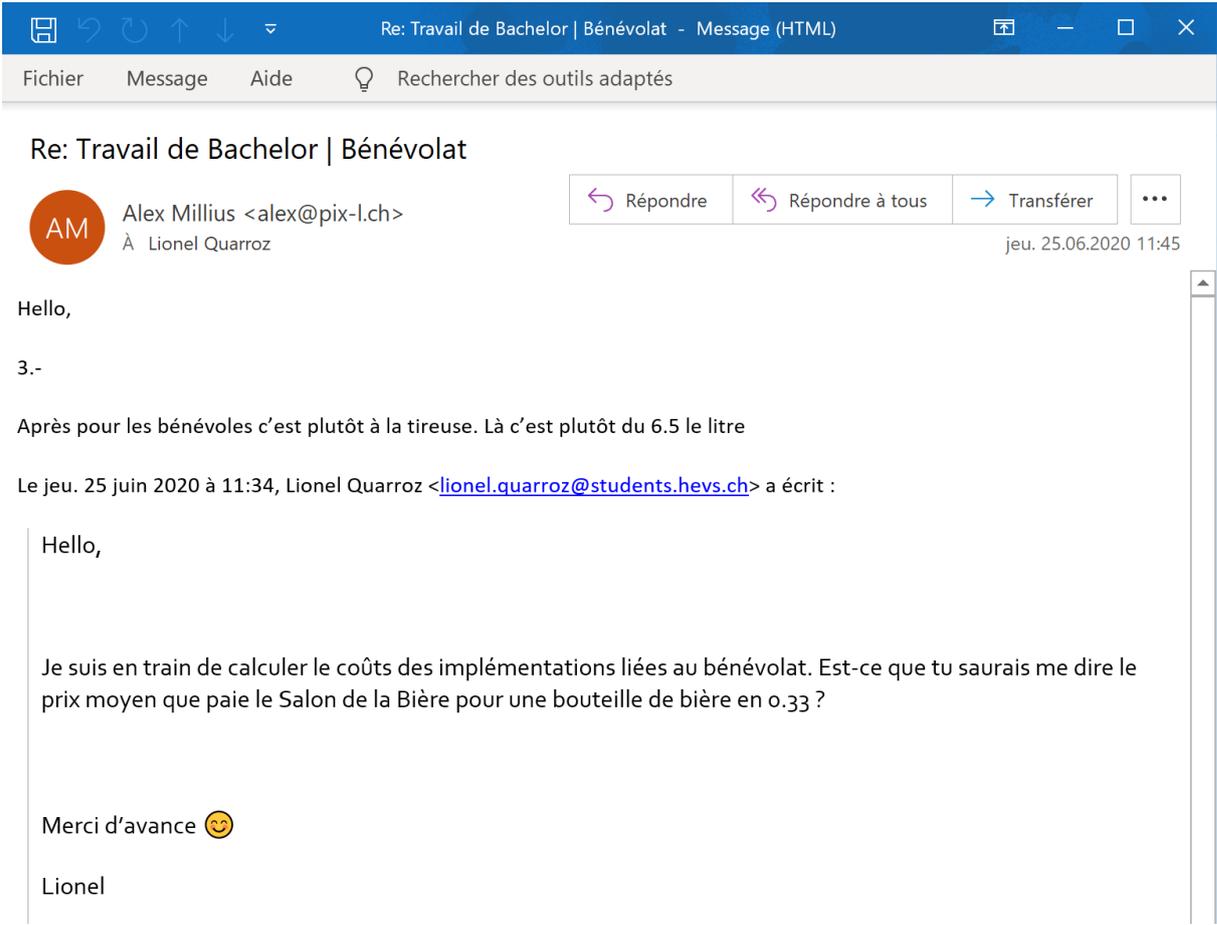
Innovation verticale					
Présentation client					

Autre Global

Initial						
World café						
Discussion cadrée						
Qualitatif						
Quantitatif	<p>Espace réservé aux bénévoles proche du centre du CERM. Mise à disposition de café, bières, snacks, ...</p> <p>Présence à proximité du panneau de quêtes lors du (dé)montage et du panneau du challenge des cartes clients les JourJ.</p>	<p>Inciter la création de liens et la rencontre de nouvelles personnes.</p> <p>Assurer un mouvement autour des artéfacts</p>	<p>Visualisation des tutoriels</p>	<p>Facilite la compréhension du message</p>	<p>Mise à disposition d'un « Guide du bénévole brutolique (GBB) ». Celui-ci contient les informations essentielles, le cadre de la journée et les tutoriels utiles aux bénévoles des trois Levels.</p>	<p>Expliciter au maximum les informations pour les bénévoles et leur permettre d'y avoir accès durant toute la journée.</p> <p>Donner le cadre et préciser aux Levels supérieurs de le rappeler aux bénévoles Galopins permet d'éviter un sentiment de ségrégation et d'améliorer les chances qu'ils demandent de l'aide en cas de doute.</p>
Innovation verticale	<p>Espace réservé aux bénévoles proche du centre du CERM. Mise à disposition de café, bières, snacks, ... et de jeux/questions Ice-breaker</p> <p>Présence à proximité du panneau de quêtes lors du (dé)montage et du panneau du challenge des cartes clients les JourJ.</p>	<p>Créer un lieu favorisant la création de liens d'amitié. Encourager à briser la glace entre les bénévoles</p>				

Présentation client	<p>Espace réservé aux bénévoles proche du centre du CERM. Mise à disposition de café, bières, snacks, ... et de jeux/questions Ice-breaker</p> <p>Présence à proximité du panneau de quêtes lors du (dé)montage et du panneau du challenge des cartes clients les JourJ.</p> <p>Les panneaux sont accessibles par tous les bénévoles</p>	<p>Précision sur l'utilisation, aucune source n'indique qu'il est nécessaire de restreindre l'accès.</p>				
Initial						
World café						
Discussion cadrée						
Qualitatif						
Quantitatif						
Innovation verticale	<p>Les anciens prennent note des heures des bénévoles</p>	<p>Ajouter une pression sociale pour engager plus fortement les nouveaux</p>	<p>Les bénévoles paient une cotisation annuelle afin de pouvoir s'inscrire au Salon de la Bière et aux « side events » en tant que bénévoles</p>	<p>Incite les bénévoles à respecter leurs engagements</p>	<p>Présentation des bénévoles sur le site internet du Salon</p>	<p>Améliorer la reconnaissance des bénévoles</p>
Présentation client						

Annexe 15 : tarif bières



Re: Travail de Bachelor | Bénévolat - Message (HTML)

Fichier Message Aide Rechercher des outils adaptés

Re: Travail de Bachelor | Bénévolat

 Alex Millius <alex@pix-l.ch>
À Lionel Quarroz

Répondre Répondre à tous Transférer

jeu. 25.06.2020 11:45

Hello,

3.-

Après pour les bénévoles c'est plutôt à la tireuse. Là c'est plutôt du 6.5 le litre

Le jeu. 25 juin 2020 à 11:34, Lionel Quarroz <lionel.quarroz@students.hevs.ch> a écrit :

Hello,

Je suis en train de calculer le coûts des implémentations liées au bénévolat. Est-ce que tu saurais me dire le prix moyen que paie le Salon de la Bière pour une bouteille de bière en 0.33 ?

Merci d'avance 😊

Lionel

Annexe 16 : Méthodologie Simulation

Voici donc les cinq implémentations qui seront testées dans le questionnaire :

- Tableau de quêtes et équipes (A)
- Sessions jeu (B)
- Levels (C)
- Fiches de postes (D)
- Challenge cartes clients (E)

Afin de vérifier leurs pertinences, les implémentations seront présentes uniquement auprès de la moitié des bénévoles qui réaliseront le questionnaire. Cela permet d'avoir une partie de l'échantillon qui est neutre. Pour cela, huit chemins différents ont été créés pour chacun des deux concepts, comprenant ou non les implémentations.

(Dé)montage				JourJ			
Implémentation				Implémentation			
Chemin	A	B	C	Chemin	C	D	E
1	x	x	x	1	x	x	x
2	x	x		2	x	x	
3		x	x	3		x	x
4	x		x	4	x		x
5	x			5	x		
6		x		6		x	
7			x	7			x
8				8			

Ensuite, pour faciliter et fluidifier la réalisation du questionnaire, les deux tableaux ont été fusionnés afin de ne garder plus que huit chemins. Chaque chemin correspond à un code que chaque bénévole va recevoir. À noter que la fusion a été réalisée d'une manière à ne pas surcharger l'un des codes. L'objectif est d'équilibrer le temps de réponse au questionnaire.

(Dé)montage et JourJ					
Implémentation					
Code	A	B	C	D	E
1267	x	x	x		
9242	x	x		x	x
1234		x	x		x
8754	x		x	x	
9520	x		x		
0742		x		x	
7338			x		x
0265				x	x

Attentes

Chaque critère de succès de ce travail est relié à des hypothèses. Les implémentations testées dans le questionnaire cherchent à valider ou non ces hypothèses.

Déclaration	Implémentation	Hypothèse	Raison	Outil
90% des bénévoles déclarent avoir obtenu les informations nécessaires pour participer à l'effort collectif	Tableau de quête	La description des activités en quêtes avec hiérarchisation, nombre de personnes, pourquoi et comment permettent de donner les informations nécessaires à l'autonomie d'un bénévole	<p>Pour éviter les erreurs et de créer du découragement, il est pertinent de découper les activités en plusieurs sous-tâches bien détaillées dans le comment et leurs objectifs. (Amabile & Kramer, 2011; Cardador et al., 2017; Ryan & Deci, 2000). Cela lui permet d'adapter son comportement à la situation, ce qui améliore la réalisation d'une tâche (Cardador et al., 2017). Le bénévole doit avoir accès à toutes les ressources nécessaires pour réaliser une tâche : humaines, temporelles et matérielles (Amabile & Kramer, 2011).</p> <p>Être autonome demande d'avoir un accès régulier à des feedbacks sur le travail réalisé. L'autonomie améliore l'efficacité et la rapidité d'exécution de l'entreprise car l'employé n'a pas besoin de consulter son supérieur hiérarchique pour prendre une décision (Manzoor, 2011).</p> <p>L'évaluation du niveau de difficulté d'une tâche n'est pas pertinente dans la description d'une activité (Hamari et al., 2014)</p>	Est-ce que le bénévole relit la quête en cas de doute sur la réalisation d'une activité ? (Q17) Comment réagissent les bénévoles qui n'ont pas cette option ? (Q35)
	Level/Equipe	Déléguer l'accueil et la présentation des activités aux autres bénévoles permet de décharger le comité.	-	Après de qui/quoi le bénévole va-t-il chercher les informations ? (Q17, Q20, Q32, Q35) Est-ce que les bénévoles sont davantage exploités qu'Alex (comité) lorsque présence de l'implémentation Level ? (Q17, Q20, Q32, Q35)

Déclaration	Implémentation	Hypothèse	Raison	Outil
90% des bénévoles répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse	Sessions jeu	Equipe plus soudée et concentrée avec des pauses ludiques, meilleur confort dans l'équipe et gain d'énergie pour la suite du travail.	Observé lors d'un mandat pour une entreprise valaisanne. Le défi était de faire collaborer deux équipes qui ne se connaissaient que très peu. La période de travail a été interrompue par des jeux et concours réguliers à faire en équipe. Les participants ont confirmé à la fin de la période qu'ils avaient créé des liens rapidement avec les personnes et que les activités ludiques leur ont donné de l'énergie pour travailler.	Est-ce que le succès de l'équipe est important ? (Q28) Est-ce que le jeu motive ? (Q14, Q31) Est-ce que le jeu améliore l'ambiance et le plaisir à travailler ? (Q47)
	Tableau de quête	Laisser une autonomie et un pouvoir décisionnel quant à la réalisation d'une tâche permet de booster la reconnaissance. La reconnaissance permet de booster la motivation et l'engagement.	L'autonomie et le pouvoir décisionnel sont perçus comme de la reconnaissance (Manzoor, 2011). La reconnaissance est pertinente dans la gamification car elle est source de fun (Werbach, s. d.). La réalisation de tâches sera meilleure si ces dernières sont initiées par l'employé lui-même et qu'il est en partie ou totalement autonome sur la manière de les réaliser. Un employé aura plus de plaisir à réaliser une tâche s'il est libre de prendre des initiatives et qu'il peut choisir la manière d'atteindre les objectifs de l'entreprise. (Cardador et al., 2017) De nombreux auteurs tendent à se mettre d'accord sur l'affirmation que la reconnaissance booste la motivation et l'engagement (Manzoor, 2011; Ryan & Deci, 2000; Werbach, s. d.). De plus, une action qui booste la motivation permet d'engendrer une autre action, ce qui crée une boucle d'engagement (Werbach, s. d.).	Est-ce que la présence du tableau améliore l'engagement pour une nouvelle édition ? (Q104) Est-ce que l'engagement est meilleur avec le tableau ? (Q14, Q31, Q47) Est-ce que la reconnaissance est meilleure avec le tableau ? (Q104)
	Levels	La reconnaissance permet de booster la motivation et l'engagement.	De nombreux auteurs tendent à se mettre d'accord sur l'affirmation que la reconnaissance booste la motivation et l'engagement (Manzoor, 2011; Ryan & Deci, 2000; Werbach, s. d.). De plus, une action qui booste la motivation permet d'engendrer une autre action, ce qui crée une boucle d'engagement (Werbach, s. d.).	L'engagement (Q14, Q31, Q47, Q53, Q83, Q98, Q104) et le sentiment de reconnaissance (Q104) est-il meilleur avec la présence des levels ?

Déclaration	Implémentation	Hypothèse	Raison	Outil
	Equipes & Session de jeu & Level & Fiche de poste	Un engagement initial permet de motiver d'autres engagements.	Le sentiment de faire partie d'un groupe permet de créer de la motivation intrinsèque et extrinsèque (Freedman & Fraser, 1966; Guéguen & Fischer-Lokou, 1999; Ryan & Deci, 2000). Le groupe est une source de motivation pour une personne (Amabile & Kramer, 2011), ce qui rend le groupe précieux aux yeux de la personne (Ryan & Deci, 2000). Lorsqu'une personne s'engage dans une action ou une équipe, elle va chercher une congruence dans la suite de ses actions (Freedman & Fraser, 1966). Cela permet de créer de la motivation intrinsèque et d'engager la personne.	N'est pas mesurable. Les participants aux questionnaires n'ont pas la possibilité de le quitter en cours de route.
	Equipes & Level	La création d'une structure claire dans l'organisation permet d'améliorer la cohésion de groupe.	L'installation d'une discipline et de rôles dans une équipe permet d'améliorer sa cohésion (Cota et al., 1995).	Est-ce que le bénévole s'intéresse à Sophie ? (Q15, Q20, Q47) Est-ce que le bénévole s'intéresse à Julien ? (Q35, Q92, Q98) Plaisir à rencontrer du monde ? (Q47, Q98) Vont-ils à l'apéro ? (Q445, Q76, Q96)
	Fiche de poste	Améliore la motivation pour la journée	Le bénévole doit avoir accès à toutes les ressources nécessaires pour réaliser une tâche : humaines, temporelles et matérielles (Amabile & Kramer, 2011). L'autonomie améliore l'efficacité et la rapidité d'exécution de l'entreprise car l'employé n'a pas besoin de consulter son supérieur hiérarchique pour prendre une décision (Manzoor, 2011).	L'écart d'engouement à la moyenne après le choix du poste est-il meilleur avec la fiche ? (Q53)
	Fiche de poste	Améliore l'intérêt pour un poste	L'expertise de personnes influentes dans le secteur concerné apporte de la crédibilité, diminue la résistance et permet d'être pris davantage au sérieux (Berghman et al., 2013; Kotter et al., 2006)	Ratio bar/ravitaillement (Q50), comment réagis quand obligé ravitaillement ? (Q60) Quels sentiments garde du SDB si doit changer de poste ? (Q98)

Déclaration	Implémentation	Hypothèse	Raison	Outil
95% des bénévoles acceptent et respectent les règles mises en place	Tableau de quête	Grand artefact au centre du bâtiment → boost l'attention porté au jeu Quête → meilleure compréhension du contenu de la journée Même départ pour toutes les équipes → justice et impartialité	La gamification dans un lieu de travail demande le consentement implicite des employés. Ce consentement naît (Werbach, s. d.): - D'une compréhension des règles - D'une perception du jeu comme juste, impartial - D'une attention apportée à ce jeu	Les bénévoles utilisent-ils le tableau ? (Q12, Q17, Q32, Q35) Comprennent-ils les règles ? (Q9, Q10, Q11) Vont-ils le compléter ? (Q20) Sont-ils intéressés par la compétition sous-jacente ? (Q43)
	Equipe	Mentoring → règles expliquées par autres bénévoles Equipe → incite à porter attention au jeu	La gamification dans un lieu de travail demande le consentement implicite des employés. Ce consentement naît (Werbach, s. d.): - D'une compréhension des règles - D'une perception du jeu comme juste, impartial - D'une attention apportée à ce jeu	Est-ce qu'ils leur demandent de l'aide ? (Q17, Q32) Y a-t-il un esprit d'équipe ? (Q28)
	Level & Equipe	-	-	Est-ce qu'ils arborent fièrement les artefacts ? (Q4, Q6, Q54, Q55)
Bénévole opérationnel dès la 1ère 1/2 heure	Tableau de quête & Equipe & Level	Rediriger les questions ailleurs que vers Alex (comité)	-	Comment est commencée la première activité ? (Q17) S'il ne sait pas, est-ce qu'il demande de l'aide ? (Q12, Q17, Q20, Q32, Q35) Combien de fois le bénévole demande de l'aide à Alex (comité) ? (Q12, Q17, Q20, Q32, Q35)
	Fiche de poste	La description des activités en quêtes avec hiérarchisation, nombre de personnes, pourquoi et comment permettent de donner les informations nécessaires à l'autonomie d'un bénévole	Pour éviter les erreurs et de créer du découragement, il est pertinent de découper les activités en plusieurs sous-tâches bien détaillées dans le comment et leurs objectifs. (Amabile & Kramer, 2011; Cardador et al., 2017; Ryan & Deci, 2000). Cela lui permet d'adapter son comportement à la situation, ce qui améliore la réalisation d'une tâche (Cardador et al., 2017). Le bénévole doit avoir accès à toutes les ressources nécessaires pour réaliser une tâche : humaines, temporelles et matérielles (Amabile & Kramer, 2011). Être autonome demande d'avoir un accès régulier à des feedbacks sur le travail réalisé. L'autonomie améliore l'efficacité et la rapidité d'exécution de l'entreprise car l'employé n'a pas besoin de consulter son supérieur hiérarchique pour prendre une décision (Manzoor, 2011). L'évaluation du niveau de difficulté d'une tâche n'est pas pertinente dans la description d'une activité (Hamari et al., 2014)	Est-ce que les consignes de Julien sont plus claires pour ceux qui ont eu la fiche de poste ? (Q63, Q64, Q65, Q66)

Déclaration	Implémentation	Hypothèse	Raison	Outil
Autres	Challenge carte client	Permet de répondre à un besoin de rencontrer du monde		Est-ce que le challenge l'intéresse ? (Q58, Q59) Combien de fois les fiches clients ont-elles été remplies /3 ? (Q67, Q76, Q84) Le plaisir à rencontrer du monde est-il plus grand ? (Q104)
	Session Jeu, Panneau de quêtes	Indication sur le caractère des bénévoles		Est-ce que rejoins ou crée un groupe ? (Q25) Avec qui ? (Q25) Comment réagit face à un autre leader ? (Q27) Comment réagit à la compétition ? (Q43) Est-ce qu'il cherche la sécurité ou la rapidité ? (Q41) Cherche-t-il à initier une activité ? (Q33)
	Attentes et besoins	Validation des attentes et besoins des bénévoles		Qu'est-ce qui motive ? Quelles attentes ? Quelles compétences ? (Q48)
	Autre	Indication sur le caractère des bénévoles		Est-ce qu'il cherche la sécurité ou la rapidité ? (Q89)

2^{ème} Itérations

La méthodologie pour conceptualiser le questionnaire a été la même que pour le mandat dans sa globalité. Avant de passer à l'étape communication, deux itérations ont été réalisées afin d'améliorer le concept. La première itération a été évaluée par :

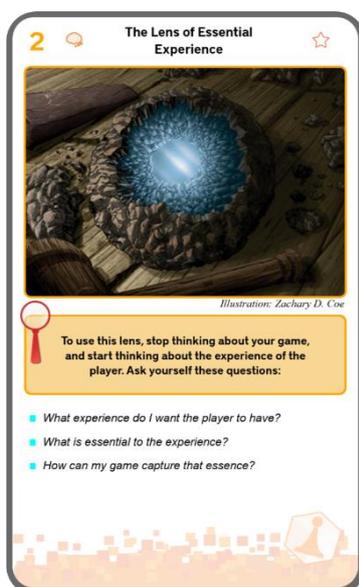
- Des experts en études quantitatives
- Des collègues avec le même parcours étudiantin
- Des proches

Modifications apportées au questionnaire

Les retours ont permis d'améliorer le questionnaire. La liste des modifications est la suivante :

- Les choix de réponses ont été mis tous dans une même nuance de couleur à connotation neutre afin de ne pas influencer les réponses.
- Changement du tutoriel afin qu'il prépare davantage le participant à la suite. Changement de la forme des réponses et du bouton pour passer à la suite.
- Changements dans l'introductions :
 - o Ajout du contenu et des étapes du questionnaire
 - o Ajout de l'indication (erronée) qu'il est possible de se rapprocher des conditions réelles
 - o Ajout de quelques lignes indiquant l'importance de s'imprégner du questionnaire et d'y mettre toute son attention en étant attentif à ses émotions.
 - o Ajout de l'objectif du questionnaire
- Corrections mineures

Design du questionnaire



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Les théories de *game design* ont été utilisées pour conceptualiser le questionnaire. Voici un aperçu des réflexions en lien avec les cartes mnémotechniques de Schell (Schell Games, 2016).

Création du questionnaire autours de l'expérience du bénévolat au Salon de la Bière. Ce qui est essentiel, ce sont les activités à réaliser pour monter l'évènement et assurer son bon déroulement. À cela s'ajoute des implémentations gamifiées qui modifie l'expérience initiale.

Des blagues et des discussions informelles ont été ajoutées dans le questionnaire. Par exemple, en Q81, Julien réalise un tour de magie avec trois bouteilles.



