

ARTEM
nancy

ÉCOLE
SUPÉRIEURE D'ART ET DE
DESIGN
NATIONALE
D'ART ET DE
DE nancy

icn
business school
ARTEM

MINESnancy
ARTEM

l'ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE D'ART ET DE DESIGN DE NANCY (ENSAD NANCY), ICN BUSINESS SCHOOL ET MINES NANCY, PROPOSENT DANS LE CADRE DE L'ALLIANCE ARTEM (ART, TECHNOLOGIE, MANAGEMENT)

ARTEM insight 2024

25 AU 29 NOVEMBRE 2024

CATALOGUE DES PROBLÉMATIQUES PROPOSÉES



Artem Insight 2021 @ Artem Nancy, tous droits réservés

ARTEM insight 2024

L'École nationale supérieure d'art et de design de Nancy [Ensad Nancy], ICN Business School et Mines Nancy, écoles de l'Alliance Artem [ARt TEchnologie Management], vous proposent de vous mettre en présence de problématiques réelles dans le cadre d'une action pédagogique originale nommée **Artem Insight 2024**.

Vous êtes ainsi amenés à **formuler des pistes de travail pour répondre à une problématique transversale** soumise par **9 structures publiques et privées**. Encadrés par une **équipe pédagogique plurielle**, vous avez du **25 au 29 novembre 2024** pour mener à bien vos réflexions et présenter vos travaux.

9 problématiques sont proposées cette année qui répondent à l'une des **6 thématiques structurantes du projet Artem2030**, qui sont : matériaux durables et usages des ressources naturelles ; arts, culture et société ; économie durables et responsable ; technologies de l'information et de la communication et digitalisation ; environnements et aménagements ; soin et bien-être.

LES **PROBLÉMATIQUES** qui vous sont proposées sont les suivantes :

1. **Comment initier une politique de Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO) au sein d'un Groupe Hospitalier de Territoire (GHT) ?**
proposée par le [Centre Hospitalier Régional Universitaire de Nancy \[CHRU\]](#).....p. 3
2. **Quelle stratégie et quelles actions mettre en place pour maintenir des liens entre acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) entre deux éditions du « Village des solutions de demain » ?**
proposée par le [Conseil Départemental de Meurthe-et-Moselle \[CD 54\]](#).....p. 3
3. **Quelles relations à l'usager envisagées face à l'émergence de l'intelligence artificielle générative ?**
proposée par la [Métropole du Grand Nancy \[MGN\]](#).....p. 4
4. **Comment améliorer et/ou optimiser la circulation de l'information au sein d'une structure éclatée géographiquement avec des accès différents des personnels aux moyens de communication ?**
proposée par le [Ministère des Armées – Base de défense de Nancy \[MDA – BDN\]](#).....p. 4
5. **Quelles nouvelles fonctionnalités à apporter à du linge de lit pour améliorer le bien-être des utilisateurs ?**
proposée par [Zébram](#).....p. 5
6. **Quelles perspectives et quelles stratégies pour un service de conciergerie du futur en milieu urbain ?**
proposée par une [pépinière de quartier de la ville de Nancy](#).....p. 5
7. **Comment optimiser les commandes automatiques des clients de linge plat (linge de lits, linge éponges, etc.) grâce à une traçabilité à imaginer ?**
proposée par [Elis](#).....p. 6
8. **Quels projets différenciants pourrait proposer Veolia dans le cadre d'une offre de renouvellement d'unité de valorisation énergétique (UVE) ?**
proposée par [Veolia](#).....p. 6
9. **Comment le château de Fléville peut-il devenir un lieu touristique incontournable ?**
proposée par [Château de Fléville](#).....p. 7

Rendez-vous pour tous le lundi 25 novembre 2024 à 9h00 sur le Campus Artem
pour le démarrage d'Artem Insight 2024
(cf. le mail qui vous sera communiqué avant le début de l'opération)

problématique n° 1 – groupes 1.1 / 1.2 / 1.3

COMMENT INITIER UNE POLITIQUE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ORGANISATIONS (RSO) AU SEIN D'UN GROUPE HOSPITALIER DE TERRITOIRE (ght) ?

