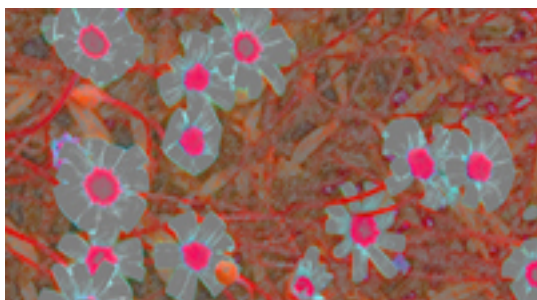


FORMATION CONTINUE

FORMATION
DES IMAGINAIRES AUX
NOUVEAUX BUSINESS MODÈLES

DES IMAGINAIRES AUX NOUVEAUX BUSINESS MODÈLES



LES FORMATEURS



Jean Patrick Péché

Designer consultant en design thinking, design management, stratégie design
Co-coordonateur du programme HOPE (ENSCI/Polytechnique Executive Education)

David Morin Ullman

Docteur et enseignant-chercheur en Anthropologie de la consommation: système des valeurs et des représentations, des imaginaires, du luxe, du design, de la créativité et de la robotique.

Loïc FEL

Docteur en philosophie de l'université Paris 1 Panthéon Sorbonne, ses recherches portent sur la relation entre esthétique et écologie scientifique.

Co-fondateur d'Influence for good, agence de stratégie d'influence et de COAL, la coalition pour une culture de l'écologie par les arts plastiques Il a été directeur du développement durable de l'agence BETC.)

Comment transformer les nouveaux imaginaires en nouveaux business modèles pour l'entreprise ? Un module pour passer du prospectif au plan d'action

L'approche de ce stage est fondée sur une grande expérience du Design Thinking, de sa théorisation, de son enseignement, et de sa mise en pratique au sein d'entreprises de secteurs aussi divers que l'industrie, l'assurance, les services (RH, réorganisation de services liés à la R & D et à l'innovation....).

Nécessairement transdisciplinaire, elle s'appuie sur 3 piliers structurants :

- > l'innovation émotionnelle
- > l'innovation d'usage
- > l'innovation de process

Les imaginaires sont présents (ou devraient l'être), dans ces trois ensembles de données. Le projet de Design Thinking se nourrit entre autres sources, sait « produire de l'imaginaire », faire appel aux imaginaires.

Mais les entreprises se heurtent bien souvent à la transformation en termes d'activité économique de cette production liée aux imaginaires.

Sans eux, nourrir un concept, en développer sa forme (au sens « eĩdos » et grec du terme), se traduit bien souvent par une proposition qui ne se distingue pas suffisamment de l'existant, ou qui ne répond pas aux objectifs.

Bien souvent, il s'agit d'un problème de méthode lié à des approches très incomplètes, voire étonnées...

Cette formation propose d'aborder la question de la concrétisation des imaginaires en propositions tangibles et/ou business modèle en s'appuyant sur une approche diversifiée et transdisciplinaire :

- le Design et l'Art
- les Sciences Humaines et Sociales
- les nouveaux deals

MODULE

3 journées- 3, 4 et 5 juin 2019
2250€

OBJECTIFS

- Définir un imaginaire de société et le replacer dans le contexte de l'anthropologie et de l'économie
- Piloter un processus de transformation des imaginaires en business modèles
- Réaliser la valorisation ou le renouvellement des modes de valorisation des imaginaires

DES IMAGINAIRES AUX NOUVEAUX BUSINESS MODÈLES

DATES

XXX 2019

LIEUX

Ensci les Ateliers, 48 rue St Sabin, 75011 Paris

PUBLICS

Personnes du marketing, et/ou de la communication
Commerciaux, chefs de projets, designers, ingénieurs
Formateurs, pilotes innovation, managers, DG, directeurs de stratégie

PROGRAMME DE LA FORMATION

Jour 1- David Morin Ullman et Jean Patrick Piché

Imaginaires et anthropologie de la modernité/économie libérale/SF

- Exposé/tribune critique et débats
- Atelier :
 - >"contradictoire"/cas connus dans l'entreprise
 - >"puissantification" de l'homme et de ses actes

Jour 2- Jean Patrick Piché

Design, art et créativité, imaginaires et modèles de transformation en business

- Exposé théories et cas concrets, débats
- Atelier "sense making" & business/cas connus dans l'entreprise

Jour 3- Loïc Fel et Jean Patrick Piché

Postures stratégiques et imaginaires : situationisme artistico-économique

- Atelier "situ agitprop" pour un nouveau mode de valorisation des imaginaires

Plus de formations sur :
<https://www.ensci.com/formations/formation-continue/1/>