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

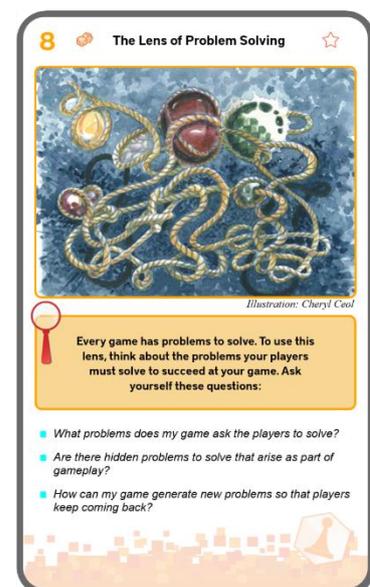


Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

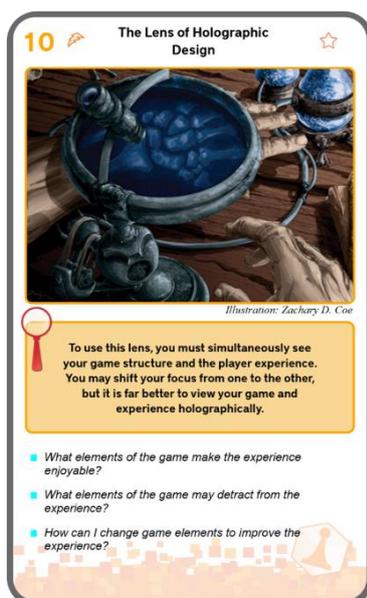
Les participants sont invités à se poser des questions sur leurs émotions et sur leurs liens avec des personnes fictives. Pour qu'ils y portent attention, un message a été ajouté en introduction pour qu'ils prennent conscience qu'il s'agit d'un objectif.

Pour attiser la curiosité, des discussions plus ou moins personnelles sont engagées avec Sophie et Julien.

Par moment, les participants ont le choix entre plusieurs options avec chacune un impact plus ou moins prédictible. Ils sont libres de résoudre la problématique comme ils le souhaitent. Il y a un problème caché en Q17 car la solution la plus simple amène à un échec. Il n'y a pas de génération de nouveaux problèmes. Ce n'est pas pertinent car le participant ne réalise le questionnaire qu'une fois.



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Utilisation des réponses sous la forme de post-it pour se rapprocher des formats de réponse de certains jeux²⁷.

Ajout d'images d'illustration pour faciliter l'immersion dans l'histoire.

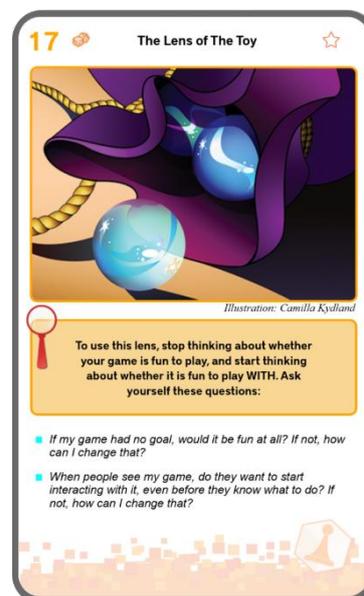
Toutes les questions sont répondues en maximum deux clics.



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Trois outils de création de questionnaires ont été testées pour ce questionnaire. L'objectif a été de trouver l'outil permettant de fournir l'expérience utilisateur la plus simple et intuitive.

C'est l'outil *Sphinx iQ*²⁶ qui a répondu le mieux aux attentes grâce à sa mise en page libre, ses boutons modifiables, ses réponses sous la forme de post-it et son branchement conditionnel qui offre de nombreuses possibilités.



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Les résultats des deux compétitions (tableau de quêtes, session de jeu) sont aléatoires. Il n'a pas d'habilité particulière qui pourrait modifier les chances de victoires.

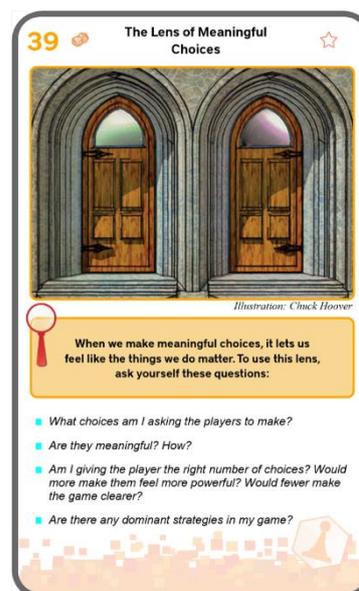
Le hasard permet d'observer les biais de comportements liés à une victoire ou une défaite.

²⁶ Face à LimeSurvey et Typeform

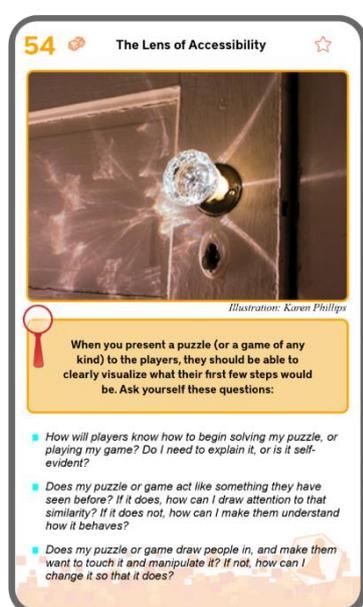
²⁷ Qui veut gagner des millions®, Tout Le Monde Veut Prendre Sa Place®, Final Fantasy III®, Detroit Become Human®

Certains choix montrent un impact aux participants. Lorsqu'il débute une quête la présentation de la quête ne sera pas la même. Par exemple, s'ils vont vers Alex, un message indique qu'il est *très occupé* mais qu'il est d'accord d'aider. Un autre exemple est en Q89 où les participants connaissent clairement les conséquences de leur choix et où aucun choix n'est meilleur que l'autre.

D'autres choix sont mineurs et sont présents pour l'immersion dans l'histoire, par exemple en Q81 où les participants choisissent une bouteille pour le tour de magie de Julien.



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

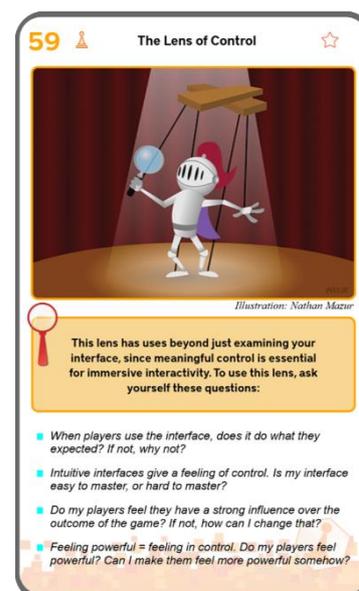
Un tutoriel au début de la partie permet de comprendre comment interagir avec la plateforme. Il permet d'essayer de cliquer une première fois sur un post-it et de comprendre qu'il s'agit de la condition pour que le bouton *confirmer* apparaisse.

Les éléments nouveaux sont expliqués. Pour les éléments plus complexes, comme le challenge des cartes clients, un bouton *en savoir plus* est proposé et permet d'avoir plus d'explications.

Le jeu a été testé pour que chaque bouton réalise l'action prévue. L'interface ne contient que les informations nécessaires au bon déroulement de l'activité :

- Explication de la situation
- Questionnement (optionnel)
- Propositions de réponses
- Image d'illustration (optionnel)
- Barre de progression

Les explications de la situation s'adaptent aux réponses des utilisateurs afin de leur donner un sentiment de contrôle.



Source : Art Of Game Design: Lenses (Schell Games, 2016)

Annexe 17 : Simulation : 1^{ère} communication

La deuxième édition du Salon de la Bière n'a pas eu lieu. Mais ce n'est pas une raison pour ne pas y participer !

Vous, bénévoles, représentiez notre plus grande valeur pour cette édition 2020. Nous sommes conscients de la chance que nous avons de vous avoir à nos côtés. C'est pourquoi nous souhaitons que vous ayez un maximum de plaisir à participer au bon déroulement du Salon de la Bière 2021.

La deuxième édition du Salon de la Bière aurait dû être pleine de nouveautés pour vous : des jeux... des concours... des rencontres ! Nous n'avons malheureusement pas pu les mettre en place et tester votre intérêt à ce sujet. C'est pour cette raison que nous avons recréé le Salon de la Bière sous la forme d'un jeu textuel.

Le lien, que tu trouves à la fin de ce message, te permet de participer virtuellement au Salon de la Bière tel qu'il aurait été le 3 et 4 avril dernier. Comment ? On a créé un jeu vidéo ! Ta participation à ce jeu nous permet d'obtenir un retour sur ce qui fonctionne, ou non, dans ce que nous avons imaginé.

Ta partie va durer entre 10 et 20 minutes, selon les choix que tu fais. Alors installe-toi confortablement, dans un endroit calme. Imprègne-toi de la situation, comme si elle était réelle ! Chacune de tes actions aura un impact direct sur l'édition 2021 du Salon de la Bière !

Pour commencer, retiens bien ce numéro, il te sera utile pour commencer ta partie :

0000

Puis, Tu peux te rendre sur le jeu en cliquant sur le lien ci-dessous :

<https://bit.ly/SalonBiere>

Au plaisir de te revoir ! D'ici là, prends soin de toi et de tes proches.

Codes à répartir aléatoirement entre les bénévoles, si possible après avoir fait les groupes « comité » « nouveaux » « anciens » pour s'assurer de la diversité des réponses pour chaque code :

1267 9242 1234 8754 9520 0742 7338 0265

Annexe 18 : Simulation : 2^{ème} communication

La deuxième édition du Salon de la Bière n'a pas eu lieu. Mais ce n'est pas une raison pour ne pas y participer !

Si tu n'as pas eu l'occasion d'y participer, le jeu ci-dessous est encore disponible et a une énorme valeur pour nous. Ça aide également Lionel qui a fait ce travail dans le cadre de son travail de Bachelor.

Le lien du jeu : <https://bit.ly/SalonBiere>

Pour rappel, tu dois introduire le code suivant pour commencer une partie :

0000

Prends soin de toi et de tes proches. À la prochaine !

Annexe 19 : Simulation : Analyses

90% des bénévoles déclarent avoir obtenu les informations nécessaires pour participer à l'effort collectif

Tableau de quête & Level

Est-ce que le bénévole relit la quête en cas de doute sur la réalisation d'une activité ? (Quête 1)	Panneau/equipe				Level			
	Avec		Sans		Avec		Sans	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Regarder le panneau de quêtes	0.17	1	0	0	0	0	0.17	1
Demander à un bénévole comment faire	0.17	1	0.8	4	0.2	1	0.67	4
Demander à Sophie comment faire	0.33	2	0	0	0.4	2	0	0
Improviser	0.33	2	0.2	1	0.4	2	0.17	1

C'était quoi, déjà? Q17

Tu te retrouves devant le premier stand. Tu y trouves une bache enroulée. Il s'agit du kakémono dont on t'avais parlé. Tu as pour mission de l'accrocher à la droite du stand. Que fais-tu?



Crocher le Kakémono sur le bord du stand pour le suspendre

Suspendre le kakémono à l'intérieur de la paroi droite avec du scotch

Aller voir Alex (du comité) qui est vers l'entrée pour lui demander des précisions

Demander à un bénévole comment faire

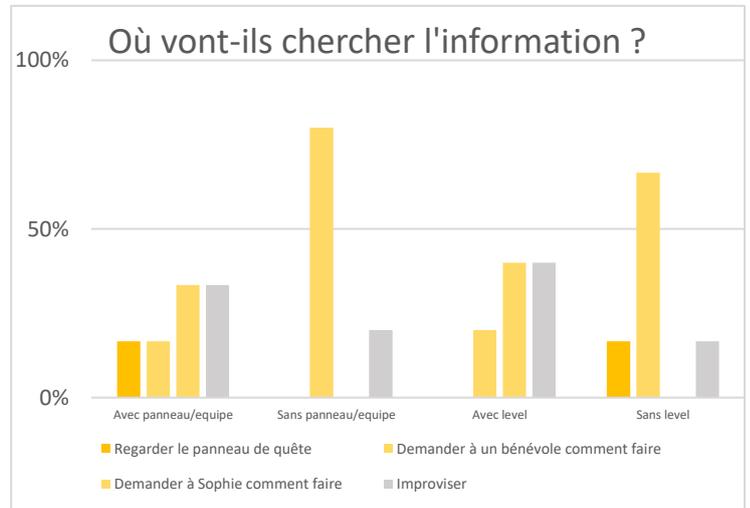
Demander à Sophie comment faire

Relire les informations présentes sur la quête

Départ !

Départ !

■ □ □ □ □ □ □ □ □ □



Est-ce que le bénévole relit la quête en cas de doute sur la réalisation d'une activité ? (Quête 2)	Panneau/equipe				Level			
	Avec		Sans		Avec		Sans	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Consulter la description de la quête	0.3	2	0	0	0.2	1	0.2	1
Copier les actions d'un bénévole	0	0	0	0	0	0	0	0
Copier les actions de Sophie	0	0	0	0	0	0	0	0
Demander à un bénévole ce qu'il faut faire	0.7	4	1	5	0.8	4	0.8	5
Aller voir alex pour lui demander ce qu'il faut faire	0	0	0	0	0	0	0	0

E'est parti ! Q35

Tu rejoins un groupe de bénévoles. Alex prend sur son temps et te dirige vers une équipe de bénévoles. Cette fois, vous êtes chargés de réaliser la signalétique à l'entrée du salon. Tu te retrouves notamment avec Sophie, bénévole avec qui tu as déjà travaillé plus tôt dans la journée. Que fais-tu?

Copier les actions des bénévoles en espérant faire juste

Copier les actions de Sophie (level choppe) en espérant faire juste

Demander à un bénévole ce qu'il faut faire

Consulter la description de la quête

Confirmer

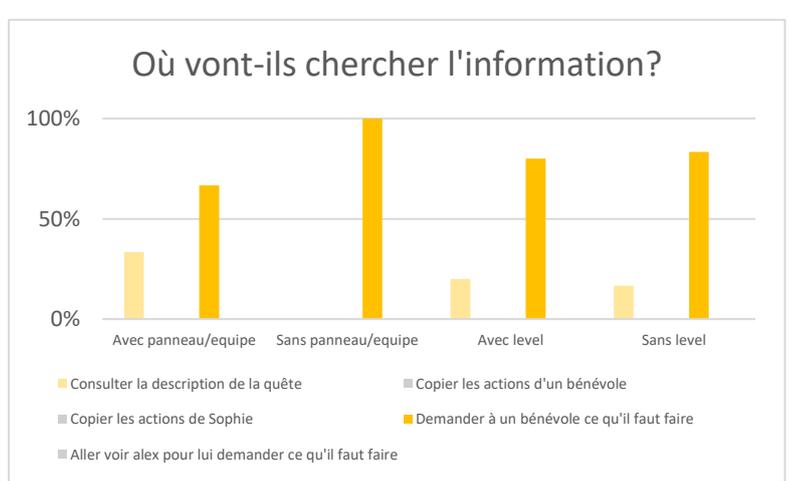
Confirmer

Confirmer

Aller voir Alex pour lui demander ce qu'il faut faire

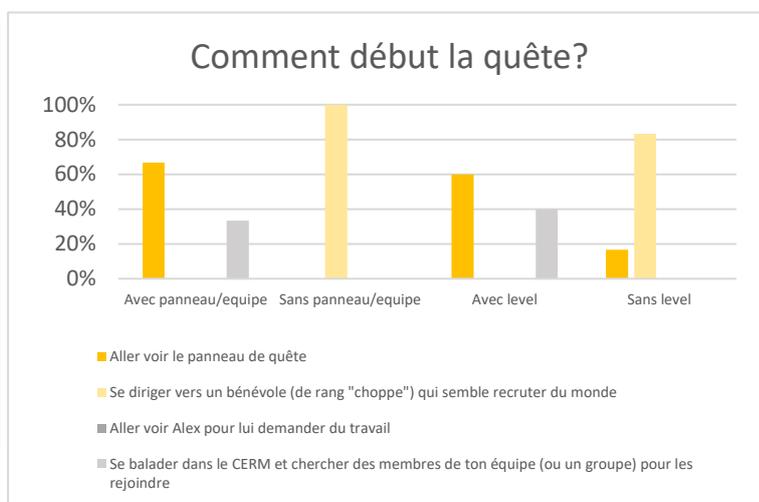
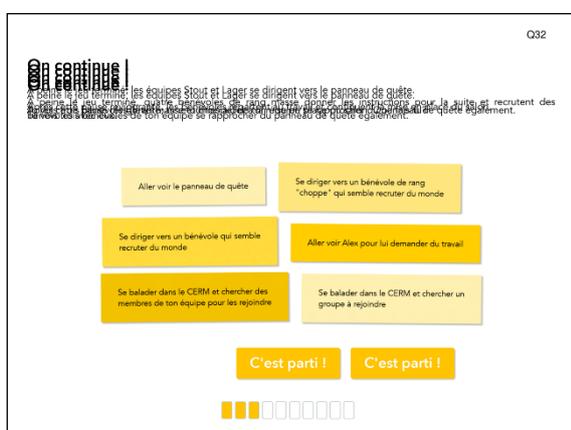
Discuter avec Sophie

■ ■ ■ □ □ □ □ □ □ □



Les résultats démontrent que les bénévoles tendent à chercher les informations sur le comment d'une activité auprès des autres bénévoles. Lorsqu'ils ont accès au tableau de quête, 33% des bénévoles l'utilisent. Certains bénévoles ont essayé d'improviser lors de la première quête, mais pas durant la deuxième.

Comment débute quête n2 ?	Panneau/equipe				Level			
	Avec		Sans		Avec		Sans	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Aller voir le panneau de quêtes	0.7	4	0	0	0.6	3	0.2	1
Se diriger vers un bénévole (de rang "Chope") qui semble recruter du monde	0	0	1	5	0	0	0.8	5
Aller voir Alex pour lui demander du travail	0	0	0	0	0	0	0	0
Se balader dans le CERM et chercher des membres de ton équipe (ou un groupe) pour les rejoindre	0.3	2	0	0	0.4	2	0	0

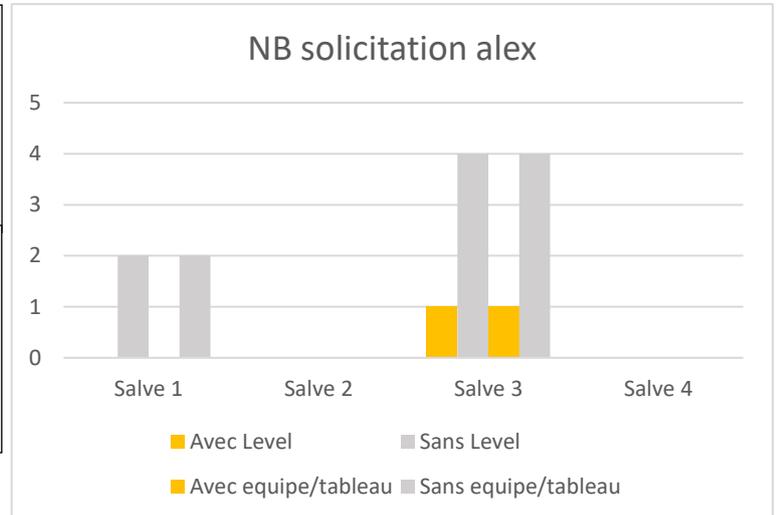
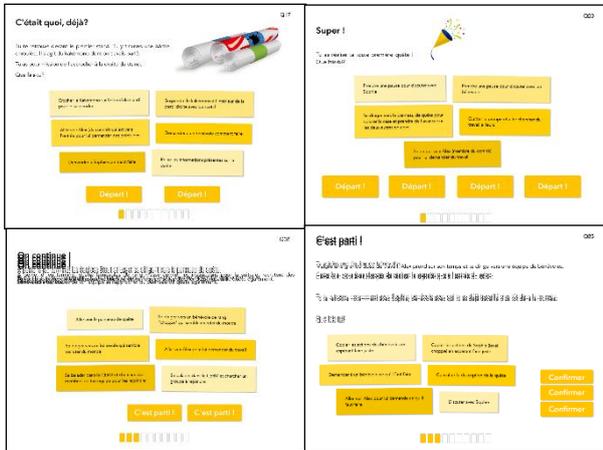


L'option du tableau de quête est choisie par la majorité des bénévoles qui y ont accès. On remarque que certains bénévoles, lorsqu'ils sont exposés aux implémentations, n'ont pas sélectionné un choix « optimal » en choisissant de se promener dans le CERM.

Sans les implémentations, les bénévoles tendent à chercher un autre bénévole pour débiter une activité.

Level

Est-ce que les bénévoles sont davantage exploités qu’Alex (comité) lorsque présence de l’implémentation Level ? (N = 11)

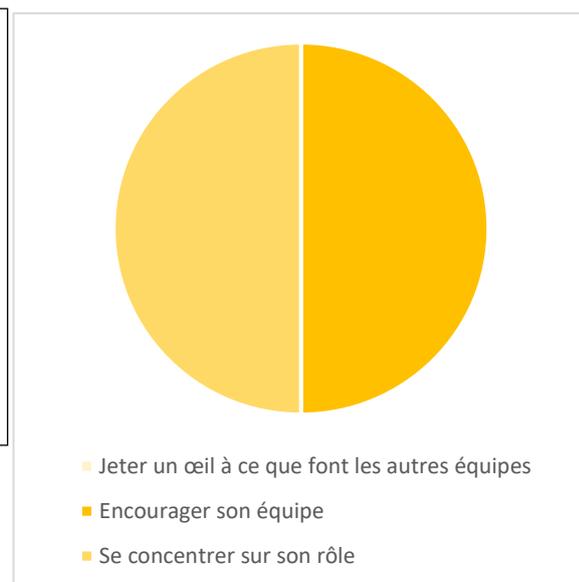
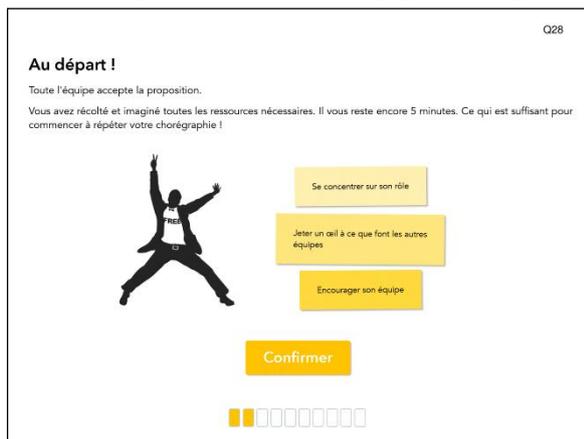


Le nombre de sollicitations auprès du comité est visiblement plus bas lorsque les bénévoles sont exposés aux implémentations.

