

# CAPTOLOGIE & DESIGN PERSUASIF

---

## Projet “Watch Your Attention”

---

# Un double constat...

---

## Absence de définition

- Où commence et où s'arrête le design persuasif ?
  - Dans quel contexte une fonctionnalité devient persuasive ?
  - Comment évaluer la persuasion ?
- 

---

## Méconnaissance du public

- Peu de sensibilisation au sujet ;
  - Souvent caricaturale ;
  - Absence de proposition d'alternative aux outils persuasifs.
-

# ... un double projet

---

## Matrice du design persuasif

- Partir des interfaces, et non des biais cognitifs ;
- Lister & définir les éléments de persuasion ;
- Définir une échelle de mesure de la persuasion ;
- Définir une échelle de notation de la persuasion.

*Versant recherche*

---

---

## Plugin de notation

- Aller sensibiliser l'utilisateur à la source : sur son navigateur ;
- Proposer une information simple : une note de A à G ;
- Faire preuve de pédagogie en pointant des éléments précis de persuasion ;
- Initier une plate-forme collaborative de notation des services.

*Versant action*

---

# **VERSANT RECHERCHE**

---

**Matrice d'analyse du design persuasif**

---

# Matrice d'évaluation de la captologie

Réalisée par Aurélia Fabre & Karl Pineau

designers  
éthiques



La matrice permet d'obtenir une note de persuasion pour un service numérique en se basant sur l'analyse de :

- 100 fonctionnalités & mécanismes de persuasion référencés ;
- réparties dans 12 catégories ;
- s'intégrant dans 3 critères de notation : liberté de l'utilisateur, transparence du service & temps de l'utilisateur

Actualités :

- Composition d'un groupe d'intérêt ;
- Revue pour publication scientifique.

Code API	Critères d'évaluation	Questions formulaire / Automatisation	OUI (1) / NON (0) / !	Si oui, combien ?	Facteur d'importance /100		
1	Fonctions d'engagement et d'interaction						
1A1	Likes	L'utilisateur peut-il distribuer des likes ?					Cette catégorie rassemble les
1A1a		likes pris en compte dans des critères d'engagement			40	liberté	Définition du "like" : action d
1A1b		likes "émotion"			40	perception	Le like est considéré comme p ne dit pas ce que l'utilisateur p est parfois valorisé et la cours
1A1c		likes de validation			0		Les likes qui distinguent les é Nous considérons que les like une contrainte de liberté appli
1A2	Commentaires	L'utilisateur peut-il commenter un contenu ?					Définition du "commentaire" contenu. Nous considérons q
1A2a		commentaires pris en compte dans les critères d'engagement			40	liberté	Par défaut, nous considérons exemple sur un forum)
1A2b		commentaires obligatoires pour accéder à un contenu			60	liberté	De la même manière que pou avant des contenus les plus p
1A3	Partage	L'utilisateur peut-il partager un contenu ?					Définition du partage : l'utilis ou sur un autre lieu (au sens r
1A3a		fonctionnalité qui suit le scroll de l'utilisateur			10	liberté	Par défaut, nous considérons
1A3b		fonctionnalité de partage qui apparait dans une fenêtre popin qui cache l'accès au contenu			40	liberté	La fonctionnalité de partage q à partager.
1A3c		partage forcé pour accéder à un contenu ou à un service			100	liberté	La fonctionnalité de partage a
1A4	Abonnement	L'utilisateur peut-il s'abonner à des contenus / d'autres utilisateurs ?					Définition de l'abonnement :
1A4a		valorisation du nombre d'abonnés à un contenu			50	perception	Par défaut, nous considérons l'accès à un contenu.
1A4b		abonnement gratuit à un flux forcé pour accéder au contenu			100	liberté	Lorsque le nombre d'abonnés utilisateurs.
1A5		Est-ce que le service utilise des notifications ?					Lorsque l'abonnement est forc l'utilisateur de rendre son atten
							Définition de la notification : Les notifications agissent com contrastées pour les pastilles Une réflexion reste à mener ic compte.