STRUCTURE PARTENAIRE

CENTRE HOSPITALIER RÉGIONAL UNIVERSITAIRE DE NANCY / SANTÉ



La RSO est une des orientations vers laquelle le GHT Hôpitaux Sud Lorraine souhaite se diriger en initiant une politique RSO commune aux établissements membres. Le Groupement hospitalier de territoire permet de mettre en commun ses équipes et ses moyens pour « apporter à la population les meilleurs des soins au meilleur moment et au meilleur endroit ». L'enjeu est de trouver des solutions, des manières d'implanter et de prendre en compte la RSO dans les décisions qui sont prises au sein des établissements ayant des tailles et des spécialités différentes. Le défi est de proposer des pistes de réflexion en choisissant une ou plusieurs thématiques RSO, à votre libre choix. Il est important de prendre en compte les outils, les moyens qui peuvent être mis en place, la manière de le faire d'un point de vue opérationnel et pratique mais également d'un point de vue managérial, de pilotage du GHT et les attentes des parties prenantes (citoyens, associations, élus, INRAE...).

Les objectifs de la structure partenaire, dans le cadre de la problématique proposée, sont de :

- limiter l'impact négatif du GHT sur la société et l'environnement via la mise en place de pratiques plus responsables ;
- réussir à prendre en compte les enjeux sociaux, économiques et environnementaux dans les décisions à l'échelle d'un GHT ;
- lancer une dynamique commune RSO.

problématique n° 2 – groupes 2.1 / 2.2 / 2.3

QUELLE STRATÉGIE ET QUELLES ACTIONS METTRE EN PLACE POUR MAINTENIR DES LIENS ENTRE ACTEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE (ESS) ENTRE DEUX ÉDITIONS DU « VILLAGE DES SOLUTIONS DE DEMAIN » ?

STRUCTURE PARTENAIRE

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE MEURTHE-ET-MOSELLE / collectivité publique

Le Département organise chaque année, depuis 3 ans, un évènement phare intitulé « Le village des solutions de demain » (80 exposants porteurs d'initiatives solidaires). Il a pour objectif d'être un rendez-vous incontournable des acteurs de l'ESS et des entrepreneurs engagés. Cet évènement, ouvert à tous, a pour objectif de faire connaître au grand public les solutions et les idées pour une économie inclusive et durable plus soucieuse des personnes, cohérente avec les ressources naturelles, une transition écologique changeant nos modes de production, de consommation, etc. Créativité, audace, bonne humeur, imagination, énergie positive sont les mots clés de cet évènement de la politique départementale en faveur de l'ESS.

Certains des exposants sont présents lors de chaque édition annuelle du « Village des solutions de demain ». Aussi, le Département souhaite mettre en place une stratégie et des actions permettant de conserver un lien entre les acteurs entre deux éditions de l'évènement. Quelques idées peuvent y contribuer telles que : la création d'une communauté, l'utilisation d'outils interactifs et/ou ludique, l'organisation d'évènements spécifiques, des jeux, etc.



problématique n° 3 – groupes 3.1 / 3.2 / 3.3

QUELLES RELATIONS À L'USAGER ENVISAGÉES FACE À L'ÉMERGENCE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE ?

métropole
GrandNancy

STRUCTURE PARTENAIRE

MÉTROPOLE du grand nancy / collectivité publique

Les intelligences artificielles génératives (IAG) commencent à intégrer le monde des collectivités locales sous différentes formes comme :

- Chatbot pour converser avec les usagers et les agents,
- assistants rédactionnels pour les notes stratégiques, les parangonnages et autres rapports

Mais n'est-ce pas le risque de déshumaniser le service public ? Et comment former les agents publics à ces nouvelles technologies ? Quand on sait qu'une IAG est toujours approximative, le ratio investissement versus gain est-il au profit du service public de qualité ? À travers la problématique proposée, il s'agit de contribuer à la réflexion interne à la Métropole du Grand Nancy d'ores et déjà engagée autour de l'intégration de ces technologies dans les institutions publiques en identifiant les gains éventuels comme les risques à maîtriser.