90% des bénévoles répondent à leurs engagements à la hauteur de leur promesse

Sessions jeu

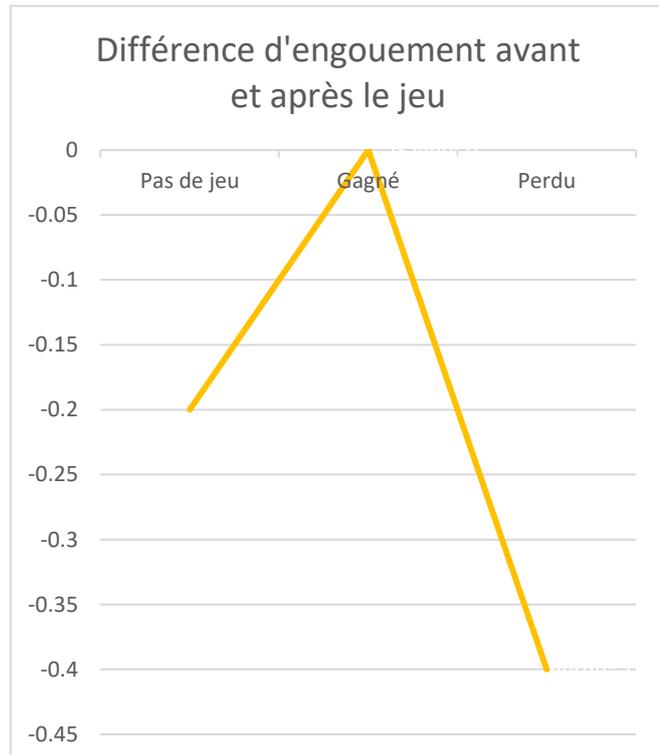
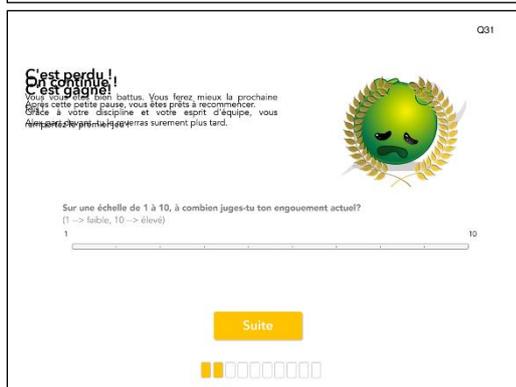
Est-ce que le succès de l'équipe est important ? (N=6)



Les bénévoles tendent à chercher la performance de leur équipe, plutôt que la comparaison et la défaite de leurs opposants. La collaboration prime alors sur la compétition.

Est-ce que le jeu motive ? (N = 11)

Est-ce que le jeu motive ?	Différence d'engagement avant et après le jeu							
	N	Moyenne Eng.1	Moyenne Eng.2	Différence	Médiane	Ecart type	Min	Max
Pas de jeu	5	7.4	7.2	-0.2	0	0.45	-1	0
Gagné	1	10	10	0	0	0	0	0
Perdu	5	8.6	8.2	-0.4	0	0.55	-1	0



Directement après une victoire, il est possible d'observer une stabilité de l'engagement. Sans l'implémentation, cet engagement chute. L'effet est encore plus important en cas de défaite. Une victoire dans une session de jeu semble avoir la capacité de maintenir le niveau de motivation global d'une équipe.

Est-ce que le jeu améliore l'ambiance et le plaisir à travailler ?

Debriefing Q47

Tu arrives chez toi. Tu profites d'un moment de calme pour débriefer ta journée.

Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu l'ambiance entre les bénévoles lors de cette première journée?
(1 -> mauvaise, 10 -> excellente)

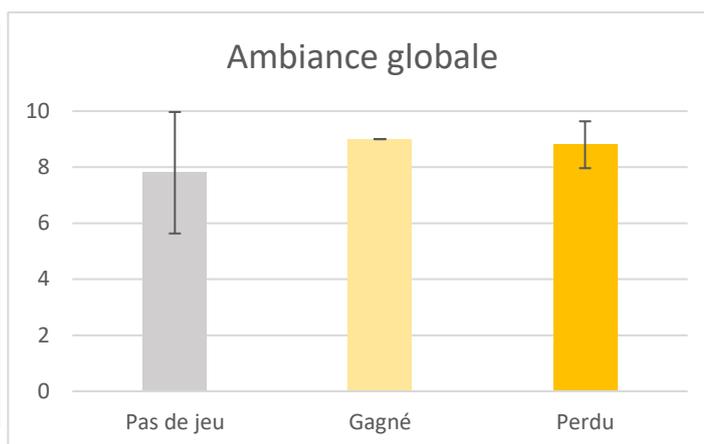
Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer au montage du Salon de la Bière?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à rencontrer de nouvelles personnes?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point te sens-tu proches de Sophie?
(1 -> pas du tout proche, 10 -> très proche)

Continuer

■ ■ ■ ■ □ □ □ □ □ □



Est-ce que le jeu améliore l'ambiance globale ?	N	Moyenne	Ecart type	Mediane	Min	Max
Pas de jeu	5	7.8	2.17	7	5	10
Gagné	1	9	0	9	9	9
Perdu	5	8.8	0.84	9	8	10

Est-ce que le jeu améliore le plaisir à travailler ?	N	Moyenne	Ecart type	Mediane	Min	Max
Pas de jeu	5	7.6	1.95	7	5	10
Gagné	1	10	0	10	10	10
Perdu	5	8.6	1.14	9	7	10

Debriefing Q47

Tu arrives chez toi. Tu profites d'un moment de calme pour débriefer ta journée.

Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu l'ambiance entre les bénévoles lors de cette première journée?
(1 -> mauvaise, 10 -> excellente)

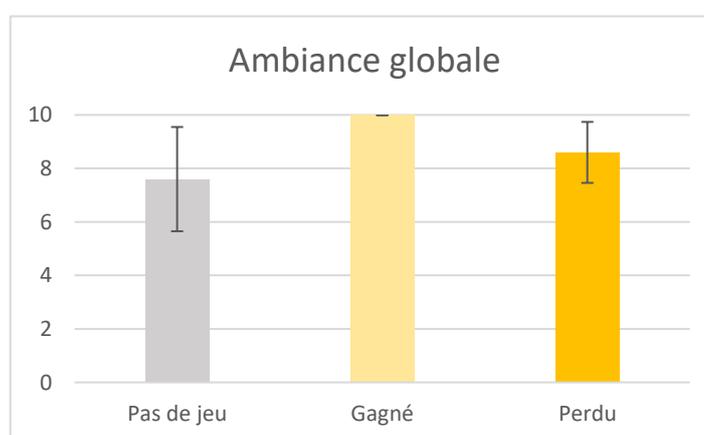
Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer au montage du Salon de la Bière?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à rencontrer de nouvelles personnes?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point te sens-tu proches de Sophie?
(1 -> pas du tout proche, 10 -> très proche)

Continuer

■ ■ ■ ■ □ □ □ □ □ □



L'impact des sessions de jeu sur les bénévoles est remarquable. L'écart-type plus faible peut symboliser une meilleure stabilité émotionnelle. Même si une défaite diminue l'engouement d'une équipe sur le court terme, le plaisir à participer et l'ambiance globale du Salon de la Bière est meilleure avec cette implémentation.

Tableau de quête

Est-ce que la présence du tableau améliore l'engagement pour une nouvelle édition ? (N=11)

Q104

C'est fini !
En rentrant chez toi, tu réfléchis à tout ce qu'il s'est passé...

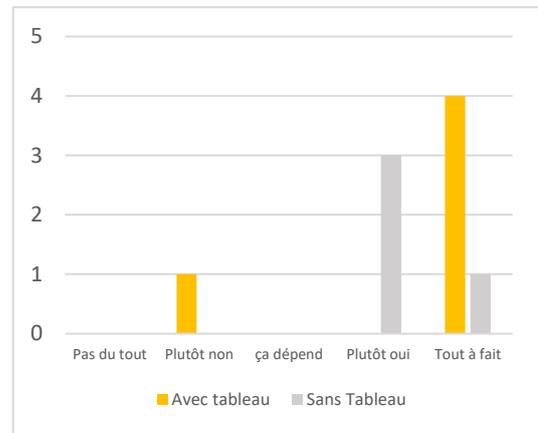
Sur une échelle de 1 à 10, à quel point penses-tu que ton travail et tes efforts ont été reconnus?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

En tant que bénévole au Salon de la Bière, te sens-tu faire partie d'une communauté ?
Pas du tout | Tout à fait

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer à la 2e édition du Salon de la Bière?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Tu t'inscris déjà pour l'année prochaine ?
Pas du tout | Tout à fait

Terminer



L'engagement semble meilleur avec le tableau de quête et les équipes. Si la réponse négative est liée à ces implémentations, cela peut signifier que cette personne ne les a pas appréciées.

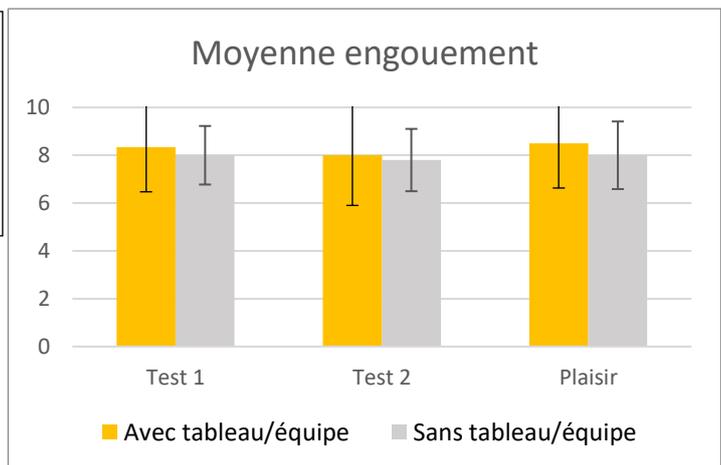
Est-ce que l'engouement est meilleur avec le tableau ? (N=11)

	Moyenne					Engouement 1					Engouement 2					Plaisir participer					
	N	Moyenne	Ecart_Type	Mediane	Min	Max	Moyenne	Ecart_Type	Mediane	Min	Max	Moyenne	Ecart_Type	Mediane	Min	Max	Moyenne	Ecart_Type	Mediane	Min	Max
Avec tableau/équipe	6	8.28	1.84	9	4	10	8.33	1.86	8.5	5	10	8	2.1	8.5	4	10	8.5	1.87	9	5	10
Sans tableau/équipe	5	7.93	1.22	7	7	10	8	1.22	8	7	10	7.8	1.3	7	7	10	8	1.41	7	7	10

Q101: Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu ton engagement pour cette semaine ?

Q102: Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu ton engagement actuel ?

Q103: Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à reconnaître de nouvelles personnes ?



L'engouement moyen est légèrement meilleur avec l'implémentation du tableau. Il est également intéressant d'observer que l'écart-type entre les réponses est plus grand avec le tableau. Cela peut s'expliquer par la différence de caractères entre les différentes personnes.

Est-ce que la reconnaissance est meilleure avec le tableau ?

Est-ce que la reconnaissance est meilleure avec le tableau ?	N	Moyenne	Ecart Type	Mediane	Min	Max
Avec tableau/équipe	5	9.2	1.3	10	7	10
Sans tableau/équipe	5	8	1.22	8	7	10

Q104

C'est fini !

En rentrant chez toi, tu réfléchis à tout ce qu'il s'est passé...

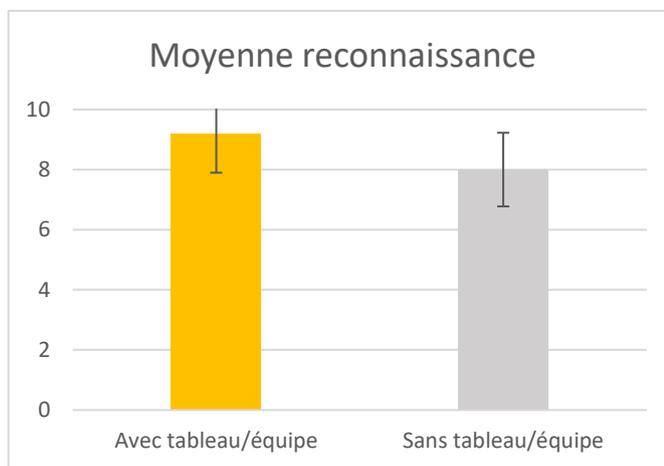
Sur une échelle de 1 à 10, à quel point penses-tu que ton travail et tes efforts ont été reconnus ?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

En tant que bénévole au Salon de la Bière, te sens-tu faire partie d'une communauté ?
Pas du tout / Tout à fait

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer à la 2e édition du Salon de la Bière ?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Tu t'inscris déjà pour l'année prochaine ?
Pas du tout / Tout à fait

Terminer



Il est également notable que le tableau a un effet positif sur la reconnaissance. Ici, l'écart-type est bien plus stable.

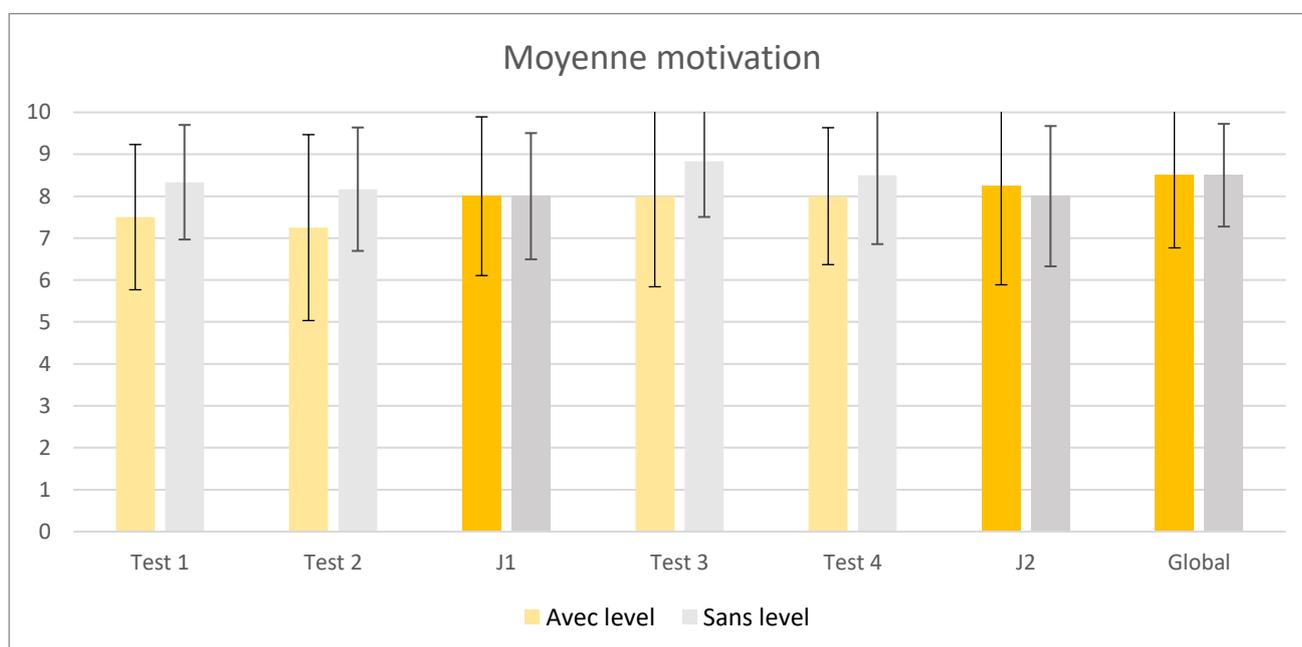
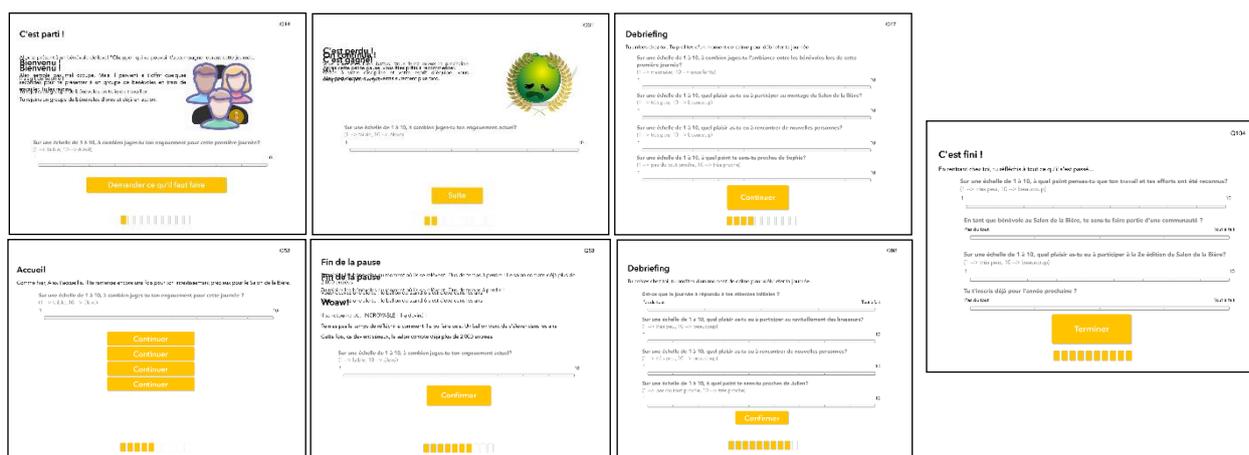
Levels

Est-ce que les Levels améliorent l'ambiance et le plaisir à travailler ?

Est-ce que l'engouement est meilleure avec les niveaux ?	Global					
	N	Moyenne	Ecart Type	Mediane	Min	Max
Avec level	4	7.89	1.79	8	4	10
Sans level	6	8.38	1.38	8	6	10
Différence		0.49				

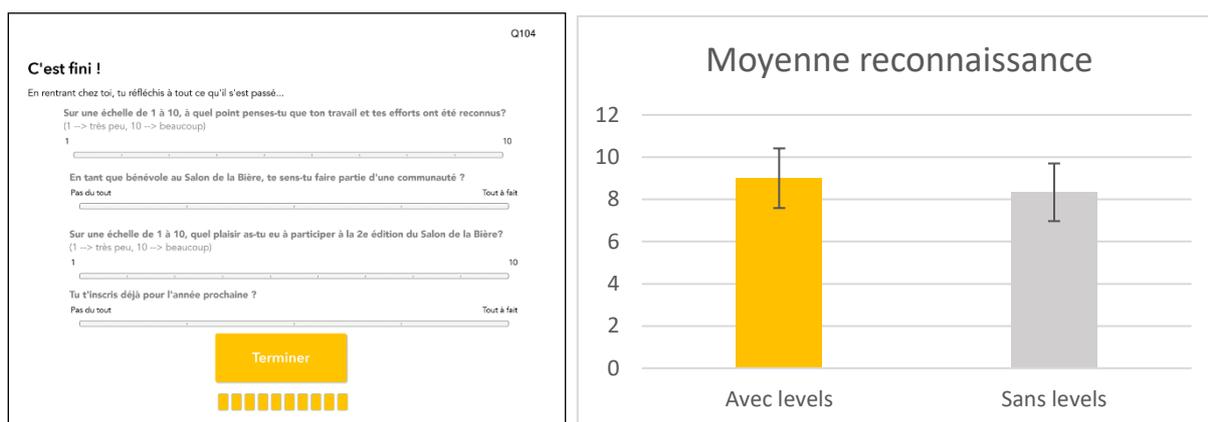
	Test1					Test2					Plaisir participer J1				
	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max
Avec level	7.5	1.73	8	5	9	7.25	2.22	8	4	9	8	1.89	9	5	9
Sans level	8.33	1.37	8	7	10	8.17	1.47	7.5	7	10	8	1.51	8	7	10
Différence	0.83					0.92						0.62			

	Test 3					Test 4					Plaisir participer J2					Plaisir participer global				
	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max
Avec level	8	2.16	8.5	5	10	8	1.63	8	6	10	8.25	2.36	9	5	10	8.5	1.73	9	6	10
Sans level	8.83	1.33	9	7	10	8.5	1.64	8.5	7	10	8	1.67	7.5	6	10	8.5	1.22	8	7	10
Différence	0.83					0.5					0.25					0				



L'implémentation des Levels semble avoir un effet négatif léger sur l'engouement moyen. Comme pour l'autre implémentation (tableau de quête), l'écart-type entre les retours est davantage conséquent avec l'implémentation. Cependant, l'engouement semble se stabiliser à la fin de l'expérience. Le souvenir de l'expérience dans sa globalité semble omettre les effets des Levels.

Le sentiment de reconnaissance est-il meilleur avec la présence des levels ?



Le sentiment de reconnaissance est-il meilleur avec la présence des levels ?	N	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max
Avec levels	4	9	1.41	9.5	7	10
Sans levels	6	8.33	1.37	8	7	10

L'implémentation des Levels permet d'améliorer légèrement le sentiment de reconnaissance des bénévoles. En extrapolant et en reliant avec la donnée précédente qui montre une montée de l'engouement vers la fin, la cérémonie de LevelUp qui se déroule à la fin peut en être responsable.

Equipes & Session de jeu & Level

Est-ce que les bénévoles s'intéressent à Sophie ? Est-ce que les bénévoles s'intéressent à Julien ?

