

# Ethics for Digital Design



*Ethics for Digital Design est également disponible en version personnalisée selon vos besoins.  
Êtes-vous intéressé-e à un accompagnement professionnel pour résoudre vos défis éthiques?  
Contactez-nous sous [info@ethix.ch](mailto:info@ethix.ch).*

*V1- 5/2021  
ethix - Laboratoire d'éthique de l'innovation - [www.ethix.ch](http://www.ethix.ch)  
CC BY-NC-ND 4.0*

Réalisable grâce au  **MIGROS**  
Fonds pionnier

## PROMOUVOIR LE DESIGN ÉTHIQUE POUR LES INTERFACES NUMÉRIQUES

### APERÇU

ethix a développé une série de documents d'accompagnement qui peuvent être utilisés par des équipes de produit pour intégrer l'éthique dans le processus de design.

Des expériences utilisateurs et utilisatrices négatives et de plus larges conséquences sociétales associées avec des interfaces et produits numériques ont révélé la nécessité d'inclure des réflexions éthiques dans le processus de design.

Lorsque le design innovateur répond à des valeurs qui englobent les individus, les communautés, la société, l'environnement et l'entreprise, les produits qui en résultent diminuent leurs risques éthiques. Ce processus exige de se concentrer sur les caractéristiques et les fonctions spécifiques du produit et sur la manière dont celles-ci sont liées aux valeurs de l'entreprise.

### PROCESSUS

Nous avons conçu trois outils pour vous aider, vous et votre équipe, à examiner les pratiques éthiques dans votre processus de design :

#### 1. Valeurs

Ce workshop aide à créer une liste d'objectifs qui sont concrètement intégrés dans les caractéristiques et les fonctions du produit et reflètent certaines valeurs. La réflexion sur ces valeurs est importante pour comprendre les diverses parties prenantes et les risques qui peuvent être associés au produit.

#### 2. Parties prenantes

Ce workshop détaille les potentielles parties prenantes directes et indirectes afin que l'équipe puisse avoir une meilleure idée du large impact que le produit peut avoir.

#### 3. Risques

Une fois que les parties 1 et 2 ont été effectuées, l'information peut être utilisée pour mener une analyse approfondie des risques de votre interface ou de votre produit. Cela permettra d'identifier les enjeux éthiques potentiels. Les enjeux identifiés seront classés selon leur niveau de priorité et de responsabilité dans le but d'élaborer des stratégies d'atténuation des risques qui pourront ensuite être attribuées aux différents membres de l'équipe.

Nous suggérons cet ordre. Néanmoins, vous pouvez combiner ces documents de la manière qui convient le mieux à votre équipe.

# Ethics for Digital Design



## MATÉRIEL

- Documents d'accompagnement ethix
- Post-it
- Tableau blanc ou flip chart
- Stylos de couleurs différentes

## 1. WORKSHOP DES VALEURS

Vous trouverez ci-dessous notre suggestion d'organisation de ce premier workshop (durée estimée 1-2 heures). Vous trouverez des instructions détaillées au dos de chaque document d'accompagnement.

### Instructions pour les facilitateurs et facilitatrices

Étapes	Instructions
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez aux personnes de remplir elles-mêmes le document <b>'objectifs envisagés du produit'</b> pendant environ 10 minutes. Donnez-leur suffisamment de temps pour que les réponses secondaires et tertiaires puissent être mises en évidence. Il peut y avoir un temps „d'ennui“, mais cela peut conduire à de meilleures réponses créatives.</li> <li>• Demandez aux personnes de regrouper leurs propres réponses et de les écrire sur des Post-it en indiquant en bas de page de quelles caractéristiques/fonctions elles proviennent.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une personne à la fois commence à placer ses post-it sur le tableau blanc, en indiquant l'objectif identifié, la raison pour laquelle il est important et les caractéristiques/fonctions dont il provient.</li> <li>• Au fur et à mesure que les participantes et participants placent leurs réponses, demandez à l'équipe de regrouper les objectifs similaires.</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reportez les groupes d'objectifs de l'étape 2 sur des post-it ou sous forme de liste.</li> <li>• Organisez ces groupes d'objectifs en fonction des différentes parties prenantes (utilisateur·ice·s, société/ environnement et business) dans la <b>Stakeholder Map</b>. Pour chaque groupe d'objectifs, essayez de répondre à la question suivante : sur quelle(s) partie(s) prenante(s) cet objectif a-t-il un impact?</li> <li>• Vous êtes-vous focalisé·e·s sur les trois types de catégories? Une catégorie est-elle rarement mentionnée? En équipe, pouvez-vous en imaginer d'autres?</li> <li>• À NOTER : un groupe d'objectifs peut appartenir à une ou plusieurs catégories, ce qui peut (dans certains cas) être un indice suggérant de sub-diviser davantage le groupe d'objectifs.</li> </ul>



