



Missions Innov'Actions 2019

Collaborer pour innover

Speed Dating
Jeudi 13 septembre 2018

POUR UN PROJET REUSSI

Ce projet participe à la formation de nos étudiants et fait l'objet d'une convention entre l'entreprise, l'école et le groupe d'étudiants.

Le représentant de l'entreprise qui accompagnera l'équipe d'étudiants doit se rendre disponible les :

JEUDI 13 SEPTEMBRE 2018 : lancement de l'édition 2019

MERCREDI 6 FEVRIER 2019, soutenances orales devant un jury

ainsi que pour les points-projets (au moins 3) à fixer le jour de la première rencontre ainsi que le point d'étape du mois de novembre à l'école.

Programme - Speed Dating

Jeudi 13 septembre 2018

8h	Accueil et café	déambulatoire
8h30	Présentation de l'enseignement et des tuteurs	amphi d'honneur
9h	Début du speed dating	1 ^{er} étage
10h50	Pause	déambulatoire
11h15	Annonce des "couples" groupe d'élèves/Entreprise	amphi d'honneur
11h30	Rencontre entre les groupes d'élèves et les Entreprises	1 ^{er} étage
12h45	Déjeuner-buffet	déambulatoire
14h15	Rencontres Entreprises et tuteurs Ecole	0F03
16h	Fin	

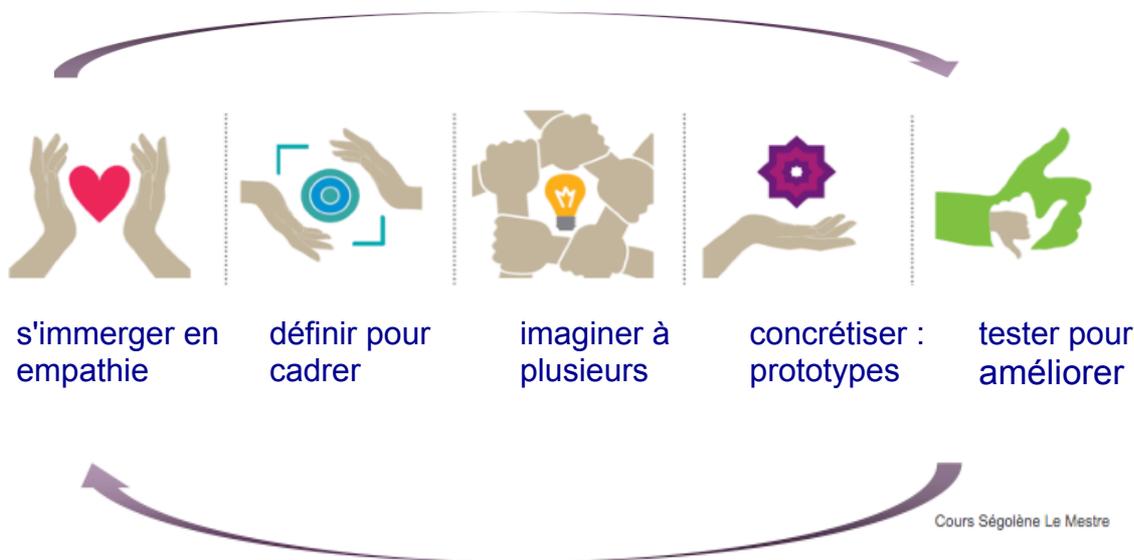
Pensez à récupérer votre carte d'identité, si vous l'avez laissé à l'accueil

LISTE DES MISSIONS

M01 - 3D AEROSPACE : eHermes : un recepteur haute technologie	5
M02 - AIRBUS -1 : Etanchéité du joint Mat Moteur	6
M03 - AIRBUS -2 : Etanchéité du joint Mat Moteur	7
M04 - AL'GO LAB : Outil web d'information sur le traitement de données	8
M05 - ALPHACAN : Optimisation / mécanisation du poste de colisage.....	9
M06 - BALLARIO REVEA :	
Production d'énergie renouvelable en toiture de chalets de campings	10
M07 - BENNES JPM : Le marquage au service de la performance	11
M08 - COBRATEX -1 : Alimentation machines soudeuses en lamelle de bambou.....	12
M09 - COBRATEX -2 : Déroulage de feuille de fibres en bambou.....	13
M10 - CONTINENTAL -1 : Make the Electrified Engine "Health" Status visible in real time for Fleet Managers	14
M11 - CONTINENTAL -2 : Peer to peer car sharing – innovative USER journey	15
M12 - CONTINENTAL -3 : TIS (tire information system) servitization - Optimisation maintenance pneumatiques des véhicules dans une flotte.....	16
M13 - CTIC / INTRATERRA : Innover autour de la méthanisation enterrée	17
M14 - DELAIR : La fin de la consommation de masse des batteries Li-IONS	18
M15 - FeelObject : Permettre à un déficient visuel de découvrir la représentation d'un objet	19
M16 - FRAYSSINET : Gestion des voies rapides pour éviter les accès en contresens	20
M17 - HARMONIE MUTUELLE : Spacebox.....	21
M18 - HYCCO : Blue H2	22
M19 - IMMOBLADE : Amélioration du procédés de mise en forme 3D de lame.....	23
M20 - LA POSTE	24
M21 - LACROIX : Mesures automatiques de leurres	25
M22 - LALLEMAND SAS -1 : Packaging pour bactéries vivantes	26
M23 - LALLEMAND SAS -2 : Packaging pour bactéries vivantes	27
M24 - MUSEE ACADEMIQUE DES MINIATURES : Nouvelle expérience interactive dans le monde des miniatures	28
M25 - NUM'N COOP : Assistant pour analyse et économie d'énergie pour les collectivités territoriales.....	29
M26 - NUMANIS.NET : Access-browser	30
M27 - OVIATIS : Nouveaux produits, à base de stévia, pour les consommateurs	31
M28 - SNCF -1 : Améliorer le confort d'attente sur les quais.....	32
M29 - SNCF -2 : Emotions positives en gare d'Albi	33
M30 - SNCF -3 : Orientation en gare de Toulouse Matabiau.....	34
M31 - SPIE : Service et outils pour le pilotage et vérification des contrats de maintenance	35
M32 - LES SCULPTURES DOUDOUS	356

