

LUNDI 12 NOVEMBRE 2018 - 9H30 À 15H

2^{ème} Forum régional **HORIZON 2020** en Centre-Val de Loire

Des experts et des méthodes pour réussir votre projet

Atelier

Faites la différence avec l'impact

Thomas Rochette-Castel
Chargé d'affaires européennes au CNRS

Si vous ne pouvez expliquer un concept à un enfant de six ans, c'est que vous ne le comprenez pas complètement.



Albert Einstein

www.citation-celebre.com

La simplicité est la sophistication suprême.



Léonard de Vinci

www.citation-celebre.com

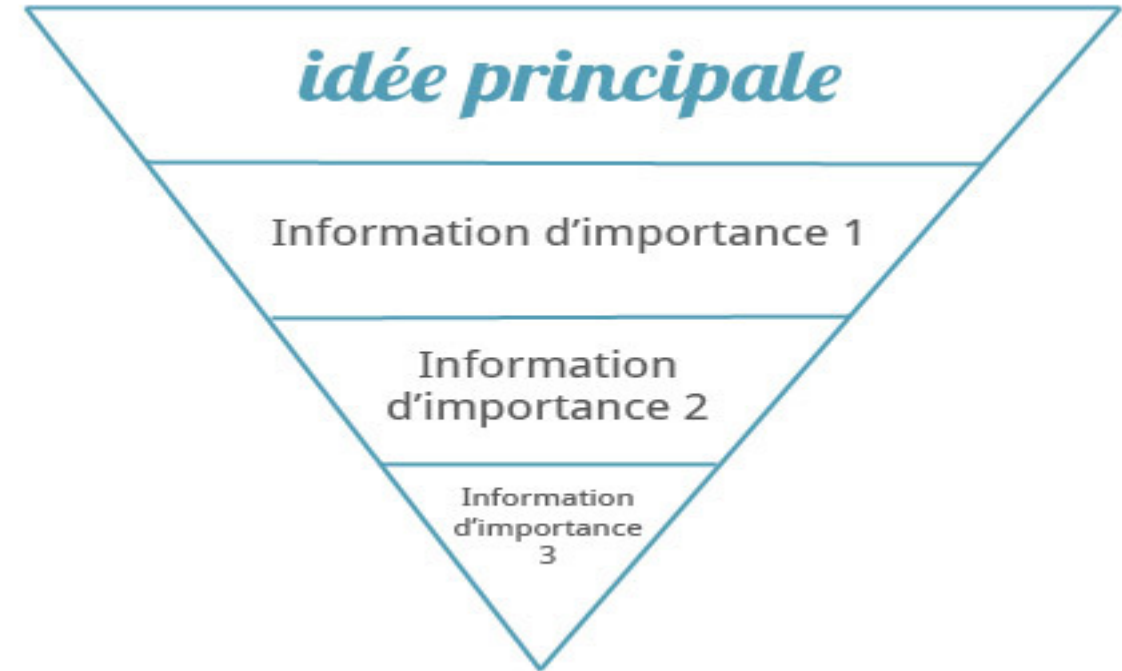
Notre mémoire de travail a une capacité très limitée

-2 7 +2

mémoire de travail = traitement et maintien des informations à court terme.

capacité très limitée : elle ne peut conserver simultanément que 7 éléments (+/- 2 en fonction des individus) pendant une période de 30s.

- il est donc crucial d'attirer l'attention de vos participants sur l'essentiel
- Evitez de multiplier les informations inutiles ou non pertinentes
 - Utilisation de **l'effet entonnoir**
 - Du plus général au plus spécifique



Le taux d'assimilation d'infos chute de plus de 50% en 20 minutes

Dans les 24h suivant, ce taux chute encore à 80%. Et dans le mois qui suit, si rien n'a été fait pour réactiver ce contenu, il n'en reste aucune trace.