Pour en savoir plus : <http://attention.designersethiques.org/>

Pour échanger sur la méthode :

[slack.designersethiques.org](http://slack.designersethiques.org)  
#projet\_attention-persuasion

# **VERSANT ACTION**

---

**Plugin & plateforme “Watch Your Attention”**

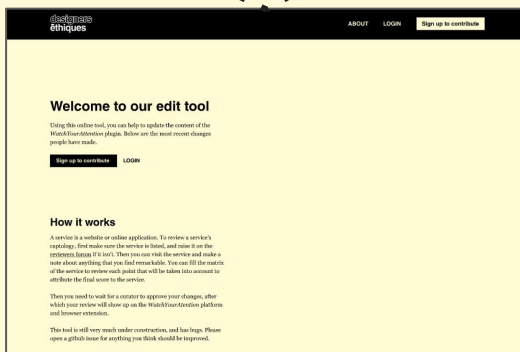
---





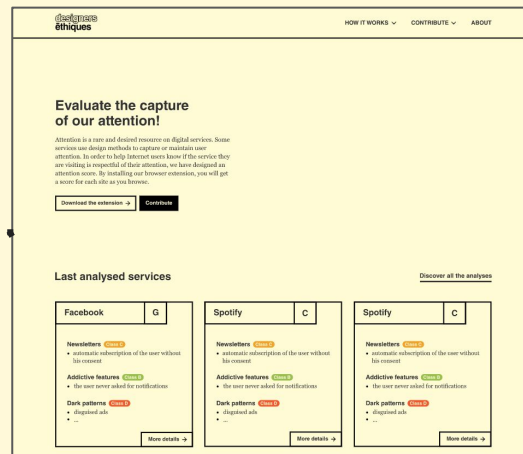
## Plugin pour navigateur

- Informe l'utilisateur sur la persuasion ;
- Propose à l'utilisateur de contribuer à la notation des services.



## API du projet

- Stock les données & les distribue aux applications



## Plateforme collaborative

- Présentation du projet ;
- Centre de ressources sur la persuasion ;
- Conçue pour le crowdsourcing.

## Architecture du projet



## Avancée du projet “Watch your Attention”

---

### Une équipe constituée :

- Karl Pineau (chefferie de projet) ;
  - Aurélia Fabre (UX / UI) ;
  - Edmon de Tournade
- 

