

Dossier du candidat

*porteur d'un usage innovant
mobilisant les technologies
de l'information et de la communication*



SOMMAIRE

1- QU'EST-CE QUE LE CARREFOUR DES POSSIBLES ?.....	3
1-1 LE CONCEPT.....	3
1-2 DÉFINITIONS.....	3
1-3 CE QUE N'EST PAS LE CARREFOUR DES POSSIBLES.....	4
1-4 LE PROCESSUS DU CARREFOUR DES POSSIBLES.....	4
1-5 LES VALEURS DU CARREFOUR.....	6
2- L'ESPRIT DE LA SÉLECTION DU CARREFOUR DES POSSIBLES.....	8
3- COMMENT CANDIDATER AU CARREFOUR DES POSSIBLES ?.....	9
4- CONTACTS ET LIENS.....	10
ANNEXE : CHARTE DU CARREFOUR DES POSSIBLES.....	11



... étonnement oxygène **innovation** social feed-back diversité
design suggestion partenaires qualitatif curiosité concept
processus encouragement public ouverture technologies de
l'information stimulation territoire formation **réseau** interfaces
économique souplesse humour **usages** complémentarité surprise
personnes créativité connexions convivialité éthique culturel
projets tiers-secteur possible privé **sérendipité** rencontre
écoute outil fête échange communication coopération service
découverte ouverture rencontre événement cocktail sympathie
bienveillance compétence partage **transversalité** parcours
ergonomie **scénario** interférences facilitation pragmatique
simplicité précurseurs ...

1- Qu'est-ce que le Carrefour des Possibles ?

1-1 Le concept

Le Carrefour des Possibles est une initiative au service des innovateurs et des utilisateurs des technologies de l'information et de la communication qui aboutit à une soirée publique de présentation. C'est donc un **lieu de découverte d'usages nouveaux qui dynamise les prises de contacts** et les échanges d'informations dans une ambiance tonique et informelle. L'accès est gratuit pour tous, sur inscription.

Le Carrefour des Possibles vous propose :

- d'**élargir votre réseau** de contacts,
- d'**améliorer votre communication** sous l'angle de l'**usage**,
- d'avoir accès à un potentiel d'**expérimentation**,

Le Carrefour n'est pas qu'un événement, c'est un processus au service des porteurs de projet, qui débute avec le premier contact, se poursuit par un brief de pré-sélection en amont de la soirée de présentation et continue en aval dans le cadre de la communauté des porteurs de projet.

1-2 Définitions

Pour bien comprendre la notion de projet retenue dans le cadre des Carrefours des Possibles, voici quelques définitions.

Projet : depuis le stade de concept jusqu'à sa première diffusion, un projet dans l'esprit Carrefour repose avant tout sur un usage novateur des TIC en réseau, lisible par un public hétérogène, du spécialiste à l'utilisateur néophyte.

Usages : on entend par "usage" des TIC, toutes les situations d'utilisation ou toutes les solutions techniques permettant à un utilisateur final d'accomplir une tâche et/ou de mieux coopérer avec d'autres en situation personnelle ou professionnelle. Une technologie très novatrice réservée à un cercle très restreint d'utilisateurs ou ne générant pas d'interactions humaines ou encore n'apportant pas directement une évolution pour l'utilisateur final ne sera pas retenue.

Innovant : la nouveauté du concept est un critère déterminant pour la sélection d'un projet ; notons tout de même qu'un concept innovant peut associer des technologies plus anciennes.

Technologies de l'information et de la communication (TIC) en réseau : technologies qui intègrent des possibilités d'interaction entre utilisateurs, services ou machines, via un réseau électronique (internet, mobile). Les projets de biotechnologie et de nanotechnologie en relation avec les TIC, sont également recevables.