Observation n	Sophie1	Sophie2	Julien1	Julien2
1	0	0	0	0
2	0	0	0	0
3	0	1	0	0
4	0	0	1	0
5	0	1	0	0
6	0	0	1	0
7	0	0	1	1
8	0	0	0	0
9	0	0	1	0
10	0	0	0	0
11	0	0	1	0

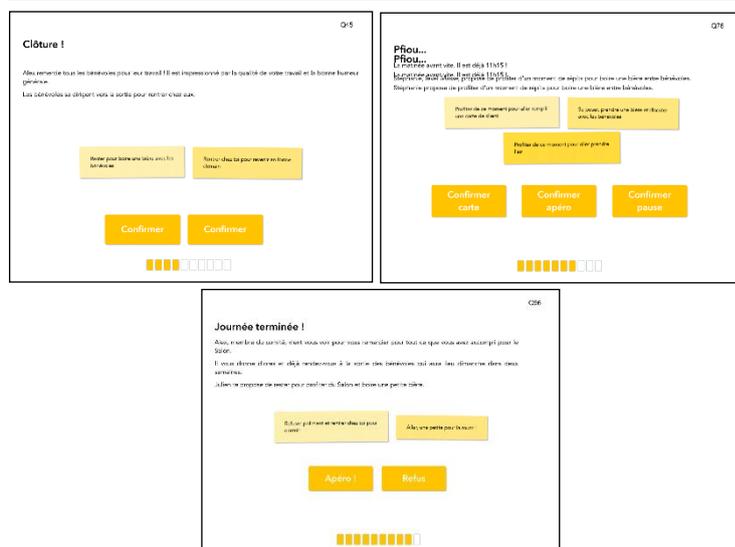
Sur 4x où il est possible de parler à Sophie/Julien. Les bénévoles ont sélectionné l'option **18.18%** du temps

Les bénévoles s'intéressent davantage à Julien (JourJ) qu'à Sophie ((dé)montage). En extrapolant avec les analyses de l'engouement avec l'implémentation des Levels, les résultats emphase ce résultat et la pertinence des Levels pour le JourJ, plus que pour le (dé)montage.

Cet élément n'a, étrangement, pas de relation distincte avec les données précédentes. L'implémentation d'une structure dans l'équipe semble, dans ce cas, améliorer les liens finaux avec les bénévoles, même si le plaisir durant le travail n'est pas optimisé durant le (dé)montage. Cependant, les écarts-types sont grands. Étant donné que cela n'est pas le cas pour les analyses précédentes, cela peut signifier que l'impact des implémentations sur cette variable n'est pas si important.

Vont-ils à l'apéro ? (N=10) (N^{Avec équipe} = 5) (N^{Avec session jeu} = 5) (N^{Avec level} = 4)

	Groupe A	Groupe B	Groupe C	Apéro J1	Apéro midi J2	Apéro soir J2
Groupe A	-					
Groupe B	-	-				
Groupe C	-	-	-			
Apéro J1	0	0.5	-0.1020621	-		
Apéro midi J2	-	-	0.25	0.61237244	-	
Apéro soir J2	-	-	-0.4082483	0.66666667	0.40824829	-



Les implémentations du tableau de quête et des équipes ne semblent pas avoir d'impact sur l'envie des bénévoles de réaliser un apéritif pour créer davantage de liens avec les bénévoles. Les sessions de jeu ont un impact faible sur ce même choix, tandis que les niveaux semblent avoir un impact négatif sur la décision de partir, ou non, en apéritif. La corrélation entre les trois décisions d'apéritif montre que le choix dépend également de la préférence initiale des bénévoles.

Fiche de poste

L'écart d'engagement à la moyenne après le choix du poste est-il meilleur avec la fiche ?

	Bar - avec fiche						Bar - sans fiche					
	N	Moyenne	Ecart Type	Mediane	Min	Max	N	Moyenne	Ecart Type	Mediane	Min	Max
Engouement 1	3	8.67	1.15	8	8	10	4	8	2.16	8.5	5	10
Engouement 2	3	8	1.73	7	7	10	4	8	1.63	8	6	10
Plaisir travailler SDB	3	7.67	2.08	7	6	10	4	8.25	2.36	9	5	10

	Ravit. - avec fiche						Ravit. Sans fiche					
	N	Moyenne	Ecart Type	Mediane	Min	Max	N	Moyenne	Ecart Type	Mediane	Min	Max
Engouement 1	2	8.5	2.12	8.5	7	10	1	10	0	10	10	10
Engouement 2	2	8.5	2.12	8.5	7	10	1	10	0	10	10	10
Plaisir travailler SDB	2	8.5	2.12	8.5	7	10	1	8	0	8	8	8

Accueil 083

Compte bien. Avec l'engagement, tu te rendras encore une fois pour découvrir comment préparer pour le Salon de la Bière.

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point es-tu engagé pour cette journée ?

(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

1 _____ 10

Continuer

Continuer

Continuer

Continuer

■■■■■ □□□□□

Fin de la pause 083

Fin de la pause. Tu es prêt à reprendre ?

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point es-tu engagé pour cette journée ?

(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

1 _____ 10

Continuer

■■■■■ □□□□□

Debriefing 098

Tu arrives chez toi, tu profites d'un moment de calme pour débriefer ta journée...

Est-ce que la journée a répondu à tes attentes initiales ?

1 _____ 10

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer au ravitaillement des bénévoles ?

(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

1 _____ 10

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à rencontrer de nouvelles personnes ?

(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

1 _____ 10

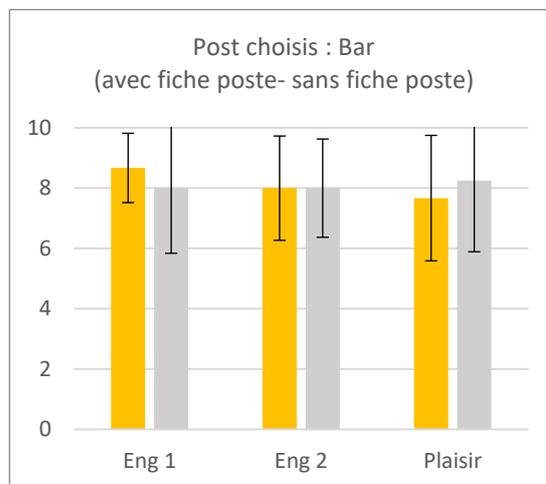
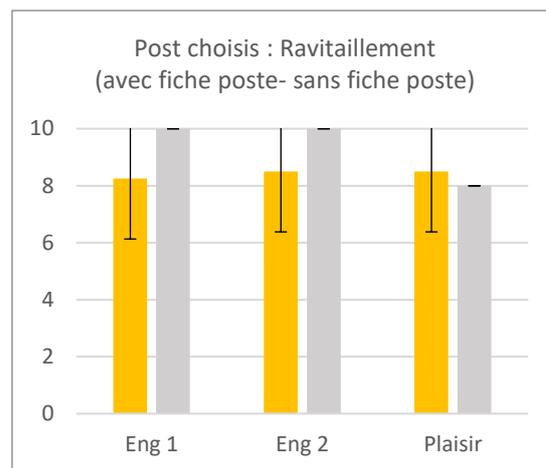
Sur une échelle de 1 à 10, à quel point te sens-tu proche de Julien ?

(1 -> pas du tout proche, 10 -> très proche)

1 _____ 10

Continuer

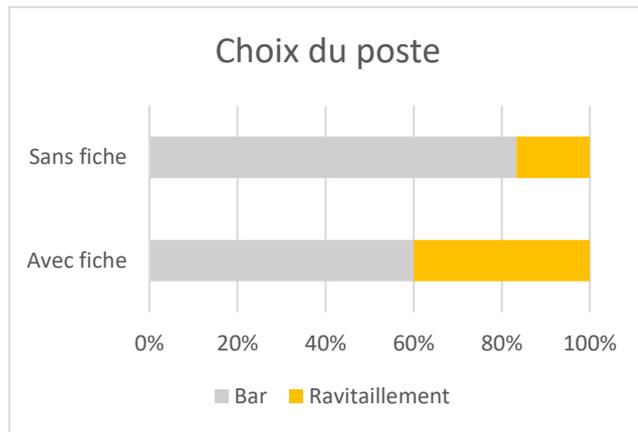
■■■■■ □□□□□



Les bénévoles qui ont choisi le bar semblent plus motivés en arrivant au Salon de la Bière. Cela peut être dû au fait que ce poste est plébiscité et que le format d'inscription leur offre une certaine assurance que leurs attentes seront répondues. Cela est cohérent avec les analyses sur la réponse aux attentes, où le changement de postes a eu un effet négatif chez les bénévoles inscrits au bar. Les forts écarts-types des autres réponses semblent démontrer que cette implémentation n'a pas d'effets remarquables sur la motivation des bénévoles.

Ratio bar/ravitaillement ? (N =11)

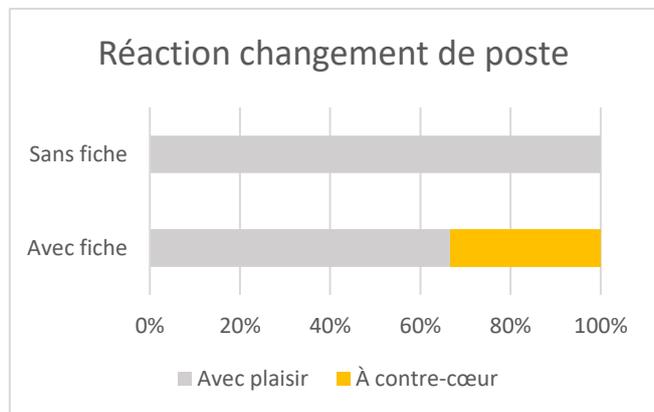
	Fiche de poste			
	Avec		Sans	
	%	N	%	N
Bar	0.6	3	0.83	5
Ravitaillement	0.4	2	0.17	1



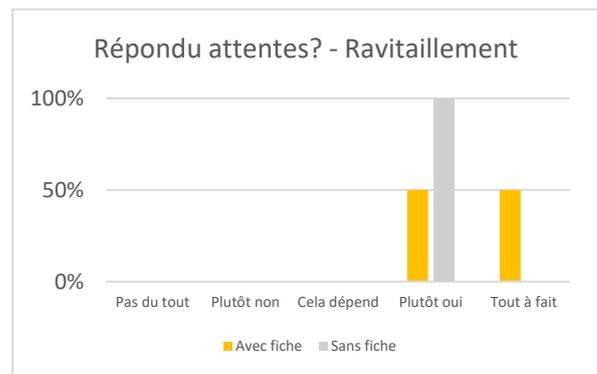
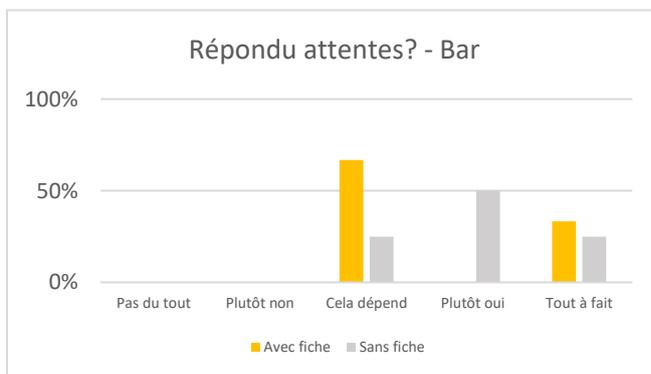
Avec les fiches de poste, le choix du poste se rapproche de l'équilibre recherché.

Comment réagis quand oblige ravitaillement ? (N =9)

	Fiche de poste			
	Avec		Sans	
	%	N	%	N
Avec plaisir	0.4	2	1	6
À contre-cœur	0.2	1	0	0



Répondu attentes ?	Fiche de poste							
	Avec				Sans			
	Bar		Ravitaillement		Bar		Ravitaillement	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Tout à fait	0.33	1	0.5	1	0.25	1	0	0
Plutôt oui	0	0	0.5	1	0.5	2	1	1
Cela dépend	0.67	2	0	0	0.25	1	0	0
Plutôt non	0	0	0	0	0	0	0	0
Pas du tout	0	0	0	0	0	0	0	0



Quel plaisir à participer ?	Avec fiche						Sans fiche					
	N	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max	N	Moyenne	Ecart Type	Médiane	Min	Max
Bar	3	7.67	2.08	7	6	10	4	8.25	2.36	9	5	10
Ravitaillement	2	8.5	2.12	8.5	7	10	1	8	0	8	8	8

C'est fini !
En rentrant chez toi, tu réfléchis à tout ce qu'il s'est passé...

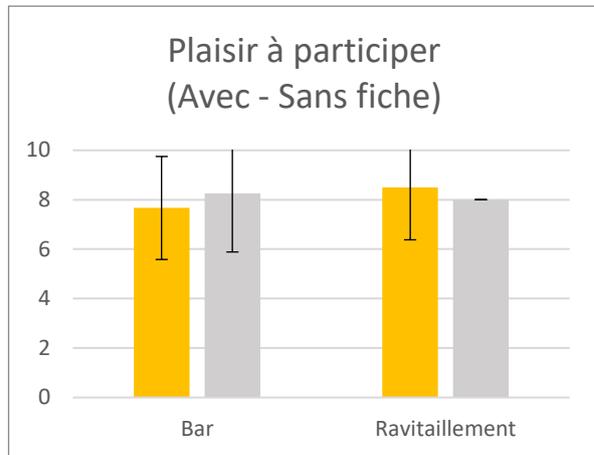
Sur une échelle de 1 à 10, à quel point penses-tu que ton travail et tes efforts ont été reconnus?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

En tant que bénévole au Salon de la Bière, te sens-tu faire partie d'une communauté ?
Pas du tout | Tout à fait

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer à la 2e édition du Salon de la Bière?
(1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Tu t'inscris déjà pour l'année prochaine ?
Pas du tout | Tout à fait

Terminer

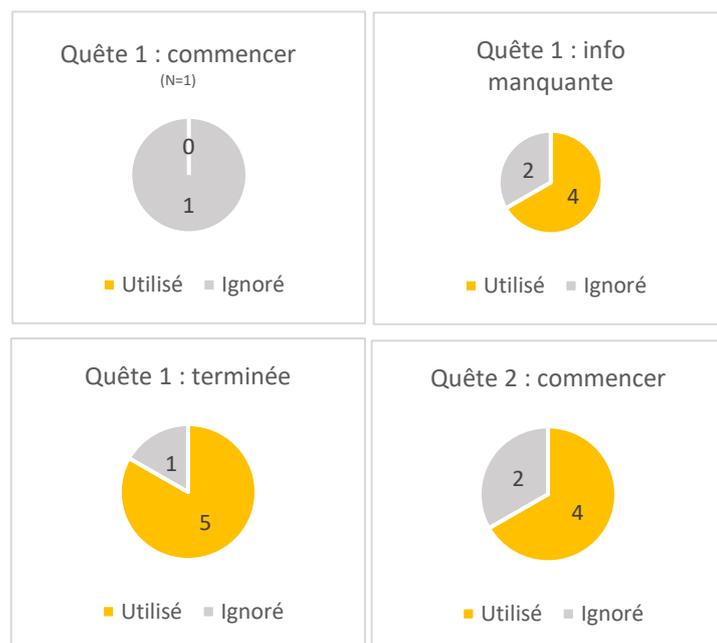


Même si la plupart des bénévoles déclarent changer de poste sans trop de problèmes, les données suivantes indiquent qu'avec la fiche de poste, un changement provoque une baisse plus grande du niveau de satisfaction général sur la journée. Alors que pour les bénévoles qui ont choisis le poste de ravitaillement, leur sentiment de satisfaction est meilleur. Les fiches de postes semblent avoir un impact positif sur la satisfaction, mais elles rendent les bénévoles moins souples et ouverts d'esprit quant au choix de leur poste.

95% des bénévoles acceptent et respectent les règles mises en place

Tableau de quête

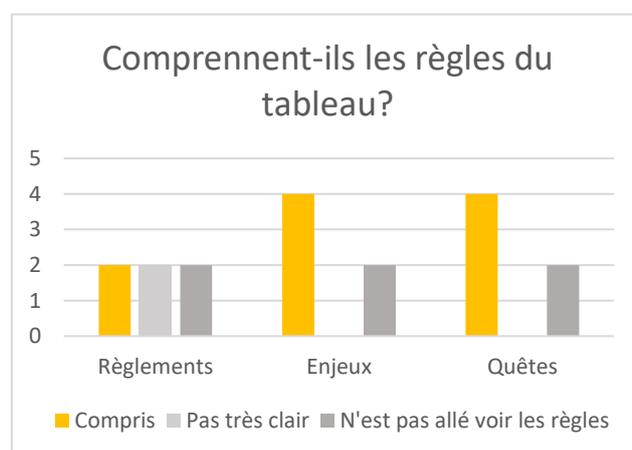
Les bénévoles utilisent-ils le tableau ? (N=6)



	1 commencer	1 info	1 terminée	2 commencer	2 info
1 commencer	1				
1 info	0.45	1			
1 terminée	0.2	-0.45	1		
2 commencer	0.32	0	0.63	1	
2 info	0.63	0.71	0.32	0.5	1

La majorité des liens de corrélation entre les diverses utilisations du tableau de quête démontre que les utilisations proviennent du même groupe de bénévoles. Ceux-ci ont accepté l'implémentation. Le niveau d'utilisation du tableau est bon. Cinq bénévoles sur six ont pensé à le mettre à jour lorsqu'ils en avaient l'occasion. Cependant, le nombre de bénévoles qui a utilisé la quête pour s'informer lors de la deuxième quête a été divisé par deux, comparé à la première quête. Cela peut être dû au fait que, lors de la première activité, l'information ne se trouvait pas sur la quête. On pourrait imaginer que les bénévoles ont perdu confiance en l'implémentation et ont cessé de l'utiliser dans la situation d'un manque d'information.

Comprennent-ils les règles ? (N=6)



Une partie des bénévoles ne s'est pas intéressée aux règles. Cela est dangereux car les conséquences peuvent nuire à l'ensemble des processus et du déroulement de la journée. Les règlements manquent de clarté.

Sont-ils intéressés par la compétition sous-jacente ? (N=6)

Q43

Résultat des quêtes

Alex demande à tous les bénévoles de se réunir autour du panneau de quête pour déterminer quelle équipe est la vainqueur de cette journée !

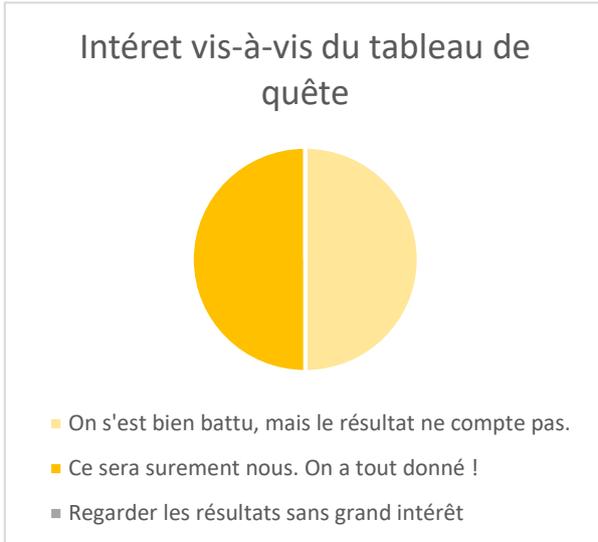
Ce sera sûrement nous. On a tout donné !

On s'est bien battu, mais le résultat ne compte pas.

Regarder les résultats sans grand intérêt

Confirmer

■ ■ ■ ■ □ □ □ □ □ □



Tous les bénévoles portent de l'intérêt pour le challenge lié au tableau de quête.

Equipe

Est-ce qu'ils leur demandent de l'aide ? (N=6)

Q17

C'était quoi, déjà?

Tu te retrouves devant le premier stand. Tu y trouves une bâche enroulée. Il s'agit du kakémono dont on t'avais parlé. Tu as pour mission de l'accrocher à la droite du stand. Que fais-tu?

Crocher le Kakémono sur le bord du stand pour le suspendre

Suspendre le kakémono à l'intérieur de la paroi droite avec du scotch

Aller voir Alex (du comité) qui est vers l'entrée pour lui demander des précisions

Demander à un bénévole comment faire

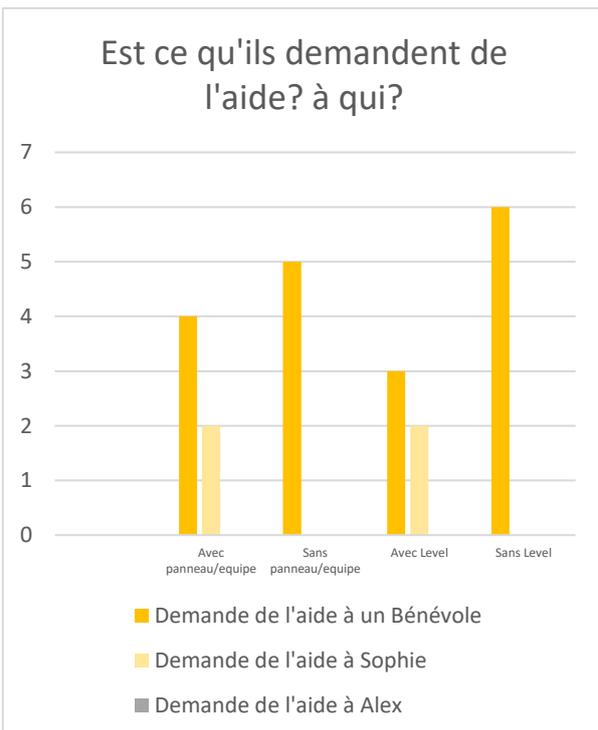
Demander à Sophie comment faire

Relire les informations présentes sur la quête

Départ !

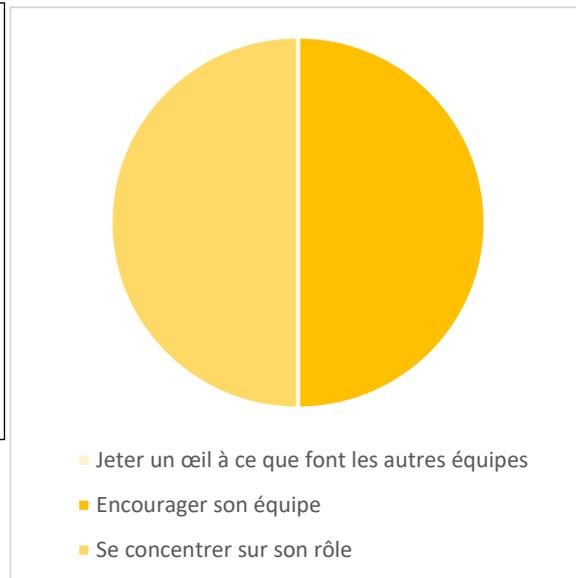
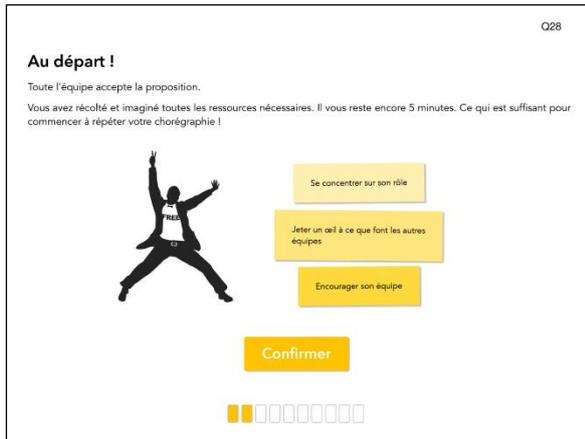
Départ !