## OBJECTIFS ENVISAGÉS POUR LE PRODUIT

### OBJECTIF

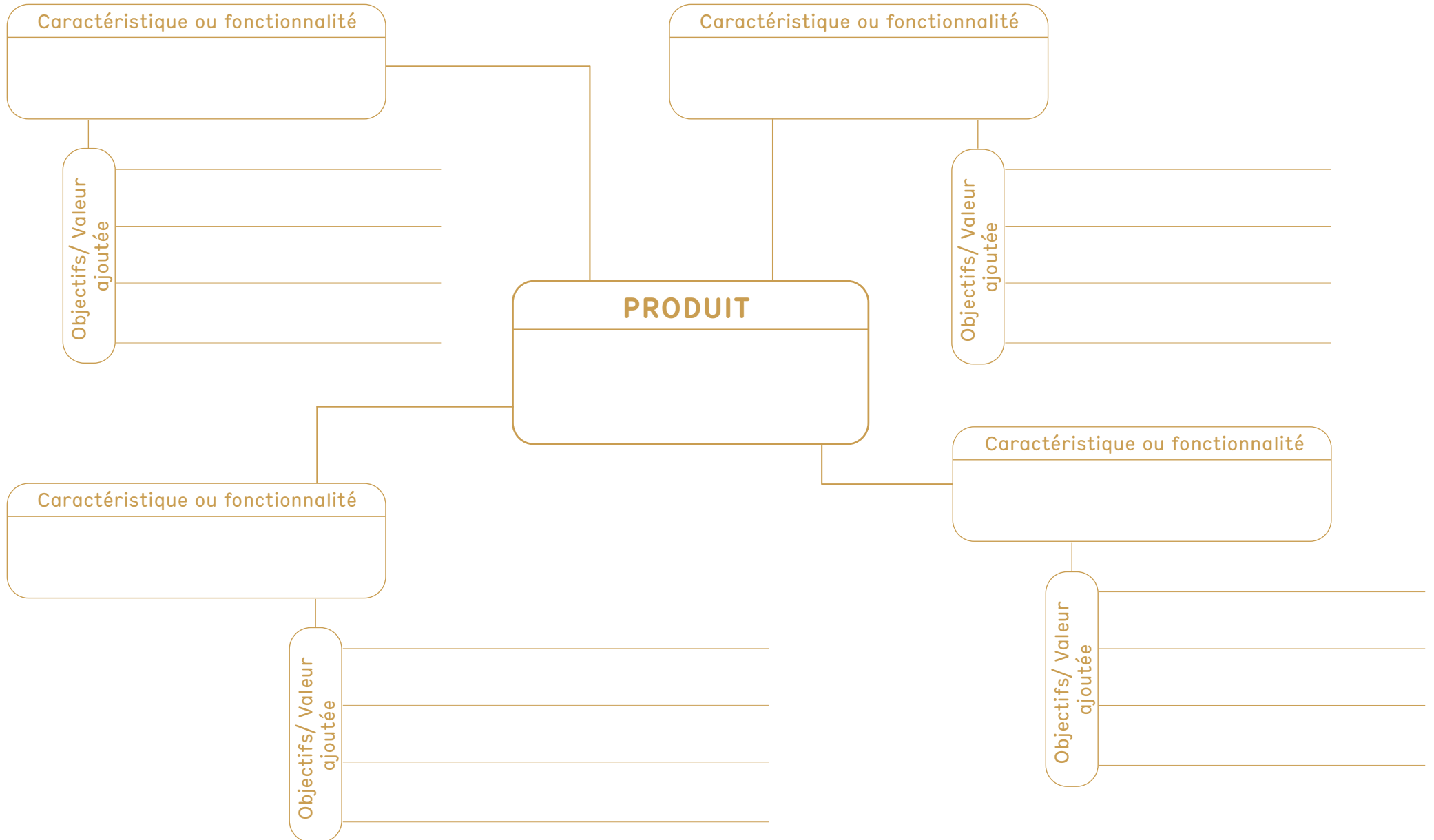
Le document **Objectifs envisagés pour le produit** fait en sorte que les participant·e·s documentent les caractéristiques et fonctions spécifiques des produits existants, planifiés ou imaginés. D'une part, cela comprend les caractéristiques visibles (par exemple: le chat bot, les boutons, les options de connexion sociale, les options de téléchargement de photos, etc.) lors de l'utilisation et du fonctionnement du produit. D'autre part, les fonctions invisibles qui font partie de l'expérience ou du fonctionnement (par exemple : le traitement des données, les algorithmes de fond, etc.). Ensuite, les participant·e·s documentent l'objectif ou la valeur ajoutée que chaque fonction/élément spécifique remplit. Il s'agit de répondre à la question „pourquoi“ ou „pour quels motifs“ la fonction/la caractéristique fait partie du produit ou du service.

