

PROGRAMME

# noé

ÉDITION 2016

---

# Les projets



CO-FONDATEURS: **UTOPIES**®



DANONE

gregbernarda  
STRATEGYDESIGN



PARTENAIRES: **Strategyzer**

**MOD-A**  
[ MAKESTORMING ]



## Qu'est-ce que le **PROGRAMME NOÉ** ?

---

Noé est un programme à destination des entreprises pour inventer les offres, les modèles économiques et les marques de demain. L'objectif est de transmettre aux participants les ressources nécessaires pour enclencher des dynamiques d'innovation durable de retour dans leur entreprise.

Une idée originale d'**Utopies**, **Danone** et **Greg Bernarda Strategy Design**, en partenariat avec **Strategyzer** (les créateurs de Business Model Generation) et **Nod-A**.

### **Le déroulement**

- L'équipe Noé et les partenaires du programme définissent ensemble des défis concrets d'innovation durable.
- Chaque participant est affecté à une tribu inter-entreprises. Chaque tribu aborde un défi donné pendant le séminaire.
- Pendant le séminaire, les participants (organisés en tribus) mettent en pratique les enseignements en travaillant sur une solution de marché qui répond à leur défi.
- En fin de parcours, chaque tribu a produit une affiche de pub, un business model, un storyboard, un prototype et un pitch.

### **Le profil des participants**

- Fonctions « business » : patrons de BU et N-1, intrapreneurs.
- Fonctions transverses : direction générale, stratégie, innovation, R&D, marketing, digital, achats, RH, RSE, etc.
- Managers seniors ou confirmés, hauts potentiels
- Personnes sensibles aux enjeux d'innovation et/ou de développement durable.



# PROGRAMME

# noé

2<sup>ÈME</sup> ÉDITION

30 MAI - 1<sup>ER</sup> JUIN 2016 À EVIAN

- 97 participants
- 20 entreprises
- 12 défis d'innovation durable

## LE PROGRAMME

### JOUR 1

#### MATIN : INTRODUCTION À L'INNOVATION DURABLE

- L'innovation durable c'est possible: *Elisabeth Laville, Utopies*
- Innover pour une transformation radicale de l'entreprise: *Ramon Arratia, Interface*
- Innover à partir des défis de société: *Jean-Philippe Arnoux, Lapeyre*
- Innover en s'inspirant du vivant: *Kalina Raskin, CEEBIOS*
- Introduction au parcours et règles du jeu: *Greg Bernarda*
- Travail en tribu: s'immerger dans son défi
- L'intériorité citoyenne: *Thomas d'Ansembourg*

#### APRÈS-MIDI : IDÉATION

- L'innovation radicale: *Dirk Alhborn, Hyperloop Transportation Technologies, US*
- Introduction au makestorming: *Marie-Noéline Viguié, Nod-A*
- Marketplace: Découverte du jeu *Sustainable IdeaMaker*
- Travail en tribu: Générer et sélectionner des idées avec *Sustainable IdeaMaker*
- Travail en tribu: Prototyper l'histoire de sa solution avec le *Stormboard*

### JOUR 2

#### MATIN : BUSINESS MODEL

- Introduction au Jour 2: *Anne Thévenet-Abitbol, Danone*
- Business Model Generation: *Alexander Osterwalder*
- Introduction à la marketplace: *Thomas Busuttill, Utopies*
- Marketplace Business Models
- Travail en tribu: Concevoir le Business Model

#### APRÈS-MIDI : PROTOTYPAGE

- Gérer ses obstacles personnels au travail: *Thomas d'Ansembourg*
- Prototyper son modèle financier: *Alex Osterwalder*
- Travail en tribu: prototyper son modèle financier
- Introduction au testing et au prototypage: *Alex Osterwalder, Marie-Noéline Viguié*
- Travail en tribu: Réaliser et tester son affiche de pub
- Travail en tribu: Préparer la soirée prototypage
- Travail en tribu: Prototypage

### JOUR 3

#### MATIN : BUSINESS MODEL

- Présentation des pitches
- Marketplace des projets et speed investing
- L'intériorité citoyenne: *Thomas d'Ansembourg*
- Conclusion

## LES 12 DÉFIS

---

<b>BOUYGUES</b> # tribu Gandhi # habitat BOP	p.7
<b>BOUYGUES</b> # tribu Isaac Newton # route solaire	p.13
<b>CAISSE DES DEPÔTS</b> # tribu Albert Einstein # école de demain	p.19
<b>DANONE</b> # Tribu Marie Curie # petit-déj & santé	p.25
<b>DANONE</b> # tribu Galilée # alimentation nouveau-né	p.31
<b>Française des Jeux</b> # tribu Léonard de Vinci # jeu sans argent	p.37
<b>LEROY MERLIN</b> # tribu Thomas Edison # habitat seniors	p.43
<b>LEROY MERLIN</b> # tribu Muhammad Yunus # jardinage au naturel	p.49
<b>L'OREAL</b> # tribu Gustave Eiffel # maquillage du futur	p.55
<b>MOUSQUETAIRES</b> # tribu Archimède # supermarché local	p.61
<b>ORANGE</b> # tribu Ada Lovelace # données personnelles	p.67
<b>Sans sponsor</b> # tribu Mary Parker Follett # intrapreneuriat	p.73

### LE PARTENAIRE

## Bouygues Construction

### LE DÉFI

# Concevoir une solution de logement et bâtiment public adaptée au BOP

L'accès à un logement digne dans le « Bottom Of the Pyramid » est un enjeu sociétal prioritaire. Or il s'agit d'un marché très différent de celui du logement traditionnel... Aidez-nous à développer une solution adaptée à ce marché !

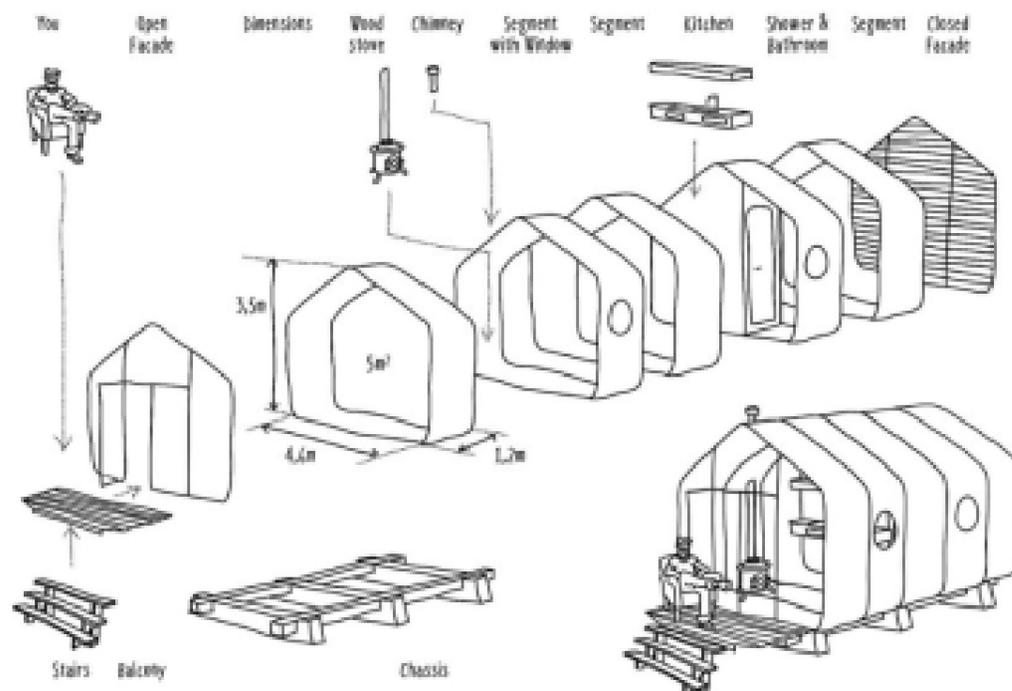
## LA SOLUTION

# Modul'Home

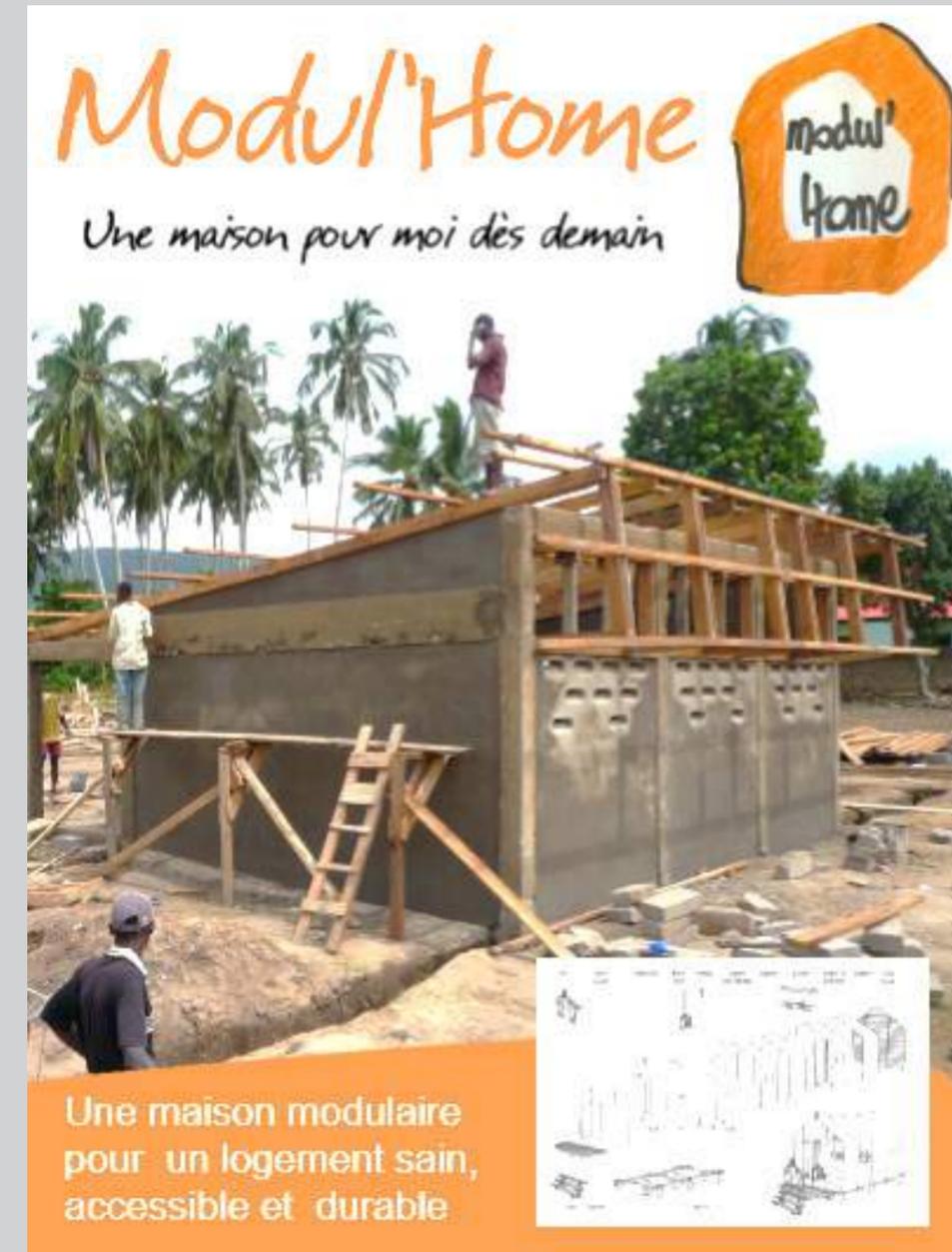
Rendons possible un toit décent pour chaque habitant