De tous les sens, privilégiez le visuel !
Plus de 60% de la population mondiale
est à dominante visuelle



Pédagogie

Simplicité

Droit au but

Privilégier le visuel

Quel est l'impact d'une bouteille d'eau ?



- Mon projet est-il adapté aux impacts attendus de l'appel ?
- A quoi sert le projet ?
- A qui sert le projet ?
- Comment les utilisateurs de votre projet vont en exploiter les résultats ?
- Comment diffuser les résultats du projet ?

Notre méthode simple pour vous aider à préparer l'impact

1 Appels à projet = sujet du projet

2 Lister les résultats de mon projet

3 Identifier les Lead Users

4 Déterminer la chaîne de valeur du domaine

5 Déterminer comment vous diffusez les résultats

1) Référence à l'appel à projet

Mots clés de l'appel	En quoi le projet réponds à cette demande ?

2) Les résultats de mon projet

- Reports (contractual, policy statements, handbooks, etc.)
- Prototypes (technical prototypes, commercial prototypes)
- Data (statistics, benchmarks, trends, calibrations, etc.)
- Software (spreadsheets, algorithms, code, databases, systems, etc.)
- Educational (lecture material, courses, course notes, CDs, etc.)
- Media (website, video, audio, CDs, etc.)
- Publications (scientific journals, newsletters, proceedings, etc.)

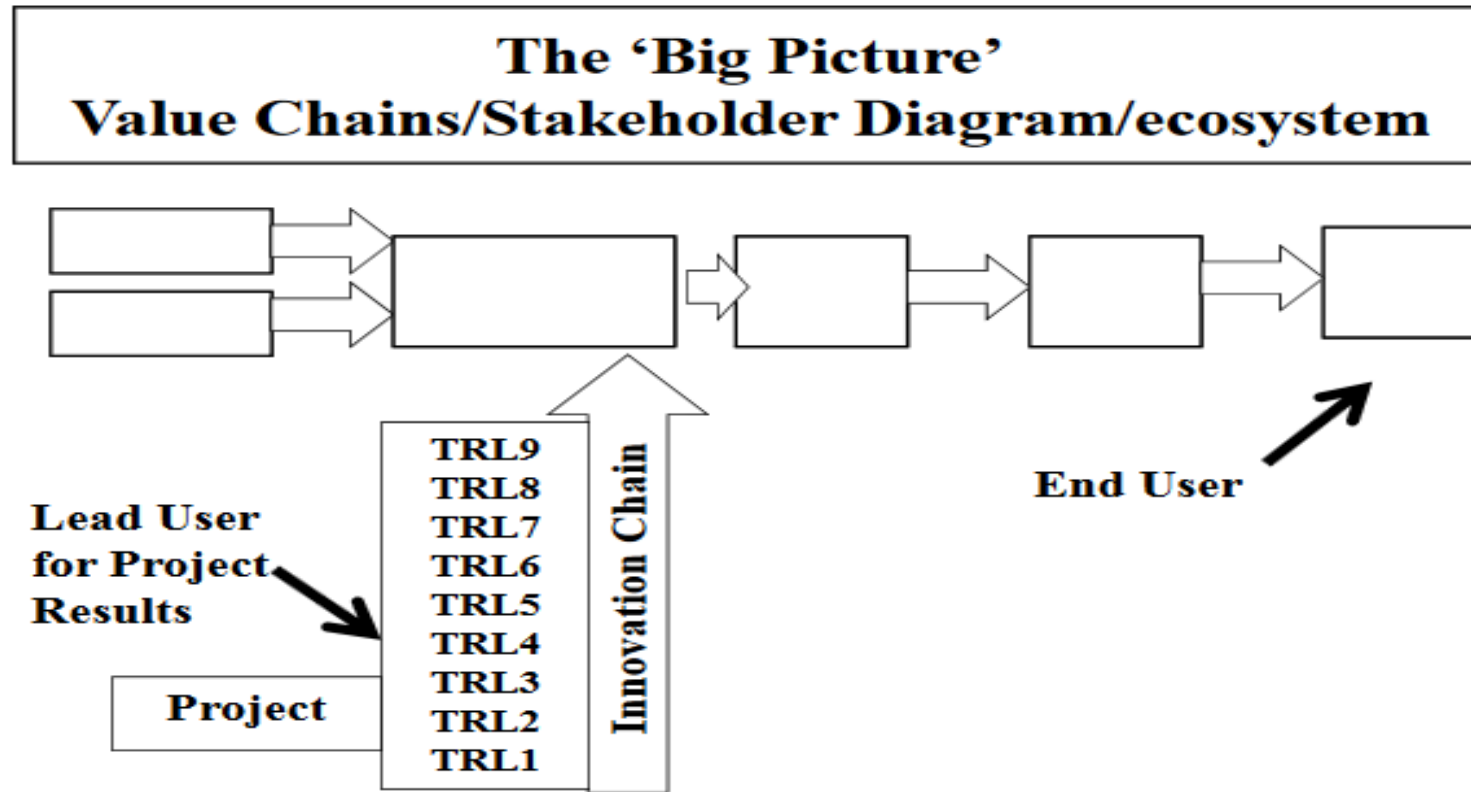
- Résultats d'analyses
- Méthodologie mise en place
- Quantités connues d'un réactif
- Développement d'un modèle mathématique
- Estimation d'un paramètre effectuée
- Inventaire des caractéristiques d'une espèce
- Détermination de critères
- Création de réactifs
- Base de données
- Rapports
- liste
- Cartographie
- Quantification
- Définition
- Guidelines
- Recommandation
- Diminution ou augmentation d'un élément
- Simulation
- Site internet / newsletter