■ □ □ □ □ □ □ □ □ □



Dans cette situation, aucun bénévole n'a cherché de l'aide auprès du comité. Lorsqu'ils connaissent un bénévole et que la structure légitimise des liens avec eux, une partie des bénévoles se sent plus à l'aise de poser des questions à cette personne.

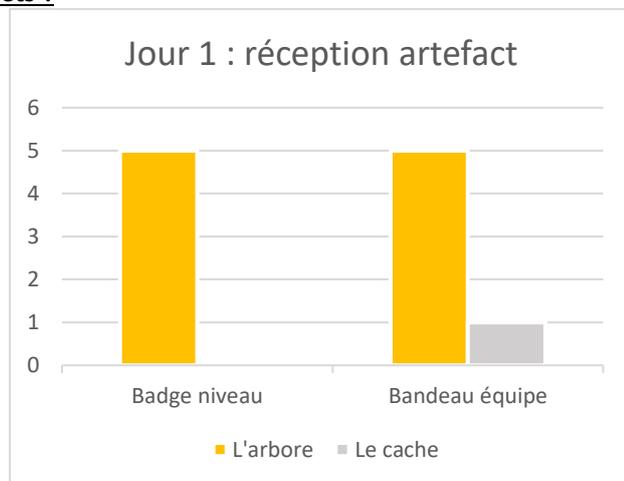
Y a-t-il un esprit d'équipe ? (N=6)

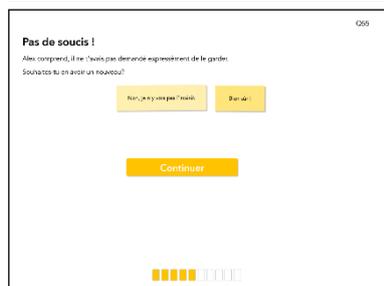


Les bénévoles tendent à chercher la performance de leur équipe, plutôt que la comparaison et la défaite de leurs opposants. La collaboration prime, alors, sur la compétition.

Level & Équipe

Est-ce qu'ils arborent fièrement les artefacts ?





Les bénévoles arborent fièrement leur bandeau et badge. Ils gardent le badge sur les deux jours du Salon. Cela peut donner une indication sur le bon niveau d'acceptation des implémentations.

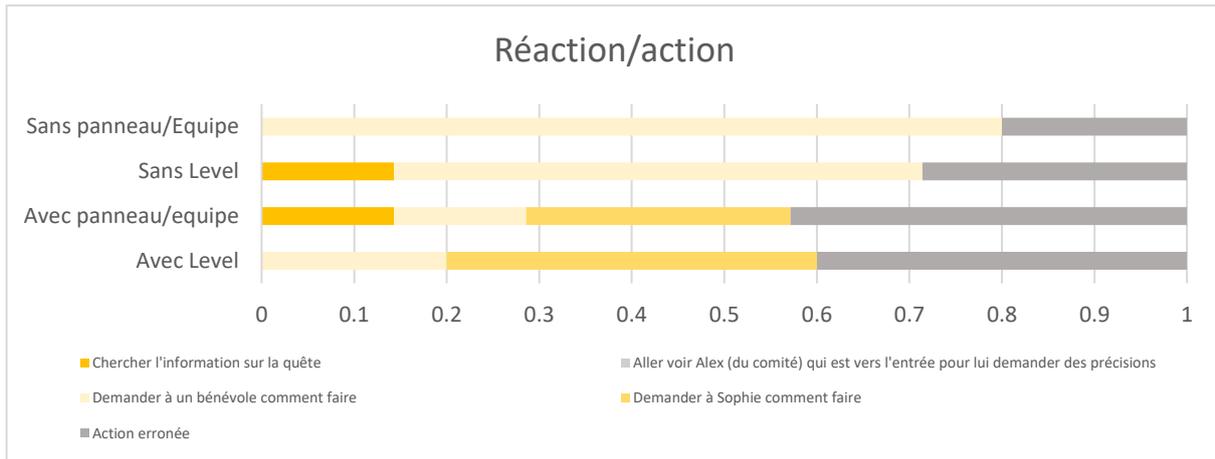
Bénévole opérationnel dès la 1ère 1/2 heure

Tableau de quête & Équipe & Level

Comment est commencée la première activité ? S'il ne sait pas, est-ce qu'il demande de l'aide ?

Comment est commencée la première activité ?	Avec Level (N=5)	Avec panneau/equipe (N=7)	Sans Level (N=7)	Sans panneau/Equipe (N=5)
Chercher l'information sur la quête	0	1	1	0
Aller voir Alex (du comité) qui est vers l'entrée pour lui demander des précisions	0	0	0	0
Demander à un bénévole comment faire	1	1	4	4
Demander à Sophie comment faire	2	2	0	0
Action erronée	2	3	2	1



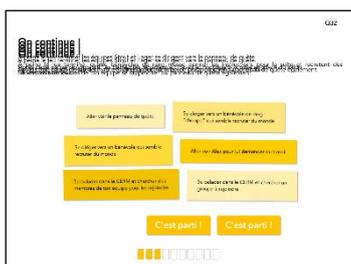
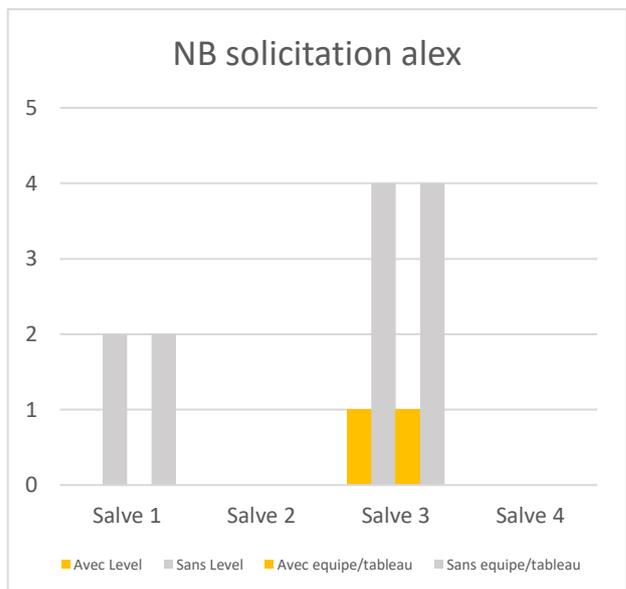


Avec les implémentations de structure d'équipe, les bénévoles tendent davantage à improviser. Cela pourrait être un effet négatif créé via l'implémentation de pression sociale dans l'organisation bénévole. Certains bénévoles veulent faire leurs preuves et ont peu de demander de l'aide. D'un autre côté, lorsqu'ils connaissent un bénévole et que la structure légitimise des liens avec eux, une partie des bénévoles se sent plus à l'aise de poser des questions à cette personne.

Combien de fois le bénévole demande de l'aide à Alex (comité) ?

Combien de fois le bénévole demande de l'aide à Alex (comité) ?	Level								
	Avec				Sans				
	Salves	1	2	3	4	1	2	3	4
Demande à Alex	/	0	1	0	2	0	4	0	
Autres actions	/	5	4	5	5	7	3	7	

	Tableau/equipe								
	Avec				Sans				
	Salves	1	2	3	4	1	2	3	4
Demande à Alex		0	0	1	0	2	0	4	0
Autres actions		7	7	6	7	3	5	1	5



Le nombre de sollicitations auprès du comité est clairement plus bas lorsque les bénévoles sont exposés aux implémentations.

Fiche de poste

Est-ce que les consignes de Julien sont plus claires pour ceux qui ont eu la fiche de poste ?

O63

Objectifs

Les brasseurs écoulent une quantité impressionnante de bière durant le Salon. Nous sommes présents pour ravitailler les stands avec de nouveaux futs quand les anciens sont terminés.

Ce n'est pas très clair, mais ça le deviendra en essayant !

Ok, j'ai compris !

Et comment on s'y prend?

O64

Méthodes

Chaque stand de brasseur est équipé d'un ballon en hélium. Lorsqu'il a besoin de nous, le brasseur le lâche dans les airs. C'est le signal.

Deux bénévoles sont postés en hauteur dans le CERM. Ce sont les éclairiers. Lorsqu'ils aperçoivent un ballon s'élever dans les airs, ils interpellent les ravitailleurs qui vont voir le brasseur et lui apportent ce dont il a besoin.

Les futs se trouvent dans la chambre froide du CERM. Ils sont tous numérotés selon les brasseurs

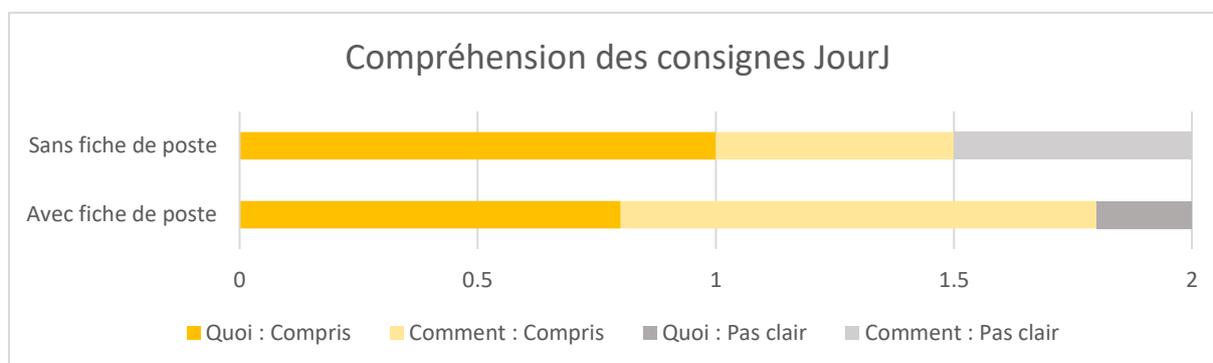
Des privilèges sont attribués selon les levels. En étant de level Choppe, je peux utiliser les talkies-walkies pour communiquer avec les autres membres du groupe. Les masses ont un stock de bières attribuées à nos moments de pause. Ils sont libres de les gérer comme ils le souhaitent. C'est également eux qui gèrent les pauses des autres bénévoles pour que tout le monde ne soit pas en pause en même temps.

Ce n'est pas très clair, mais ça le deviendra en essayant !

Ok, j'ai compris !

Commencer

Est-ce que les consignes de Julien sont plus claires pour ceux qui ont eu la fiche de poste ?	Quoi : Compris	Comment : Compris	Quoi : Pas clair	Comment : Pas clair
Avec fiche de poste	4	5	1	0
Sans fiche de poste	6	3	0	3

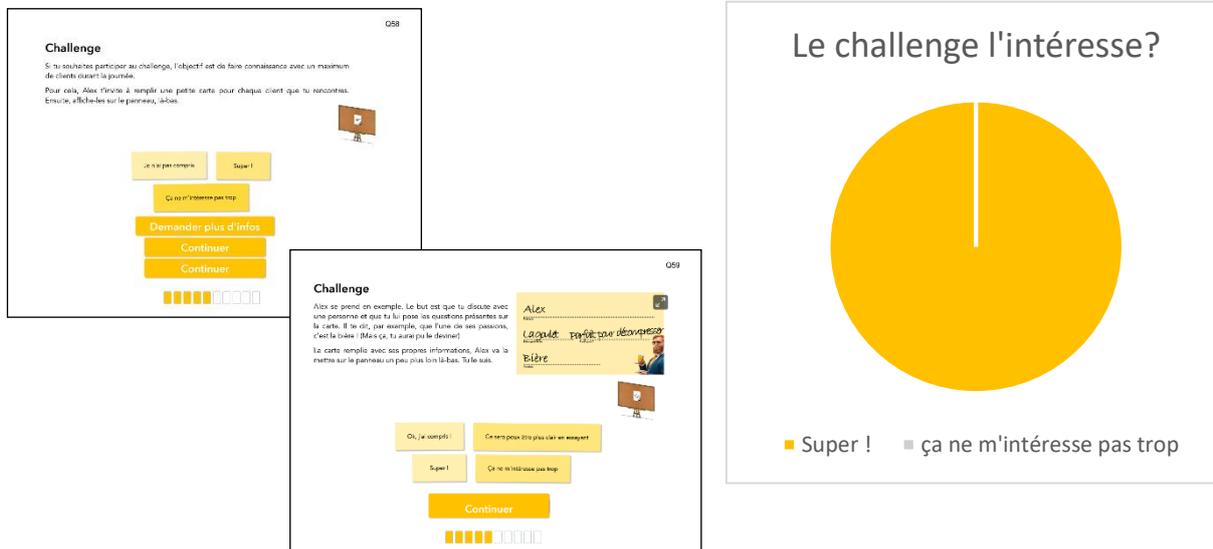


La compréhension globale de la journée est légèrement meilleure avec les fiches de postes.

Autres

Challenge carte client

Est-ce que le challenge l'intéresse ? (N=4)



Le challenge des cartes clients intéresse l'ensemble des bénévoles.

Combien de fois les fiches clients ont-elles été remplies / 3 ? (N=4)

Observation	Calme matin	Pause midi	En action après-midi
1	OUI	NON	NON
2	NON	NON	NON
3	NON	NON	NON
4	NON	NON	NON

Sur les 3 fois possibles, les bénévoles remplissent en moyenne **0.25** cartes client au total

Même si le challenge les intéresse, il n'y a eu quasiment aucune interaction avec cette implémentation.

Le plaisir à rencontrer du monde est-il plus grand avec ce challenge?

Le plaisir à rencontrer du monde est-il plus grand ?	N	Moyenne	Mediane	Ecart type	Min	Max
Avec challenge carte	4	8.25	8.5	1.70	6	10
Sans challenge carte	6	8.67	8.5	1.21	7	10

Q88

Debriefing

Tu arrives chez toi, tu profites d'un moment de calme pour débriefer ta journée...

Est-ce que la journée à répondu à tes attentes initiales ?
 Pas du tout Tout à fait

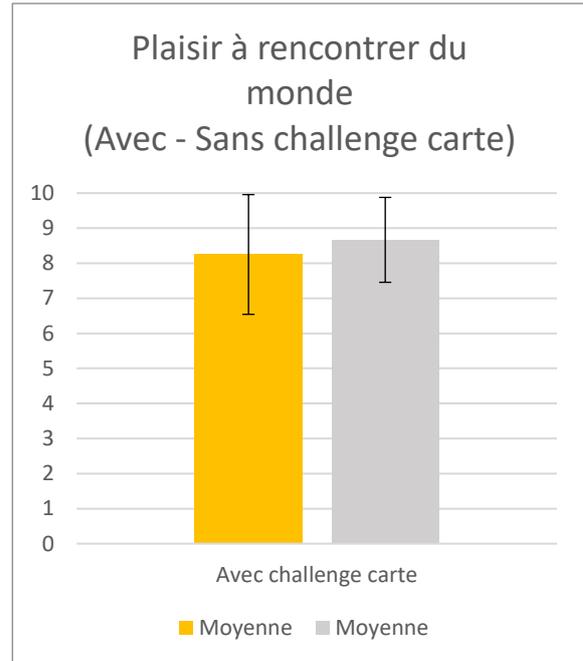
Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer au ravitaillement des brasseurs?
 (1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à rencontrer de nouvelles personnes?
 (1 -> très peu, 10 -> beaucoup)

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point te sens-tu proches de Julien?
 (1 -> pas du tout proche, 10 -> très proche)

Confirmer

■■■■■■■■■□



Étant donné qu'il n'y a pas eu d'interaction avec le challenge, il ne peut pas y avoir de corrélation entre le plaisir à rencontrer du monde et la participation au challenge.

Session Jeu, Panneau de quêtes

Est-ce que rejoins ou crée un groupe ? Avec qui ? (N=1)

Q25

C'est l'heure du jeu !

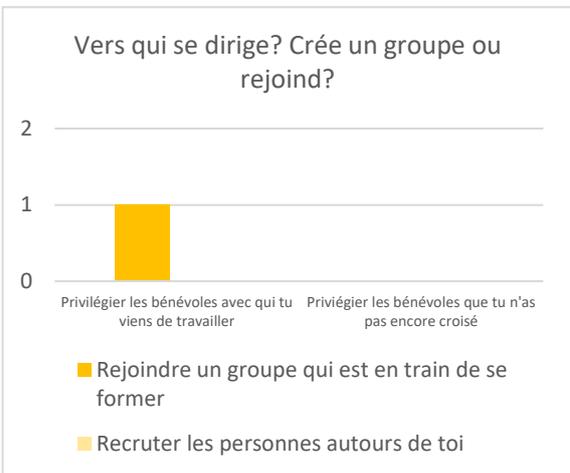
Alex explique les raisons de ce rassemblement. Il vous a organisé un jeu !
 "Par équipe, vous allez devoir créer la danse officielle du SDB !"
 Vous avez 15 minutes pour trouver la musique et la chorégraphie qui va avec !
 Par groupe, vous aurez 15 minutes pour trouver la musique et la chorégraphie qui va avec !

Les IPA, votre chef d'équipe est **José** ici présent.
 Je vous invite alors à venir rassembler un groupe de 5 pour participer au jeu.
 Les SDB, votre chef d'équipe est **Stéphane** ici présent.
 On se retrouve à 11:30 !"
 On se retrouve à 11:30 !"

Recruter les personnes autour de toi
Rejoindre un groupe qui est en train de se former
Rejoindre ton équipe

Se diriger vers José **Confirmer**

■■□□□□□□□□



Le nombre de bénévoles (1) exposés à cette situation est trop faible pour en tirer des conclusions.

Comment réagit face à un autre leader ? (N=6)

Stratégie
 José, bénévole de level "Maze" émet une stratégie pour y arriver :
 "Et... Vous avez bien compris ce qu'on doit faire? Au contraire on n'a pas le temps de dire que ça n'est pas possible, on a juste le temps de dire que ça n'est pas possible."
 Toi, avec lui: Cherchez une musique style pop qui fait penser à la bière.
 Toi, avec elle: Imaginez une danse qui puisse faire penser à la bière et au Salon de la Bière."



Aller vers l'autre bénévole et commencer à chercher une musique
 Faire une autre proposition
 Prendre le leadership du jeu et faire une contreproposition
 Confirmer

■ ■ ■ □ □ □ □ □ □ □ □



Les bénévoles semblent accepter l'autorité et ne cherchent pas à la remettre en question. Ils semblent agir pour le bien de leur équipe.

Comment réagit à la compétition ? Est-ce qu'il cherche la sécurité ou la rapidité ? (N=6)

Au départ !
 Toute l'équipe accepte la proposition. Vous avez réussi et imaginez toutes les ressources nécessaires. Il vous reste encore 5 minutes. Ce qui est suffisant pour commencer à régler votre challenge !



Se concentrer sur son rôle
 Jeter un œil à ce que font les autres équipes
 Encourager son équipe

■ ■ ■ □ □ □ □ □ □ □ □

Que faire?
 Un observateur va se voir de son équipe. Il va des bénévoles demandés de se dépêcher pour prendre de l'avance sur les autres équipes Slow et Lapin. Une avec attention que nous prenons le temps pour réaliser un travail parfait.



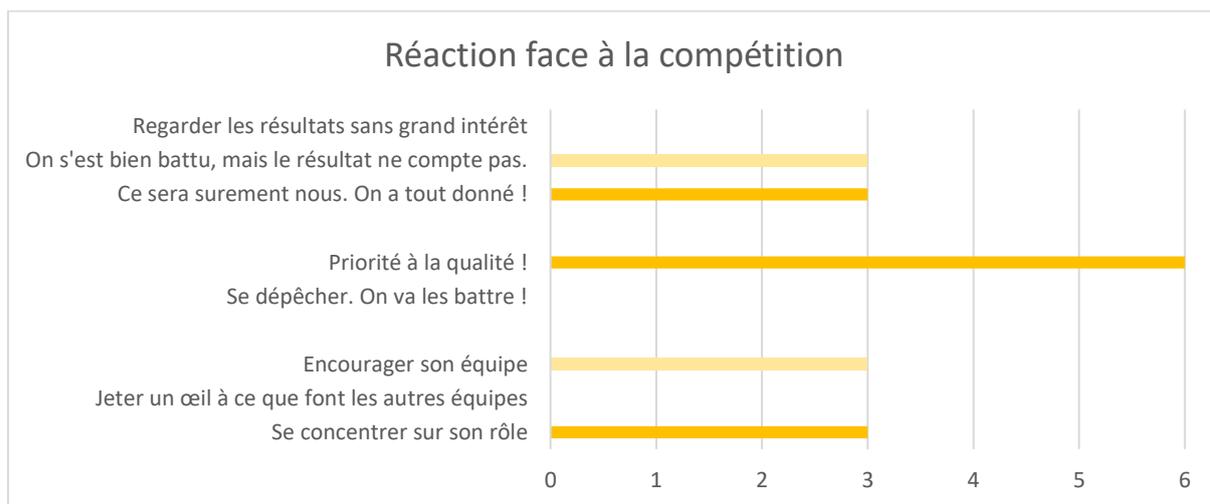
Se dépêcher de voir les autres
 Priorité à la qualité

■ ■ ■ □ □ □ □ □ □ □ □

Résultat des quêtes
 Avec plaisir, à tous les bénévoles de se réunir autour du permis de quête pour déterminer quelle équipe est la vainqueur de cette journée !

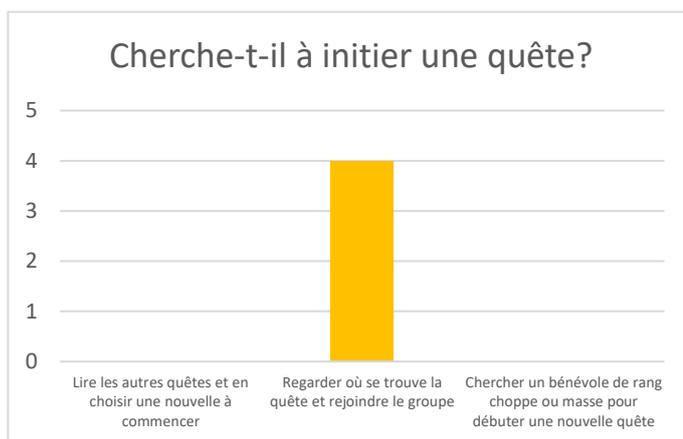
Ce sera sûrement nous. On a tout donné !
 On s'est bien battu, mais le résultat ne compte pas.
 Regarder les résultats sans grand intérêt

■ ■ ■ □ □ □ □ □ □ □ □



Les comportements sont centrés sur la collaboration et la qualité du travail rendu. Les implémentations n'ont pas eu d'effets négatifs sur l'entente entre les groupes et sur la qualité du rendu. De plus, en cherchant à élever son équipe, il y a davantage de chances pour que des liens forts se créent entre les bénévoles.