La MIA en pratique : démarche design thinking

Les Missions Innov'Action s'appuient sur la démarche *Design Thinking* qui est centrée sur les USAGES. Les étudiants doivent **effectuer trois fois la boucle des 5 étapes** suivantes :



1 - S'immerger en empathie pour *découvrir les usages* : les étudiants **écoutent** des personnes qui ont *a priori* un intérêt pratique pour le sujet. Dans un premier temps, ces personnes sont les contacts fournis par le porteur de projet de l'entreprise. Les étudiants observent ces pratiques, écoutent et se documentent pour cerner les **critères de satisfaction ou d'insatisfaction**.

2 - Définir pour cadrer : parmi ces critères, les étudiants spécifient ceux qui sont les plus significatifs. Cela leur permet de **segmenter les usages** et de formuler une problématique concrète à partir de l'idée initiale de l'entreprise.

3 - Imaginer à plusieurs : à partir de ces critères significatifs et pour chaque segment d'usage, les étudiants font émerger des concepts potentiellement **offres de valeur** grâce à des séances de créativité collective.

4- Concrétiser en prototypant : les étudiants donnent rapidement forme à ces concepts à travers des **prototypes très simples** (dessin, *storyboard*, objet bricolé, construction en légo, etc.). Ils donnent vie à ces prototypes par des **scénarios d'usage** qu'ils vont mettre à l'épreuve de la réalité.

5- Tester pour améliorer : les étudiants présentent ces prototypes et scénarios d'usage au porteur de projet, aux personnes déjà rencontrées et à d'autres qu'ils auront identifiées. Ils **écoutent les suggestions et critiques**.

Ce test de **désirabilité** correspond à l'étape 1 de la boucle suivante.

A l'issue de la **seconde boucle**, les étudiants sélectionnent trois ou quatre concepts en se documentant sur leur **faisabilité**, technique et organisationnelle, et sur une première approche de leur **viabilité** (rapport "coût-gains" favorable).

A l'issue de la **troisième boucle** (fin novembre), ils ont sélectionné un seul concept désirable à mener jusqu'au bout. Ils en approfondissent sa faisabilité et sa viabilité pour convaincre le jury de son innovation potentielle ou de son risque d'échec. Ils laissent une trace de leurs résultats pour fournir à leur porteur de projet les moyens de mener à bout l'innovation ou d'acter l'impasse de l'idée initiale.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de cet enseignement, les étudiants seront en capacité de :

- S'approprier et savoir mobiliser les outils *Design Thinking* en équipe et :
 - Observer des usages et écouter les personnes concernées,
 - Segmenter ces usages pour valoriser les plus désirables et/ou intolérables,
 - Imaginer des offres de valeurs répondant aux divers usages,
 - Prototyper et scénariser ces propositions,
 - Tester la pertinence de ces prototypes auprès d'utilisateurs potentiels,
- Et aussi de :
 - Dégager les enjeux stratégiques d'une problématique,
 - Comprendre la complexité du monde professionnel,
 - Adopter une posture professionnelle,
 - Impliquer et convaincre des participants, clients, investisseurs,
 - Aiguiser collectivement leur esprit critique et prendre des décisions en environnement incertain,
 - Approfondir les connaissances scientifiques, techniques et organisationnelles,
 - Estimer les gains et les coûts d'une offre de valeur, sur les plans financier, social, écologique, etc.
 - Accepter l'échec pour le transformer en opportunité.

Les étudiants sont **évalués** en fin de mission par :

- un **jury neutre** lors d'une soutenance publique,
- les **tuteurs pédagogiques** à travers un support pérenne pouvant être valorisé sur le blog de la MIA
- les **porteurs de projet entreprise** satisfaits ou non de leur travail.