La liste d'objectifs qui en résulte peut-être comparée aux valeurs de l'entreprise pour voir si les objectifs s'y alignent. Cela peut aider à identifier ce qui devrait être repensé ou redéveloppé en vue de garantir le respect des valeurs considérées comme importantes par l'entreprise. Les résultats peuvent également être utilisés avec la Stakeholder Map pour analyser si toutes les catégories sont représentées de manière égale ou non.

### INSTRUCTIONS

- Donner une copie du document **Objectifs envisagés pour le produit** à chaque participant·e (ou plus si nécessaire)
- Individuellement, chaque participant·e remplit ce document de la manière suivante :
  - Au centre, inscrire le produit ou le service sur lequel vous allez vous concentrer
  - Sur chaque tige (la ligne qui part directement du centre), inscrivez une caractéristique (par exemple: le chat bot, les boutons, les options de connexion sociale, les options de téléchargement de photos, etc.) ou une fonction (par exemple: le traitement des données, les algorithmes de fond, etc.). Soyez aussi précis·e et complet·e que possible. Si nécessaire, créez un deuxième diagramme au verso.
  - Sur chaque feuille (en partant des tiges), inscrivez-le ou les objectifs de l'élément ou de la fonction. Ajoutez autant de feuilles que vous le souhaitez.  
Les questions que vous pouvez vous poser sont les suivantes :
    - Pourquoi incluons-nous cette fonctionnalité?
    - Quelle bénéfice ou plus-value cette fonctionnalité ou caractéristique donne-t-elle à l'utilisateur·ice, à l'entreprise, à l'environnement, aux parties prenantes?
    - Quel est l'objectif de cette fonctionnalité?
- Assurez-vous de prévoir suffisamment de temps pour que les réponses créatives et moins directes puissent être documentées. Cela peut prendre plus de temps que prévu.
- Rassemblez-vous et commencer à regrouper les réponses pour développer une liste d'objectifs qui sont dérivés de caractéristiques et fonctionnalités concrètes du produit.

# OBJECTIFS ENVISAGÉS POUR LE PRODUIT





## STAKEHOLDER MAP

### OBJECTIFS


Le Stakeholder Map est destiné à fournir aux équipes travaillant sur les produits un moment de clarté sur les éléments importants et ceux qu'elles peuvent négliger. À n'importe quelle phase donnée de la recherche et de la conception d'un produit, lorsqu'une liste de caractéristiques, d'impact prévu, de risques, etc. a été établie, la matrice peut être utilisée pour classer ces derniers en trois catégories sur lesquelles ils peuvent avoir un impact : utilisateur·ice·s, société/environnement, entreprises. La matrice est utile lorsqu'elle est conjuguée avec d'autres documents d'accompagnement.

### INSTRUCTIONS


- Utiliser les réponses issues des documents d'accompagnement **Brainstorming sur les risques, Matrice de priorité en matière de risques, Matrice de responsabilité, Objectifs envisagés pour le produit**, ou autre documentation. Remplir le Stakeholder Map pour définir des domaines d'impact du produit analysé.
- À NOTER : chaque objectif, partie prenante ou risque peut entrer dans une ou plusieurs catégories.
  - Exemple : Le corps enseignant pourrait constituer un groupe de parties prenantes et peut être considéré comme un utilisateur individuel. Le corps enseignant peut également entrer dans la catégorie de la société puisqu'il constitue une grande partie de l'infrastructure sociale ayant un impact sur "l'éducation". Vous devez peut-être vous diviser en deux groupes : « enseignants et enseignantes à titre individuel » et « équipes d'enseignant·e·s » pour tenir compte des influences potentielles de votre produit.
- Après avoir rempli la carte, voyez sur quelle catégorie l'accent est le plus mis. Cela peut indiquer à l'équipe les domaines qui doivent être mieux traités ou équilibrés afin que le développement de produits prenne en compte les différentes catégories.