L'objectif est de proposer des pistes de scénarios prospectifs de l'utilisation des IAG dans les services publics et/ou des recommandations sur leur déploiement.

problématique n° 4 – groupes 4.1 / 4.2 / 4.3

COMMENT AMÉLIORER ET/OU OPTIMISER LA CIRCULATION DE L'INFORMATION AU SEIN D'UNE STRUCTURE ÉCLATÉE GÉOGRAPHIQUEMENT AVEC DES ACCÈS DIFFÉRENTS DES PERSONNELS AUX MOYENS DE COMMUNICATION ?


MINISTÈRE
DES ARMÉES
*Liberté
Égalité
Fraternité*

STRUCTURE PARTENAIRE

MINISTÈRE DES ARMÉES – base de défense de nancy / ARMÉE

Le « plan famille 2 » du ministère des Armées se concentre entièrement sur les militaires et leur famille. Il vise à limiter les impacts des engagements opérationnels et des mutations fréquentes sur la vie personnelle, familiale et professionnelle. La base de défense de Nancy s'étend sur 4 sites principaux : Nancy (avec 3 sites distincts), Ochey, Lunéville et Toul. Le personnel administratif a accès quotidiennement à un ordinateur connecté à Intradef. Mais pour de nombreux autres administrés comme les militaires du rang, cet accès est occasionnel et disponible de façon mutualisée. Pour autant, de nombreux partenariats avec les collectivités et les entreprises privées sont menés au niveau local pour proposer des activités, des tarifs préférentiels, des accompagnements à la mobilité (habitat, emploi, etc.) et de mieux connecter les familles de militaires au territoire. Malheureusement, la circulation de l'information vers tout le personnel a jusqu'à présent été infructueuse. En effet, l'absence de canal de communication adapté, la surcharge d'informations et de canaux informationnels ainsi que les silos organisationnels ne permettent pas une communication efficiente. À l'heure actuelle, les réseaux sociaux, les sites « Intradef », les notes de service, le mailing, les affichages digitaux ou papier ; aucun de ces canaux de communication n'ont pu prouver leur efficacité. Aussi, l'objectif est ici de proposer des pistes de solutions permettant d'améliorer et/ou d'optimiser la circulation de l'information entre les personnels de la Base de défense de Nancy qui sont au nombre de 5 100 personnes.

problématique n° 5 - groupes 5.1 / 5.2 / 5.3

QUELLES NOUVELLES FONCTIONNALITÉS À APPORTER À DU LINGE DE LIT POUR AMÉLIORER LE BIEN-ÊTRE DES UTILISATEURS ?

STRUCTURE PARTENAIRE

ZEBRAM - nancy / industrie TEXTILE



Le linge de lit est composé principalement de draps, taies d'oreillers et de housse de couette. Le fil utilisé dans ce produit est soit synthétique, soit naturel comme le coton ou la soie. Les techniques de tissage se sont raffinées au fil du temps comme la percale ou le satin que l'on retrouve surtout dans l'hôtellerie. Sur l'ensemble du cycle d'utilisation du linge de lit, depuis l'achat en magasin jusqu'au rangement dans le tiroir en passant par l'installation et son utilisation lors du sommeil, des fonctionnalités pourraient apporter des réponses aux grandes tendances de fond de nos sociétés : la qualité du sommeil, le bien-être, la recherche de gain de temps, l'estime de soi, la performance de nos corps, etc. Il apparaît nécessaire de dépoussiérer ce produit en y intégrant de nouvelles fonctionnalités qui puissent notamment répondre aux enjeux bien-être. Zeboram souhaite se positionner comme un acteur du linge de maison innovant avec des produits qui prennent soin du corps pour améliorer le bien-être. C'est pourquoi Zeboram souhaite construire une « *roadmap-produits* » avec des lancements réguliers de nouvelles gammes apportant de nouvelles fonctionnalités différenciantes.