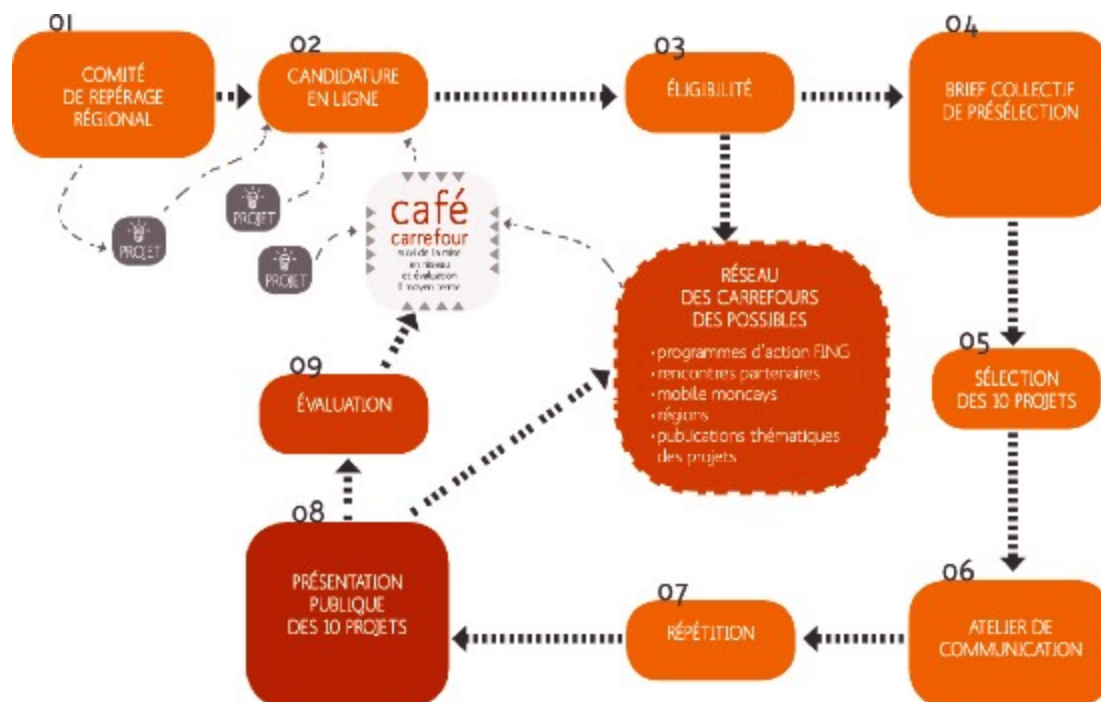
1-3 Ce que n'est pas le Carrefour des Possibles...

- Le CDP n'est pas une rencontre thématique réunissant des acteurs d'un même domaine évoluant dans des organisations similaires, il privilégie la diversité.
- Le CDP n'est une vitrine technologique, il s'attache à montrer de nouveaux usages et les bénéfices pour les utilisateurs.
- Le CDP n'est pas un concours, il est simplement l'expression de la dynamique innovante des acteurs d'un territoire ou d'un domaine. Le CDP se veut un creuset et un catalyseur.
- Le CDP n'est pas un événement avec un programme dont on connaît les intervenants au préalable, l'effet de surprise est important.
- Le CDP n'intervient ni dans le montage d'un dossier de création de projet, ni dans le financement mais peut mettre en relation avec les interlocuteurs adéquats.

1-4 Le processus du Carrefour des Possibles

Le Carrefour est un **processus** au service des porteurs de projets, qui débute avec le premier contact, se poursuit par un brief de pré-sélection en amont de la soirée de présentation et continue en aval dans le cadre de la communauté des porteurs de projet.

Une candidature peut être spontanée, elle peut aussi être suscitée par les membres des comités de repérage et des partenaires (cf la charte en annexe du document) qui assurent une veille dans leurs domaines respectifs.



Repérage des projets

Un comité de repérage régional identifie les projets en phase avec le format du Carrefour et invite le porteur d'un projet à se porter candidat. Les demandes spontanées sont également acceptées.

A partir de ce stade, voici les étapes d'un Carrefour pour un innovateur souhaitant présenter un projet d'usage :

1	Repérage	Comité régional acteurs TIC tous secteurs
2	Candidature	Saisie du formulaire en ligne
3	Eligibilité	Confirmation de la pré-sélection du projet
4	Brief de pré-sélection	Rencontre collective pour écouter, cadrer et connecter
5	Sélection de 10 projets	Comité de sélection régional
6	Atelier de communication	Préparation des communications écrites et visuelles
7	Répétition des « 6 minutes »	En situation sur le lieu de la soirée publique
8	Présentation publique	Devant auditoire de +100 personnes
9	Evaluation	Retour des 10 porteurs de projets sélectionnés
-	Café Carrefour	Suivi de la mise en réseau et évaluation à moyen terme

Prise de contact

Après l'enregistrement de la candidature en ligne, un contact est établi avec les porteurs de projet pour valider la candidature identifiée ou spontanée, pour réunir les informations nécessaires et les convier à un brief de pré-sélection.