**Grâce à la solution Modul'Home, Bouygues offre à la communauté locale de co-construire un logement accessible, modulaire, sain, et durable.**

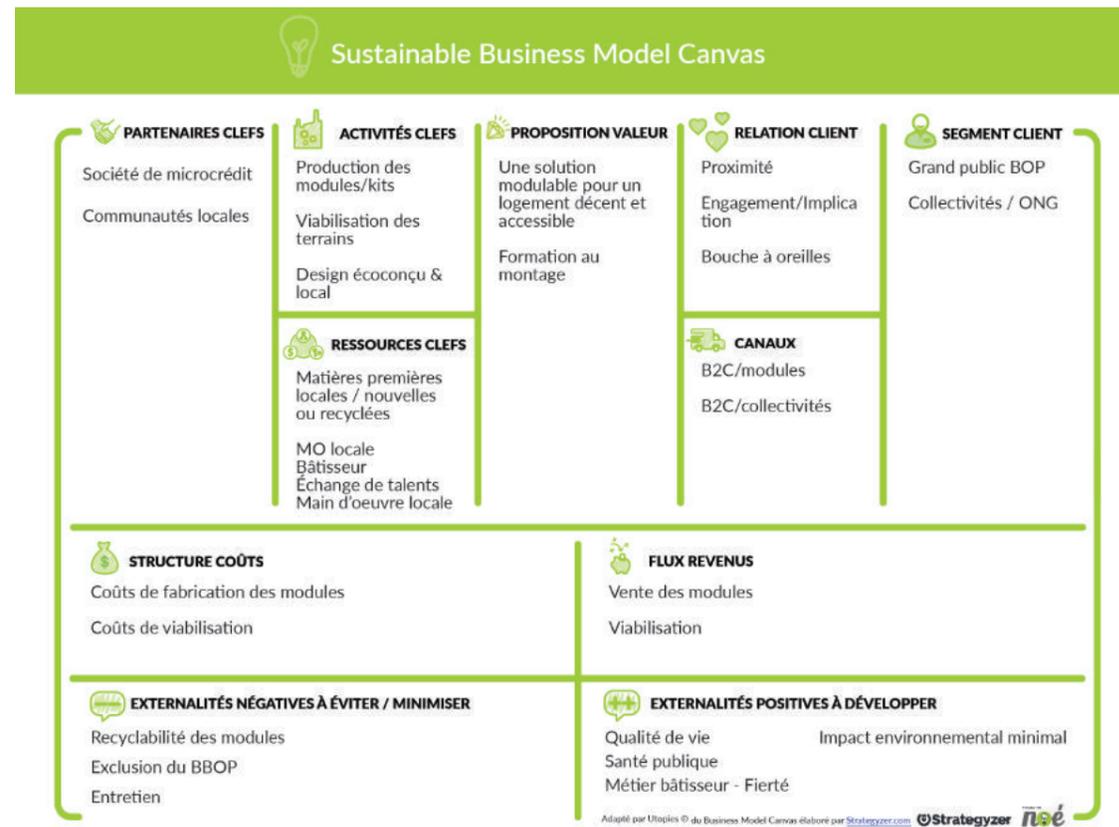
Avec la collectivité locale, Bouygues assainit et prépare le terrain (terrassament, eau, électricité, eaux usées) qui accueillera les modules. Ces modules-kit sont produits localement, dans une micro-usine utilisant les matériaux locaux (naturels ou recyclés) et la main d'oeuvre locale. Bénéficiant de formation pointue, chaque propriétaire assemble, personnalise son propre module pour les besoins de sa propre famille.



## L’AFFICHE DE PUB



# LE BUSINESS MODEL



# LE STAND



## LA TRIBU



**Stefania AVANZINI**, Danone  
**Philippe BONNINGUE**, L'Oréal  
**Nicolas COIFFAIT**, Gecina  
**Emmanuelle COLONNA**, Danone  
**Caroline D'ESTEVE DE PRADEL**, BNP Paribas  
**Stéphanie HAJJAR**, Leroy Merlin  
**Guillaume PETILLAT**, Orange  
**Anne-Marie SOUSA**, Leroy Merlin

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Ludivine SERRIERE**  
**Bouygues Construction**  
Project Manager  
Open Innovation dept.

**tel : +33 (0)6 77 50 17 24**  
**[lserriere@bouygues-construction.com](mailto:lserriere@bouygues-construction.com)**

## LE PARTENAIRE

# Colas (Groupe Bouygues)

## LE DÉFI

# Concevoir la route solaire de demain

---

Nous avons développé une technologie de dalles photovoltaïques qui peuvent être posées sur une chaussée. C'est Wattway : le point de départ de la route solaire en France. Mais une technologie ne suffit pas à développer une solution innovante. Aidez-nous à imaginer le modèle qui rendra cette innovation viable !



## LA SOLUTION

# Pack WATTWAY

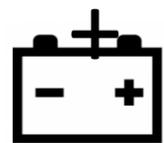
Faites de la route l'énergie de votre quotidien !

**Avec votre PACK WATTWAY :**

- Rechargez votre voiture électrique en roulant sur les routes solaires.
- Emmagazinez de l'énergie pour vos besoins domestiques

En souscrivant un Pack Wattway, vous bénéficiez d'une recharge automatique de votre véhicule électrique lorsqu'il roule sur le réseau de route solaire Wattway. Vous n'avez plus à vous soucier de vos recharges de batteries et avez une autonomie illimitée !

En plus, vous pouvez également stocker de l'énergie électrique dans les batteries Wattway pour l'utiliser chez vous.



## L'AFFICHE DE PUB



# LE BUSINESS MODEL



# LE STAND



## LA TRIBU



**Christophe BAUTE**, Hermès Cuir précieux  
**Hélène BERILLE**, Danone  
**Saad DAHER**, Hermès  
**Brigitte JOUBERT**, Leroy Merlin  
**Eric MATOUSSOWSKY**, Française des Jeux  
**Virginie PIRONNEAU**, Française des Jeux  
**Anne THOURET**, Française des Jeux

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Elisabeth GAILLARDE**

Colas

Directeur Marketing

**Tél. +33 1 47 61 74 68 - Mobile +33 6 15 34 19 74**

**[elisabeth.gaillarde@colas.com](mailto:elisabeth.gaillarde@colas.com)**

## LE PARTENAIRE

# Caisse des Dépôts

## LE DÉFI

*Concevoir  
la « salle de classe »  
de primaire du 3ème  
millénaire*

Le patrimoine immobilier scolaire actuel est peu adapté aux nouveaux usages. Aidez-nous à imaginer la « salle de classe » de demain (le lieu d'apprentissage de demain) comme un lieu ouvert, durable et contribuant au développement équilibré des enfants du primaire.

## LA SOLUTION

# FAB SCHOOL

L'école qui fait grandir

**L'école de 2030 sera modulaire, connectée, épanouissante et responsable, laissant la part belle à l'apprentissage par l'expérience.**

Une école ouverte sur les communautés locales et sur le monde, connectant les élèves aux 4 coins de la planète grâce à des équipements numériques au cœur de l'apprentissage. Des parties prenantes (associations, professionnels, retraités, ...) pourvoyeurs de contenus pédagogiques, et qui peuvent profiter des infrastructures scolaires dans une logique de co-working, co-learning ou co-créativité. Un lieu sobre, écologiquement et économiquement efficace.



