

# LABO DES POSSIBLES® - JOURNAL DE BORD PLUi - COMMANDE AGENCE D'URBANISME

Le défi du Labo des Possibles® PLUi a consisté à imaginer et à concevoir des dispositifs innovants qui viennent nourrir les travaux des urbanistes sur les systèmes interactifs pour présenter les orientations du projet d'aménagement et de développement durables et expliciter les règles de constructibilité et d'occupation des sols du PLUi aux habitants de Grenoble-Alpes métropole.

## LA COMMANDE DES URBANISTES / PLUi

Le PLUi a pour objectif de définir le projet d'aménagement et de développement durables pour les années à venir et de le décliner en règles de constructibilité et d'occupation des sols. Il traduit au niveau de la Métropole les grandes politiques (aménagement, mobilités, développement économique, habitat...) définies au niveau national et déjà précisées dans le Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT). Il fixe les règles précises de construction par zone (à respecter dans les permis : hauteur maximum, alignement des façades...) et des intentions d'aménagement sur des secteurs à enjeux.

## L'AGENCE D'URBANISME

L'Agence d'Urbanisme : 50 ans d'échanges, de projets, d'analyses, d'éclairages et de prospectives cimentent les relations de l'Agence d'Urbanisme avec la grande région grenobloise, sa métropole, ses intercommunalités, ses campagnes et ses montagnes et même au-delà. Des racines solides qui vont puiser dans le riche terreau de territoires singuliers auxquels elle restitue l'expertise croisée, contextualisée, objectivée dans le souci permanent de la capitalisation et du progrès collectif.

Une Agence multi scalaire, pluridisciplinaire, agile et innovante ; et une offre de services avec une observation ouverte, stratégique, qualitative et accessible ; avec une planification renouvelée au service du dialogue interterritorial et avec des politiques publiques repensées à l'aune des changements de paradigmes.

## LE DISPOSITIF LABO DES POSSIBLES®

Un travail en mode projet et une approche pluridisciplinaire originale inspirée de la pensée design enrichie par l'apport des SHS. Le Labo des Possibles® est un module pédagogique qui articule la réflexion par la recherche, l'action sur le terrain et l'intelligence collective. Cet atelier propose à des étudiants en partenariat avec un acteur économique ou institutionnel - commanditaire extérieur - d'explorer des thématiques d'innovation en lien avec de grands enjeux sociétaux pouvant aller jusqu'au prototypage. Ces ateliers d'innovation réunissent étudiants et enseignants de différentes disciplines et permettent de mettre en valeur l'apport des sciences humaines et sociales et d'une démarche créative dans les processus d'innovation.



Ces ateliers d'un semestre font travailler des étudiants de master 2 en management de l'innovation dans une optique interdisciplinaire telle qu'elle se pratique dans les organisations : ils leur apprennent à travailler ensemble et à considérer leurs enseignements et leurs compétences en situation pour conduire à l'élaboration de solutions originales à des problèmes d'innovation complexes.

L'atelier Labo des Possibles® se déroule sur un semestre (mi-novembre à fin janvier), décomposé en 5 phases :

**Phase 1 : Exploration des problématiques liées à la thématique**  
Acquérir des connaissances sur le contexte et la thématique. Organiser ces connaissances pour former un point de vue structuré et critique. Identifier les enjeux sociétaux, techniques, politiques et les imaginaires convoqués.

**Phase 2 : Identification d'une problématique spécifique**  
Compléter la compréhension et l'exploration du sujet. Acquérir une vision plus fine de manière à faire émerger une problématique.

**Phase 3 : Génération d'idées et d'un ensemble de solutions possibles**  
Générer des idées répondant à la problématique. Sélectionner les idées les plus pertinentes. Développer des pistes de concept. Formuler un plan de prototypage.

**Phase 4 : Concrétisation d'une solution - Démonstrateur**

Affiner, corriger, mettre à l'épreuve la proposition de concept. Affiner un ou des scénarii d'usage. Prototyper une proposition de produit/service/solution. Donner à voir des pistes concrètes de matérialisation

**Phase 5: Expérimentation et démonstration**  
Affiner et corriger la proposition vis-à-vis des retours des partenaires. Tester la proposition auprès des usagers potentiels. Avancer dans le prototypage de la solution. Concevoir un dispositif transmissible au commanditaire pour réflexion et mise en œuvre.

Cheffe de projet : Natacha Seigneuret.

**Master 2 Management de l'innovation à Grenoble IAE**

## JOUR 0 : KICK-OFF MEETING ET DÉCOUVERTE DE NOTRE SUJET

La date du 14 novembre 2019 marque le début de notre projet de conseil en innovation du Labo des Possibles® 2019-2020. Ce projet s'inscrit dans le cadre de notre deuxième année de Master en Management de l'innovation, formation pluridisciplinaire en sciences sociales et en gestion de projet innovant, basée sur une pédagogie active. Ce sera donc nous, 12 étudiants du Master formés en économie, gestion, marketing, psychologie, sociologie, biologie ou encore physique, qui allons mettre en pratique nos méthodes créatives et innovantes pour proposer une solution à notre commanditaire en 3 mois.