Invitation au brief de pré-sélection

C'est une mise en situation par la présentation de l'usage innovant en 6 minutes, appuyé par des visuels, en présence d'autres porteurs de projets pour favoriser dès cette étape des regards croisés et des échanges d'informations.



Le Carrefour met en valeur des usages innovants, il est donc important que les présentations soient les plus concrètes possibles. On attend donc du porteur de projet qu'il présente un scénario de l'usage qu'il propose, orienté sur le bénéficiaire utilisateur. Les présentations textuelles sont refusées au profit, d'illustrations, schémas, animations, films.

Cette phase permet aussi aux animateurs de transmettre de nombreuses informations et contacts utiles au porteur de projet. Le brief dure une demi-journée.

Comité de sélection

Le choix des projets est effectué en comité de sélection, le coordinateur se faisant le porte-parole des porteurs de projets. Les résumés de projet (formulaire de

candidature) ainsi que les présentations utilisées lors du brief de pré-sélection constituent les documents de référence.

En moyenne, 25 à 30 projets sont présentés afin d'aboutir à une sélection de 10 projets maximum par édition.

Préparation des présentations des projets

Des échanges à distance sont effectués entre le porteur de projet et les organisateurs pour vérifier la forme du scénario proposé, proposer des améliorations, l'important étant de « raconter une histoire » au public présent.

Une répétition avec les 10 porteurs de projets est organisée le jour et sur le lieu même de la soirée publique pour régler les derniers détails techniques.

Déroulement de la soirée du Carrefour

La soirée se déroule en trois parties (les horaires mentionnés peuvent varier suivant les régions) :

- 18h : accueil.
- 18h15 à 18h55 : actualité, présentation de partenaires, « coups de projecteur » sur des initiatives régionales intéressantes.
- 19h à 20h : Présentation des projets par leurs auteurs. Les présentations sont réalisées « hors-ligne » et sans débat pour respecter le rythme de présentation. Une gestion du temps très précise est réglée par l'animateur. Une capture vidéo des présentations peut être réalisée pour consultation en ligne après la soirée.
- 20h à 21h30 : rencontres avec les porteurs de projets qui disposent d'une table de démonstration, accompagné d'un cocktail dînatoire. Le public vient à la rencontre des porteurs de projet, c'est alors que s'échangent les contacts et que les dialogues s'engagent très librement à propos des usages présentés.

Après la soirée du Carrefour

Diffusion des présentations synthétiques sur le site des Carrefours et par les partenaires

Les porteurs de projets ont la possibilité de participer à un réseau animé par la coordination des Carrefours pour multiplier les contacts et les suites de la soirée de présentation, notamment un Café-Carrefour, organisé plusieurs mois après la soirée publique pour évaluer les apports du Carrefour.

Un passage au CDP peut conduire à d'autres invitations (autres CDP ou événements extérieurs organisés par des partenaires) voir la page « éditions spéciales ».

1-5 Les valeurs du Carrefour

Le public qui s'inscrit à un Carrefour ne sait rien de ce qu'il va découvrir ; il est ainsi ouvert à toutes les hypothèses, les associations d'idées ont libre cours.



Il n'y a pas de médiatisation des projets, préalablement au Carrefour, mis à part l'annonce de la soirée de présentation, l'envoi d'invitations par courriel (éventuellement postales) et le relais d'autres réseaux disposant de leurs propres canaux d'information.

Ce choix d'une information purement virale participe également à l'esprit de la soirée, réunissant des personnes à l'esprit curieux qui ont pris le risque de ne pas savoir à l'avance et qui ne viennent pas influencée par un simple effet d'image : une qualité d'entreprenant.

- **Ecoute** : pendant la première partie, la parole est donnée exclusivement aux porteurs de projet, sans débat.
- **Convivialité** : curiosité, disponibilité et bonne humeur sont les qualités demandées à chacun pour faciliter les mises en relation.
- **Honnêteté** : chacun s'engage à ne pas développer, à l'insu de son initiateur, un projet dont il aurait eu connaissance par le Carrefour.
- **Ouverture** : le Carrefour est favorable à ceux qui ont le désir d'être étonnés ; en échange, chacun accepte d'ouvrir son carnet d'adresses pour favoriser les démarches des porteurs de projet.
- **Stimulation** : durant cette soirée, la critique est interdite, seules les suggestions constructives sont autorisées.

2- L'esprit de la sélection du Carrefour des Possibles

Les usages sont recevables au Carrefour des Possibles quel que soit leur stade d'avancement : ce peut-être une idée, un projet embryonnaire, une phase de prototypage jusqu'au produit en phase de lancement. Tous les finalités sont acceptées : économiques, sociales, culturelles, scientifiques, ...