STAKEHOLDER MAP


UTILISATEUR·ICE



SOCIÉTÉ/  
ENVIRONNEMENT



BUSINESS



# Ethics for Digital Design



## MATÉRIEL

- Documents d'accompagnement ethix
- Post-it
- Tableau blanc ou flip chart
- Stylos de couleurs différentes

## 2. PARTIES PRENANTES

Vous trouverez ci-dessous notre suggestion d'organisation de ce premier workshop (durée estimée 1-2 heures). Vous trouverez des instructions détaillées au dos de chaque document d'accompagnement.

### Instructions pour les facilitateurs et facilitatrices

Étapes	Instructions
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez aux participant·e·s de remplir le document <b>Analyse des parties prenantes</b> - 15 -20 min de brainstorming individuel. Prévoyez suffisamment de temps pour permettre aux réponses secondaires et tertiaires d'être mises en lumière. Il peut y avoir un certain temps „d'ennui“, mais cela peut conduire à de meilleures réponses créatives.</li> <li>• Chacun·e les inscrit sur des Post-it.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chacun·e son tour commence à placer leur Post-it de l'étape 1 sur un tableau blanc ou un flip chart.</li> <li>• Au fur et à mesure que les participant·e·s placent leurs réponses, demandez à l'équipe de regrouper les réponses similaires (quels sont les acteurs appartenant aux mêmes groupes impactés?).</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En utilisant les réponses de l'étape 2, organiser ces groupes en fonction de grandes catégories de parties prenantes (utilisateur·ice·s, société-té/environnement, business). Faites-le en utilisant de nouveau le Stakeholder Map.</li> <li>• Vous êtes-vous focalisé·e sur les parties prenantes des trois catégories? Y a-t-il une catégorie qui est rarement mentionnée? En équipe, pouvez-vous en imaginer d'autres?</li> </ul>



## ANALYSE DES PARTIES PRENANTES

### OBJECTIF

Développer une compréhension claire de sur qui ou de sur quoi un produit spécifique a un impact direct ou indirect. L'équipe sera en mesure de développer des catégories d'influences qui couvrent les influences directes et les zones d'influences indirectes : en d'autres termes, les parties prenantes. Nous entendons les „parties prenantes“ au sens large, pour inclure les individus, les différents groupes ou catégories de personnes, les entreprises, les secteurs de l'environnement et les institutions communautaires/sociétales. Cela peut aider à élaborer des stratégies pour les futures itérations du produit en encourageant la prise de responsabilités envers les différentes catégories de parties prenantes.

### INSTRUCTIONS

- Faites en sorte que l'équipe se mette d'accord sur un produit ou un service de l'entreprise à évaluer avant de commencer.
- Donnez à chaque participant·e une copie du document **Analyse des parties prenantes: Brainstorming individuel.**
- Prévoyez suffisamment de temps pour remplir la feuille, en incluant du temps pour laisser place aux réponses créatives et nouvelles (cela peut prendre plus de temps que prévu). Essayez de ne pas vous précipiter.
- Réunissez-vous pour regrouper les réponses individuelles dans les principales catégories convenues. Assurez-vous qu'il y en ait dans cha-cune des trois catégories.
- Utilisez ces catégories pour discuter d'où et de quelle manière il convient de prendre ses responsabilités pour l'équipe. Veillez également à discuter des raisons pour lesquelles la responsabilité n'est pas à assumer en ce qui concerne les autres catégories.
- Définir une stratégie pour les prochaines étapes afin d'intégrer l'analyse des parties prenantes.
- Documenter les réponses pour y revenir en cas de besoin.



## ANALYSE DES PARTIES PRENANTES BRAINSTORMING INDIVIDUEL

### DIRECT

Qui ou quoi le produit influence-t-il directement ou indirectement ?

(ex: Les étudiant·e·s, les en-seignant·e·s et les aidant·e·s sont des utilisatrices et utilisateurs directs de la plateforme edu en ligne).