### NOTRE TERRAIN

Grenoble est une métropole depuis 2015, et a donc l'obligation de rédiger un Plan local d'urbanisme intercommunal, aussi appelé PLUi. Ce document concerne 49 communes, soit 450 000 habitants, et définit un projet d'aménagement urbain et de développement durables. Il Le PLUi comporte plusieurs règles de construction et d'utilisation du sol, applicables à toutes les parcelles du territoire.

Ce document, imposé au niveau national, doit traduire des politiques fortes tout en s'adaptant à la forte particularité de Grenoble : la présence de montagnes. Il prend en compte des questions complexes telles que celle de l'habitat, la trame verte et bleue, le développement économique inégalement réparti sur le territoire, la fracture sociale...

### CE QU'ON ATTENDS DE NOUS

Le PLUi va être opposable mi-janvier 2020. D'ici là, notre commanditaire, l'Agence d'Urbanisme de Grenoble, nous demande de trouver une solution pour acculturer les habitants au PLUi, le rendre compréhensible et accessible, et sensibiliser les personnes aux enjeux portés par ce plan... Il y a cependant des contraintes à prendre en compte : les habitants ne sont pas tous intéressés par le PLUi, tout le monde n'est pas concerné par les mêmes problématiques, et il existe une fracture sociale et numérique qui nous obligera à diversifier nos solutions.

Nous sommes tous motivés pour mener à bien ce projet et proposer des solutions innovantes à l'Agence d'Urbanisme de Grenoble, et nous partagerons avec plaisir dans ce dossier, au fil des semaines, nos questionnements, nos méthodes, et nos résultats !

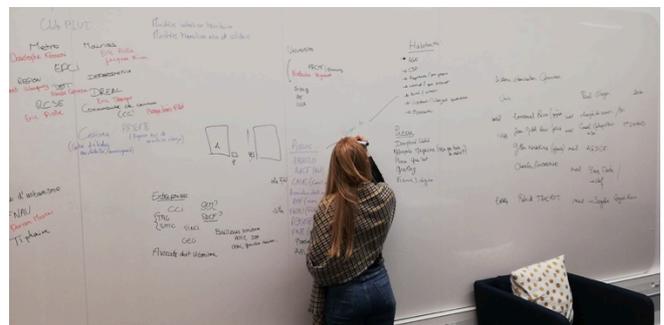
## ROUND 1 : DÉBUT DE L'IMMERSION

L'objectif de cette semaine, du 18 au 22 novembre, est de comprendre de manière plus précise ce sur quoi nous allons travailler en reformulant la commande de l'Agence d'Urbanisme de Grenoble. Nous avons donc commencé à explorer les thèmes liés au sujet.

Chaque groupe a alors décidé d'aborder la commande d'un point de vue différent, et pour cause, le sujet est très vaste. Après avoir pris conscience du caractère complexe du terrain s'imposant à nous lors de cette phase de découverte, ce qui est sûr, c'est que la deuxième semaine sera celle des choix !

### ÉLABORATION D'UNE CARTE D'ACTEURS

Nous avons commencé par réfléchir aux acteurs impliqués dans le PLUi, de près ou de loin, en partant de nos connaissances et en faisant des recherches. Nous avons alors fait collectivement une première ébauche de carte d'acteurs. Nous avons ensuite dû choisir chacun un angle d'attaque, une cible, et après concertation, nous partons ainsi dans des directions différentes pour assurer la richesse de notre travail collectif.



### TROIS GROUPES, TROIS POINTS D'ENTRÉE

#### APPROCHE SOCIO-PHILOSOPHIQUE

Le premier groupe est composé de Lucas Bourjaillat (sociologie), Marjorie Aucaigne (chimie), Ali Mahamat Issa (économie internationale) et Clara Pawlak (économie et entrepreneuriat). Ce groupe s'oriente vers une première analyse d'œuvres en économie, sociologie et philosophie politique pour mieux comprendre la notion de bien commun, essentiel à l'organisation urbaine. Il opposera ainsi la notion de bien commun avec celle de l'intérêt individuel. Le groupe a aussi commencé une carte politique et thématique de la métropole grenobloise, ainsi qu'une carte regroupant les différents thèmes abordés dans le corpus de textes étudiés.

## APPROCHE SOCIO-HISTORIQUE

Le deuxième groupe est composé de Mael Cozic (supply chain), Pauline Noraz (gestion), Tiphaine Chavand (management du sport) et Alan Berthet (sociologie). Ce second groupe effectuera tout d'abord une analyse socio-historique de l'Urbanisme et de l'évolution de la ville de Grenoble afin de mieux cibler les enjeux liés à la commande. Le groupe privilégiera donc une approche visant à intéresser les citoyens grenoblois aux enjeux du PLUi.

## APPROCHE PAR LES USAGERS

Le troisième groupe, composé de Mohamed Larabi (biologie), Valentin Aznar (économie et gestion), Bryan Rodon (gestion administrative et commerciale) et Eva Monnier (psychologie), après s'être intéressé à l'histoire de la ville de Grenoble et des communes alentours, cherchera à mieux connaître la cible de ce PLUi, afin de comprendre comment intéresser et mieux communiquer sur celui-ci au regard de leur profil.