Les étudiants doivent convaincre de :

- s'être approprié du sujet et avoir formulé une problématique à traiter,
- la pertinence de l'offre de valeur mise en scène par son prototype et son scénario d'usage,
- la crédibilité du modèle économique simplifié de cette offre de valeur,
- l'intérêt pour l'entreprise de donner suite à leurs résultats pour mener à bout l'innovation ou pour acter de l'impasse à éviter.
- leur capacité à prendre du recul sur leur démarche, leur organisation et leur implication dans le collectif.

A quoi s'engage l'école

- Aider le porteur de projet à rédiger la fiche mission à partir de son idée,
- Organiser la journée de lancement, rencontre entre porteurs de projet, étudiants, tuteurs,
- Fournir un guide à tous les participants (tuteurs, entreprises, étudiants, experts de l'école),
- Affecter un groupe d'étudiants à la réalisation de la mission,
- Gérer la convention entre l'entreprise, l'école et le groupe d'étudiants pour la mission,
- Assurer l'encadrement et le suivi pédagogique de la mission d'étudiants en relation avec le porteur de projet :
 - Former les étudiants aux outils nécessaires à la réalisation des missions (démarche *design thinking* mais aussi gestion de projet, stratégie et communication),
 - Organiser la revue de mission entre porteurs de projet, tuteurs et étudiants,
 - Organiser les jalons entre les étudiants et les tuteurs pédagogiques,
 - Etre disponible pour aider les étudiants individuellement en cas de besoin,
 - Etre prête à lever des points bloquants ou aider à se sortir de situations délicates,
 - Mettre à disposition des étudiants *l'open lab* et les conseils de son manager pour concevoir et réaliser les prototypes,
 - Mettre à disposition les ressources : documentation, experts, contacts, etc.
 - S'assurer que les étudiants ont bien envoyé à l'entreprise les supports de leur résultat.
- Organiser la journée de soutenance de la mission en présence des porteurs de projet entreprise, des tuteurs pédagogiques, d'experts du domaine, de chefs d'entreprise et de spécialistes financiers,
- Prendre en charge les frais de déplacement des étudiants pour la réalisation de la mission, à hauteur d'un déplacement entre l'école et l'entreprise,
- Prendre en charge le coût d'organisation des journées de lancement, de revue de mission et de soutenance.

A quoi s'engage l'entreprise

- Accompagner les étudiants et leur offrir les éléments de travail :
 - Identifier un porteur de projet qui sera leur interlocuteur privilégié,
 - Leur donner accès à l'entreprise,
 - Les mettre en relation avec les personnes ressources,
 - Fournir les ressources matérielles et documentaires nécessaires,
- Etre présent à l'école pour :
 - La journée de lancement où chaque partie doit captiver l'autre,
 - La revue de mission entre étudiants, porteurs de projet et tuteurs pour la contractualisation avec les étudiants,
 - La journée de soutenance,
- Rencontrer les étudiants au moins trois fois en dehors de l'école,
- Joindre le tuteur pédagogique de l'équipe d'étudiants en cas de point bloquant ou de situation délicate,
- Accepter que le sujet aboutisse à une voie sans issue (un constat d'échec est un futur gain de temps pour le porteur de projet),

S'acquitter de la contribution financière adaptée à sa situation (moyenne ou grande entreprise, petite entreprise, association, partenaire de l'école engagé financièrement, incubé, étudiant entrepreneur, Spin-Off de moins de trois ans)

Contacts

Frédéric THIVET Directeur adjoint,
05-63-49-30-50 – frederic.thivet@mines-albi.fr

Direction Relations Entreprises et Alumni

Gérard BERNHART Directeur Relations Entreprises et Alumni
05-63-49-- gerard.bernhart@mines-albi.fr

Nathalie VEUILLEZ Directrice Adjointe Relations Entreprises et Alumni
05-63-49-30-13 – nathalie.veuillez@mines-albi.fr

Dominique VAN ZWYNSVOORDE
Chargé de Relations Entreprises
05-63-49-33-62 – dominique.van_zwynsvoorde@mines-albi.fr

Virginie CABROLIER Correspondant marketing et réseaux
05-63-49-31-36 – virginie.cabrolier@mines-albi.fr

Direction du Développement Economique et de l'Innovation

Philippe FARENC Chargé du développement économique,
Responsable Entrepreneuriat Étudiant
05-63-49-30-20 - philippe.farenc@mines-albi.fr

Incubateur IMT Mines Albi philippe.farenc@mines-albi.fr

La Fabrique - OpenLab : lab@mines-albi.fr

Responsable pédagogique

Béatrice VACHER 05-63-49-33-28 - beatrice.vacher@mines-albi.fr

Merci à Nelly Delmas, Responsable Relations Entreprises et Alumni, qui a œuvré auprès des entreprises pour recueillir les sujets de cette année. Une nouvelle page se tourne pour elle ; à remplir d'innovation, peut-être.

Campus Jarlard
81013 Albi CT Cédex 09
France
www.imt-mines-albi.fr