L'objectif est ici d'imaginer différents modes d'usage : grand public, hôtellerie, hospitalier, bivouac, etc. mais aussi d'autres produits en lien avec du linge de lit.

problématique n° 6 - groupes 6.1 / 6.2 / 6.3

QUELLES PERSPECTIVES ET QUELLES STRATÉGIES POUR UN SERVICE DE CONCIERGERIE DU FUTUR EN MILIEU URBAIN ?

STRUCTURE PARTENAIRE

pépinière de QUARTIER - ville de nancy / urbanisme



Le métier de concierge, autrefois répandu dans les immeubles résidentiels en France et dans d'autres pays européens, a progressivement disparu pour différentes raisons. Les concierges, également appelés gardiens d'immeubles, étaient responsables de nombreuses tâches liées à la gestion et à l'entretien des bâtiments mais aussi au lien social et à la qualité de vie. Quelques raisons expliquent le déclin de cette profession : l'évolution des besoins et des attentes des habitants, les équipements automatisés, les services plus spécialisés fournis par des entreprises extérieures, le coût croissant de l'emploi de concierges. Embaucher un concierge, résident permanent, représente un coût élevé pour les copropriétaires d'un immeuble. Avec la hausse des charges de copropriété, beaucoup d'immeubles ont choisi de supprimer ce poste pour alléger les dépenses. Toutefois, à l'échelle d'un quartier, une mutualisation serait possible voire même désirée pour recréer du lien social et développer des services de proximité.

De nombreuses tâches qui étaient traditionnellement effectuées par les concierges (nettoyage, gestion des poubelles, entretien des parties communes, surveillance) sont désormais confiées à des personnes anonymes, changeantes, via des entreprises spécialisées. Le rôle social du concierge d'immeuble, autrefois central dans la vie des habitants (distribution du courrier, gestion des clés, contact avec les artisans, vigilance pendant les vacances, gardiennage, arrosage, etc.), a évolué avec la modernisation et la numérisation des services.

L'objectif principal est ici d'imaginer les modalités, les fonctions, l'organisation, les interactions, le financement du concierge du futur, à l'échelle non pas d'un immeuble mais d'un îlot.

problématique n° 7 – groupes 7.1 / 7.2 / 7.3

COMMENT OPTIMISER LES COMMANDES AUTOMATIQUES DES CLIENTS DE linge plat (linge de lits, linge éponges, etc.) GRÂCE À UNE TRAÇABILITÉ À IMAGINER ?

STRUCTURE PARTENAIRE

elis SERVICES / industrie TEXTILE



Elis est le leader européen de la location/entretien d'articles textiles. En tant que « loueur », le linge appartient à Elis et représente, en valeur, un capital élevé. Sa quantité est donc « limitée » au juste besoin de son activité. Par conséquent quand certains clients passent des commandes trop élevées par rapport à leur besoin réel, des dysfonctionnements sont constatés : quantité de linge en circulation insuffisante pour honorer toutes les commandes clients générant des insatisfactions, immobilisation de linge non utilisé, etc. L'identification par puce RFID de chaque pièce de linge permettrait d'obtenir des informations (activité du client, état du stock chez le client, etc.) pour notamment passer des commandes « justes » à la place du client et résoudre les dysfonctionnements identifiés.