## POUR RÉSUMER

L'objectif de cette semaine est d'éclaircir les enjeux autour du PLUi pour être sûrs de cibler la bonne problématique. Une partie des étudiants se rendra aussi au Club PLUi au WTC de Grenoble dans l'après-midi du 25 novembre pour s'immerger dans le sujet. La semaine prochaine, nous espérons pouvoir à nouveau mettre en commun nos recherches pour finaliser notre carte d'acteurs commune, commencer à synthétiser nos recherches et interroger les acteurs concernés.

## ROUND 2 : APPROFONDISSEMENT DES CONNAISSANCES

La semaine du 25 au 29 novembre nous a permis de prolonger la phase d'immersion en accumulant des connaissances supplémentaires sur le sujet.

## DISCUSSION AVEC DES PROFESSIONNELS

Nous avons eu l'opportunité d'interroger une des personnes chargée de la concertation citoyenne pour le PLUi. Ainsi, nous avons pu avoir un tout autre angle de vue concernant l'engagement des citoyens, leurs sentiments par rapport au PLUi. Nous avons également obtenu des informations supplémentaires très intéressantes qui nous serviront sûrement dans la suite de nos recherches.

## AVANCÉE DANS NOS MÉTHODES

Le premier groupe, qui avait choisi une approche socio-philosophique, a synthétisé ses recherches dans une carte mentale regroupant les thèmes qui sont ressortis des lectures autour du bien commun. Les recherches sur les politiques des communes et les thèmes communiqués ont été synthétisées en trois cartes de la métropole, croisant les informations. Le groupe va désormais croiser les informations tirées des lectures avec les informations du tableur afin d'en tirer des conclusions, et de pouvoir se concentrer sur un ou plusieurs thèmes associés au PLUi.

Le deuxième groupe qui s'axe pour l'instant sur une approche socio-historique de la Ville de Grenoble a poursuivi ses recherches en identifiant des controverses autour du PLUi. L'objectif de la semaine suivante sera de synthétiser les différents rapports de force induits par la pluralité des acteurs de la Métropole.

Le troisième groupe, s'étant centré sur les utilisateurs, a poursuivi ses recherches sur la population de la Métropole pour mieux connaître les principaux concernés. Deux particularités ressortent rapidement des recherches : au vu de son histoire et de sa position privilégiée au coeur des Alpes, la Ville de Grenoble tient son dynamisme en grande partie d'un fort réseau associatif et d'un ensemble d'entreprises technophiles. Ces acteurs, oeuvrant chaque jour à construire le monde de demain, en quelques sortes ces "innovateurs", ont-ils un avis sur le PLUi ?

## POUR RÉSUMER

Les trois groupes de travail avancent petit à petit, chacun dans leur direction. Plus que deux semaines avant le premier rendez-vous avec notre commanditaire pour lui expliquer nos méthodes. Nous allons donc continuer les recherches, les synthétiser et trouver une façon innovante de les présenter pour ce jour là !



## ROUND 3 : DISCUSSION AVEC LE COMMANDITAIRE

Le lundi 16 décembre, nous avons eu l'occasion de rencontrer notre commanditaire pour une première discussion autour de notre projet.

### OBJECTIFS DU JALON 1

Cette rencontre était pour nous l'occasion d'exposer un premier état des lieux du travail réalisé depuis le 14 novembre, date du kick-off de notre labo des possibles.

Les enjeux de cette présentation étaient multiples :

- Exposer notre axe d'attaque
- Formuler la problématique de travail
- Apporter des pistes pour la suite de nos recherches

Afin d'appuyer notre présentation ainsi que nos recherches, chaque groupe a également envoyé un dossier capitalisant l'ensemble du travail effectué ainsi que des références utilisées.

### APPROCHE SOCIO-PHILOSOPHIQUE

Le premier groupe, qui avait choisi une approche socio-philosophique centrée sur le bien commun opposé à l'intérêt individuel, a choisi de se pencher sur la question de la médiation culturelle et artistique.

Après avoir étudié en détail la communication de la métropole, il a conclu que celle-ci ne pouvait pas fonctionner car basée sur des normes de communication publique et institutionnelle obsolètes au regard des nouvelles technologies de communication. Il faudrait alors utiliser les codes de communication privée, et finalement grand public, pour pouvoir diffuser efficacement les messages du PLUi.

Finalement, les personnes qui communiquent le mieux sont les artistes : influenceurs, chanteurs, peintres, comédiens... Le groupe souhaite alors les intégrer dans le processus de communication pour le rendre efficace, et orienter la communication sur les grands enjeux portés par le PLUi, et non les contraintes qu'il impose à petite échelle. La problématique finale sera donc comment faire percevoir les intérêts généraux du PLUi aux habitants de la métropole par la médiation artistique ?

### APPROCHE SOCIO-HISTORIQUE

Suite à ses recherches socio-historiques, le second groupe a finalement choisi de s'intéresser aux débats et aux controverses afin d'inciter les citoyens à se saisir du PLUi. Ce choix fait suite aux recherches effectuées sur la ville de Grenoble qui ont permis de mettre en lumière des caractéristiques propres à la métropole et pouvant

susciter de nombreuses discussions. En effet, Grenoble est une ville où il y a d'importantes concertations.

Même si la population de la Métropole est très variée, il y a tout de même une forte proportion de chercheurs, d'universitaires et de hauts cadres qui peuvent biaiser les débats. Le second groupe décide donc de choisir son segment de population en fonction de ce premier constat : les populations sous-représentées lors des concertations citoyennes organisées par la Métropole.

