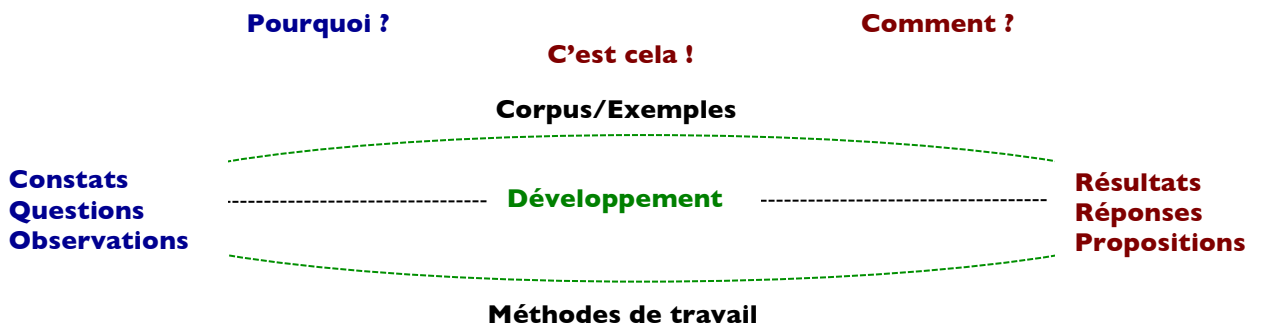


## ROUGH&READY4BRIEFING

1. Pour présenter votre **Briefing définitif**, on vous accorde une **feuille A4** (recto-verso). Ni plus, ni moins. C'est toujours ça de gagné.
2. Le **Briefing4Briefing** que vous avez déjà reçu, sous les yeux et sous la main, **vous** sert de canevas – souvenez-vous :



### 3. **Constats – exemples – méthodes – résultats à prévoir**

Le **briefing** sous sa **forme accomplie** fait toute la lumière sur ces **points** !  
En mots et en images – sans ambages.

4. Echafauder un **questionnaire** comme guide de votre voyage ou promenade nourrit votre **enquête** et avise votre **démarche**.

Ce sont les **questions** brûlantes et cruciales qui **vous** font **avancer**.  
Etoffer donc votre briefing d'un **ensemble** de **questions** qui s'attachent à votre terrain d'intérêt. Comme nous l'avons dit.

5. Chaque **jugement** ou **constat** hâtif peut couvrir des **questions**.  
Essayez toujours de saisir leur pertinence et de **montrer** **dans quel sens** elles vous ouvrent des **pistes** prometteuses.  
Vous ne devez point avoir **réponse à tout**. **Préciser** est début à tout !

6. Méfiez-vous des **on-dit** et autres **lapalissades**.

Ne prenez guère des mots à la bouche qui ne veulent rien (vous) dire.  
Tout au contraire remettez les mots à leur place et en question.

Le **regard** a le **dernier mot** : Le **mot** est à **son** service.

Le mot est porteur de **votre voix** et vous balise la **voie**.

7. Le **but** de votre **recherche** est clair :

Vous tenez à **comprendre** « quelque chose » et le **faire comprendre à autrui** !  
Montrez-nous le **pourquoi** et le **comment** – sans détours futiles.

8. Votre **briefing** abouti porte **votre nom** et un **titre évocateur**.

**Trois** exemplaires **imprimés** sont à déposer le mardi 8 janvier 2012.