La candidature est un document interne réceptionné par le comité de sélection du Carrefour des Possibles®.

Aucune information n'est diffusée avant le Carrefour. Des modifications peuvent être apportée à l'issue du brief de pré-sélection organisé préalablement au Carrefour. Les informations contenues dans le formulaire seront diffusées à l'issue du Carrefour - si le projet est sélectionné - sous format papier et électronique.

- le Carrefour met en valeur des projets porteurs de réelles innovations et non pas de simples améliorations ou déploiement de caractéristiques existantes ;
- il soutient plus particulièrement des projets contribuant à l'émergence de nouvelles formes d'usages en réseau des technologies de l'information et de la communication ;
- un usage nouveau peut mobiliser des technologies déjà connues (association inédite de différentes techniques existantes).
- La dimension didactique du projet est prise en compte, permettant de saisir les enjeux associés à la technologie utilisée,
- l'usage doit être clairement identifiable par un public hétérogène (spécialistes et non spécialistes).

Le comité a pour mission de sélectionner en visant la diversité :

- des technologies mobilisées et des types d'innovation,
- des stades d'avancement de projets,
- des domaines représentés (économique, culturel, pédagogique, territorial, ...),
- des secteurs représentés (privé, public, tiers-secteur).

Critères de sélection

- Recense de l'information sur le projet
- Importance des liens favorisés entre utilisateurs par l'usage (capacité de mise en réseau)
- "Spectacularité" (facilité à montrer le projet ou le produit)
- Impact potentiel du projet réussi sur : l'économie, la vie de tous les jours
- Cible potentielle du projet réussi (le - : un domaine technique très restreint, le + : tout le monde,...)
- Nouveauté du concept (assemblage de concepts existants ou inédits)
- Capacité de communication du porteur

3- Comment candidater au Carrefour des Possibles ?

Rappel synthétique des étapes

1/ Le porteur de projet s'inscrit via le site web

à partir du formulaire en ligne accessible sur le site :

<http://www.fing.org/projets/>

– formulaire inscription de la personne + formulaire inscription du projet

- a) mentionner des coordonnées pour que les coordinateurs du Carrefour puissent entrer en contact (ne pas oublier les numéros de mobile).
- b) description synthétique du caractère innovant du projet en mettant en avant le bénéfice pour l'utilisateur et qualifier le type d'innovation principal du projet
- c) transmettre des documents illustrant l'innovation du projet

2/ Validation de l'éligibilité de la candidature par le coordinateur

Ce doit être un usage nouveau, toutes les technologies sont acceptées, le projet doit témoigner d'une utilisation en réseau.

Nous vous invitons à consulter les définitions précises en page 5

3/ Confirmation de la validation

- a) le candidat reçoit un courriel de confirmation
- b) il est invité à participer à un brief de présélection pour présenter synthétiquement son projet d'usage nouveau
- c) des documents appuyant la présentation pourront être présentés (powerpoint, schéma, prototype, film, animation, ...) même s'ils ne sont pas totalement finalisés.

4/ Brief de pré-sélection

- a) il s'agit de formuler le projet en terme d'usage (adopter la forme d'un scénario d'utilisation) et de le présenter synthétiquement, dans les conditions du Carrefour (6 minutes maximum).
- b) les organisateurs vérifient le caractère innovant et conseillent sur la forme (un minutage est effectué)
- c) Le brief est collectif, réunissant d'autres projets candidats, ce qui permet de rencontrer des porteurs de projets parfois complémentaires et d'évaluer la qualité de sa communication.

5/ Comité de sélection

- a) les projets sont présentés par les organisateurs, les candidats ne participent pas à cette phase.
- b) un comité de personnes compétentes choisit dix projets en fonction de critères de nouveauté, de créativité et de diversité afin que le Carrefour des Possibles favorise les connexions entre acteurs d'univers les plus différents possibles.