Après discussions avec le commanditaire, le second groupe valide sa problématique : Comment, au moyen de débats et de controverses, inciter les habitants des quartiers populaires de la métropole grenobloise à s'exprimer afin d'enrichir le PLUi dans son évolution ?

### APPROCHE PAR LES USAGERS

Le troisième groupe avait précédemment choisi de regarder le problème à travers le prisme d'une cible, identifiée à la suite des recherches sur l'histoire de la région grenobloise, que l'on avait défini comme "les innovateurs", comprenant à la fois des innovateurs sociaux et techno-scientifiques. De cette piste de recherche est apparu un constat : ce sont eux qui depuis longtemps participent à la construction et à l'organisation de la ville. Le groupe a ensuite recensé un grand nombre d'acteurs qui ont contribué à cette construction de la ville, comme par exemple les unions de quartiers (rôle déterminant au niveau local), les personnalités historiques comme Hubert Dubedout, ou encore les membres de divers tiers-lieux de la région comme des hackerspace ou des makerspace.

Ces derniers, plaçant le faire au centre de leurs pratiques, nous ont permis de prendre conscience de l'importance de l'expérimentation et de l'usage de nos mains pour la population, et plus particulièrement pour s'approprier quelque chose. Nous avons donc souhaité axer notre projet sur une solution en accord avec ces pratiques, et répondre à la problématique suivante: Comment sensibiliser au PLUi, à travers l'expérimentation, la population de la métropole grenobloise ?

### POUR RÉSUMER

Finalement, les recherches et le travail effectué par les différents groupes ont permis d'aborder la commande avec trois axes d'attaques complètement hétérogènes. Cette richesse de points de vues a notamment été appréciée du commanditaire. Notre discussion avec l'Agence d'Urbanisme de Grenoble a été pertinente et nous a ainsi permis d'affiner notre analyse.

## ROUND 4 : SÉANCES DE CRÉATIVITÉ

Maintenant que nos problématiques sont établies, il est temps pour nous de rentrer dans une phase d'idéation. Pendant cette phase d'idéation, les seules règles concernent l'attitude que chacun doit adopter : le maître-mot est la bienveillance, on y bannit la censure, la critique négative et l'autocritique, toutes les idées sont bonnes !

Pour travailler le mieux possible, nous avons organisé cette phase d'idéation en deux temps.

### TEMPS 1 : SÉANCE INTRA-GROUPE

La séance commence par une étape difficile mais primordiale : la purge. Il s'agit de mettre sur papier toutes les idées que nous avons déjà eu ou tout ce qui nous vient rapidement à l'esprit, afin de ne pas rester bloqués dessus. Les premières idées sont en effet généralement moins riches et il ne faut pas faire de fixation dessus pour pouvoir évoluer vers des idées plus originales. Chaque personne écrit donc individuellement sur des post-it toutes ses idées.

Une fois cette purge effectuée, il est possible de tendre vers des idées moins attendues grâce à l'étape de la divergence. Chaque groupe s'aide des outils de divergence avec lesquels il se sent le plus à l'aise, comme les outils proposés dans *Le Bus à l'Envers*, serious game dédié à la divergence créé par Marie-Laurence Caron et Bruno Poyard, et mis à disposition par Promising. Par exemple, l'un des exercices, les "cartes VIP" nous oblige à nous placer dans la peau d'une célébrité ou d'un personnage de fiction et de se demander "qu'est-ce que cette personne aurait fait dans cette situation ?". Alors, qu'aurait donc bien pu proposer Maître Yoda pour résoudre les problèmes autour du PLUi ?

### TEMPS 2 : SÉANCE INTER-GROUPE

Après seulement 1 mois de travail sur le PLUi, nous commençons déjà à ressentir le phénomène de la "tête dans le guidon" : nous avons, au sein de chaque groupe, du mal à prendre du recul sur notre travail. Pour avoir un regard extérieur et essayer d'enrichir nos idées, nous organisons une séance de créativité en mixant les membres des groupes. Pendant qu'un membre du groupe original reste pour présenter la direction empruntée par le groupe et expliquer ses premières idées, 3 nouvelles personnes passent à nouveau par les étapes de divergence présentées précédemment.

Enfin vient l'étape de la convergence, c'est le moment d'évaluer la qualité de nos idées. Trois critères sont utilisés : l'originalité, la faisabilité et l'efficacité. Les meilleures idées sont sélectionnées pour arriver à une solution innovante, pour laquelle chaque groupe pourra présenter une ébauche début janvier.



### UTILISER LA FICTION POUR RÉFLÉCHIR À L'AVENIR : ATELIER DE DESIGN FICTION AVEC LES MAIRES DE L'AGGLOMÉRATION GRENOBLOISE

Quelques étudiants du Labo des Possibles ont eu la chance d'être conviés à un atelier de Design Fiction organisé par l'Agence d'Urbanisme de Grenoble. Cet atelier qui regroupait urbanistes, étudiants et maires de l'agglomération, devait servir à réfléchir à la ville de demain.