## L'AFFICHE DE PUB

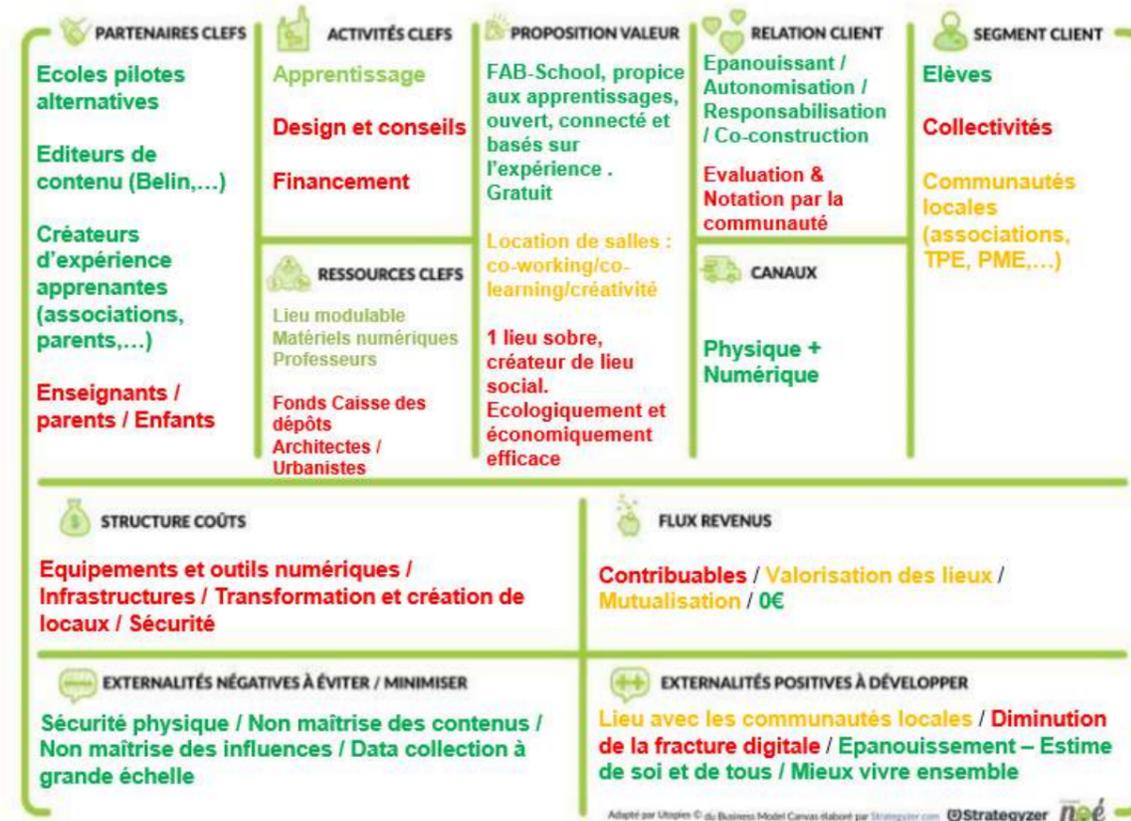
**FAB SCHOOL** L'école qui fait grandir

COCONNECTE COWORKING COMMUNAUTAIRE  
CORESPONSABLE COLLECTIF COCREATIF

Un espace connecté d'apprentissages et d'expériences pour les enfants de 6 à 11 ans, ouvert sur soi, la collectivité, le monde.

**@pprendre ensemble par l'expérience**

## LE BUSINESS MODEL



## LE STAND



## LA TRIBU



SOPHIE



CHRISTEL



AUDE



OLIVIER



STEPHANIE



XAVIER



CEDRIC



HELENE

Olivier BATAILLE, L'Oréal  
Cédric BRETON, Française des Jeux  
Aude CRIQUI, Mobivia Groupe  
Christel ENGELVIN, Intermarché  
Hélène HUBAUT, Leroy Merlin  
Stéphanie MATHIOTE-BABIN, Les Mousquetaires  
Xavier PINARDON, Danone  
Sophie TAKAHASHI, Hermès

## LE RÉFÉRENT DÉFI

### **Sabine Parnigi-Delefosse**

Caisse de dépôts  
Responsable Innovation  
Département de la stratégie

07 86 12 21 57

[Sabine.Parnigi-Delefosse@caissedesdepots.fr](mailto:Sabine.Parnigi-Delefosse@caissedesdepots.fr)

## LE PARTENAIRE

# Danone

## LE DÉFI

# Concevoir une solution de petit- déjeuner pour aider au maintien de son capital santé

A partir de 40 ans, nombreux sont ceux qui souhaitent préserver leur capital santé pour profiter de la vie: comment les aider avec une solution quotidienne, expérientielle, connectée et positive ?



Tribu **Marie Curie**

## LA SOLUTION

# Take a Break First !

Le petit déjeuner, une ouverture saine sur votre journée

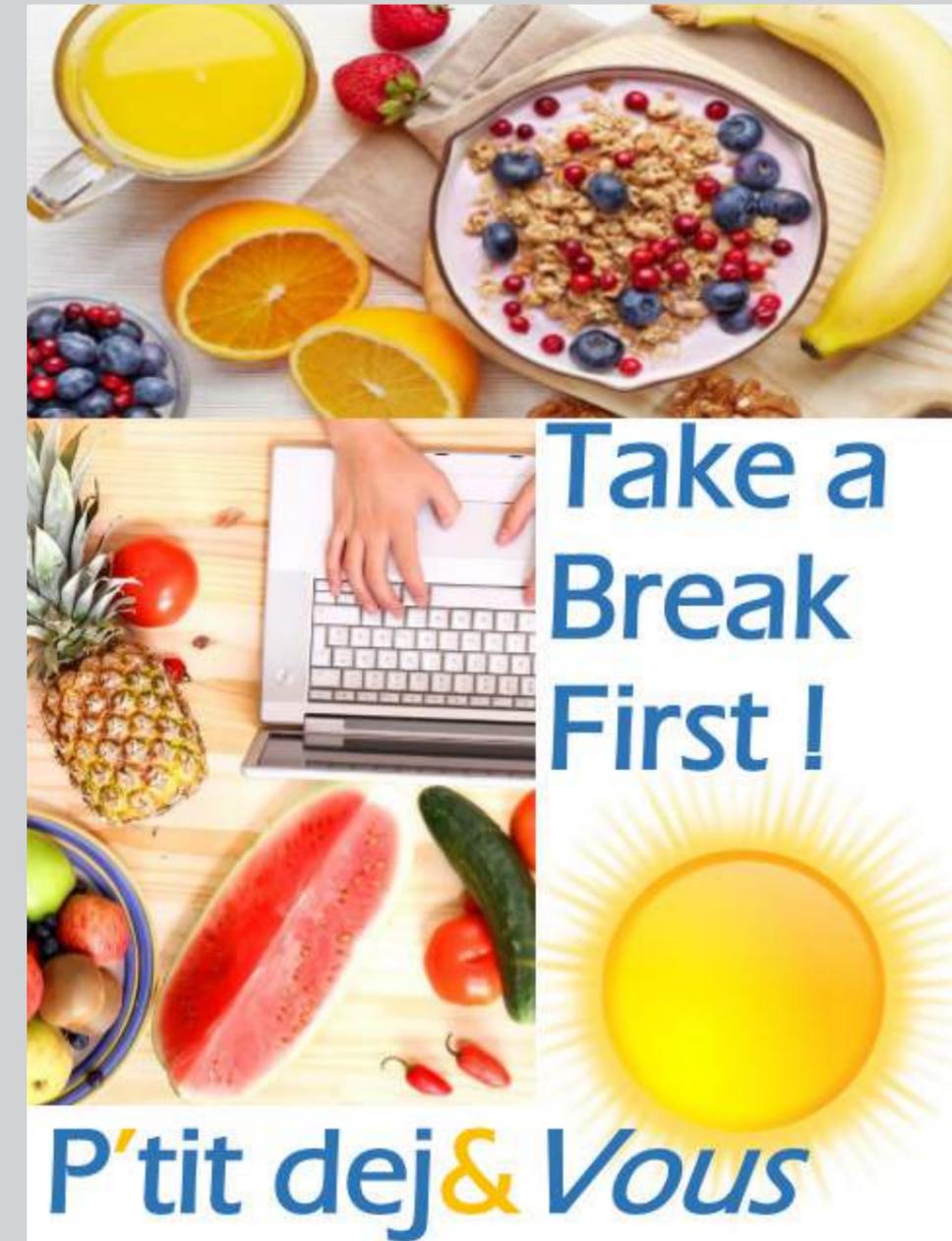
**Accompagner et faciliter la remise en forme des actifs de plus de 40 ans par une solution qui booste leur journée.**

J'évalue mon profil bien-être en fonction de mon style de vie et de mes envies...

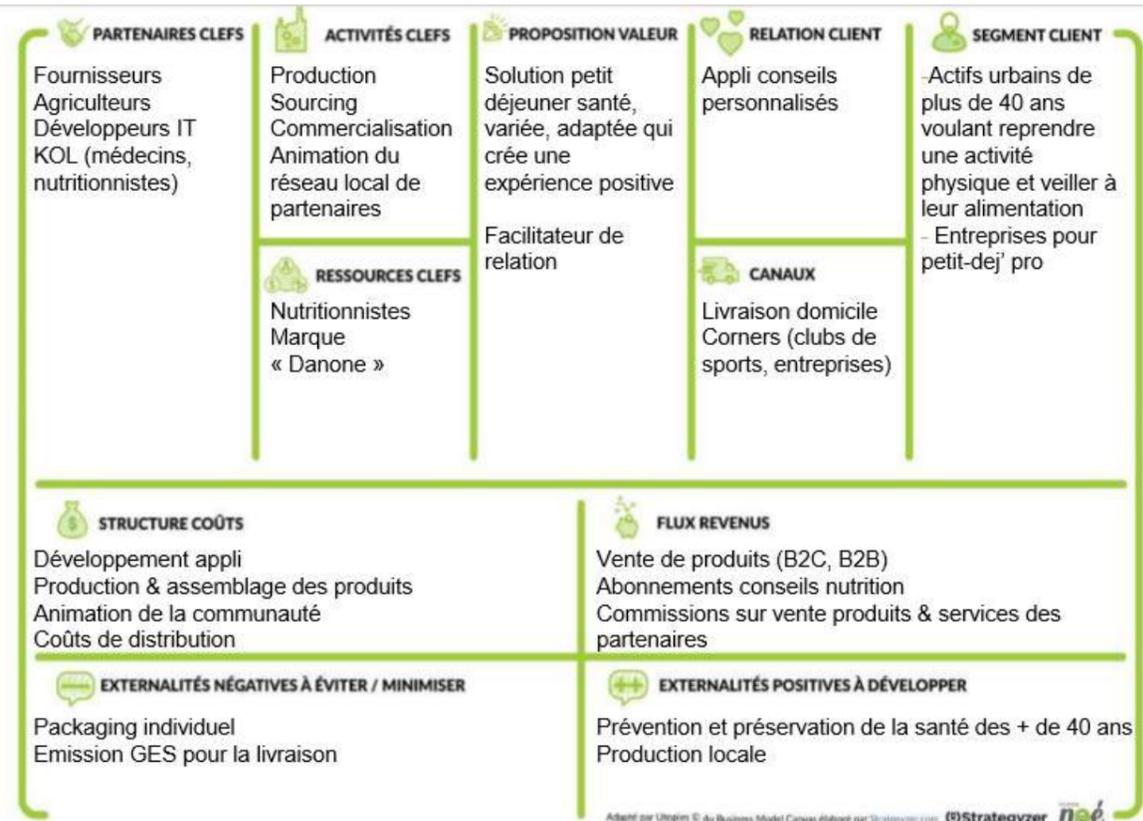
Mon appli "P'tit Déj & moi" me propose le fun et le sérieux qui m'aide à passer à l'action pour ré-enchanter mes petits-dej', le meilleur starter de mes journées, connecté à moi-même et aux autres, avec tous les conseils pour me remettre en forme.