### INDIRECT

Qui ou quoi le produit influence-t-il involontairement ?  
(ex: Les enfants dont les parents utilisent des réseaux sociaux apparaissent sur la plateforme)

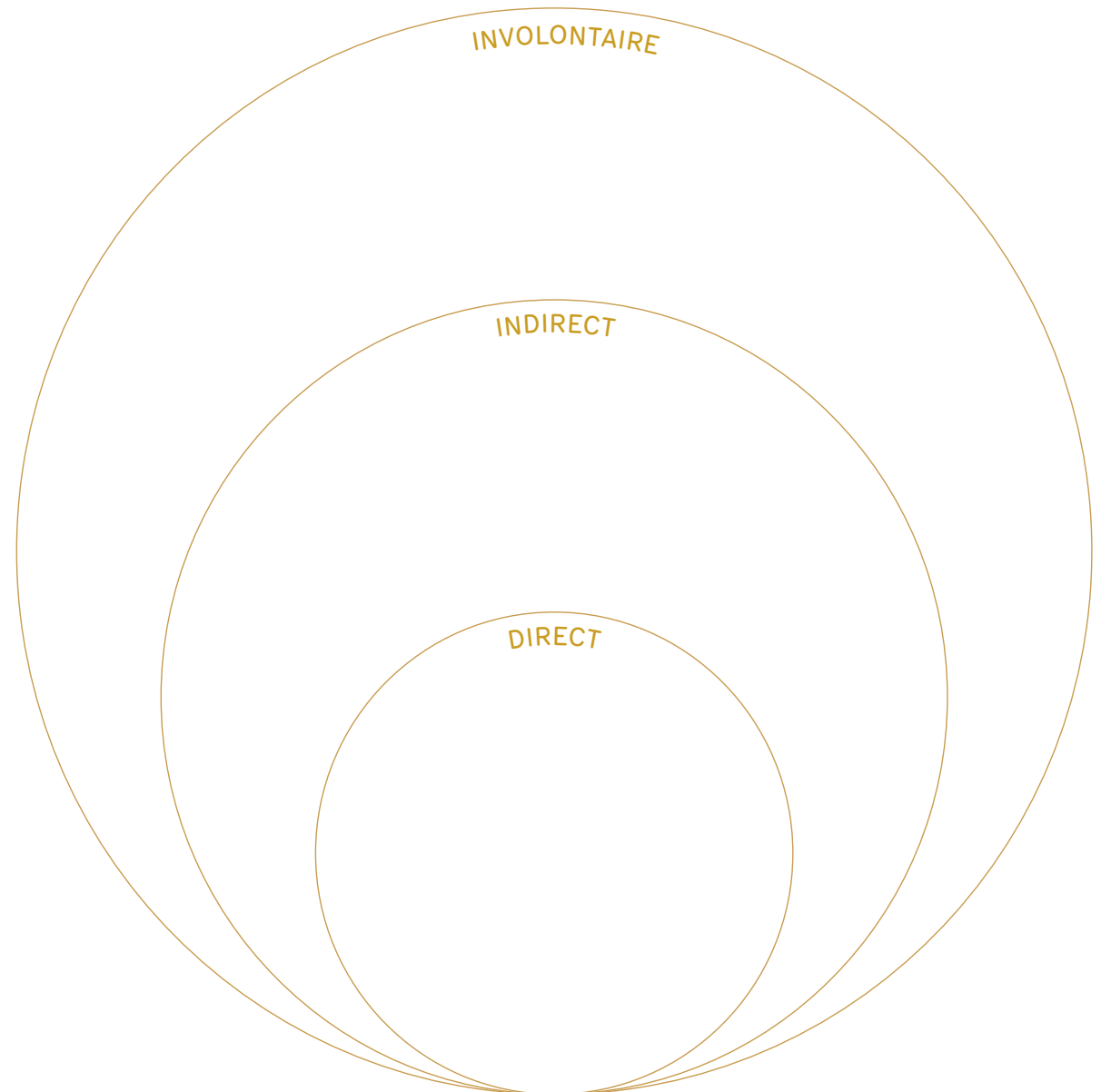
### INVOLONTAIRE

Qui ou quoi le produit pourrait-il influencer de manière non planifiée ?

(ex: Quand le produit est utilisé par le gouvernement au lieu d'utilisatrices et utilisateurs individuels pri-vé·e·s, il pourrait y avoir une plus large influence...)

Maintenant, imaginez si le produit était largement utilisé dans le monde entier...

- ... sur qui ou quoi le produit aurait-il une influence?
- ... qui sont les utilisatrices et utilisateurs potentiel·e·s?
- ... y a-t-il des influences sur un secteur environnemental spécifique?
- ... y a-t-il des influences sur un secteur sociétal spécifique?
- ... quelles sont les influences sur votre entreprise?