### LE DESIGN FICTION, QU'EST CE QUE C'EST ?

Le design fiction est une pratique du design qui consiste à explorer les implications d'évolutions futures qui sont probables, possibles ou spéculatives. Cela consiste à mettre en scène et matérialiser des scénarii possibles à l'aide de vidéos, objets, faux témoignages etc. inspirés de la réalité et vraisemblants. L'objectif est alors de faire réagir un public pour ensuite inviter au débat.

Les designers James Auger et Jimmy Loizeau proposent cette définition: « Le Design Fiction est une approche prospective visant à faire émerger des idées en imaginant une situation future et utilisant les techniques du design, du prototypage, de la narration ou encore de la vidéo. »

L'un des projets les plus célèbres de Design Fiction est l'implant dentaire audio, une image conceptuelle d'une dent augmentée de capacités techniques censées permettre la communication télépathique.

Ce projet, présenté lors d'une exposition au musée des sciences de Londres, visait à dénoncer l'omniprésence de la téléphonie mobile en projetant sa prochaine étape supposée : faire que le téléphone fasse partie de nos corps.

**#BIBIS ACCUEIL**  
**Immersion dans un monde numérique**  
Des images, des chiffres, des points de vue

**#BIBIS REGARDS CROISÉS**  
**Smart is beautiful (ou pas)**  
Natacha Seigneuret, directrice de la 329 Territoires en réseau, questionne :  
• Nicolas Douay, Professeur en aménagement et urbanisme à l'Institut d'urbanisme et de géographie alpine (IUGA), auteur de L'urbanisme à l'épreuve du numérique (éditions IUGA)  
Le smart city n'est-elle pas d'abord politique ?  
• Claire Bellef, chargée de mission à L'Adress, association pour le développement en villages, territoires et des services alpins, pilote du projet européen smart villages.  
Un smart village, concrètement, ça marche ? A quelles conditions ?

**#BIBIS CONCLUSIONS**  
**Alors on freine ou on accélère ?**  
Parlons-en autour du buffet



En ce qui concerne notre projet, le Design Fiction pourrait servir à mettre en lumière les caractéristiques d'un quartier dans le futur ainsi que sa place au sein la ville. C'est dans ce sens que l'Agence d'Urbanisme a organisé sa propre séance.

## RETOUR SUR UNE SOIRÉE DE DÉBAT

Un étudiant de chacun de nos trois groupes a eu la chance de pouvoir participer à une soirée-atelier autour de la thématique suivante "La Métropole en 2040".

L'invitation à cet évènement nous a été transmise par Natasha Seigneuret, cheffe de projet du Labo des Possibles et co-organisatrice de cet atelier de Design Fiction. Pauline, Bryan et Lucas se sont donc déplacés jusqu'à Saint Quentin où ils ont été mélangés dans des groupes composés d'agents de la Métropole ainsi que d'autres étudiants en architecture ou en sciences politiques. Chaque groupe avait une ville avec une caractéristique bien précise et dont laquelle le groupe était amené à se projeter en 2040 (exemple : petite ville de montagne).

Pauline, étudiante et membre du second groupe nous raconte son expérience : "C'était une soirée enrichissante car même si je connaissais déjà le Design Fiction, cela m'a permis de directement participer à son élaboration et ce avec des personnes qualifiés dans le domaine de l'urbanisme".



## ROUND 5 : JALON 2

Mardi 7 janvier, nous avons rendez-vous pour la deuxième étape de notre parcours du Labo des Possibles. En effet, nous avons à nouveau rencontré Dorian Martin et Tiphaine David, de l'Agence d'Urbanisme de Grenoble.

L'objectif de ce jalon : Présenter nos idées et concepts pour répondre à la commande.

## NOS CONCEPTS

Le Groupe 1 propose un concept d'aide à la communication en plusieurs étapes. Le but est d'utiliser la fiction comme point de départ pour faire réagir les habitants et les sonder sur leur vision de l'agglomération idéale, afin d'appuyer le fait que le PLUi soutient cette vision commune de la ville.

Le Groupe 2 a décidé de proposer deux pistes de solution au commanditaire. La première est basée sur le Design Fiction et sur la thématique de l'imaginaire d'un quartier en 2040. La seconde proposition s'inspire du "vis ma vie", une pratique courante en entreprise afin de créer du lien et de l'échange. Cette dernière piste a notamment été très appréciée du commanditaire.

Le Groupe 3 veut mettre en place un réseau de tiers-lieux dans lesquels les habitants seront sensibilisés au PLUi à travers l'expérimentation. L'idée est d'utiliser les tiers-lieux déjà existants, leurs ressources matérielles et humaines, et d'autres lieux disponibles dans toute l'agglomération, pour mettre en place des ateliers ludiques pour s'imprégner du PLUi.

## RETOURS DU COMMANDITAIRE

Les retours sur nos concepts ont été mitigés : la créativité a été appréciée mais les solutions remettent en partie en cause les manières habituelles de faire, ce qui peut freiner leur mise en place. Cependant, nous sommes habitués à ce que les solutions innovantes soient au premier abord déroutantes car celles-ci semblent inconfortables pour l'organisation.

Nous prendrons soin pour les prochaines étapes de clarifier les détails de nos solutions et de proposer des scénarios d'usage mettant en scène nos concepts afin d'aider à leur compréhension et permettre au commanditaire de se projeter dans nos solutions.