## L'AFFICHE DE PUB



# LE BUSINESS MODEL



# LE STAND



## LA TRIBU



Marie BALMAIN, Pierre et Vacances  
Christophe BOURDY, Leroy Merlin  
Aurélie CLAUIN, Open Agrifood Orléans  
Nicolas CORDIER, Leroy Merlin  
Caroline DASSIE, ITM Alimentaire International  
Charles DUCLAUX, L'Oréal  
Catherine MAILLE, Caisse des Dépôts  
Laetitia MATTIONI, Hermès

## LE RÉFÉRENT DÉFI

### **Emilie Boucly-Cistac**

M.I.A. Senior Business Designer  
[emilie.boucly-cistac@gmail.com](mailto:emilie.boucly-cistac@gmail.com)  
06 22 51 37 28

### **Gabriela Kobesova**

M.I.A Project Leader  
[gabriela.kobesova@danone.com](mailto:gabriela.kobesova@danone.com)  
06 29 81 08 19

## LE PARTENAIRE

# Danone

## LE DÉFI

*Concevoir une solution pour aider les parents à offrir une alimentation adaptée à leur nouveau-né*

---

Beaucoup de parents ont du mal à proposer une alimentation adaptée à leurs enfants en bas-âge : que faire ?



## LA SOLUTION

# HAPPY COOKERS FOR HAPPY BABIES

**Un menu bio et équilibré pour bébé, adapté à son âge, cuisiné près de chez vous dans un lieu ouvert et convivial.**

- Un service de préparation de repas pour enfants de moins de 3 ans
- Une garantie diététique sur les apports nutritionnels des recettes
- Des produits bio et locaux
- Une commande facilitée via une application
- Un vrai lieu "baby cook lab" convivial pour retirer les commandes et partager avec d'autres parents
- Des cuisiniers en retrait de la vie active désireux de partager leur savoir-faire



Cookers for  
**HAPPY**  
babies

## L’AFFICHE DE PUB

**Souriez, bébé est servi!**



Cookers for  
**HAPPY**  
babies

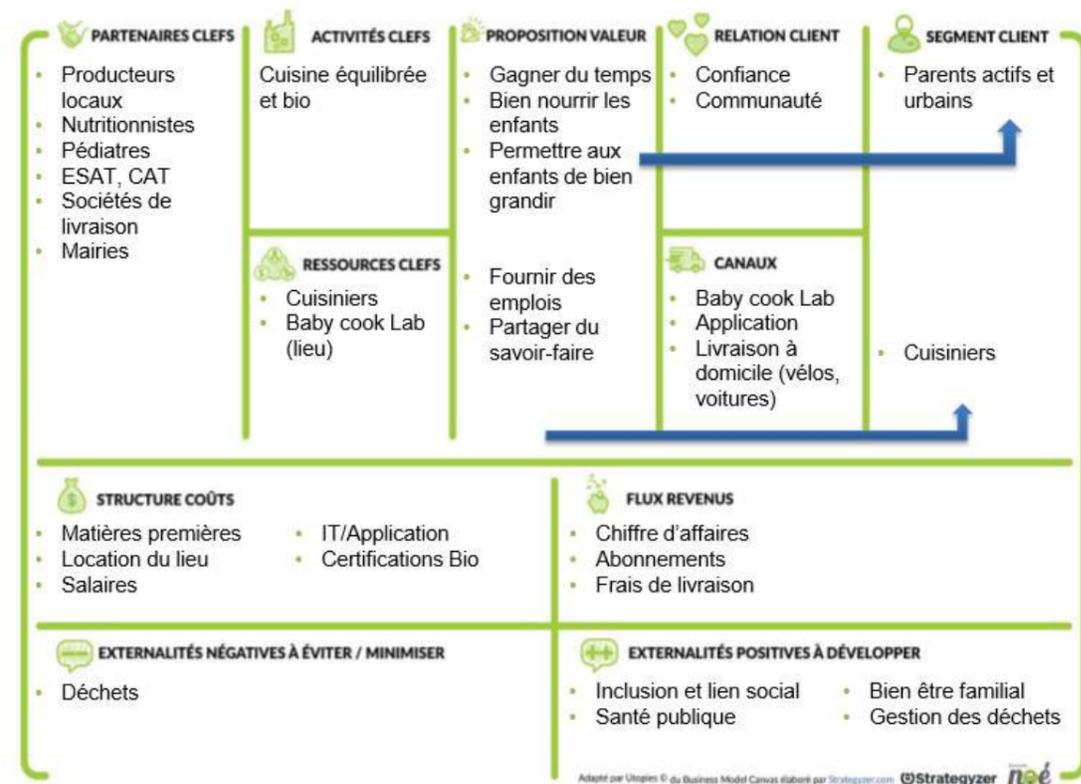


Un menu bio et équilibré pour bébé, adapté à son âge, cuisiné près de chez vous dans un lieu ouvert et convivial

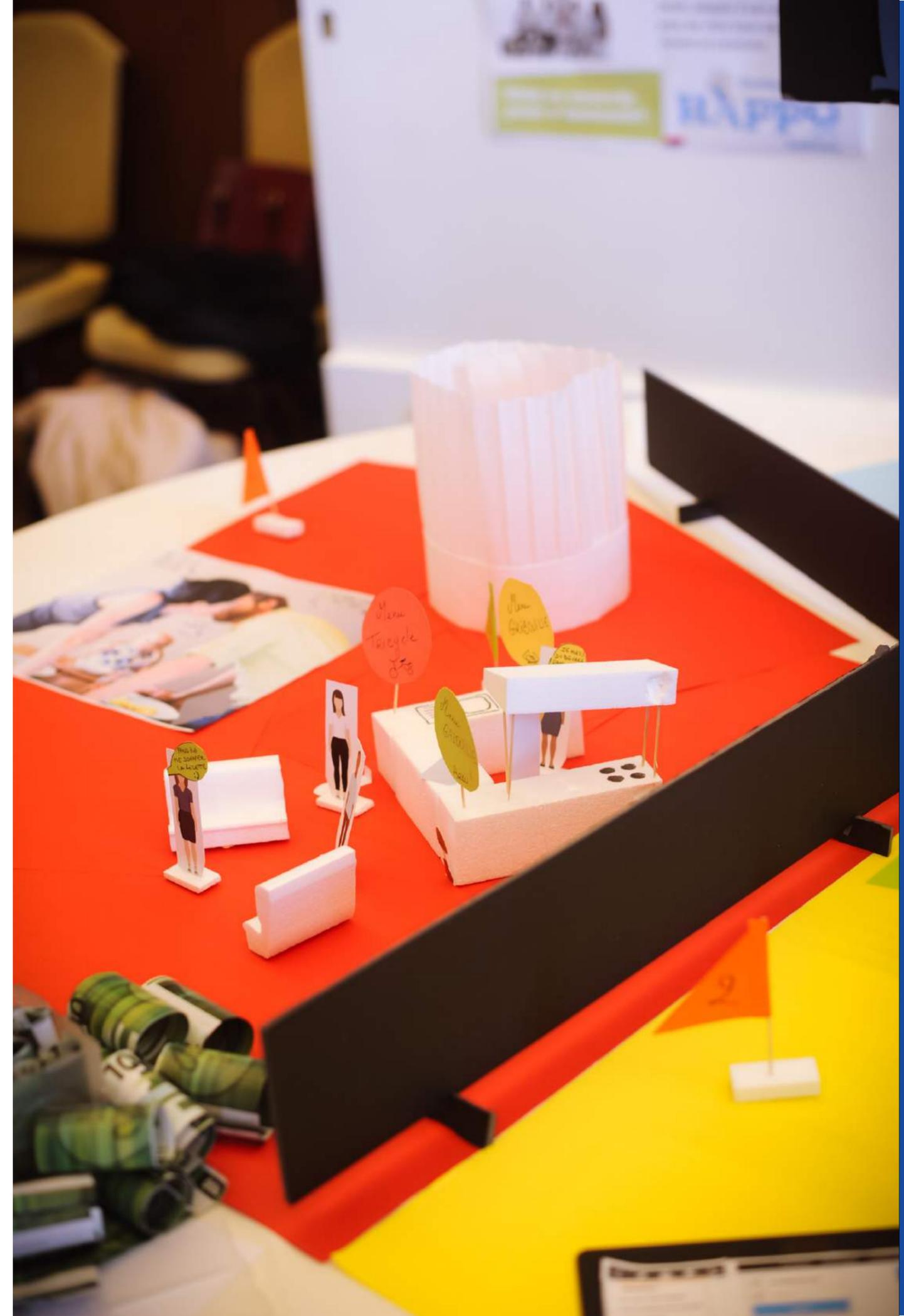
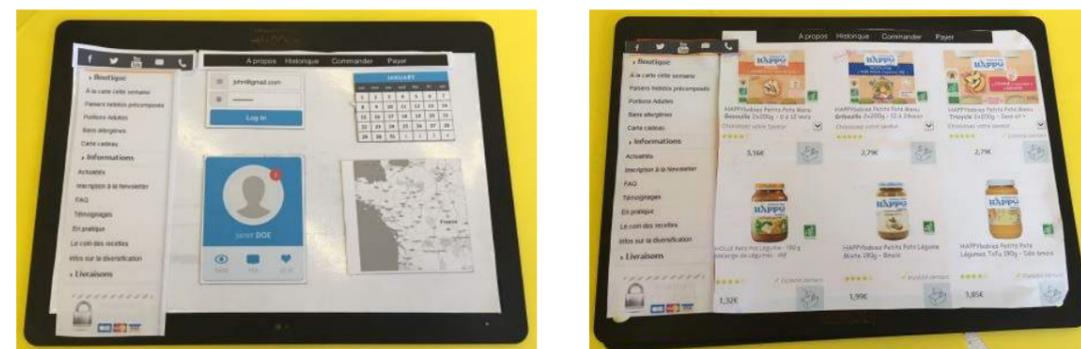
**Bien se nourrir pour s'épanouir!**

noé

# LE BUSINESS MODEL



# LE STAND



## LA TRIBU



**Florence ADIDA, BNP Paribas**  
**Loïc BONIVIN, Française des Jeux**  
**Aurélien CLERAUX, Bouygues Construction**  
**Isabelle DECORTE, Française des Jeux**  
**Nicolas GIEZEK, Leroy Merlin**  
**Christophe LECOCQ, Leroy Merlin**  
**Céline NORMAN, Leroy Merlin**  
**Marie Cécile ROCHET, Mobivia groupe**  
**Aurélien WEINLING, L'Oréal**

## LE PARTENAIRE

# Française des Jeux

## LE DÉFI

# Concevoir un jeu sans gain financier

Le jeu est une composante fondamentale de la vie des personnes. Nous nous sommes habitués à lier jeu et argent, mais en réalité les joueurs veulent vivre de vraies expériences ludiques. Aidez-nous à imaginer une solution récréative (un jeu) sans gain financier !

