

FICHE ACTION

PARCOURS DESIGN THINKING

OBJECTIFS

→ Apprendre à entreprendre en mode agile et interculturel

MODALITÉS

3 temps: idéation, design thinking, pitch battle
Par groupe, les élèves sont accompagnés pas à pas vers une idée argumentée orientée client, rédigée, illustrée, présentant du potentiel. Il la présente à un jury composé de membres représentant des établissements participants, sponsors, collectivités, entrepreneurs

RESULTATS ATTENDUS

Identifier des potentiels entrepreneurs et les idées qui pourront être pré-incubées/approfondies dans un cadre scolaire ou non

Renforcer les coopérations entre établissements d'enseignement supérieur et recherche du territoire

CONSEILS

- Identifier des plannings compatibles entre les établissements (jeudi après-midi par exemple)
- Basé sur le volontariat, enregistrer les présences,
- Mixer les publics (commerce, design, ingénieur,...)
- Identifier un sponsor (industriel, banque, Ste de Conseil) prêt à s'investir en temps et dans le jury
- Prévoir un prix pour récompenser les meilleurs projets (exemple : découverte d'un lieu inspirant)

ETAPE DU PARCOURS ENTREPRENEURIAL

FORMATION

PORTEUR PEDAGOGIQUE

ENSTA Bretagne
IMT Atlantique

BENEFICIAIRES DE L'ACTION

Etudiants niveau L3-
M2

DUREE

3 demi-journées
réparties sur chaque
campus

BUDGET PREVISIONNEL

Environ 2k€ pour 15
élèves : supports, petit
matériel, salles
équipées, intervenants,
restauration

DESCRIPTION DE L'ACTION

1^{ère} demi-journée : IDEATION

1/ Après un ice-breaker (portrait chinois, sondage de groupe), les étudiants proposent leurs idées. Les groupes hétérogènes se constituent.

2/ Un échauffement créatif est proposé aux groupes (ex : proposer un portefeuille original utilisant des matériaux imposés).

3/ Les groupes avancent sur leur idée au moyen de la grille Lean canvas (problèmes/besoins, proposition de valeur/cibles, ébauches de solutions, points forts/faibles)

2^{ème} demi-journée : INITIATION AU DESIGN THINKING

1/ **Imaginez** : Dessiner l'idée (5 min)

2/ **Comprendre** : A partir de ce dessin/schéma, interviewer des cibles, rédiger/partager les compte-rendus en groupe (15')

3/ **Analyser** : Redéfinir en groupe les besoins de chaque typologie d'utilisateurs à partir des interviews (Mr/Mme X, tel profil a besoin de...) (10')

4/**Conceptualiser** : Retravailler les besoins identifiés en les élargissant, par exemple en dessinant de façon originale, disruptive les moyens de satisfaire le client. Partage (15')

5/**Synthétiser – Créer** : Redessiner la proposition (5')

6/**Testez** : Rédiger les caractéristiques de la proposition (par exemple en réutilisant le lean canvas) et la partager avec les autres groupes. Synthétiser les retours utilisateurs sous la forme d'une matrice (points forts/faibles, interrogations non levées, propositions récoltées) (15')

3^{ème} demi-journée : PITCH BATTLE

- Briefing général, intervention d'un témoin entrepreneur (30 min) et d'un expert sur « les bases du pitch » (30')
- Travaux de groupe pour la préparation de l'oral, coaching au fil de l'eau (90')
- Jury – critères de sélection : originalité, faisabilité, ambition, sens et lien pour le territoire : 3mn de pitch par projet, 5-10mn de questions puis délibération
- Remerciements, remise de prix (1 par partenaire), photos et cocktail