Cherche-t-il à initier une activité ? (N=4)



En sélectionnant la « bonne » réponse, les bénévoles acceptent les règles liées au tableau de quête et aux Levels.

Attentes et besoins

Q48
Jour 2, poste
 Nous te sommes reconnaissants pour tes engagements au Salon de la Bière. Nous prenons à cœur que tu sois dans un poste qui te plaît. Choisis le poste qui te convient le mieux et nous pourrions te proposer les postes les plus adéquats pour ta journée.

Qu'est ce qui te motive? (plusieurs réponses possibles)

Rencontrer de nouvelles personnes Mettre en pratique mes compétences pour soutenir une... Me rapprocher du monde de la bière et du service

Me construire un réseau Passer un bon moment Choisir mon poste Autre

Si 'Autre' précises: _____

Quelles sont tes attentes en participant bénévolement au salon de la bière? (plusieurs réponses possibles)

Pouvoir faire ce que je veux Confirmer Avoir des responsabilités

Côtoyer d'autres bénévoles Côtoyer les clients

Autre

Si 'Autre' précises: _____

Quelles sont les compétences que tu souhaites mettre à profit en tant que bénévole? (plusieurs réponses possibles)

Calcul mental Créativité Compétences humaines

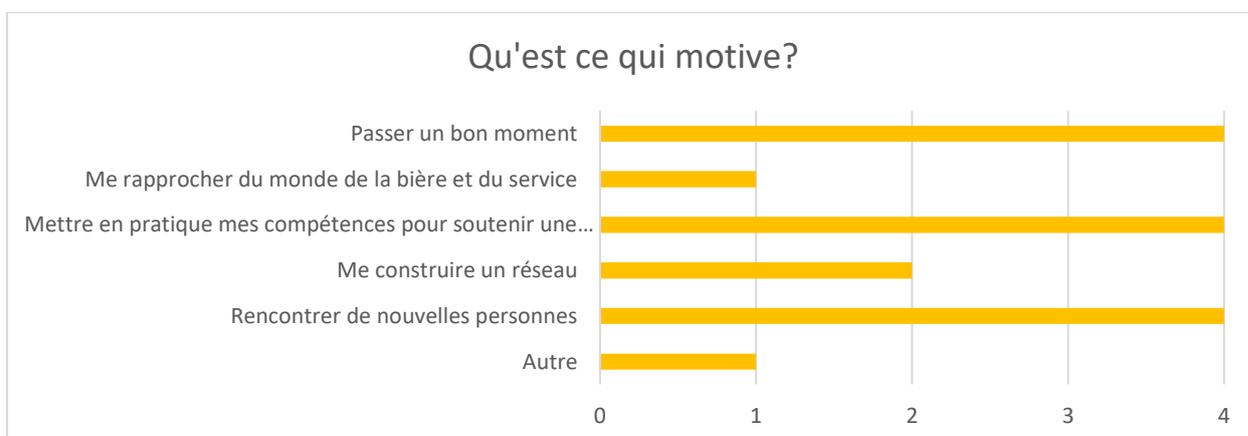
Ecoute Compétences physiques Autre

Si 'Autre' précises: _____

Confirmer

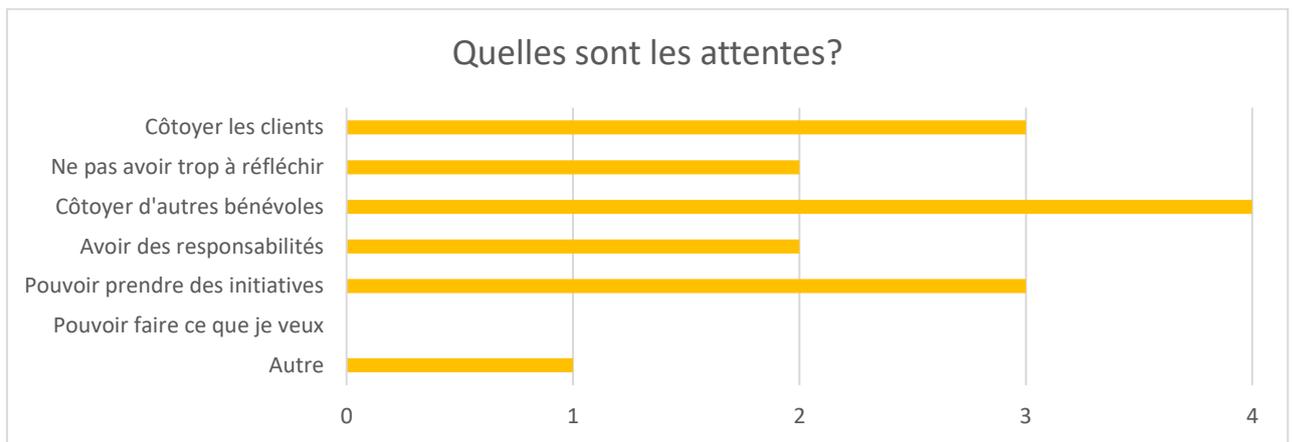
Progression: 4/10

Qu'est-ce qui motive ? (N=10)



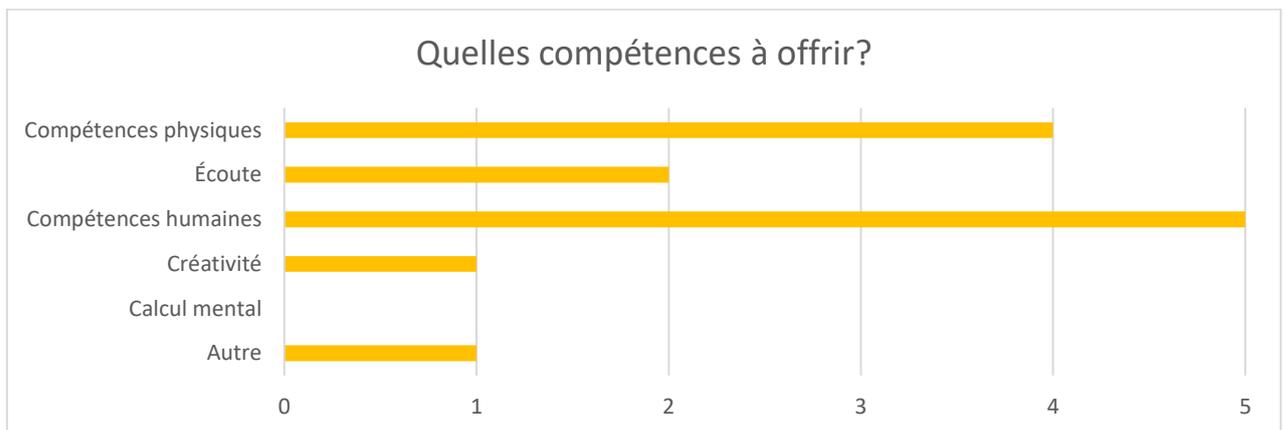
Autre : Participer à un événement qui me parle et qui est bien sympathique !

Quelles attentes ? (N=10)



Autre : Passer de bons moments

Quelles compétences ? (N=10)



Autre : Expérience dans autres événements

Autres

Est qu'il cherche la sécurité ou la rapidité ? (N=10)

Q89

Mhh...

Tu te retrouves devant la chambre froide avec ton chariot et ton fût. Prêt à aller à la rencontre du brasseur. Il commence à y avoir beaucoup de monde et ça devient difficile de se frayer un chemin.

3 possibilités s'offrent à toi :

- 1) Passer par la gauche, c'est le chemin le plus long, mais il semble y avoir moins de monde.
- 2) Passer tout droit entre les tables. Il n'y a pas beaucoup de monde mais c'est très étroit et tu risques de percuter quelqu'un.
- 3) Passer à droite, c'est le chemin le plus rapide, mais il y a beaucoup de monde sur le passage.

Que fais tu?

Passer à gauche Passer au milieu Passer à droite

Confirmer

Progression: 8 barres pleines, 2 barres vides



Encore une fois ici, les bénévoles démontrent une volonté de privilégier le travail bien fait à la précipitation qui pourrait naître des multiples implémentations compétitives.

Existe-t-il un lien entre la qualité de l'expérience des bénévoles et les implémentations ?

	Groupe A	Groupe B	Groupe C	Groupe D	Groupe E	Ambiance Jour 1	Plaisir montage	Plaisir rencontre nvle personnes	Proche sophie	Répond attente	plaisir ravitaillement	Plaisir rencontre	Proche Julien	Reconnu	Participer global	Inscrit_prochain
0	0	0	1	1	7	7	7	5	1	7	8	7	8	8	8	2
0	0	0	1	1	10	9	10	7	2	10	10	8	10	10	10	3
1	0	1	0	0	5	5	6	4	0	5	7	4	7	6	6	0
1	1	1	0	0	8	8	8	8	1	8	9	8	9	9	9	3
1	1	0	1	1	9	10	9	7	2	10	9	7	10	10	10	3
0	0	0	1	1	7	7	7	7	0	6	6	5	7	7	7	2
1	1	1	0	0	9	9	9	8	1	10	10	9	10	9	9	3
1	1	1	0	0	9	9	9	5	2	10	10	4	10	10	10	3
0	1	0	1	0	8	7	9	3	0	7	8	3	7	8	8	1
0	0	0	0	0	10	10	10	7	1	8	8	3	8	8	8	2

	Groupe A	Groupe B	Groupe C	Groupe D	Groupe E	Ambiance Jour 1	Plaisir montage	Plaisir rencontre nvle personnes	Proche Sophie	Répond attente	plaisir ravitaillement	Plaisir rencontre	Proche Julien	Reconnu	Participer global	Inscrit prochain
Groupe A	/															
Groupe B	/	/														
Groupe C	/	/	/													
Groupe D	/	/	/	/												
Groupe E	/	/	/	/	/											
Ambiance Jour 1	-0.14	0.27	-0.25	/	/	1										
Plaisir montage	0.07	0.33	-0.19	/	/	0.94	1									
Plaisir rencontre nvle personnes	-0.16	0.31	-0.26	/	/	0.97	0.86	1								
Proche Sophie	0.18	0.06	0.07	/	/	0.49	0.6	0.31	1							
Répond attente	0.26	0.26	0	0	0.26	0.7	0.77	0.6	0.39	1						
plaisir ravitaillement	/	/	0.07	-0.06	0.07	0.84	0.86	0.78	0.48	0.88	1					
Plaisir rencontre	/	/	0.32	-0.23	-0.16	0.69	0.64	0.67	0.31	0.8	0.91	1				
Proche Julien	/	/	0.17	0.09	0.36	0.2	0.25	0.07	0.66	0.42	0.48	0.51	1			
Reconnu	0.47	0.47	0.26	-0.16	0.1	0.68	0.74	0.59	0.54	0.91	0.95	0.91	0.63	1		
Participer global	0.23	0.54	0	0.08	0.16	0.79	0.8	0.73	0.4	0.9	0.95	0.88	0.47	0.91	1	
Inscrit prochain	0.2	0.41	0.04	0	0.25	0.74	0.8	0.57	0.73	0.79	0.86	0.72	0.64	0.86	0.87	1

On remarque que les diverses données liées à l'évaluation de l'expérience des bénévoles ont, pour la plupart, une corrélation statistiquement significative. Un élément intéressant est le dernier élément qui indique le niveau de fidélité des bénévoles. On remarque alors que le plaisir à participer et le sentiment de reconnaissance sont les deux éléments les plus importants dans le choix, pour un bénévole au SDB, de se réinscrire l'année suivante. Le nombre important d'implémentations ne semble pas permettre d'obtenir des taux élevés de corrélation. Les nombres obtenus permettent cependant de résumer les impacts positifs ou négatifs observés plus haut dans cette analyse.

Il est possible de réaliser un autre test avec les données fortement corrélées, liées à l'évaluation de l'expérience vécue, afin de déterminer leur relation et, éventuellement permettre au SDB de réaliser des prédictions sur la fidélité des bénévoles.

Ambiance (dé)montage	Réponse aux attentes	Reconnaissance	Plaisir à participer	Inscrit prochain
7	1	8	8	2
10	2	10	10	3
5	0	7	6	0
8	1	9	9	3
9	2	10	10	3
7	0	7	7	2
9	1	10	9	3
9	2	10	10	3
8	0	7	8	1
10	1	8	8	2

Les données ont des échelles différentes, il est pertinent de les normaliser.

Ambiance (dé)montage	Réponse aux attentes	Reconnaissance	Plaisir à participer	Inscrit prochain
0.7	1.0	0.8	0.8	0.75
1.0	1.0	1.0	1.0	1
0.5	0.5	0.7	0.6	0.25
0.8	0.8	0.9	0.9	1
0.9	1.0	1.0	1.0	1
0.7	0.5	0.7	0.7	0.75
0.9	0.75	1.0	0.9	1
0.9	1.0	1.0	1.0	1
0.8	0.5	0.7	0.8	0.5
1.0	0.75	0.8	0.8	0.75

Analyse de variance

	Degré de liberté	Somme des carrés	Moyenne des carrés	F	Valeur critique de F
Régression	4	0.48	0.12	4.93	0.06
Résidus	5	0.12	0.02		
Total	9	0.6			

Statistiques de la régression

Coefficient de détermination multiple	0.89
Coefficient de détermination R ²	0.80
Coefficient de détermination R ²	0.64
Erreur-type	0.16
Observations	10

	Coefficients	Erreur- type	Statistique t	Probabilité	Lim. inf. seuil de confiance = 95%	Lim. sup. seuil de confiance = 95%
Constante	-0.70	0.37	-1.87	0.12	-1.65	0.26
Ambiance (dé)montage	0.27	0.57	0.48	0.65	-1.19	1.74
Réponse aux attentes	0.01	0.41	0.02	0.99	-1.05	1.07
Reconnaissance	0.80	0.98	0.82	0.45	-1.71	3.32
Plaisir à participer	0.68	1.22	0.56	0.60	-2.46	3.81

Les valeurs t plus grandes que 0.15 indiquent que les variables concernées ne permettent pas de réaliser une prédiction de Y (ici : la fidélité des bénévoles). C'est le cas ici pour trois des quatre variables. De plus, les coefficients des quatre variables sont plus petits que leurs erreurs-type.

Les résultats ne sont pas statistiquement significatifs. Il n'est pas possible d'en ressortir une fonction permettant de prédire la fidélité des bénévoles en l'état. Une hypothèse pourrait être que chacun des bénévoles factorise chacune des évaluations différemment, selon ses attentes et besoins initiaux.

Annexe 21 : Simulation : Visuels

Q1

Bienvenu dans la simulation de la 2e édition du Salon de la Bière.

Installe-toi bien confortablement. tu vas suivre ta propre aventure de bénévole. Durant les prochaines minutes, tu vas vivre deux jours en tant que bénévole au Salon de la Bière : le montage et le premier jour ouvert. Certains choix te seront proposés. Réponds-y sincèrement car chacune de tes réponses aura une influence sur la suite du jeu. Il est possible de perdre !

Prends le temps de te mettre dans la situation. Imprègne-toi du contexte pour vivre totalement l'aventure qui t'es proposée et réagir comme si la situation était réelle. L'analyse se portera sur tes préférences, tes décisions et ton plaisir à participer. Tes résultats seront anonymes et nous permettrons d'améliorer les conditions des bénévoles des prochaines éditions. Alors réponds-y le plus sincèrement possible !

Code d'accès
Indique le code que tu as reçu avec le ce lien.

Code invalide. Merci de réessayer.

C'est parti !

Q2

Tutoriel

Durant cette aventure, des choix s'offriront à toi. Ils prendront la forme de rectangles colorés.

Pour passer à l'étape suivante, tu devras réaliser des choix. D'une fois que cela est fait, clique sur le bouton jaune pour continuer ton aventure.

Clique sur tous les rectangles colorés ci-dessous pour commencer !

Q3

Avant de pouvoir profiter du Salon de la Bière, il est temps le mettre en place !



Tu arrives au CERM. Alex, un membre du comité, t'accueille.

Su Su Super !



Q4

Level Up!

Un système de niveau est mis en place au sein des bénévoles et du comité du Salon de la Bière.

Tu obtiens le badge "galopin" !



L'arborer fièrement

Le mettre dans la poche

Génial !



Q5

Règlement

Les choppes et les masses sont là pour répondre à tes questions et t'aider.

En tant que "galopin", tu ne peux pas commencer une activité sans la présence d'un bénévole de level supérieur.



Les masses
Prochain level : 40h de bénévolat

Les chopes
Prochain level : 20h de bénévolat

Les galopins
Prochain level : 6h de bénévolat



Commencer



Q6

Equipe

Bienvenu dans l'équipe des IPA !

Les bénévoles et le comité sont répartis dans 3 équipes.
Tu reçois un bandeau vert aux couleurs de ton équipe !



IPA



Stout



Lager

L'attacher autours de la tête

L'attacher autours du bras

Le glisser autours de la ceinture

Le mettre dans la poche

Super !



Q7

Ensemble des tâches de la journée

Toutes les tâches nécessaires à la mise en place de l'évènement sont affichées sur le panneau là-bas



Se diriger vers le tableau



Q8

Panneau de quêtes

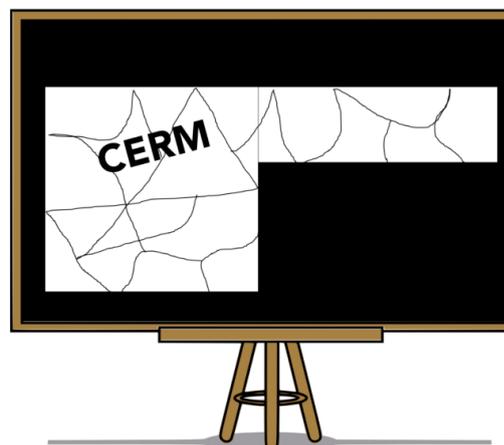
Voici le plan du CERM. Il a été divisé en plusieurs parties. Chacune d'elles est une quête à réaliser pour mettre en place l'évènement

Avant de commencer, nous te conseillons de prendre le temps de t'informer sur le fonctionnement du panneau

Règlements

Enjeux

Quêtes



Commencer

Commencer



Q9

Règlements

Seul un bénévole de level "Choppe" ou "Masse" peut débiter une quête

Sauf si cela est précisé, une même quête ne peut être réalisé que par une seule équipe.

Une quête peut être réalisée uniquement lorsque toutes les quêtes d'un rang inférieure ont été réalisées. Ainsi, une quête de rang 2 ne peut être réalisée que lorsque toutes les quêtes de rang 1 sont terminées.

Lorsque toi et ton équipe débutez une quête, collez une gommette de votre couleur sur le panneau à l'emplacement de la quête pour indiquer aux autres que vous la réalisez

J'ai compris !

Ce n'est pas très clair, mais je comprendrai mieux en essayant

Retour

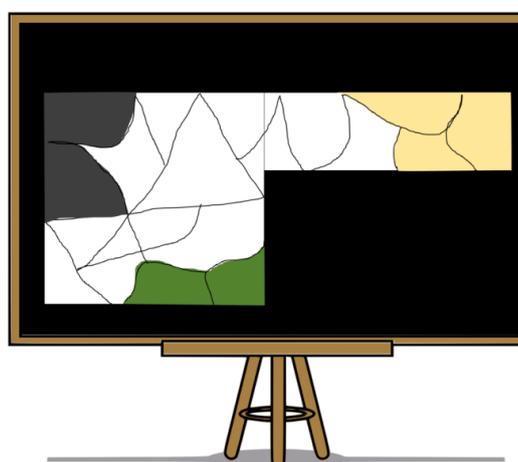


Q10

Enjeux

Lorsque toi et ton équipe terminez une quête, colorez la partie du panneau de quête correspondante.

L'objectif ?
Conquérir le CERM avec votre équipe !



J'ai compris !

Ce n'est pas très clair, mais je comprendrai mieux en essayant

Retour



Q11

Quêtes

Voici un exemple de quête.

Tu y retrouves :

- Le numéro de la quête
- Le niveau de la quête (voir règlement)
- Le nombre de personnes minimum conseillé pour la réaliser
- Le sujet de la quête
- La description de ce qu'il faut faire
- Le matériel à disposition et le lieu où il se trouve

Quête n°4
Niveau 1 >4 personnes

Mettre en place un kakémono par brasseur, à leur stand respectif

Chaque stand de brasseur est équipé d'un panneau. Il s'agit d'une bâche tendue qui s'appelle kakémono contient son logo et la liste de ses bières. Il est donc primordial que chaque stand soit équipé du bon panneau.

Matériel

- 35x kakémono (situé dans l'entrepôt A)
- 1x carte des stands (située à droite du panneau de quête)

J'ai compris !

Ce n'est pas très clair, mais je comprendrai mieux en essayant

Retour



Q12

C'est parti !

Alex t'invite à rejoindre un groupe de bénévoles qui sont d'ores et déjà en action.



Regarder le panneau de quête

Se balader dans le CERM et trouver une activité intéressante

Se diriger vers l'équipe que tu as remarqué là-bas à quelques mètres

Demander à Alex d'être placé dans une équipe



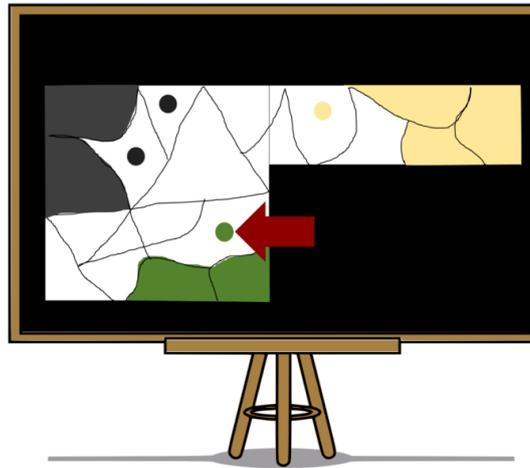
Départ



Q13

Quête en cours

Tu remarques que des membres de l'équipe IPA réalisent actuellement une quête non loin d'où tu te trouves



Les rejoindre



Q14

C'est parti !