## LA SOLUTION

# CITIZEN GAME

**La FDJ lance un nouveau jeu interactif et communautaire dans lequel vous êtes les héros. Relevez les challenges qui vous sont proposés pour collecter les fonds nécessaires à la cause d'intérêt général proposée par l'organisation de votre choix.**

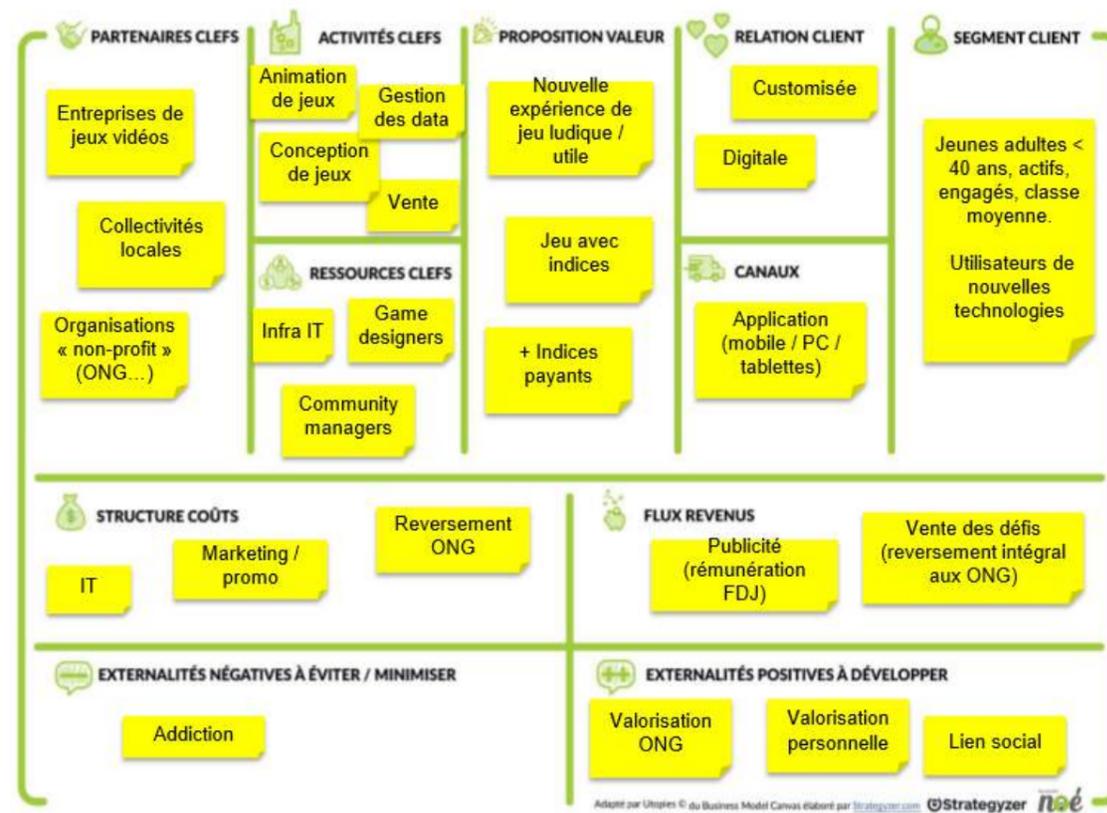
- Une organisation souhaite lever des fonds pour un projet précis et le soumet à la FDJ.
- Le joueur s'inscrit sur l'appli hébergeant les propositions de projets et choisit une cause.
- Le joueur relève des défis amusants d'abord gratuits puis payants.
- Quand la somme récoltée par la FDJ via les défis atteint le montant à lever pour l'organisation > la mission est terminée !
- Les joueurs peuvent faire appel à la communauté pour échanger des défis ou les relever ensemble.



## L'AFFICHE DE PUB



## LE BUSINESS MODEL



## LE STAND

**Have Fun & Change the world.**  
Wanna know more ? Join us !

JE SUIS LE MARI DE L'ŒIE...  
-----  
POUR LA FIN DE L'ENIGME, ENVOIE "INDICE" AU 06.21.69.49.66 LA COMMUNAUTÉ T'AIDERA !

SI VOUS ÊTES LÀ, C'EST QUE VOUS SOUHAITEZ EN METTRE DANS VOTRE VIE...  
SUIVEZ LES ARDISSES...



## LA TRIBU



Anne AMSALLEM, Orange  
Philippe BEDUNEAU, Icade  
Manuela BORELLA, Danone  
Michael DELOUIS, Danone  
Laurent GILBERT, L'Oréal  
Pierre LEMAIRE, Leroy Merlin  
Angeline LUNGHERETTI, Orange  
Clementine PACITTI, Bouygues Construction  
Agathe RUCKEBUSCH, Leroy Merlin

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Matthieu Saint-Raymond**  
Direction de la stratégie  
[msaintraymond@lfdj.com](mailto:msaintraymond@lfdj.com)

## LE PARTENAIRE

# Leroy Merlin

## LE DÉFI

# Concevoir une solution d'habitat accessible aux personnes âgées

Les personnes âgées ne réussissent pas à maintenir leur logement dans de bonnes conditions. Aidez-nous à imaginer comment pouvons-nous contribuer à un logement digne pour les personnes âgées.

## LA SOLUTION

# HAPPY HOME

### L'habitat qui évolue avec vous

Une solution qui accompagne les + de 60 ans pour repenser leur espace de vie en fonction de leurs besoins, qui les met en relation et recrute des locataires et qui offre un bouquet de services évolutifs



## L'AFFICHE DE PUB

**HAPPY HOME**  
L'habitat qui évolue avec vous

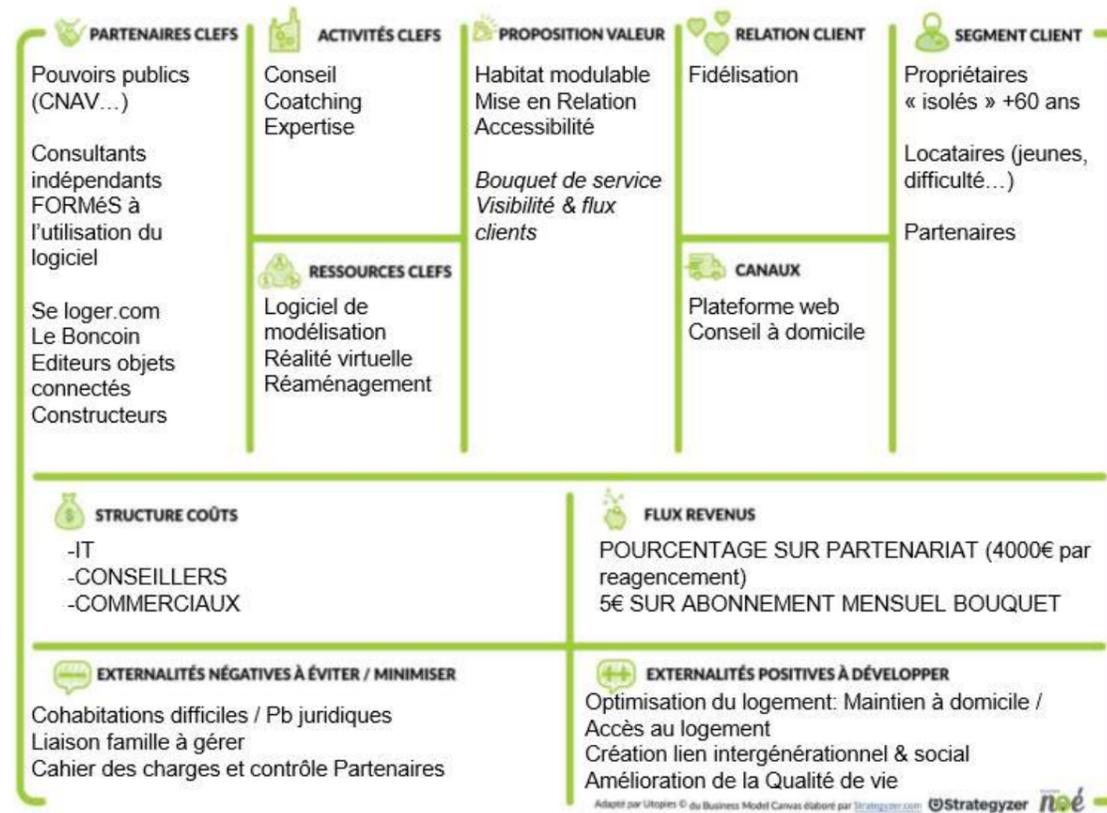
Grâce à Happy Home, Jacqueline partage désormais son logement avec Paul, Marie, Zoé et Gaspard.

**LA SOLUTION POUR TRANSFORMER ET PARTAGER VOTRE ESPACE DE VIE SELON VOS BESOINS**

Happy Home  
L'habitat qui évolue avec vous

PROGRAMME **noé**

# LE BUSINESS MODEL



# LE STAND



## LA TRIBU



**Caroline BARET, AXA France**  
**Sébastien BOUTIN, Orange**  
**Genevieve DUPONT, L'Oréal**  
**Catherine HERPSON, Caisse des Dépôts**  
**Philippe MANZONI, Intermarché**  
**Nathalie PILLOT, Française des Jeux**  
**Isabelle SULTAN-GASSETTE, Danone**

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Patrice PAGEAUD**  
Directeur Développement Durable  
Leroy Merlin France  
**+33611417071**  
**patrice.pageaud@leroymerlin.fr**

## LE PARTENAIRE

# Leroy Merlin

## LE DÉFI

# Concevoir une solution favorisant le jardinage au naturel

Le jardin est un espace de vie et de convivialité fondamental pour de nombreuses personnes. Mais la pratique du jardinage et les produits phytosanitaires posent des questions sanitaires et environnementales... Aidez-nous à imaginer une solution que nous pourrions mettre en place pour promouvoir le jardinage au naturel !