L'objectif est ici de proposer des solutions de passage de commande tenant compte des différentes contraintes opérationnelles (jours et fréquence de livraison variable, taille du client, fluctuation d'activité, etc.) mais aussi de proposer des modalités d'information auprès du client afin qu'il puisse être rassuré et éventuellement interagir avec ce nouveau process automatisé.

problématique n° 8 – groupes 8.1 / 8.2 / 8.3

QUELS ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS POURRAIT PROPOSER VEOLIA DANS LE CADRE D'UNE OFFRE DE RENOUVELLEMENT D'UNITÉ DE VALORISATION ÉNERGÉTIQUE (UVE) ?

STRUCTURE PARTENAIRE

VEOLIA / gestion de DÉCHETS



Le groupe Veolia conçoit et déploie des solutions utiles et concrètes pour la gestion de l'eau, des déchets et de l'énergie qui participent à changer la donne. Au travers de ses trois activités complémentaires, Veolia contribue à développer l'accès aux ressources, à préserver les ressources disponibles et à les renouveler. En 2023, le groupe Veolia a servi 113 millions d'habitants en eau potable et 103 millions en assainissement, produit 42 térawattheures d'énergie et valorisé 63 millions de tonnes de déchets. Dans le cadre de renouvellements de marchés d'exploitation d'unités de valorisation énergétique (UVE) en Grand-Est, Veolia cherche à identifier des idées pour créer une différenciation au-delà des simples aspects technico-opérationnels usuels de ce type de marché. L'idée générale procède du principe d'acceptabilité renforcée des projets liés à la préservation de l'environnement, en accentuant leur impact positif sur le territoire et ses parties prenantes. Partant du cas d'école de l'UVE de Ludres, les étudiants pourront être amenés à réfléchir à des idées autour de projets éducatifs, de propositions de visuels (peinture de la façade, etc.), de projets écologiques, etc.

Les étudiants pourront également proposer des éléments de différenciation permettant de valoriser Veolia.

PROBLÉMATIQUE n° 9 - GROUPES 9.1 / 9.2 / 9.3

COMMENT LE CHÂTEAU DE FLÉVILLE PEUT-IL DEVENIR UN LIEU TOURISTIQUE INCONTOURNABLE ?

STRUCTURE PARTENAIRE

CHÂTEAU DE FLÉVILLE/ *TOURISME*



Le château de Fléville décline le Moyen-Âge avec un grand donjon de 1320 et la Renaissance avec un édifice de 1533, exemple d'harmonie avec son grand balcon qui rappelle les châteaux de la Loire. Depuis 1812, il est habité par la même famille. À l'intérieur du château on retrouve 15 pièces dont la grande salle des blasons, la chapelle, la chambre de Stanislas, la salle des États de Lorraine, etc. À l'extérieur, un parc à l'anglaise ajoute au charme du lieu ainsi qu'un grand jardin classé "Jardin remarquable".

Le château a engagé une réflexion pour lui permettre de devenir un lieu touristique incontournable en proposant notamment des offres et des événements variés à un large public : scolaires, grand public, entreprises, etc. Le projet imaginé, qui facilitera également la restauration du Monument Historique et son intégration dans le tissu économique local, s'articule autour des 3 dimensions suivantes :

- une dimension « management » avec la définition d'une stratégie permettant de garantir le développement et la pérennité du lieu ;
- une dimension « artistique » avec la définition d'une stratégie en matière de communication et de marketing : création d'un logotype, d'une charte graphique, de supports de communication, etc. ;
- une dimension « technologique » avec une réflexion sur une digitalisation de l'offre culturelle et touristique pour la rendre accessible aux PMR, aux maisons de retraite, à distance, etc. D'autres sujets liés aux économies d'énergie par exemple pourront également être développés, etc.

L'objectif est ici d'enrichir la réflexion autour du projet envisagé en proposant des pistes autour des 3 dimensions présentées ci-dessus.

ARTEM *insight* 2024

ARTEM
nancy

ÉCOLE
supérieure d'ART ET DE
design
NATIONALE
d'ART ET DE
de nancy


business school
ARTEM


MINESnancy
ARTEM



AVEC LES SOUTIENS DE

métropole
GrandNancy