3) Identification des Leads Users de mon projet

- Lead Users = utilisateurs directs de mon projet
- Tenter de les faire participer au projet
 - Les solliciter pour rédiger cette partie
- Comprendre quel est l'intérêt des résultats du projet pour eux
- Comprendre comment ils les utiliseront par la suite pour l'utilisateur final

4) Positionnement sur la chaîne de valeur

10



5) Diffusion et exploitation des résultats

Résultats	Lead Users	Outcomes	End Users	Diffusion

résultats	LEAD USER	Outcome	End Users	Diffusion
Reports Prototypes Data Software Educational Media Publications	Companies, SMEs Scientific Community NGO General Public Students Universtities	Reports Prototypes Data Software Educational Media Publications	Companies, SMEs Scientific Community NGO General Public Students Universtities	Website, Poster, Publication Brevet, secret, savoir faire, marques, dessins, modèles, licences, Droits d'auteur,

Résumé de l'outil : un simple tableau pour répondre aux questions de l'UE

1 Appels à projet = sujet du projet

2 A qui et à quoi va servir votre projet ?

3 Identifier les Lead Users

4 Déterminer la chaîne de valeur du domaine

5 Déterminer comment vous diffusez les résultats

Il ne faut pas que votre projet soit objectivement le meilleur,
il faut qu'il soit perçu comme le meilleur !

- « **Vulgarisez** » votre proposition et précisément la partie impact :
 - Adopter un style journalistique
 - Contextualisez, Chiffrez
 - Définir le besoin scientifique et marché auquel vous répondez
 - Persuadez le lecteur que votre proposition débouchera sur un maximum de résultats utiles pour un maximum d'utilisateurs

La proposition doit être claire
et aller droit au but

- <https://gestiondeprojet.pm/>
- http://earma-vienna-2013.book-of-abstracts.com/fileadmin/earma2013/presentations/04-07-McCARTHY-EARMA2013-Impact-H2020-Hyperion-T1_64.pdf
- <http://www.formavox.com/neurosciences-apprentissage-formation>
- <https://www.potiondevie.fr/synthese-esprit/>
- <http://celinealbarracin.com/astuce-redaction-web-10-utilisez-la-methode-de-lentonnoir/>