## LA SOLUTION

# DEMONJARDINATOI.COM

Il s'agit d'une plateforme d'achat en ligne de produits du jardin (fleurs, fruits/légumes en fonction des saisons) cultivés par des particuliers selon les principes durables de la permaculture.

- Les vendeurs s'engagent en adoptant une charte de production écologique.
- Leur objectif est de partager leur passion du jardin en offrant à petit prix leur production à des citadins qui recherchent des produits locaux, naturels et préservant la biodiversité.
- La plateforme est leur vitrine, assure la mise en relation, anime la communauté (partage de connaissance. Outre le rating des vendeurs, la plateforme délivre un "label" garantissant le respect des normes de production (bio...).



## L'AFFICHE DE PUB

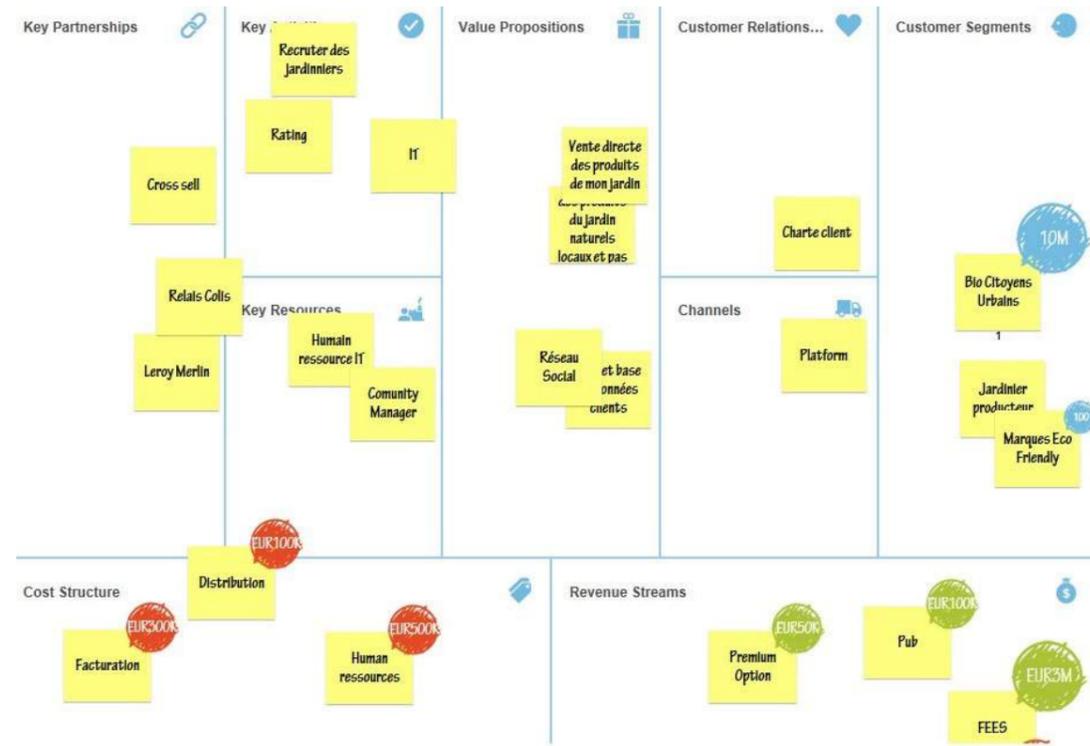
DEMONJARDINATOI.COM

Mon voisin m'ouvre son jardin.  
J'achète en un clic fleurs, fruits et légumes non traités.

DEMONJARDINATOI.COM  
Achetez – Vendez – Local & Solidaire

ANDROID APP ON Google play  
Available on the App Store

## LE BUSINESS MODEL



## LE STAND



## LA TRIBU



Anne BENRIKHI, Orange  
Magda CARRASCO, L'Oréal  
Arnaud DE LA MORINERIE, Caisse des Dépôts  
Aude GAMBERINI, Danone  
Rachel KOLBE, InVivo  
Valerie MAZON, Danone  
Olivier PRIBILE, Française des Jeux  
Ludovic VALADIER, Caisse des Dépôts

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Brigitte Joubert**  
Chef de produits  
Développement Responsable  
06 09 72 71 64  
[brigitte.joubert@leroymerlin.fr](mailto:brigitte.joubert@leroymerlin.fr)

## LE PARTENAIRE L'Oréal

LE DÉFI  
*Concevoir une  
solution de  
maquillage positive  
et durable*

Le maquillage nous accompagne depuis longue date. Aujourd'hui, nous souhaitons le mettre à la page, le rendre plus sain et réduire son impact environnemental. Aidez-nous à imaginer le maquillage de demain !

## LA SOLUTION

# MAKE YOURSELF UP

**On supprime les produits physiques !  
En 2030 la vision augmentée s'est standardisée; Nous lançons une application accessible à tous qui permet de choisir son look et d'en changer.**

Grace aux appareils connectés, l'expérience de la réalité augmentée est quotidienne pour toute la population. Nous proposons de supprimer le maquillage et ses contraintes personnelles et environnementales pour permettre de choisir et changer son look à volonté. Nous proposons une large variété de look (y compris marques, stars, occasions) ainsi qu'un service de coaching d'image.

**MAKE *yourself* UP**  
la beauté augmentée

## L'AFFICHE DE PUB

**L'ORÉAL**  
PARIS

**Je suis comme  
je m'aime  
en un clin d'œil !**



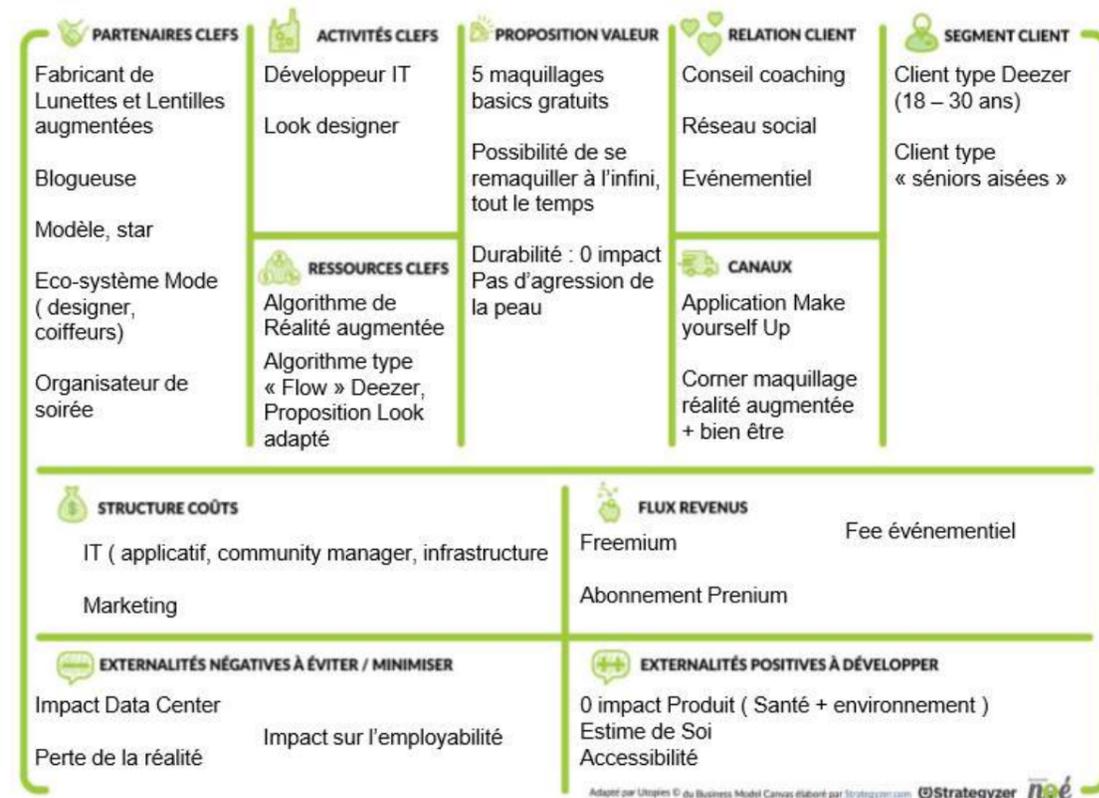
Choisissez votre look grâce à l'application  
**Make Yourself Up** et changez à l'infini...  
Plus de produits, plus de corvée  
pour un résultat parfait