# Ethics for Digital Design



## MATÉRIEL

- Documents d'accompagnement ethix
- Post-it
- Tableau blanc ou flip chart
- Stylos de couleurs différentes

## 3. RISQUES

Vous trouverez ci-dessous notre suggestion d'organisation de ce premier workshop (durée estimée 1.5- 2.h heures). Vous trouverez des instructions détaillées au dos de chaque document d'accompagnement.

### Instructions pour les facilitateurs et facilitatrices

Étapes	Instructions
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez aux personnes de remplir elles-mêmes le questionnaire sur les risques individuels pendant 15 à 20 minutes. Prévoyez suffisamment de temps pour que les réponses secondaires et tertiaires puissent être mises en évidence. Il peut y avoir un certain temps „d'ennui“, mais cela peut conduire à de meilleures réponses créatives.</li> <li>• Demandez aux participant·e·s de réfléchir aux caractéristiques/fonctionnalités auxquelles le risque pourrait être spécifiquement lié.</li> <li>• Chacun·e les inscrit sur des Post-it.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chacun·e son tour commence à placer un post-it de l'étape 1 sur un ta-bleau blanc ou un flip chart.</li> <li>• Au fur et à mesure que les participant·e·s placent leurs réponses, deman-dez à l'équipe groupe de regrouper les réponses similaires (quels risques appartiennent au même groupe?)</li> <li>• À ce stade, toutes les réponses devraient avoir été regroupés.</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En utilisant les réponses de l'étape 2, organiser des groupes de risques en fonction de grandes catégories de parties prenantes (utilisateur·ice·s, so-ciété/environnement, business). Faites-le en utilisant la Stakeholder Map.</li> <li>• Vous êtes-vous focalisé·e sur les éléments des trois catégories? Y a-t-il une catégorie qui est rarement mentionnée? En équipe, pouvez-vous en imaginer d'autres?</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créer une version à large échelle de la <b>matrice de priorité en matière de risques</b> sur un tableau blanc, un flip chart, etc.</li> <li>• En équipe, placez chacun des groupes de risques de l'étape 2 sur l'un des quatre quadrants.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grande probabilité d'occurrence et impact élevé</li> <li>2. Faible probabilité d'occurrence et impact élevé</li> <li>3. Grande probabilité d'occurrence et impact faible</li> <li>4. Faible probabilité d'occurrence et impact faible</li> </ol> </li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuez avec les groupes de risques de l'étape 4 qui ont été classés en fonction des quadrants 1, 2 ou 3 (1 ayant la priorité)</li> <li>• Créez une version à large échelle de la <b>matrice de responsabilité</b></li> <li>• En équipe, placez chacun des groupes de risques sur la matrice.</li> <li>• Documenter sur une liste ou sur un Post-it tous les risques dans le qua-drant 1. Ces risques doivent être prioritaires pour les nouvelles stratégies de design.</li> <li>• Pour les groupes de risques 2, 3, 4 et 5, commencer le workshop afin de décider s'ils peuvent ou doivent déplacer des catégories pour accroître potentiellement la responsabilité ou le contrôle. Tâchez, en équipe, d'éviter les réponses telles que „C'est un problème gouvernemental“ ou „C'est un problème d'utilisateur·ice“. Comment pourriez-vous modifier le produit pour minimiser le risque et en être responsable ?</li> <li>• Désignez des équipes ou des personnes pour élaborer des stratégies vi-sant à repenser le design afin de répondre aux risques des quadrants 1, 2 et 3. Ne manquez pas de revoir les valeurs et les parties prenantes pour aider à penser les stratégies et à réfléchir à l'impact qu'auront les change-ments de design.</li> </ul>



## RÉFLEXION SUR LE RISQUE

### OBJECTIF

Pour avoir une vue d'ensemble claire des risques liés à un produit spécifique ou découlant de celui-ci, l'entreprise a accepté de procéder à une analyse. Le document brainstorming sur les risques est destiné à être rempli individuellement par chaque participant·e afin que les réponses puissent ensuite être mises en commun et organisées. Le résultat doit être une liste exhaustive des risques potentiels liés au produit en question dans trois domaines différents : utilisateur·ice·s, société/environnement et entreprise.