## COMMENT PROTOTYPER UN SERVICE ?

Dernière ligne droite avant le dernier rendez-vous avec l'Agence d'Urbanisme : la phase de prototypage. Celle-ci présente un double objectif : présenter clairement nos projets et pouvoir les améliorer.

En effet, lors d'une phase de prototypage réussie, on se rend compte des failles de notre solution, des zones d'incertitudes et des points à améliorer.

Cela est particulièrement vrai pour le prototype de service, que nous avons pu apprendre et mettre en application grâce aux méthodes enseignées par Apolline Le Gall, co-fondatrice de l'Agence de recherche-design "Où sont les dragons?".

## REPRÉSENTER L'IMMATÉRIEL : LE SCÉNARIO D'USAGE

Outil très apprécié et utilisé des étudiants durant ce Labo des Possibles, le scénario d'usage permet de raconter le parcours d'un usager qui entre en contact avec la solution. Pour des solutions complexes qui s'étalent dans le temps comme celle présentée par le Groupe 1, il est alors plus facile d'utiliser le story-telling pour dérouler les différentes étapes de la solution.

De même que le Groupe 2, le Groupe 1 a réalisé un scénario d'usage, illustré grâce aux méthodes enseignées par Bruno Poyard, designer graphique.

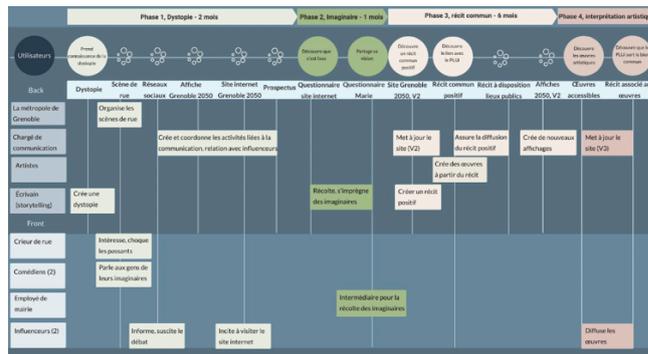
Le scénario permet alors de mettre en avant les points de contact de la solution, c'est à dire chaque objet ou personne avec qui l'utilisateur sera en contact au travers la solution. Par exemple, si votre solution comporte une communication digitale, l'utilisateur sera sûrement en contact avec un réseau social.



## ORGANISATION DE LA SOLUTION : QUI FAIT QUOI ?

Une fois la solution mise sous forme de scénario et les points de contact identifiés, c'est plus clair pour le commanditaire. Mais une question lui brûle les lèvres : comment ça marche ? que dois-je faire exactement ?

C'est là qu'intervient la Matrice Blueprint : un outil qui organise les points de contact qui découlent du parcours usagers, et identifie pour chacun d'entre eux les ressources nécessaires à leur bon déroulement.



Pour reprendre l'exemple de la solution fictive de communication digitale, si le point de contact est Instagram, la personne ressource sera peut être la personne chargée de la communication, qui devra prévoir le contenu à publier en amont. Cet outil permet donc de séparer le front, c'est à dire les actions que l'utilisateur voit, et le back qui est la partie plus opérationnelle, les coulisses de la solution.

Ces deux outils, utilisés ensemble, permettent alors de retranscrire l'expérience d'un service et son organisation opérationnelle. Ils seront alors utilisés par nos groupes pour présenter nos solutions à l'Agence d'Urbanisme lors du jalon final de notre projet.

## COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX : GUIDE DE BONNES PRATIQUES

Lors du Jalon 1 de notre projet, nous avons fait le constat que la communication de la métropole n'avait pas été efficace, car elle est basée sur des normes de communication publique et institutionnelle. Nous avons particulièrement apprécié les vidéos réalisées autour du PLUi, mais celles-ci ne suivaient pas non plus les codes de communication sur les réseaux sociaux, et n'ont bénéficié que de très peu de relais.

Il nous a alors semblé pertinent de partager dans ce dossier quelques bonnes pratiques pour la publication d'informations sur les différents réseaux sociaux.

Le format en lui-même des vidéos partagées est adapté à la plateforme YouTube, mais peut être que ce qui allait autour ne l'était pas.

YouTube convient particulièrement pour des vidéos explicatives aux alentours de 10 minutes, mais la rendre partageable passe par d'autres facteurs : un temps de visionnage élevé - la vidéo sera plus recommandée si les spectateurs la regardent habituellement en entier ; le nombre de commentaires - si beaucoup réagissent ; le nombre de "j'aime", qui indique l'engagement... Les titres et descriptions sont aussi importants et doivent contenir les mots clés essentiels liés à la vidéo. Les usagers de YouTube l'utilisent particulièrement le week-end, le plus grand nombre de vues étant enregistré le samedi et dimanche, pendant les heures de bureau ou le matin. De fait, les jeudi et vendredi sont les meilleurs jours de publication.

Pour communiquer de manière brève et immédiate, par exemple pour annoncer les endroits où se trouvent les comédiens dans notre opération de communication, Twitter est un réseau approprié, surtout pour cibler des actifs. En effet, les usagers consultent leurs abonnements entre 12h et 13h, du lundi au vendredi. Instagram est aussi un réseau qui permet, notamment au travers des stories, de publier du contenu photo spontané, d'y taguer des lieux ou d'autres utilisateurs. Il est aussi possible d'y publier des photos permanentes. Ce réseau est particulièrement utilisé par les jeunes, alors la plage idéale de publication est le mercredi à partir de midi.