Alex te présente à un bénévole de level "Choppe" qui va pouvoir t'accompagner durant cette journée.

**Bienvenu !
Bienvenu !**

Alex semble pas mal occupé. Mais il parvient à t'offrir quelques secondes pour te présenter à un groupe de bénévoles en train de travailler. Tu les rejoins.

Tu rejoins un groupe de bénévoles en train de travailler.

Tu rejoins un groupe de bénévoles d'ores et déjà en action.



Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu ton engouement pour cette première journée?

(1 --> faible, 10 --> élevé)

1

10



Demander ce qu'il faut faire



Q15

Activité 1 Place de travail des bénévoles

Un bénévole t'explique qu'il faut **placer un kakémono devant chaque stand** de brasseur. Cette sorte de bache renforcée donne des informations sur la brasserie et les bières qu'elle propose. Une équipe est déjà en train de poser les kakémono devant chaque stand. Le bénévole te **propose d'aider en les suspendant** à la droite de chaque stand.



Discuter avec le bénévole pour faire connaissance

Discuter avec Sophie pour en apprendre plus sur elle

Se mettre au travail

Suite

Suite

Q16

Sophie, 34 ans

Tu commences à discuter avec Sophie. C'est la 2e fois qu'elle est bénévole au Salon de la Bière. Elle s'est proposée car elle connaît Alex. En plus de ça, ça lui permet de se déconnecter de son travail qui lui demande beaucoup d'énergie. Elle est responsable qualité dans une entreprise d'agro-alimentaire depuis maintenant presque trois ans. C'est un métier qui lui plait beaucoup car cela lui permet d'être en contact avec beaucoup de gens. Elle est convaincue que la nourriture est la plus belle forme d'amour.



Se mettre au travail

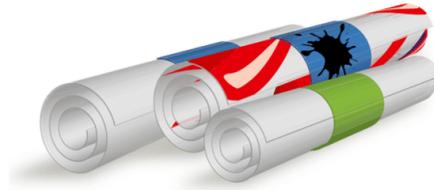
Q17

C'était quoi, déjà?

Tu te retrouves devant le premier stand. Tu y trouves une bâche enroulée. Il s'agit du kakémono dont on t'avais parlé.

Tu as pour mission de l'accrocher à la droite du stand.

Que fais-tu?



Crocher le Kakémono sur le bord du stand pour le suspendre	Suspendre le kakémono à l'intérieur de la paroi droite avec du scotch
Aller voir Alex (du comité) qui est vers l'entrée pour lui demander des précisions	Demander à un bénévole comment faire
Demander à Sophie comment faire	Relire les informations présentes sur la quête
Départ !	Départ !



Q18

Ah !
Oups !

C'est pour ça que tu ne t'en souviens pas...
Tu essayes, mais tu n'arrives pas au résultat escompté...
L'info n'est pas sur la quête !



Trouver l'information manquante

Réessayer

Réessayer



Q19

À l'aide !

Il n'y a aucun problème à ne pas savoir quelque chose. Tu viens de commencer.

Sophie te donne les instructions supplémentaires :
 Malgré du il soit très occupé, Alex prends du temps pour te donner les instructions supplémentaires.
 Un bénévole te donne les instructions supplémentaires :
 Il faut suspendre les kakémonos au sommet de la paroi droite des stands avec des ligatures.

Tu reçois les ligatures nécessaires.



Prendre les ligatures
et accrocher le
premier kakémono



Q20

Super !



Tu as réalisé ta toute première quête !
Que fais-tu?

Prendre une pause pour discuter avec
Sophie

Prendre une pause pour discuter avec un
bénévole

Se diriger vers le panneau de quête pour
colorer la case et prendre de l'avance sur
les deux autres équipes

Quitter le groupe et aller chercher du
travail ailleurs

Se diriger vers Alex (membre du comité)
pour lui demander du travail

Départ !

Départ !

Départ !

Départ !



Q21

Sophie, 34 ans

Vous vous lancez sur le sujet du sport. Tu apprends que Sophie est une très grande sportive... ou en tout cas du moment qu'il s'agit de le regarder. Ses activités sportives se limitent aux quelques balades en forêt qu'elle fait avec ses enfants le week-end pour passer du temps en famille.

Elle s'est trouvée récemment une passion pour le e-sport et ça lui arrive de faire quelques compétitions régionales.

L'écouter encore un peu

Lancer une discussion sur les jeux vidéos

Terminer la discussion

Vous continuez à discuter. Mais le temps avance et il reste encore beaucoup de job à faire.

Retourner travailler

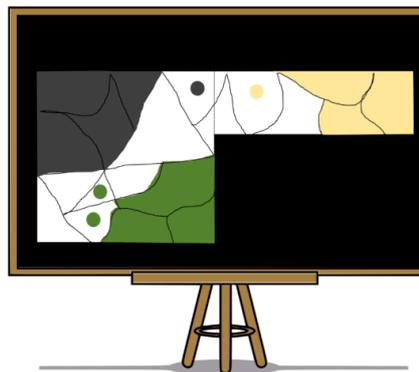


Q22

On avance !

Tu colories la case en vert. Super !

Entre toutes les équipes, environ la moitié des quêtes sont terminées !



Chouette !

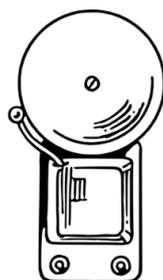
Chouette !



Q23

DRIIIIIIIING!

Une sonnerie retentie?



Qu'est ce que ça peut être?



Q24

Réunion !



Tu entends Alex parler via les hauts-parleurs de la salle. Il demande à tous les bénévoles d'arrêter leurs activités et de se rendre devant l'entrée principale du CERM

Se diriger vers l'entrée



Q25

C'est l'heure du jeu !

Alex explique les raisons de ce rassemblement. Il vous a organisé un jeu !

" Par équipe, vous allez devoir créer la danse officielle du SDB !

Vous avez 15 minutes pour trouver la musique et la chorégraphie qui va avec !

Par groupe, vous aurez 15 minutes pour trouver la musique et la chorégraphie qui va avec !

Les IPA, votre chef d'équipe est **José** ici présent.

Je vous invite alors à vous rassembler en équipe de 5 pour participer au jeu.

Les Stouts, votre cheffe d'équipe est **Delphine** ici présente.

Les Lager, votre chef d'équipe est **Stéphane** ici présent.

On se retrouve à 11:30 ! "

On se retrouve à 11:30 ! "

Recruter les personnes autour de toi

Rejoindre un groupe qui est en train de se former

Rejoindre ton équipe

Se diriger vers José

Confirmer



Q26

Que fais-tu?

Privilégier les bénévoles avec qui tu viens de travailler

Privilégier des bénévoles que tu n'as pas encore croisé

Confirmer



Q27

Stratégie

José, bénévole de level "Masse" émet une stratégie pour y arriver :
 José, émet une stratégie pour y arriver :

"Ok... Vous avez bien compris ce qu'on doit faire? L'important ce n'est pas le résultat, mais qu'on s'amuse alors ne nous prenons pas la tête. le résultat, mais qu'on s'amuse alors ne nous prenons pas la tête."

Toi, avec lui. Cherchez une musique style pop qui fait penser à la bière.

Toi, avec elle. Imaginez une danse qui puisse faire penser à la bière et au Salon de la Bière."



Aller vers l'autre bénévole et commencer à chercher une musique

Faire une autre proposition

Prendre le leadership du jeu et faire une contreproposition

Confirmer



Q28

Au départ !

Toute l'équipe accepte la proposition.

Vous avez récolté et imaginé toutes les ressources nécessaires. Il vous reste encore 5 minutes. Ce qui est suffisant pour commencer à répéter votre chorégraphie !



Se concentrer sur son rôle

Jeter un œil à ce que font les autres équipes

Encourager son équipe

Confirmer



Q29

Pause !

Tu croises Alex, il te propose d'aller faire une pause dehors avec lui.



Super !

Ok, pourquoi



Q30

Pause !

Vous parlez du Salon de la Bière, comment ça a commencé et ce à quoi ressemblera cette édition.

Le temps est plutôt clément et cette bouffée d'air frais vous revigore



Prendre une grande
inspiration

Profiter du soleil



Q31

**C'est perdu !
On continue !
C'est gagné !**

Vous vous êtes bien battus. Vous ferez mieux la prochaine
Après cette petite pause, vous êtes prêts à recommencer.
Grâce à votre discipline et votre esprit d'équipe, vous
remportez le prochain jeu.



Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu ton engouement actuel?

(1 --> faible, 10 --> élevé)

1 10

Suite

■ ■ □ □ □ □ □ □ □ □

Q32

On continue !

A peine le jeu terminé, les équipes Stout et Lager se dirigent vers le panneau de quête.
A peine le jeu terminé, quatre bénévoles de rang masse donnent les instructions pour la suite et recrutent des bénévoles de ton équipe.
Après cette pause, deviens un héros et fais un travail de légende. On n'a pas le temps de te laisser au placard du salon.
Après cette pause, deviens un héros et fais un travail de légende. On n'a pas le temps de te laisser au placard du salon.
Après cette pause, deviens un héros et fais un travail de légende. On n'a pas le temps de te laisser au placard du salon.

Aller voir le panneau de quête

Se diriger vers un bénévole de rang "choppe" qui semble recruter du monde

Se diriger vers un bénévole qui semble recruter du monde

Aller voir Alex pour lui demander du travail

Se balader dans le CERM et chercher des membres de ton équipe pour les rejoindre

Se balader dans le CERM et chercher un groupe à rejoindre

C'est parti !

C'est parti !

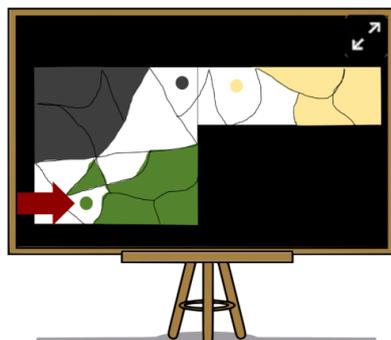
■ ■ ■ □ □ □ □ □ □ □

Q33

Panneau de quêtes

Tu te retrouves devant le panneau de quête.

Tu observes une gomme verte sur une quête. Ce qui signifie qu'il y a une quête en cours dans ton équipe.



Lire les autres quêtes et en choisir une nouvelle à commencer

Regarder où se trouve la quête et rejoindre le groupe

Chercher un bénévole de rang choppe ou masse pour débiter une nouvelle quête

Confirmer

Confirmer

Confirmer



Q34

Oups !

Ton level (galopin) ne te permet pas de commencer une nouvelle quête. Tu dois être accompagné d'un bénévole de level choppe ou masse.



Ah oui...

Zut !

Réessayer



C'est parti !

Q35

Tu rejoins une équipe de bénévoles. Malgré une grande dose de travail, Alex prend sur son temps et te dirige vers une équipe de bénévoles. Cette fois, vous êtes chargés de réaliser la signalétique à l'entrée du salon.

Tu te retrouves notamment avec Sophie, bénévole avec qui tu as déjà travaillé plus tôt dans la journée.

Que fais-tu?

Copier les actions des bénévoles en espérant faire juste

Copier les actions de Sophie (level choppe) en espérant faire juste

Demander à un bénévole ce qu'il faut faire

Consulter la description de la quête

Aller voir Alex pour lui demande ce qu'il faut faire

Discuter avec Sophie

Confirmer

Confirmer

Confirmer

Sophie

Q36

Vous prenez un moment pour discuter. Tu remarques quelques poils blancs sur son veston. Elle t'explique qu'il s'agit de Dora, son cocker. Elle adore les animaux, mais pas autant que sa fille. C'est elle qui a insisté pour en prendre un.

Vous continuez à discuter. Tu partages aussi ton avis sur la question, ton rapport aux animaux de compagnie. Nul doute qu'il s'agit d'un très grand engagement au sein d'une famille. Sophie t'avoue d'ailleurs qu'elle est un peu fatiguée. La raison est qu'elle a dû aller en urgence hier chez le vétérinaire pour Dora. Rien de grave heureusement. Plus de peur, surtout de sa fille, que de mal.



En savoir plus sur sa famille

Retourner travailler

Confirmer

Confirmer



Q37

Sophie

Tu relances Sophie sur sa fille, et vous commencez une discussion sur la famille. Tu apprends qu'elle est mariée depuis maintenant 3 ans. Son mari devait être présent aujourd'hui mais il a dû annulé. Ils n'ont pas réussi à trouver de baby-sitter pour Chloé, leur fille. Elle te retourne la question et te pose des questions sur ta famille...



Lui répondre et retourner travailler

Lui répondre et continuer la discussion

Confirmer

Confirmer



Q38

Sophie

Vous continuez la discussion sur le Salon de la Bière. Vous vous partagez quelques anecdotes sur la première éditions. Vous rigolez beaucoup et tu passes un bon moment.

Cependant, un bénévole dans votre équipe vous rappelle à l'ordre et vous demande de l'aide.

Terminer la
discussion



Q39

Ah ! C'était ça...
Ah ! C'était ça...
Ah ! C'était ça...

Alex est stressé mais prend sur son temps pour te donner les consignes
Un bénévole t'aide et t'explique ce qu'il faut faire

Voici les consignes que tu trouves sur la quête.
" Les visiteurs doivent pouvoir trouver facilement les sorties et les toilettes. Vous devez placer les panneaux aux endroits adéquats. Si nécessaires, vous pouvez aussi réaliser une ligne directrice avec du scotch. Le matériel et la carte du CERM se trouve prêt de l'entrée. " (il pointe un tas de matériel à sa droite)

Se mettre au travail

Quête n°12
Niveau 2 >2 personnes

Mettre en place la signalétique
Les visiteurs doivent pouvoir trouver facilement les sorties et les toilettes. Placez les panneaux aux endroits adéquats. Si nécessaires, réalisez une ligne directrice avec du scotch.

Matériel

- 8x panneau Toilettes
- 10x panneau Sortie
- 2x Gros scotch rouge
- 2x Gros scotch noir
- 1x carte du CERM



Q40

On avance gentiment

Vous travaillez tous à fond et vous commencez à voir des résultats.

Continuer

Continuer



Q41

Que faire?

Un désaccord né au sein de ton équipe. L'un des bénévoles demande de se dépêcher pour prendre de l'avance sur les autres équipes Stout et Lager.
Un autre aimerait que nous prenions le temps pour réaliser un travail parfait.



Se dépêcher. On va les battre !

Priorité à la qualité !

Continuer



Q42

C'est fini !

Vous finissez gentiment l'activité en cours. La journée arrive bientôt à son terme. Le Salon de la Bière est prêt à vivre sa deuxième édition !



Génial !

Génial !



Q43

Résultat des quêtes

Alex demande à tous les bénévoles de se réunir autour du panneau de quête pour déterminer quelle équipe est la vainqueur de cette journée !

Ce sera sûrement nous. On a tout donné !

On s'est bien battu, mais le résultat ne compte pas.

Regarder les résultats sans grand intérêt

Confirmer

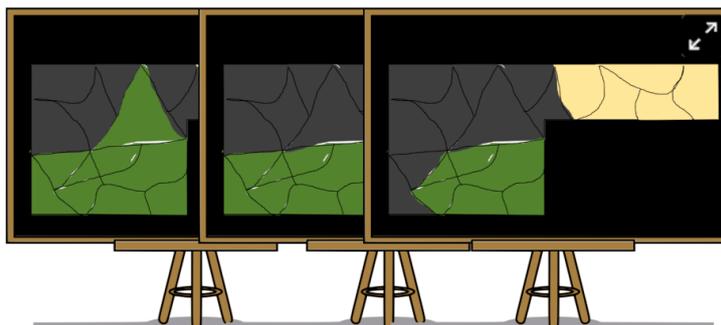


Q44

Félicitations ! Dommage ! Dommage !

L'équipe IPA est victorieuse de cette journée !
L'équipe Stout est la grand vainqueur de cette journée.
L'équipe Stout est la grand vainqueur de cette journée.

Bravo à tous les bénévoles. Aucune équipe n'a démerité !
Bravo à tous les bénévoles ! Vous n'avez pas démerité. L'équipe IPA est arrivée 2e.
Bravo à tous les bénévoles ! Vous arrivez en 3ème position. Mais, vous n'avez pas démerité, les résultats sont très serrés !



Continuer



Q45

Clôture !

Alex remercie tous les bénévoles pour leur travail ! Il est impressionné par la qualité de votre travail et la bonne humeur générale.

Les bénévoles se dirigent vers la sortie pour rentrer chez eux.

Rester pour boire une bière avec les bénévoles

Rentrer chez toi pour revenir en forme demain

Confirmer

Confirmer



Q46

Apéro Time !

Tu vas boire un verre avec 5 autres bénévoles.

Vous discutez de tout... et de rien, puis vous rentrez vous pour vous reposer.



Continuer



Q47

Debriefing

Tu arrives chez toi. Tu profites d'un moment de calme pour débriefer ta journée.

Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu l'ambiance entre les bénévoles lors de cette première journée?

(1 --> mauvaise, 10 --> excellente)

1 10

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer au montage du Salon de la Bière?

(1 --> très peu, 10 --> beaucoup)

1 10

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à rencontrer de nouvelles personnes?

(1 --> très peu, 10 --> beaucoup)

1 10

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point te sens-tu proches de Sophie?

(1 --> pas du tout proche, 10 --> très proche)

1 10

Continuer



Q48

Jour 2, poste

Nous te sommes reconnaissants pour tes engagements au Salon de la Bière. Nous prenons à cœur que tu sois dans un poste qui te plaît. Réponds à ce quelques questions afin que nous puissions te proposer les postes les plus adéquats pour ta journée.

Qu'est ce qui te motive? (plusieurs réponses possibles)

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Rencontrer de nouvelles personnes | <input type="checkbox"/> Mettre ses compétences au service des bénévoles pour | <input type="checkbox"/> Me rapprocher du monde de la bière et du service |
| <input type="checkbox"/> Me construire un réseau | <input type="checkbox"/> Passer un bon moment | <input type="checkbox"/> Autre |

Si 'Autre' précisez :

Quelles sont tes attentes en participant bénévolement au salon de la bière? (plusieurs réponses possibles)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Pouvoir faire ce que je veux | <input type="checkbox"/> Avoir des responsabilités |
| <input type="checkbox"/> Côtoyer d'autres bénévoles | <input type="checkbox"/> Côtoyer les clients |
| <input type="checkbox"/> Autre | |

Si 'Autre' précisez :

Quelles sont les compétences que tu souhaites mettre à profit en tant que bénévole? (plusieurs réponses possibles)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Calcul mental | <input type="checkbox"/> Créativité | <input type="checkbox"/> Compétences humaines |
| <input type="checkbox"/> Écoute | <input type="checkbox"/> Compétences physiques | <input type="checkbox"/> Autre |

Si 'Autre' précisez :

Confirmer



Q49

Préférences enregistrées

Le système a pris en compte tes préférences.

Il te propose deux postes qui sont, selon tes réponses, les plus adaptés à ce que tu souhaites.



Voir les postes



Q50

Choix du poste

Deux activités ont été sélectionnées selon tes préférences. Deux activités te sont proposées : Informe-toi des détails et fais un choix parmi ces activités.

bar et ravitaillement

Informe-toi des détails et fais un choix parmi ces deux postes.

<p>BAR</p> <p>Tâches Tirer des bières et servir des boissons</p> <p>Tâches Tirer des bières et servir des boissons Encaisser l'argent des consommations Garder un plan de travail propre</p> <p>Qualités à avoir De bonnes jambes Calcul mental Rigueur dans la préparation des boissons Savoir tirer une bière Résistance au stress</p> <p>Indications spécifiques Contrôler l'âge (Bière > 16ans, Alcool fort > 18ans) CAUTION de 5CHF par verre Shot : 2cl alcool fort Cocktail : 4cl d'alcool fort</p> <p><small>Être au bar c'est une aventure. On a jamais deux clients qui se ressemblent !</small> <small>Canille_bar 1^{ère} édition</small></p>	<p>Ravitaillement</p> <p>Tâches Guetter les brasseurs qui ont besoin d'aide</p> <p>Tâches Guetter les brasseurs qui ont besoin d'aide Gestion des stocks de bières Organiser la récolte des anciens fûts et la livraisons de ceux qui</p> <p>Qualités à avoir De bonnes jambes Rigueur dans la gestion des stocks Résistance au stress Créativité</p> <p>Indications spécifiques Lorsqu'un brasseur a besoin d'aide, il lâche dans les airs un grand ballon à hélium blanc. C'est le signal. Tous les fûts sont numérotés selon le stand et le type de bière.</p> <p><small>La pêche au ballon est clairement fun. Chacun s'amuse à être le premier à voir un ballon pour y aller !</small> <small>Pascal_ravitaillement 1^{ère} édition</small></p>
--	---

Être au bar et servir des verres

Être au ravitaillement et aider les brasseurs

Confirmer mon choix



Q51

Choix enregistré

Tu pars te coucher pour être en forme demain.



ZzzzzZZzzz...



Q52

Jour 2, c'est parti !

Tu as bien dormi et tu es prêt à participer à ce premier jour de la deuxième édition du Salon de la Bière !

Ça va être chaud. 15'000 clients sont attendus !

Je suis au taquet!

Aller, départ !



Q53

Accueil

Comme hier, Alex t'accueille. Il te remercie encore une fois pour ton investissement précieux pour le Salon de la Bière.

Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu ton engouement pour cette journée ?

(1 --> faible, 10 --> élevé)

1 10

- Continuer
- Continuer
- Continuer
- Continuer



Q54

Accueil

Alex te demande si tu as pensé à reprendre ton badge de Level?



- Non, je l'ai oublié
- Non, je l'ai jeté hier en rentrant
- Oui, il est sur moi
- Oui, il est dans ma poche

- Continuer
- Continuer



Q55

Pas de soucis !

Alex comprend, il ne t'avais pas demandé expressément de le garder.

Souhaites-tu en avoir un nouveau?

Non, je n'y vois pas l'intérêt

Bien sûr !

Continuer



Q56

Super ! D'accord, pas de soucis

Alex précise que les règles sont les mêmes que la veille. C'est-à-dire qu'en tant que *Galopin*, tu dois toujours travailler avec au moins un bénévole de level *Choppe* ou *Masse*. C'est-à-dire qu'en tant que *Galopin*, tu dois toujours travailler avec au moins un bénévole de level *Choppe* ou *Masse*.