### INSTRUCTIONS

- Demandez aux participant·e·s de remplir le questionnaire sur les risques individuels pendant 15 à 20 minutes. Ils et elles doivent se concentrer sur les risques spécifiquement associés au produit analysé.
  - Assurez-vous de fournir une vue d'ensemble des résultats des documents **Objectifs envisagés pour le produit et Analyse des parties prenantes**. Cela afin d'approfondir le brainstorming sur les risques. Les questions à poser pourraient inclure : Comment notre objectif X lié à la caractéristique Y pourrait-il être problématique à long terme ou si un large usage de notre produit finit par se développer? Quel sont les différents impacts sur les parties prenantes ou quels sont les risques que le produit présente pour des parties prenantes spécifiques ?
- Prévoyez suffisamment de temps pour que les réponses secondaires et tertiaires puissent être mises en lumière.
- Demandez aux personnes d'inscrire leurs réponses sur des Post-It codés par couleur (par exemple, Utilisateur·ice = rose; Environnement/Société = bleu; Economie = jaune; ou trouvez vos propres couleurs).
- Ayez une personne à la fois qui place ses notes Post-It sur le tableau blanc.
- Au fur et à mesure que les participant·e·s placent leurs réponses, demandez à l'équipe de regrouper les réponses similaires (quels risques appartiennent au même groupe?)
- Documenter tous les groupes de risques en résultant
- Vérifier que l'équipe ait pris en compte les 3 catégories de risques (utilisateur·ice·s, sociaux/environnementaux, business).
- Utiliser cette liste de groupes de risques pour élaborer des stratégies d'itération du produit et pour déterminer comment l'entreprise prévoit d'assumer la responsabilité associée à ces risques.
- Les résultats peuvent ensuite être utilisés pour compléter la **matrice de priorité en matière de risques** afin d'établir quels risques doivent être traités en priorité.

## BRAINSTORMING INDIVIDUEL SUR LES RISQUES

Reportez-vous à votre liste d'objectifs envisagés et de parties prenantes pour vous aider à trouver des idées.

- Quels sont les risques intentionnels et non-intentionnels qui peuvent résulter de l'usage du produit?
- Quels sont les usages non planifiés qui pourraient être faits du produit?
- De quelle manière le produit pourrait-il mener à des résultats négatifs?



UTILISATEUR·ICE



SOCIÉTÉ/  
ENVIRONNEMENT



BUSINESS



## STAKEHOLDER MAP

### OBJECTIFS


Le Stakeholder Map est destiné à fournir aux équipes travaillant sur les produits un moment de clarté sur les éléments importants et ceux qu'elles peuvent négliger. À n'importe quelle phase donnée de la recherche et de la conception d'un produit, lorsqu'une liste de caractéristiques, d'impact prévu, de risques, etc. a été établie, la matrice peut être utilisée pour classer ces derniers en trois catégories sur lesquelles ils peuvent avoir un impact : utilisateur·ice·s, société/environnement, entreprises. La matrice est utile lorsqu'elle est conjuguée avec d'autres documents d'accompagnement.

### INSTRUCTIONS


- Utiliser les réponses issues des documents d'accompagnement **Brainstorming sur les risques, Matrice de priorité en matière de risques, Matrice de responsabilité, Objectifs envisagés pour le produit**, ou autre documentation. Remplir le Stakeholder Map pour définir des domaines d'impact du produit analysé.
- À NOTER : chaque objectif, partie prenante ou risque peut entrer dans une ou plusieurs catégories.
  - Exemple : Le corps enseignant pourrait constituer un groupe de parties prenantes et peut être considéré comme un utilisateur individuel. Le corps enseignant peut également entrer dans la catégorie de la société puisqu'il constitue une grande partie de l'infrastructure sociale ayant un impact sur "l'éducation". Vous devez peut-être vous diviser en deux groupes : « enseignants et enseignantes à titre individuel » et « équipes d'enseignant·e·s » pour tenir compte des influences potentielles de votre produit.
- Après avoir rempli la carte, voyez sur quelle catégorie l'accent est le plus mis. Cela peut indiquer à l'équipe les domaines qui doivent être mieux traités ou équilibrés afin que le développement de produits prenne en compte les différentes catégories.

STAKEHOLDER MAP


UTILISATEUR·ICE



SOCIÉTÉ/  
ENVIRONNEMENT



BUSINESS





## MATRICE DE PRIORITÉ EN MATIÈRE DE RISQUES

### OBJECTIF

Développer une compréhension claire de quels sont les risques prioritaires pour l'entreprise. Les groupes de risques peuvent être générés en utilisant notre **brainstorming sur les risques** ou en les tirant d'autres documents antérieurs.