Intégré à tous les devices  
de vision augmentée

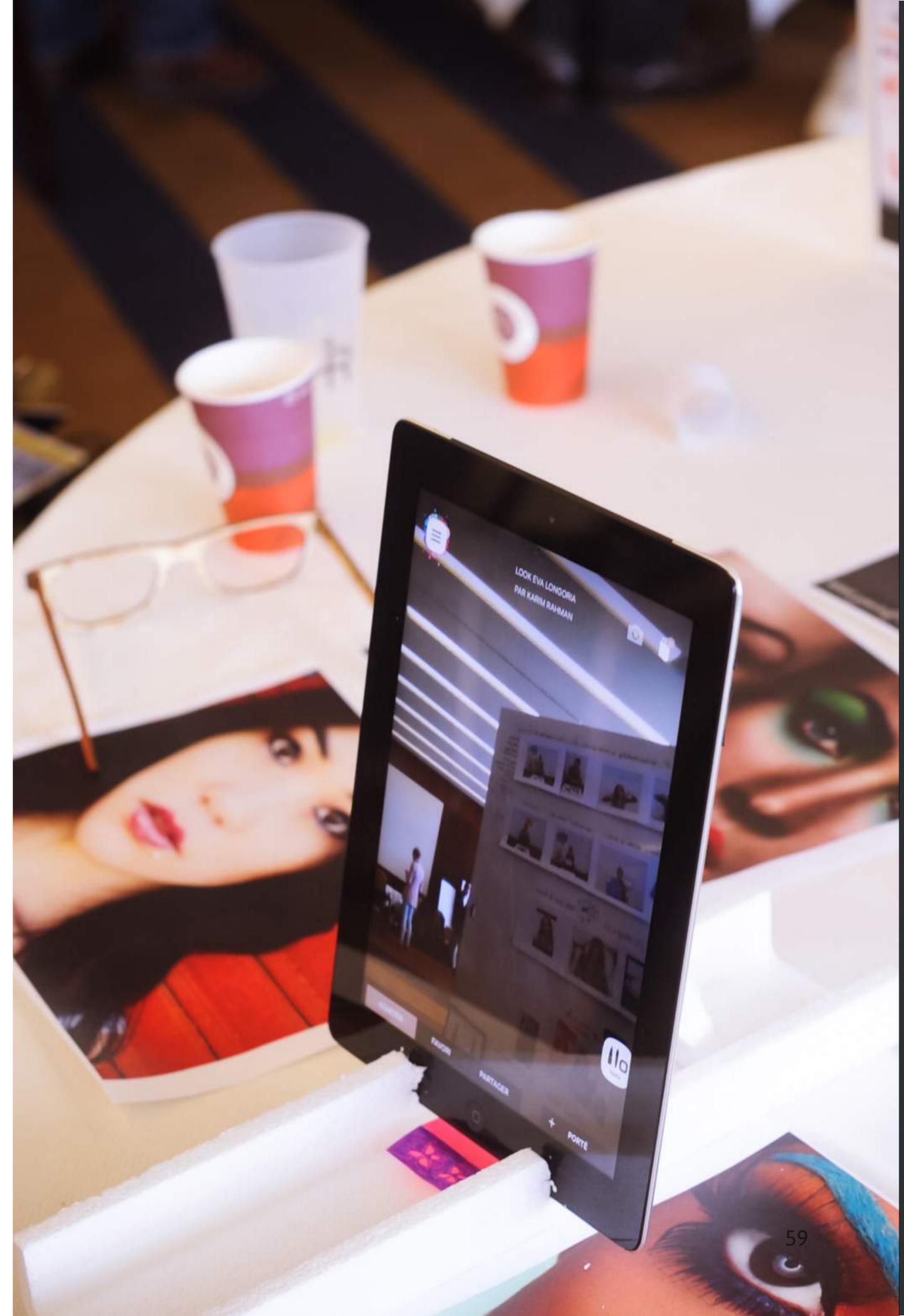
Google play Available on the App Store

**MAKE *yourself* UP**  
la beauté augmentée

## LE BUSINESS MODEL



## LE STAND



## LA TRIBU



**Benoit ANGENIEUX**, Danone  
**Christophe BONNO**, Groupement les Mousquetaires  
**Antoine COLBOC**, Eric Salmon & Partners  
**Karina DELPIERRE**, Adeo  
**Marie-Luce GODINOT**, Bouygues Construction  
**Manoelle LEPOUTRE**, TOTAL  
**Charlotte PAJAUD-BLANCHARD**, Icade  
**Ludivine SERRIERE**, Bouygues Construction

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Charles Duclaux**  
[Charles.duclaux@loreal.com](mailto:Charles.duclaux@loreal.com)  
06 35 26 30 09

## LE PARTENAIRE

# Les Mousquetaires

## LE DÉFI

*Concevoir un  
supermarché  
local, durable et  
contribuant  
au bien-manger*

Le supermarché est au cœur du quotidien des ménages. C'est aussi un outil phénoménal de transformation des comportements... Il peut accompagner les transformations sociétales en cours, tel que la relocalisation de l'économie, la transition écologique et, de manière transverse, le bien-manger. Aidez-nous à imaginer comment !



## LA SOLUTION

# Le marché des voisins

### Le 1er supermarché durable qui:

- 1) achète local autour du magasin
- 2) conseille sur le bien manger
- 3) propose des ateliers de service

- L'approvisionnement du magasin est devenu local et diversifié. Le développement de la végétalisation urbaine en constitue 50%, 30% sont issus de producteurs locaux (moins de 70 km), et les 20% restant proviennent de nos partenaires régionaux et internationaux : production raisonnée et transport sans avion.

- Le nouveau supermarché facilite les échanges de services et de produits. Toute personne peut y apporter ses récoltes ou le fruit de son travail (espace de commercialisation des produits de base, produits transformés ou services et compétences diverses).

- Magasin générateur et facilitateur de liens matériel, intergénérationnel et culturel. Vous y apprenez à bien manger et bien cuisiner grâce à des animateurs. Il est un point de rencontre et permet de combattre la fracture ville campagne.

## L’AFFICHE DE PUB

### LE MARCHÉ DES VOISINS



### Le 1<sup>er</sup> supermarché durable qui:

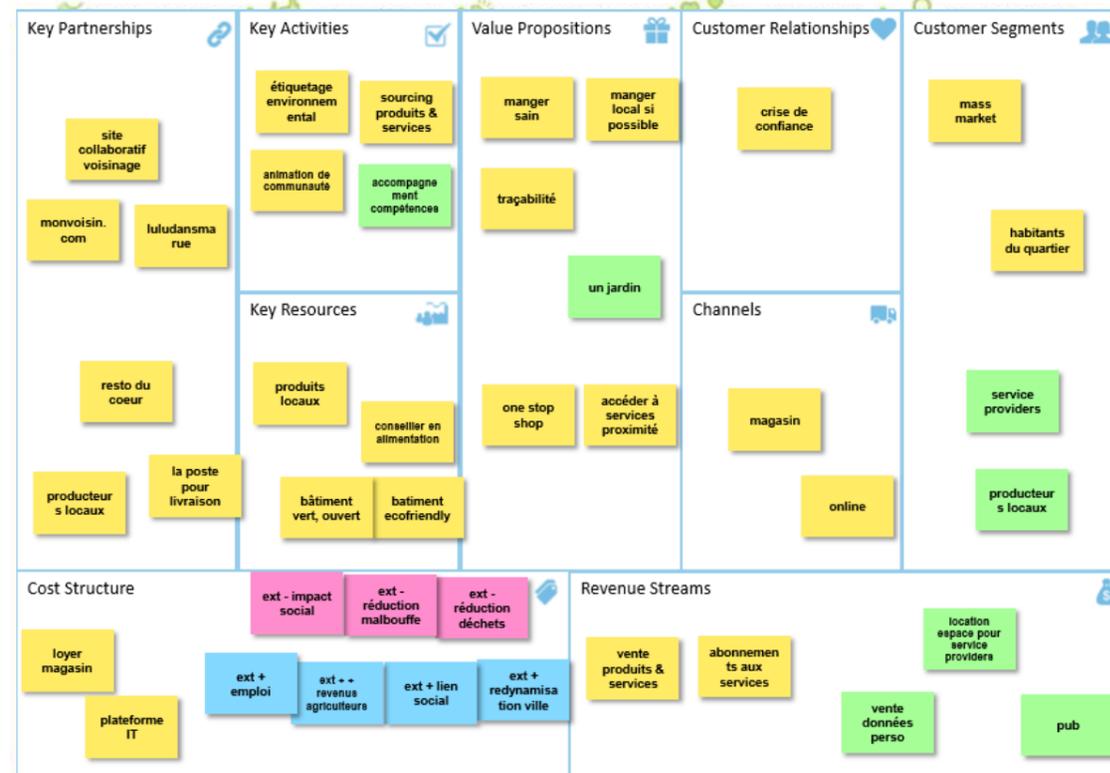
- 1) achète local autour du magasin (légumes, fruits, déchets)
- 2) vous conseille sur le bien manger (cours de cuisine, conseillers nutritionnels)
- 3) propose des ateliers de service (cordonnier, plomberie)

INTERMARCHÉ

Vous allez adorer y rester!



## LE BUSINESS MODEL



## LE STAND



## LA TRIBU



**Trino BELTRAN**, Bouygues Construction  
**Isabelle CARON**, Française des Jeux  
**Elisabeth GAILLARDE**, COLAS  
**Gabriela KOBESOVA**, Danone  
**Eric MAFFERT**, Danone  
**Vincent PICHON**, Caisse des Dépôts  
**Marie-Helene PLAINFOSSE**, groupe Galeries Lafayette  
**Philippe STREIFF**, Orange  
**Corinne TORINEAU**, Leroy Merlin

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Christel Engelvin**  
Conseillère du Président  
[cengelvin@mousquetaires.com](mailto:cengelvin@mousquetaires.com)  
Tél 0611484309

## LE PARTENAIRE

# Orange

## LE DÉFI

*Concevoir une solution de partage de données génératrice de confiance*

Aujourd'hui, les très nombreuses données personnelles dont nous disposons sont davantage un problème qu'une ressource (pour nous et pour nos clients). Aidez-nous à imaginer comment les valoriser pour renverser la tendance !

## LA SOLUTION

# NICE BROTHER

Contrôlez ce que vous dévoilez

**Une offre permettant aux utilisateurs de choisir le niveau de contrôle, par leur fournisseur d'accès, de l'usage de leurs données personnelles sur internet.**