4- Contacts et liens

LIENS DIRECTS

- Pour **candidater** au Carrefour des Possibles et y proposer un projet innovant :
<http://www.fing.org/projets>
- Pour **participer** à cette édition, y convier des amis, collègues partenaires
(Inscription gratuite, mais obligatoire) :
<http://.....carrefourdespossibles.org>

CONTACTS

- ****Organisme régional****
..... , coordinateur régional du Carrefour des Possibles
courriel :
tél. :
- **Fondation Internet Nouvelle Génération :**
Denis Pansu accompagne le lancement du Carrefour et assure l'animation entre les régions.
courriel : denis.pansu@fing.org /
tél. : 06 81 36 36 25 – 01 40 13 68 01 (ligne directe)



ANNEXE : CHARTE DU CARREFOUR DES POSSIBLES

Le Carrefour des Possibles® (dénommé « CDP ») est un processus fondé sur la valeur et l'initiative des personnes. Il ne se fonde pas sur les schémas de fonctionnement couramment admis (hiérarchie, chiffre d'affaires, protocoles, ...).

Il est donc nécessaire de préciser certains principes, règles et définitions, qui conditionnent la participation au réseau des Carrefours des Possibles®, en tant que simple participant ou organisateur.

Principe de diversité :

Un CDP doit privilégier les points de vue différents, en termes de :

- projets (stade de développement, secteur d'activité, type d'innovation,...)
- participants (formation, secteur d'activité, culture, géographie, ...).
- Principe d'ouverture :
- maintenir la capacité d'étonnement en n'annonçant jamais les projets avant leur présentation,
- gratuité d'accès pour les participants comme les porteurs de projets à la condition d'être inscrit.

Principe de complémentarité :

Les organisateurs d'un CDP ont à cœur de valoriser les complémentarités avec les autres événements valorisant des démarches innovantes.

Les acteurs

Tout CDP (Carrefour des Possibles) repose sur l'implication de plusieurs acteurs clés dont les rôles sont répartis comme suit.

- Porteur de projet : personne ayant été identifiée pour présenter au carrefour un usage innovant dans le domaine des TIC.
- Participant : personne venant découvrir, rencontrer et encourager des porteurs de projets.
- Partenaire : intervenant dans le cadre d'un CDP à titre d'expert, de sponsor ou de mécène.
- Groupe de repérage : ensemble de personnes issues de réseaux nécessairement diversifiés qui identifient des projets d'usages innovants en vue d'une présélection pour le CDP.
- Comité de sélection : groupe de personnes extérieures aux projets identifiés en charge d'élaborer, pour un CDP, la liste limitée en général à 10 projets de nature différente.
- Coordinateur : personne qui assure le pilotage général d'un CDP.

Esprit du CDP

La sélection d'un projet repose avant tout sur son caractère original ; sa capacité à aborder un marché est secondaire. Un usage a priori non viable économiquement en l'état est donc éligible car la rencontre avec d'autres acteurs peut générer une solution ou une association prometteuse.

Les projets lucratifs ont leur place tout comme les projets non lucratifs. Il en est de même pour les acteurs privés et publics.

Un CDP favorise l'émulation entre les projets en évitant tout caractère compétitif, les effets de fertilisations croisées importent plus que l'émergence de leaders.

La valeur d'un CDP repose sur la somme des projets présentés, certains aspects d'un projet donné pouvant en renforcer un autre.

Le CDP a pour fonction d'offrir un espace ouvert de présentation d'un usage innovant, il s'agit donc d'encourager le porteur de projet ; chaque phase du CDP doit permettre au porteur de projet d'identifier lui-même ses atouts et ses points de faiblesse.

Engagements

Chaque équipe participant à l'élaboration d'un CDP s'engage à fonctionner en réseau avec les autres équipes, notamment en utilisant des espaces de travail collaboratif communs.

Le groupe de repérage et les partenaires s'engagent à ne jamais dénigrer un projet, à ne pas le critiquer sans argumentation constructive, à donner des informations au porteur de projet à chaque étape du processus afin de ne jamais le laisser partir sans lui fournir un retour, même s'il n'est pas retenu.

Les membres du groupe de repérage mettent à disposition du CDP la capacité de veille qu'ils exercent déjà dans le cadre de leur activité. Ainsi cette fonction ne peut être considérée comme un surcoût de temps mais plutôt comme la valorisation d'un temps déjà investi.

Les participants sont présents à un CDP en leur nom propre et n'engagent pas leur organisation.

Les participants s'engagent à encourager les porteurs de projets en ouvrant leurs carnets d'adresses et en émettant des suggestions ou propositions constructives, « la critique est interdite ».

Les porteurs de projet s'engagent à faire état des retombées issues directement ou indirectement de leur présence au CDP.

Dans le cadre de la communauté des porteurs de projets proposée par la FING, les porteurs s'engagent à répondre aux demandes d'autres porteurs dans un délai convenu d'un commun accord.

La FING met en valeur les Carrefours par le biais de ses outils de communication.