C'est compris !

C'est compris !

C'est compris !



Q57

Challenge

Alex te précise qu'il y a un petit challenge spécial aujourd'hui.

Il te donne plusieurs petites cartes comme celle-ci :

Prénom

Bière préférée Pourquoi ?

Passion

Continuer



Q58

Challenge

Si tu souhaites participer au challenge, l'objectif est de faire connaissance avec un maximum de clients durant la journée.

Pour cela, Alex t'invite à remplir une petite carte pour chaque client que tu rencontres. Ensuite, affiche-les sur le panneau, là-bas.



Je n'ai pas compris

Super !

Ça ne m'intéresse pas trop

Demander plus d'infos

Continuer

Continuer

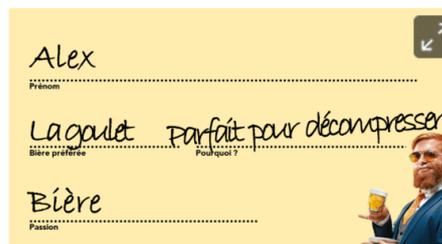


Q59

Challenge

Alex se prend en exemple. Le but est que tu discute avec une personne et que tu lui pose les questions présentes sur la carte. Il te dit, par exemple, que l'une de ses passions, c'est la bière ! (Mais ça, tu aurai pu le deviner)

La carte remplie avec ses propres informations, Alex va la mettre sur le panneau un peu plus loin là-bas. Tu le suis.



Ok, j'ai compris !

Ce sera peut être plus clair en essayant

Super !

Ça ne m'intéresse pas trop

Continuer



Q60

Besoin d'aide !

Alex te demande une faveur. Deux bénévoles qui étaient présents au ravitaillement ont annulé à la dernière minute.

Il cherche quelqu'un pour donner un coup de main à ce poste.

Accepter avec plaisir

Accepter à contre-cœur

Confirmer



Q61

Début et rencontres

Alex t'amène vers ton poste de travail. Il te présente à Julien, bénévole de level Choppe qui est responsable du poste ravitaillement. C'est lui qui te guidera et répondra à tes questions aujourd'hui.



Salut !



Q62

Organisation du ravitaillement

Tu fais connaissance avec Julien. Il te remercie pour ta présence aujourd'hui et te demande ce que tu souhaites apprendre sur ce poste ?

Que devons-nous faire?

Comment on s'y prend?



Q63

Objectifs

Les brasseurs écoulent une quantité impressionnante de bière durant le Salon. Nous sommes présents pour ravitailler les stands avec de nouveaux futs quand les anciens sont terminés.

Ce n'est pas très clair, mais ça le deviendra en essayant !

Ok, j'ai compris !

Et comment on s'y prend?



Q64

Méthodes

Chaque stand de brasseur est équipé d'un ballon en hélium. Lorsqu'il a besoin de nous, le brasseur le lâche dans les airs. C'est le signal.

Deux bénévoles sont postés en hauteur dans le CERM. Ce sont les éclaireurs. Lorsqu'ils aperçoivent un ballon s'élever dans les airs, ils interpellent les ravitailleurs qui vont voir le brasseur et lui apportent ce dont il a besoin.

Les futs se trouvent dans la chambre froide du CERM. Ils sont tous numérotés selon les brasseurs

Des privilèges sont attribués selon les levels. En étant de level Choppe, je peux utiliser les talkies-walkies pour communiquer avec les autres membres du groupe. Les masses ont un stock de bières attribuées à nos moments de pause. Ils sont libres de les gérer comme ils le souhaitent. C'est également eux qui gèrent les pauses des autres bénévoles pour que tout le monde ne soit pas en pause en même temps.

Ce n'est pas très clair, mais ça le deviendra en essayant !

Ok, j'ai compris !

Commencer



Q65

Méthodes

Chaque stand de brasseur est équipé d'un ballon en hélium. Lorsqu'il a besoin de nous, le brasseur le lâche dans les airs. C'est le signal.

Deux bénévoles sont postés en hauteur dans le CERM. Ce sont les éclaireurs. Lorsqu'ils aperçoivent un ballon s'élever dans les airs, ils interpellent les ravitailleurs qui vont voir le brasseur et lui apportent ce dont il a besoin.

Les futs se trouvent dans la chambre froide du CERM. Ils sont tous numérotés selon les brasseurs

Des privilèges sont attribués selon les levels. En étant de level Choppe, je peux utiliser les talkies-walkies pour communiquer avec les autres membres du groupe. Les masses ont un stock de bières attribuées à nos moments de pause. Ils sont libres de les gérer comme ils le souhaitent. C'est également eux qui gèrent les pauses des autres bénévoles pour que tout le monde ne soit pas en pause en même temps.

Ce n'est pas très clair, mais ça le deviendra en essayant !

Ok, j'ai compris !

Et que devons-nous faire?



Q66

Objectifs

Les brasseurs écoulent une quantité impressionnante de bière durant le Salon. Nous sommes présents pour ravitailler les stands avec de nouveaux futs quand les anciens sont terminés.

Ce n'est pas très clair, mais ça le deviendra en essayant !

Ok, j'ai compris !

Commencer



Q67

Jour 2, c'est parti !

Heureusement, la matinée est tranquille et n'accueille qu'une poignée de professionnels. Julien et toi intégrez l'équipe des ravitailleurs. Tu profites de ce moment de calme pour...

...discuter avec un client 2m plus loin et remplir une première carte.

...faire connaissance avec les bénévoles

...faire un tour dans la chambre froide et repérer les futs

...ne rien faire et attendre les premières demandes de futs

challenge

rencontre

Chambre

Rien



Q68

Bonjour, et bienvenu !

Tu te diriges vers un homme en train de déguster ce qui semble être une bière blonde.

Lui parler du challenge

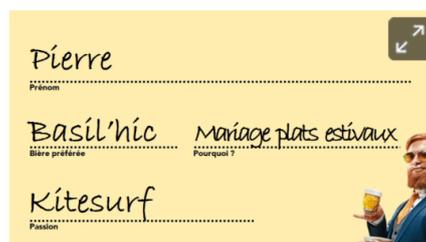


Q69

Enchanté, Pierre

Tu fais connaissance avec cet homme. Vous échangez quelques mots sur le Salon de la Bière et ton rôle en tant que bénévole.

Tu lui poses ensuite les questions de la carte. Tu fais connaissance avec Pierre, passionné de Kitesurf. Sa bière préférée est la Basil'hic de chez 7Peaks car elle se marie très bien avec les plats estivaux qu'il prépare dans son restaurant.



Le remercie et aller épingler la carte sur le panneau dédié au challenge

Continuer la discussion

confirmer
panneau

confirmer
continue



Q70

Enchanté, Pierre

Vous continuez à discuter. Tu en apprends plus sur le restaurant de Pierre, situé à Veysonnaz.

Pierre reçoit un appel et doit te laisser.

Aller épingler la carte sur le panneau dédié au challenge

Retourner travailler

confirmer
panneau

confirmer
travail



Q71

Tableau des clients

Tu te dirige vers le panneau qui regroupe toutes les cartes clients. Il y en a déjà 3 !



Ajouter la carte de Pierre

Retourner
travailler



Q72

Julien, 44 ans

Tu fais connaissance avec Julien, ton binôme pour la journée. C'est la 2e fois qu'il est bénévole au Salon de la Bière. Il s'est proposé car cela lui permet de faire de nouvelles connaissances.

Tu apprends qu'il est artisan boulanger depuis plus de 25 ans. C'est, selon lui, le plus beau métier du monde. Il adore être au contact de la nature et créer des pains autant traditionnels qu'innovants. Il est convaincu que le pain est l'aliment principal d'un repas.



Retourner
travailler

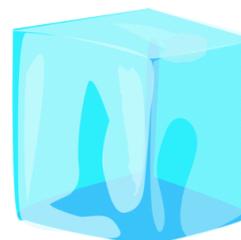


Q73

Brrrh..! Fait pas chaud par là...

Tu te rends dans la chambre froide et analyse la logique de rangement des différents fûts.

Tu remarques avec surprises et plaisir que la micro-brasserie de ton village est présente au Salon.



Se préparer pour
le premier
ravitaillement



Q74

Premier ravitaillement !

Tu entends un bénévole communiquer avec Julien depuis son Talkie-Walkie. Un ballon est monté dans les airs. Un bénévole poste en hauteur vous communique qu'un ballon est monté dans les airs.

C'est le signal ! Le stand 23 a besoin d'un ravitaillement.
C'est le signal ! Le stand 23 a besoin d'un ravitaillement.

Aller voir le brasseur pour lui demander
quel fût lui ramener

Prendre les quatre sortes de fûts du
brasseur et aller le voir

Laisser un autre bénévole aller voir le
brasseur et se tenir prêt à charger le bon
fût



Confirmer



Q75

Bénévole au rapport !

Le brasseur t'indique qu'il lui manque sa bière rousse, fût numéro 18.

Tu récupères son fût vide et tu lui ramènes un numéro 18. Le déplacement est facile pour le moment, il n'y a pas beaucoup de clients.

Bénévole au rapport !

Tu charges tous les fûts et va à la rencontre du brasseur.

Il prend celui dont il a besoin et tu repars avec les 4 autres, ainsi que le fût vide.

Bénévole au rapport !

Tu reçois l'info que le brasseur a besoin du fût numéro 18.

Tu charges le bon fût et l'amène au stand. Tu récupères le fût vide.



Super !



Q76

Pfiou... Pfiou...

La matinée avant vite. Il est déjà 11h15 !

La matinée avant vite. Il est déjà 11h15 !

Stephanie, level Masse, propose de profiter d'un moment de répts pour boire une bière entre bénévoles.

Stephanie propose de profiter d'un moment de répts pour boire une bière entre bénévoles.

Profiter de ce moment pour aller remplir une carte de client

Se poser, prendre une bière et discuter avec les bénévoles

Profiter de ce moment pour aller prendre l'air

Confirmer
carte

Confirmer
apéro

Confirmer
pause



Q77

Bonjour, et bienvenu !

Tu te diriges vers une femme assise à une table avec un homme qui semble être son mari.



Lui parler du challenge

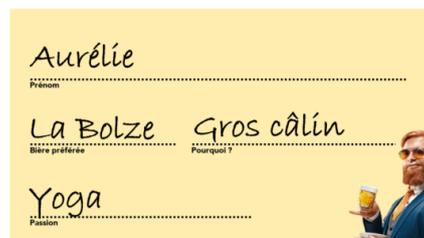


Q78

Enchanté, Aurélie !

Tu fais connaissance avec cette femme. Vous échangez quelques mots sur le Salon de la Bière et ton rôle en tant que bénévole.

Tu lui poses ensuite les questions de la carte. Tu fais connaissance avec Aurélie, passionnée de yoga. Sa bière préférée est la Bolze de chez Fri-mousse. Elle compare cette bière à un gros câlin, plein d'amour.



La remercie et aller épingler la carte sur le panneau dédié au challenge

Continuer la discussion

confirmer
panneau

confirmer
continue



Q79

Enchanté, Aurélie !

Vous continuez à discuter. Tu en apprends plus sur Aurélie et tu fais connaissance avec Sylvain, son mari. Mathéo, leur enfant, les rejoint. Ils te saluent et partent acheter de quoi dîner.

Aller épingler la carte sur le panneau dédié au challenge

Retourner auprès des autres bénévoles

confirmer
panneau

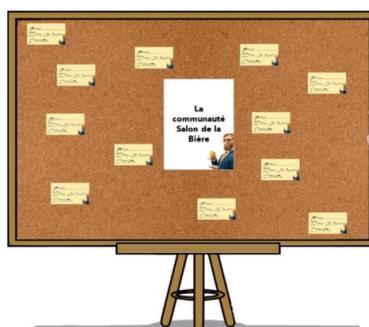
confirmer
travail



Q80

Tableau des clients

Tu te dirige vers le panneau qui regroupe toutes les cartes clients. Il y en a déjà 12 !



Ajouter la carte de Aurélie

Retourner auprès des
autres bénévoles



Q81

Apéro !

Vous vous pausez en cercle et discutez de tout et de rien. Tu apprends que Julien a des talents de magicien. Il réalise un tour devant vous.

Après avoir aligné 3 bouteilles, il se retourne. Il te demande d'en choisir une sans le lui dire.



Prendre celle à gauche

Prendre celle au centre

Prendre celle à droite

Confirmer



Q82

Pause ! Pause !

Tu te diriges à l'extérieur et profite d'un moment de calme avant le rush de l'après-midi. Après avoir obtenu l'aval de Stéphanie, tu te diriges à l'extérieur et profite d'un moment de calme avant le rush de l'après-midi.

Le salon compte déjà plus de 2'000 entrées !

Le salon compte déjà plus de 2'000 entrées !



Prendre une grande respiration et profiter du soleil



Q83

Fin de la pause

Fin de la pause Tu rejoins les bénévoles au moment où ils se relèvent. Plus de temps à perdre ! Le salon compte déjà plus de 2'000 entrées.

Tu rejoins les bénévoles au moment où ils se relèvent. Plus de temps à perdre !
 Vous recevez une alerte : le ballon du stand 6 s'est élevé dans les airs.

Woaw! Vous recevez une alerte : le ballon du stand 6 s'est élevé dans les airs.

Il se retourne et... INCROYABLE ! Il a deviné !

Tu n'as pas le temps de réfléchir à comment il a pu faire cela. Un ballon vient de s'élever dans les airs.

Cette fois, ça devient sérieux, le salon compte déjà plus de 2'000 entrées.

Sur une échelle de 1 à 10, à combien juges-tu ton engouement actuel?

(1 --> faible, 10 --> élevé)



Confirmer



Q84

Départ !

Vous recevez l'information que le brasseur a besoin du fût n°4.



Prendre l'initiative et aller chercher le fût dans la chambre froide

Passer son tour pour aller remplir une carte avec un client

confirmer chercher

confirmer challenge



Q85

Bonjour, et bienvenu !

Tu te diriges vers une femme accoudée à un stand non loin de toi.



Lui parler du challenge

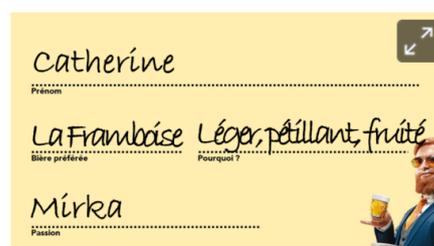


Q86

Enchanté, Catherine !

Tu fais connaissance avec cette femme. Vous échangez quelques mots sur le Salon de la Bière et ton rôle en tant que bénévole.

Tu lui poses ensuite les questions de la carte. Tu fais connaissance avec Catherine, passionnée de sa chienne Mirka. Sa bière préférée est la Framboise de chez la Brasserie Mont-Noble. Elle adore ce goût léger et pétillant de fruit estival.



La remercie et aller épingler la carte sur le panneau dédié au challenge

Continuer la discussion

confirmer
continue

confirmer
panneau



Q87

Enchanté, Catherine !

Vous continuez à discuter. Tu en apprends plus sur Catherine. Elle te raconte que c'est une grande sportive et qu'elle est venue depuis Vevey en vélo aujourd'hui.

Aller épingler la carte sur le panneau dédié au challenge

Retourner auprès des autres bénévoles

confirmer
travail

confirmer
panneau



Q88

Tableau des clients

Tu te diriges vers le panneau qui regroupe toutes les cartes clients. Il y en a déjà 19 !



Ajouter la carte de Catherine

Retourner auprès des
autres bénévoles



Q89

Mhh...

Tu te retrouves devant la chambre froide avec ton chariot et ton fût. Prêt à aller à la rencontre du brasseur.

Il commence à y avoir beaucoup de monde et ça devient difficile de se frayer un chemin.

3 possibilités s'offrent à toi :

- 1) Passer par la gauche, c'est le chemin le plus long, mais il semble y avoir moins de monde.
- 2) Passer tout droit entre les tables. Il n'y a pas beaucoup de monde mais c'est très étroit et tu risques de percuter quelqu'un.
- 3) Passer à droite, c'est le chemin le plus rapide, mais il y a beaucoup de monde sur le passage.

Que fais tu?

Passer à gauche

Passer au milieu

Passer à droite

Confirmer



Q90

Attention !

Tu avances à vitesse moyenne entre les tables. Tu passes proches de rentrer dans un enfant, mais tu l'évites de justesse.

Circulez !

Tu avances au pas en demandant aux clients de te faire de la place.

C'est la course !

Tu profites du peu de monde de ce côté pour foncer ! Tu baisses même un peu la tête pour aller un peu plus vite.

Continuer



Q91

Arrivée

Tu arrives près du stand n°6. tu donnes le fût au brasseur et reprend le fût vide.



Retourner vers les
chambres froides



Q92

Mini-débriefing

Il est 17h, la journée passe à une vitesse folle !

Julien viens vers toi et te demande si tout se passe bien ?



Oui, nickel !

C'est ok, je m'en sors

Lui proposer de faire une pause et d'en profiter pour faire un peu plus connaissance

Confirmer no
pause

Aller en
pause



Q93

Pause !

Julien demande à Stéphanie, level Masse, si vous êtes autorisés à vous sortez prendre l'air. Vous discuter de tout et de rien. Elle répond positivement.

Julien lance le sujet du Salon de la Bière, ce à quoi ressemble cette édition, ce que vous auriez fait différemment...

Julien lance le sujet du Salon de la Bière, ce à quoi ressemble cette édition, ce que vous auriez fait différemment...

Le soleil frappe fort aujourd'hui, ses derniers rayons vous revigorent.



Profiter du soleil



Q94

Pause !

Tu racontes à Julien la fois où tu as voulu faire ton pain toi-même... Mais que ça n'a pas donné grand chose.

Il te donne quelques conseils pour ne plus le rater.

Vous discutez pendant encore une 15e de minutes de vos passions et centres d'intérêts. Puis, vous repartez aider les autres bénévoles.

Retourner à
l'intérieur

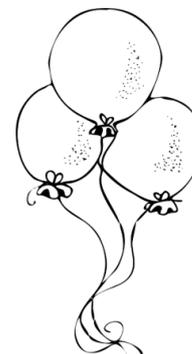


Q95

On continue !

La soirée continue, Julien et toi faites un passage par le poste d'éclaireur. Vous êtes postés en hauteur dans le CERM. De là, rien ne vous échappe. C'est la première fois que vous voyez cette salle sous cet angle.

La fin de la journée se rapproche. Tu sens la fatigue dans tes jambes.



Concentrer ses
derniers efforts



Q96

Journée terminée !

Alex, membre du comité, vient vous voir pour vous remercier pour tout ce que vous avez accompli pour le Salon.

Il vous donne d'ores et déjà rendez-vous à la sortie des bénévoles qui aura lieu dimanche dans deux semaines.

Julien te propose de rester pour profiter du Salon et boire une petite bière.

Refuser poliment et rentrer chez toi pour dormir

Aller, une petite pour la route !

Apéro !

Refus



Q97

Apéro Time !

Tu restes boire un verre avec 5 autres bénévoles.

Vous discutez de tout, et de rien, puis rentrez chez vous pour vous reposer.



Appeler un ami
pour qu'il vienne
me chercher



Q98

Debriefing

Tu arrives chez toi, tu profites d'un moment de calme pour débriefer ta journée...

Est-ce que la journée à répondu à tes attentes initiales ?

Pas du tout

Tout à fait

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer au ravitaillement des brasseurs?

(1 --> très peu, 10 --> beaucoup)

1

10

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à rencontrer de nouvelles personnes?

(1 --> très peu, 10 --> beaucoup)

1

10

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point te sens-tu proches de Julien?

(1 --> pas du tout proche, 10 --> très proche)

1

10

Confirmer



Q99

C'est fini !

Le Salon de la Bière, c'est fini !

Et il n'aurait rien été sans toi. C'est pourquoi une sortie des bénévoles est prévue tout bientôt.



Chouette !

OK



Q100

C'est le grand jour

La sortie des bénévoles, c'est aujourd'hui. Elle est là pour remercier tous les bénévoles pour leurs efforts, et surtout pour organiser la cérémonie de LevelUp !



C'est le grand jour

La sortie des bénévoles, c'est aujourd'hui. Elle est là pour remercier tous les bénévoles pour leurs efforts.

Youpi !

C'est gentil



Q101

Chers bénévoles...

Alex prend la parole. Il ne sait pas comment exprimer toute la gratitude qu'il a pour chacun de vous.

Avant de passer à la raclette, il déclare la cérémonie de LevelUp lancée ! Il demande à tous les bénévoles de se rendre dans la salle d'à côté.

Chers bénévoles...

Alex prend la parole. Il ne sait pas comment exprimer toute la gratitude qu'il a pour chacun de vous.

Avant de passer à la raclette, il remercie chacun des bénévoles par leur prénom et tout le monde s'applaudit.

Suivre le mouvement

Faire du bruit !



Q102

Merci !

Et oui ! C'est le moment, le moment de passer level *Choppe* !

Alex appelle chacun des bénévoles l'un après l'autre pour lui décerner son nouveau badge.

Et enfin, c'est à ton tour ! Ton nom est scandé. Tu te rapproches d'Alex. Il te remet le badge, te remercie et tout le monde t'applaudit. Ça y est, tu es passé au level *Choppe* !

L'année prochaine, tu pourras être responsable des nouveaux bénévoles et leur apprendre ce qu'est la communauté du Salon de la Bière !



Génial !

Ok...



Q103

Super ! Super !

Tu arbores ton nouveau badge. Vous retournez à la fête, qui durera jusqu'au bout de la nuit et durera jusqu'au bout de la nuit.

Tu en profites pour dire au revoir à tous les bénévoles qui t'ont accompagné... Sylvie, Stéphanie, Julien, José, Hervé,...

Et à une prochaine année !



Génial !



Q104

C'est fini !

En rentrant chez toi, tu réfléchis à tout ce qu'il s'est passé...

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point penses-tu que ton travail et tes efforts ont été reconnus?

(1 --> très peu, 10 --> beaucoup)

1 10

En tant que bénévole au Salon de la Bière, te sens-tu faire partie d'une communauté ?

Pas du tout Tout à fait

Sur une échelle de 1 à 10, quel plaisir as-tu eu à participer à la 2e édition du Salon de la Bière?

(1 --> très peu, 10 --> beaucoup)

1 10

Tu t'inscris déjà pour l'année prochaine ?

Pas du tout Tout à fait

Terminer



Déclaration

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

- Antoine Perruchoud
- Alex Millius

À l'évènementiel qui a souffert,
et souffre encore de la pandémie Covid19