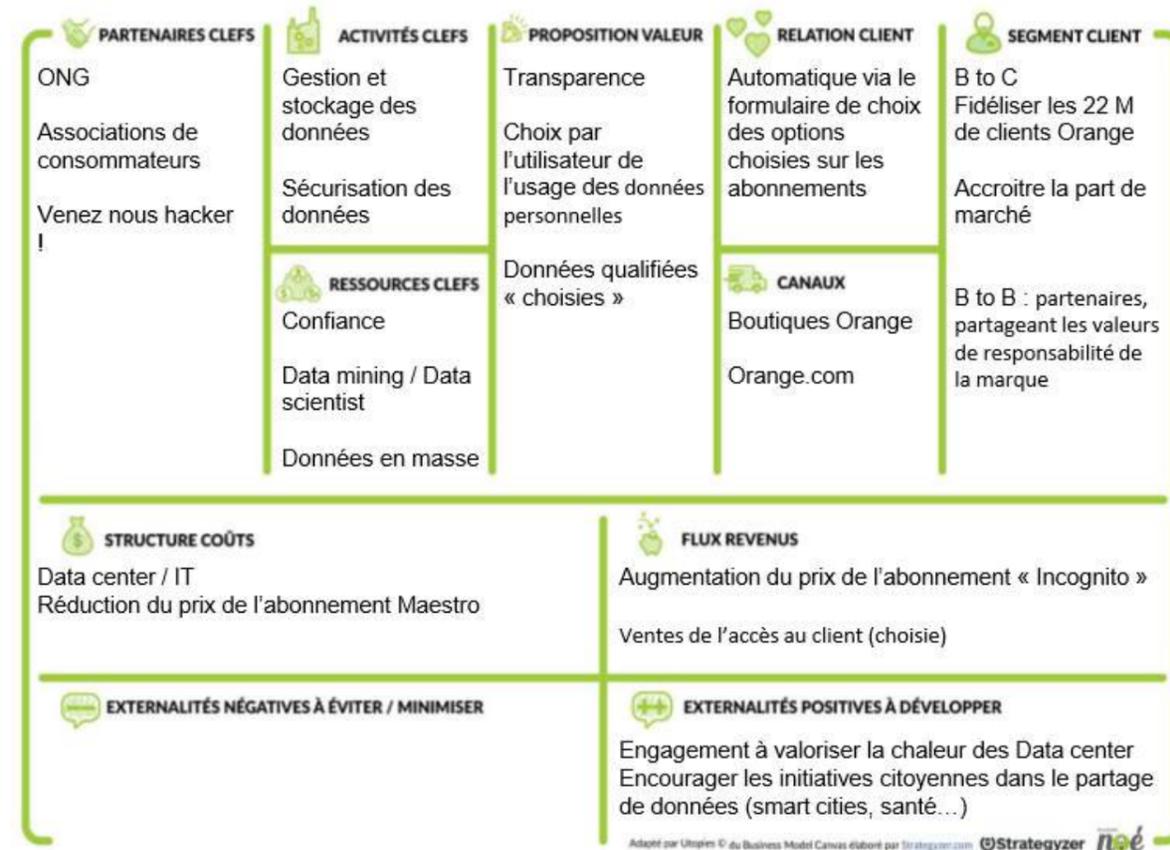
Orange s'engage à proposer à ses clients une totale transparence et contrôle sur l'usage de leurs données personnelles. Orange leur offre, dans un cadre sécurisé et confidentiel, de choisir l'utilisation qui en sera faite : non partage, partage personnalisé avec des partenaires pour une offre de services individuels, mise à disposition des données anonymisées pour faire avancer la réflexion sur les grands défis environnementaux et sociétaux de notre temps.



## L’AFFICHE DE PUB



## LE BUSINESS MODEL



## LE STAND



## LA TRIBU



Martial CHEVREUIL, Egis  
Charlotte DE TILLY, L'Oréal  
Hanane ENNASSIRI, Leroy Merlin  
Dominique GANIAGE, EDF  
Pierre LAURENT, Caisse des Dépôts  
Nadia MEHL, Danone  
Tom PULLEN, Danone  
Marion VAN BOMMEL, Française des Jeux

## LE RÉFÉRENT DÉFI

**Anne Benrikhi**  
IMT Techno  
[anne.benrikhi@orange.com](mailto:anne.benrikhi@orange.com)  
0607488707

**PAS DE PARTENAIRE**

LE DÉFI

*Concevoir une solution pour promouvoir l'intrapreneuriat dans les grands groupes*

Nous savons tous qu'il est difficile de développer une innovation de rupture au sein d'un grand groupe... Or dans la situation actuelle, entreprise et salariés sont perdants. Aidez-nous à imaginer une solution pour faire face à ce paradoxe !

## LA SOLUTION

# L'AGORA

Des lieux qui favorisent  
l'intrapreneuriat durable

AGORA : (du grec ἀγορά) le lieu de rassemblement social, politique et mercantile de la cité.

**Pour les grands groupes en besoin de relais de croissance et d'attractivité de talents, une solution qui favorise la création d'entreprises en leur sein tout en les rapprochant des consommateurs / usagers.**

Des maisons de naissances des nouveaux business par l'idéation, le prototypage et le test real life.

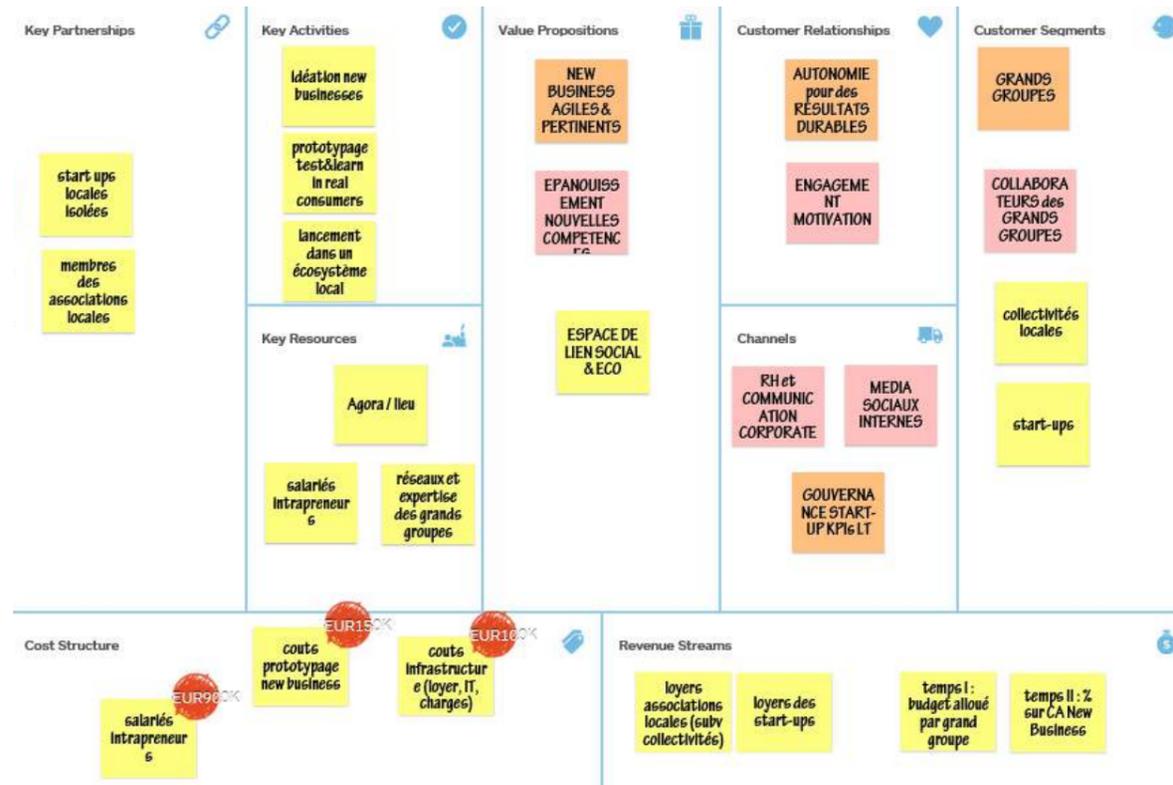
Leur point de distinction :

- Elles appartiennent à un grand groupe
- Elles sont décentralisées dans des territoires en recherche de revitalisation économique.
- Elles hébergent : des salariés "intrapreneurs volontaires", des associations choisies par les collectivités locales (jeunes en réinsertion, personnes âgées isolées, associations de loisirs familiaux...), et des start-ups locales.

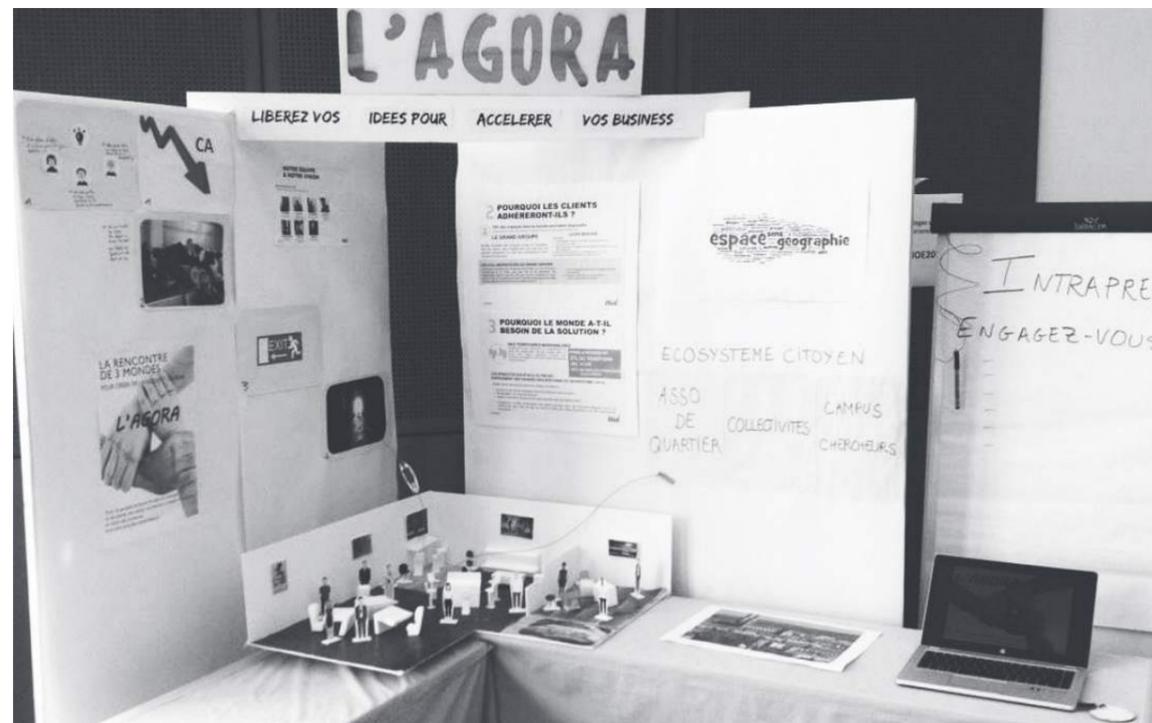
## L'AFFICHE DE PUB



## LE BUSINESS MODEL



## LE STAND



## LA TRIBU



ANTOINE



SOPHIE



SANDRINE



AURELIE



CHRISTOPHE



CAMILLE



EMILIE

**Camille BOCKEL, AXA France**  
**Emilie CISTAC, Danone**  
**Antoine DE VAUBERNIER, Danone**  
**Laurent GELHAYE, Caisse des Dépôts**  
**Sandrine LE DEIT, Leroy Merlin**  
**Frédéric MOHR, L'Oréal**  
**Aurélie REBAUDO-ZULBERTY, Gecina**  
**Sophie VELUT, L'Oréal**

PROGRAMME  
*noé*

---

ÉDITION 2016