---

### Conception achevée à 75% :

- Conception des maquettes
  - Tests UX
  - Choix de l’architecture technique
- 

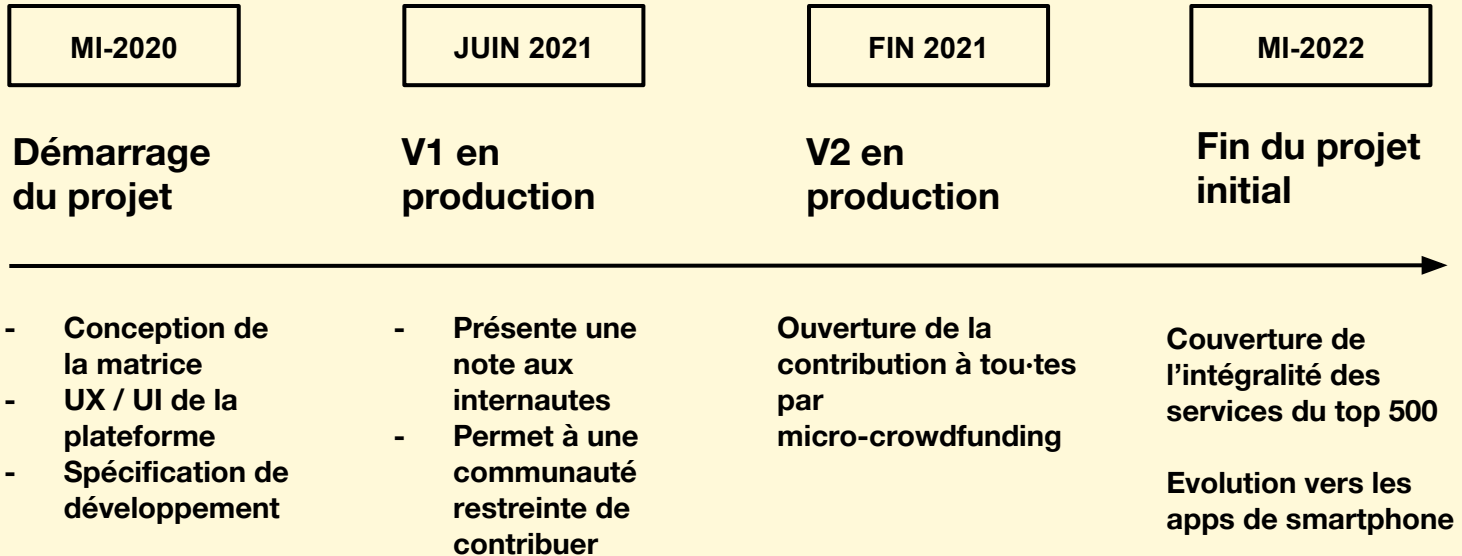
---

### Développement à venir :

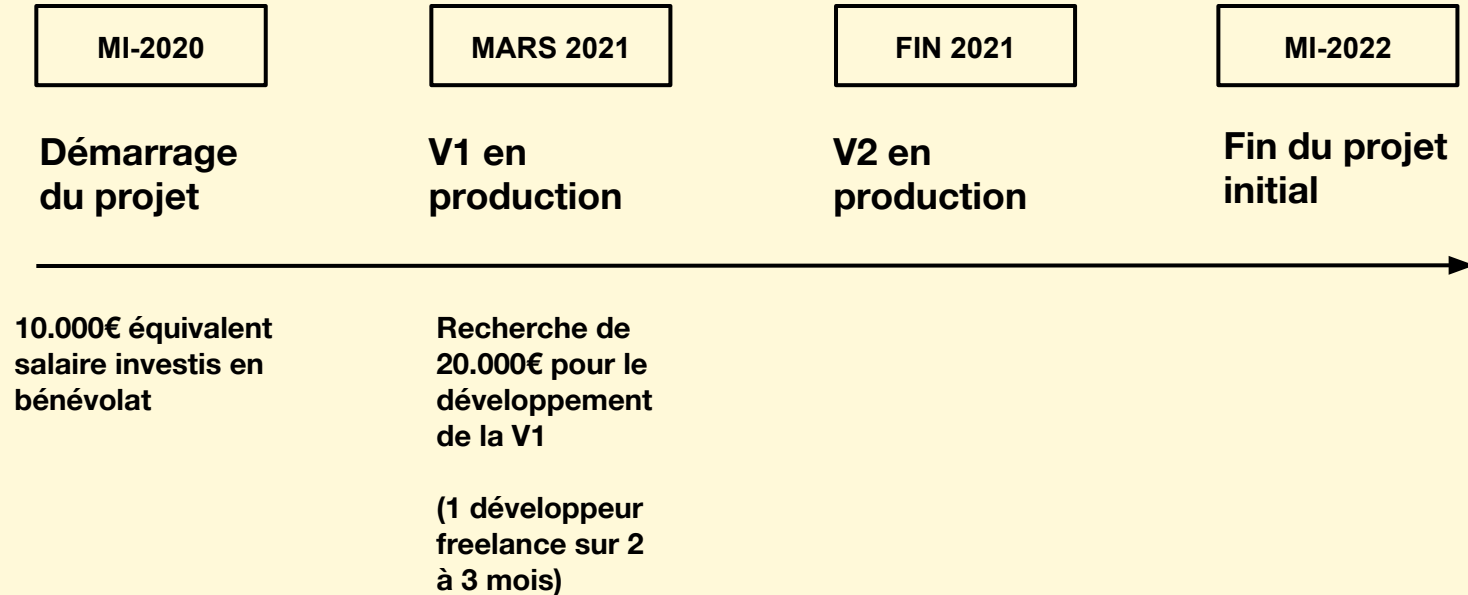
En attente de financements pour recruter un développeur

---

# Chronologie de “Watch your Attention”



# Chronologie de “Watch your Attention”



# Financements de “Watch your Attention”

---

## **Fonds européens, acteurs publics & semi-publics**

Financement de la chefferie de projet, de la conception et du développement

---

---

## **Entreprises privées**

Mécénat de compétence sur le développement

---

---

## **Campagne de crowdfunding & bénévolat**

Pour le développement et son financement

---

**AIDEZ-NOUS À FINANCER CE PROJET !**

---

**Contactez [karl@designersethiques.org](mailto:karl@designersethiques.org)**

---