Pour faire passer des informations plus officielles, mais toujours grand public, Facebook peut être une bonne solution, malgré que l'algorithme de ce réseau ne permette plus aujourd'hui d'y faire grandir une audience, mais plutôt à fidéliser une audience déjà existante. Au contraire de Twitter, les utilisateurs consultent Facebook plutôt le week-end, au moins à partir de jeudi, entre 13h et 16h. En fin de semaine, les utilisateurs consultent Facebook sur leur ordinateur de bureau.

Pour des informations plus formelles et adressées à un public de professionnels (partenaires, collaborateurs, collègues...), LinkedIn est le réseau le plus utilisé. Il est consulté pendant les horaires de bureau, beaucoup par les commerciaux ou les recruteurs. Ainsi, les plages idéales de publication sont les mardi, mercredi, jeudi, entre 10h et 11h.

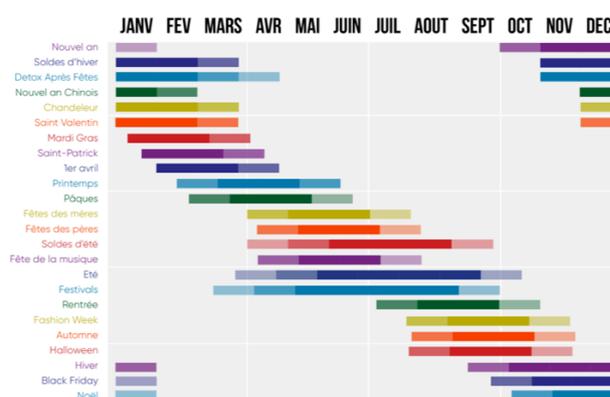
Une bonne communication sur les réseaux sociaux implique une homogénéité sur tous les comptes existants : même couleurs, logos... Seul le discours et le format est à adapter. Enfin, il est important de suivre les

actualités pour communiquer efficacement. Ci dessous, vous trouverez le calendrier 2020 pour vos campagnes d'influence, créé et partagé par le site Influence4you, spécialisé dans les campagnes d'influenceurs.

Nous espérons que vous avez pu trouver dans cet article de bonnes bases pour communiquer sur les réseaux sociaux.



## LE CALENDRIER DES CAMPAGNES D'INFLUENCE



K.O. : DERNIER JALON, FIN DU MATCH !

Mercredi 29 janvier, c'est la ligne d'arrivée pour nous, étudiants de Management de l'innovation. Nous allons rendre nos travaux, expliquer nos solutions innovantes et espérer contenter notre commanditaire grâce à un point de vue unique et décalé.

## LES CONCEPTS PROPOSÉS

### GRUPE 1 : "GRENOBLE 2050", UNE MISE EN SCÈNE À L'ÉCHELLE DE LA VILLE

Le premier groupe a imaginé un concept basé sur un programme fictif d'objectifs pour l'agglomération intitulé Grenoble 2050. Le point de départ : et si, comme pour le PLUi, nous réunissons toute l'agglomération sous un seul et même nom : Grenoble.

Grâce aux supports de communication habituels et à l'intervention d'artistes comédiens jouant les crieurs de rue modernes, les citoyens pourront proposer leur imaginaire de la ville, afin de constituer une vision commune de la ville du futur.

Cette matière sera interprétée à son tour par un artiste écrivain qui écrira le récit commun de l'agglomération, illustré ensuite par d'autres artistes afin de matérialiser l'expérience.

Le groupe a illustré l'expérience proposée par un prototype de site web dédié à Grenoble 2050, prototype disponible à cette adresse : <https://clarapawlakpro.wixsite.com/grenoble2050>.

### GRUPE 2 : "VIS MA VIE DE QUARTIER"

L'idée du "vis ma vie de quartier" est que des habitants des quartiers populaires viennent vivre la journée type d'un habitant d'une zone rurale, accompagné par celui-ci. Puis ensuite, ils inversent lors d'une seconde journée. Ce moyen permet de casser les barrières, de créer du lien entre les métropolitains mais aussi de révéler les contraintes et enjeux des différents secteurs. Expérimenter le quotidien d'un voisin permet de se rendre compte de l'importance de certains aspects de l'urbanisme sur le quotidien. Cela permet aussi de voir autre chose et d'adopter une vision différente de son quotidien (un regard neuf sur un sujet existant).

Néanmoins, notre concept du "vis ma vie de quartier" se doit d'être accompagné à la fois d'un dispositif d'intéressement et d'un dispositif de diffusion.

Pour une réelle efficacité, notre dispositif est à prendre dans la globalité de son écosystème. Le dispositif d'intéressement que nous avons proposé se base sur la thématique du jeu de rôle avec des activités comme le cinéma et le théâtre. Le dispositif de diffusion se caractérise par une soirée conviviale entre les agents de l'agence d'urbanisme et les participants du vis ma vie.