### INSTRUCTIONS

- Créer une version à large échelle de la **matrice de priorité en matière de risques** sur un tableau blanc, un flip chart, etc.
- En équipe, placez les groupes de risques résultant du **brainstorming sur les risques** (ou d'une autre source) sur la matrice pour qu'ils puissent être placés dans les quadrants suivants :
  1. Grande probabilité d'occurrence et impact élevé
  2. Faible probabilité d'occurrence et impact élevé
  3. Grande probabilité d'occurrence et impact faible
  4. Faible probabilité d'occurrence et impact faible
- Tous les risques placés sur le quadrant 1 sont considérés comme prioritaires à traiter pour l'entreprise. Les quadrants 2 et 3 sont de priorité moyenne et le quadrant 4 faible. Il faut néanmoins porter une attention particulière aux potentiels impacts importants du quadrant 3.
- Pour les quadrants 2 et 3, ayez une discussion sur lesquels de ces risques il est important de porter son attention (il se peut qu'il faille le faire pour tous). Un bon exercice consiste à justifier clairement pourquoi certains sont importants et d'autres moins. Pourriez-vous défendre cette réponse auprès d'un·e client·e potentiel·le ou d'un·e journaliste après que quelque chose ait mal tourné et que votre entreprise soit confrontée à une atteinte à sa réputation?
- Documentez les risques du quadrant 1 et ceux que vous gardez des quadrants 2 et 3. Écrivez une justification quant au fait que vous ne gardez pas les autres risques.
- Utilisez la liste de risques qui en résulte pour la **matrice de priorité en matière de risques** ou pour élaborer une stratégie afin d'atténuer le risque.

## MATRICE DE PRIORITÉ EN MATIÈRE DE RISQUES

	IMPACT FAIBLE	IMPACT FORT
PROBABLE	②	①
IMPROBABLE	④	③





## MATRICE DE RESPONSABILITÉ

### OBJECTIF

Développer une compréhension claire des risques dont l'entreprise assumer a la responsabilité et des justifications pour ceux qu'elle n'assumera pas. Les groupes de risques peuvent être générés au préalable à l'aide de notre **brainstorming sur les risques** et peuvent être classés par ordre de priorité à l'aide de la **matrice de priorité en matière de risques**.

### INSTRUCTIONS

- Créer une version à large échelle de la **matrice de priorité en matière de risques** sur un tableau blanc, un flip chart, etc.
- En équipe, placez les groupes de risques qui ont été désignés comme prioritaires (voir **brainstorming sur les risques** et **matrice de priorité en matière de risques**) sur la matrice en fonction du niveau de contrôle dont vous disposez quant au risque et, par la suite, si vous en assumez ou non la responsabilité.
- Documentez tous les risques du quadrant 1. Ceux-ci sont déjà sous votre contrôle et vous en assumez la responsabilité. Mettez cette liste de côté pour la compléter plus tard.
  - Pour les groupes de risques dans les quadrants 2, 3, 4 et 5, (ignorez le quadrant 4) commencez un atelier de discussion pour décider s'ils peuvent être „déplacés“ soit vers un niveau de contrôle supérieur (bas → haut), soit vers la colonne des responsabilités (gauche → droite). Quelques questions pour vous guider :
    - Quelles caractéristiques ou fonctions pourraient devoir être modifiées pour vous donner ce contrôle ou vous permettre de prendre des responsabilités?
    - Imaginez que vous puissiez engager une personne avec un nouveau titre afin de prendre le contrôle et la responsabilité du risque en question. Quel serait ce poste et en quoi cela vous aiderait-il?
- Ajoutez à votre liste initiale tous les risques qui sont passés sous votre responsabilité et de quelle manière (quels ajustements l'entreprise a-t-elle faits pour élever le contrôle et la responsabilité qu'elle peut exercer par rapport au risque?).
- Pour ceux qui n'ont pas été retenus, rédigez une justification du pour-quoi.
  - Imaginez aussi dans quelles conditions vous pourriez avoir plus de contrôle ou de responsabilité.
  - Imaginez une interview avec un·e journaliste - comment expliquez-vous que vous n'avez pas pris la responsabilité de ce risque?
- À la fin, dressez une liste de tous les risques qui figurent maintenant dans la colonne de droite et utilisez-les pour concevoir des stratégies pour les futures itérations et le développement des produits.

## MATRICE DE RESPONSABILITÉ

Nous n'en assumons pas la responsabilité

Nous en assumons la responsabilité

CONTRÔLE  
DIRECT

④

①

CONTRÔLE  
INDIRECT

⑤

②

FAIBLE OU  
ABSENCE DE  
CONTRÔLE

⑥

③