### GRUPE 3 : UN RÉSEAU DE TIERS-LIEUX POUR EXPÉRIMENTER L'AGGLOMÉRATION ET SON URBANISME

Tiers-lieux associatifs situés dans toute l'agglomération, les makerspaces et Hackerspaces ont remis au centre de leurs préoccupations, leur philosophie du travail, la notion du faire et d'expérimenter. De ces hackerspaces, nous en avons tiré l'essence : les notions de tiers-lieux et du faire. En effet, un réseau de tiers-lieux permet de répondre à une des problématiques du PLUi qui est de toucher un maximum de communes.

Le faire est apparu comme une évidence pour notre solution car, d'après nos recherches, c'est à travers l'expérimentation que l'intéressement et le sentiment d'appartenance sont les plus propices de se développer. Nous pouvons par ailleurs citer Confucius, qui déjà, exprimait l'importance du faire : "J'entends et j'oublie, je vois et je me souviens, je fais et je comprends".

Nous avons donc fourni à notre commanditaire un livret recensant les possibles ateliers et expositions interactives à mettre en place dans ces lieux, en mettant l'accent sur la création d'un "lieu totem", regroupant les réalisations de ces différentes activités, ouvert en permanence pour parler du PLUi et rendre visible à chacun le travail des urbanistes.

Nous remercions toutes les personnes présentes lors de notre présentation finale -

Tiphaine David et Dorian Martin, urbanistes ;  
Natacha Seigneuret, notre cheffe de projet ;  
Olivier Zerbib, notre évaluateur ;  
Valérie Chanal, directrice scientifique à Promising ;  
Marie-Laurence Caron, responsable du Master 2 Management de l'innovation à l'IAE Grenoble ;  
Marielle Thiévenaz, chef de projet Promising ;  
Adèle Obert, chargée de valorisation et relations entreprises à Promising ;  
Nadège Micheli, chargée de communication à Promising ;  
Maguy Salomon-Caplan, assistante scolarité à Promising.

## LABO DES POSSIBLES 2019-2020 : RETOUR D'EXPÉRIENCES

Afin de compléter notre dossier et de conclure sur un retour d'expériences, voici quelques verbatim d'étudiants qui vous donneront un aperçu du Labo des Possibles, et pourquoi pas, l'envie de participer à une prochaine session.

«Une expérience enrichissante qui m'a permis d'être confronté à la réalité professionnelle du métier de consultant en innovation» - Valentin Aznar

«Le Labo des Possibles m'a offert la possibilité de m'ouvrir à des thématiques qui m'étaient inconnues, et de m'intéresser à la Métropole et ses spécificités au delà de la ville-centre.» - Lucas Bourjaillat

"Le Labo des Possibles a été un élément clé de mon parcours en Master : je me suis rendue compte que nous étions capables d'utiliser toutes les méthodes complexes que nous avons apprises, et en autonomie, d'être des consultants en innovation junior. C'est l'aboutissement de notre parcours d'études." Clara Pawlak

"Pour ma part, le Labo des Possibles a été une expérience riche en enseignements tant personnels que professionnels. En effet, cela m'a notamment permis de développer ma posture de consultant junior, un métier complexe et passionnant vers lequel je me dirige en début de carrière." Mael Cozic

"En plus d'être un excellent entraînement au métier de consultant en innovation, j'ai aimé le fait de découvrir le travail des urbanistes de l'agglomération et d'en apprendre plus sur la ville dans laquelle je vis depuis plusieurs années. Je pense aussi que le Labo des Possibles challenge notre gestion du temps et notre capacité à travailler en équipe et en cela nous pousse vers la réalité du monde professionnel." Eva Monnier

"Une expérience de laborantin extrêmement enrichissante ! J'ai pris plaisir à développer ma posture de consultant de l'innovation pour ce projet commandité par l'AURG. Natacha Seigneuret, a été une cheffe de projet formidable, toujours à l'écoute et très réactive. Je suis notamment impressionné par la diversité des solutions que les trois groupes ont pu apporter à une même problématique. Le Labo des possibles restera une super opportunité dans mon parcours scolaire." Bryan Rodon

"Par notre expérience du Labo des Possibles, de nouveaux concepts autour de la communication ont pu émerger pour la métropole grenobloise. Cette période nous a notamment permis de travailler en équipe sur des thématiques d'innovations actuelles et d'expérimenter un projet à la fois concret et porteur de sens ! Une superbe expérience pour nous préparer au métier du conseil ! "

Marjorie Aucaigne

" Accompagner les étudiants du Labo des Possibles® a été une expérience très enrichissante et stimulante. Les étudiants du Master Management de l'innovation disposent de méthodes créatives et participatives qui se sont révélées efficaces pour répondre à la commande de l'Agence d'Urbanisme. Urbaniste moi-même j'ai apprécié l'ouverture apportée par leurs travaux et j'ai observé la satisfaction des Urbanistes de l'Agence devant les trois concepts innovants proposés pour amener les métropolitains grenoblois à s'intéresser à un document d'urbanisme, le PLUi, souvent regardé comme aride et difficile à comprendre. Au-delà de la satisfaction d'avoir participé, comme cheffe de projet, à ce résultat, j'ai également apprécié ces trois mois d'atelier avec des étudiants enthousiastes et très sympathiques.» - Natacha Seigneuret, Cheffe de Projet.