



**HAL**  
open science

## **Penser et former autrement dans une période de transition aux enjeux complexes : Le commencement d'une nouvelle ère ?**

Claudie Meyer, Sylvie Mercier, Christian Bourret

### ► **To cite this version:**

Claudie Meyer, Sylvie Mercier, Christian Bourret. Penser et former autrement dans une période de transition aux enjeux complexes : Le commencement d'une nouvelle ère ?. 11th Annual International Conference of Territorial intelligence of INTI, "Territorial intelligence and globalization tensions, transition and transformation", Oct 2012, La Plata, Argentine. halshs-00941596

**HAL Id: halshs-00941596**

**<https://shs.hal.science/halshs-00941596>**

Submitted on 7 Apr 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **Penser et former autrement dans une période de transition aux enjeux complexes : Le commencement d'une nouvelle ère ?**

*Claudie Meyer\**, *Sylvie Mercier\*\**, *Christian Bourret\**,

\*Equipe de Recherche DICEN CNAM / Université Paris Est Marne-la-Vallée

\*\*Enseignant Professionnel associé master MITIC/ Université Paris Est Marne-la-Vallée

### **1. Contexte**

En moins d'une génération nos sociétés sont passées à l'ère du numérique. En moins de 10 ans, les connexions *data* point à point fixes ont été définitivement remplacées par des connexions multimédia et mobiles. Les différences sont considérable : *Au début de l'année 2000, il y avait 500 millions d'abonnés à la téléphonie mobile dans le monde et 250 millions d'utilisateurs d'Internet. Début 2011, le nombre d'abonnements à la téléphonie mobile est de 5 milliards et de 2 milliards pour l'Internet sur une population mondiale de 6,9 milliard*<sup>1</sup>. Ce phénomène amplifie la crise de la globalisation en effaçant la notion même de lieu.

<sup>1</sup> Union Internationale des Télécom, 2012

Les savoirs se complexifient et de nouveaux métiers apparaissent. Les domaines évoluent dans toutes les directions amenant chacun à s'interroger sur les transitions à opérer. Sur un territoire, des questions concrètes de transition se posent mobilisant des acteurs politiques, économiques, citoyens et sociaux pour aider chacun à penser le passage d'un monde à un autre et pour que le territoire puisse rebondir malgré la crise de la globalisation ou les changements technologiques. (C. Arnspenger, 2011, J. Rifkin 2012)

Parallèlement, la génération Y (née à partir de 1980) monte en puissance et questionne notamment les fonctionnements hiérarchiques de leurs aînés. Elle remet l'individu au centre du collectif avec de nouvelles valeurs de partage et interroge les modes habituels de formation et d'apprentissage. Mais quelles bases donner pour que ces jeunes puissent construire leurs propres modes d'actions et ainsi inventer le modèle économique et social de demain ?

C'est bien le rôle de l'éducation de se poser ces questions et à ce titre elle apparaît comme une des clés de la transition.

Dans son contenu, comme dans ses formes, l'enseignement de demain va se trouver bouleversé. La transmission des savoirs, ses lieux de créativité et d'émergence des idées sont à redéfinir. L'Université doit être un acteur majeur dans cette réflexion.

Comment accompagner et préparer les étudiants à faire face dans un univers complexe en devenir ? Pourquoi et comment les faire participer à la création de nouveaux savoirs ? Comment aider chacun à transformer ces savoirs en actions ?

Répondre à ces questions suppose que soient identifiés les axes fondamentaux de développement de la génération Y dans un objectif de diagnostic. Mais la compréhension de ces fondamentaux n'est certainement pas suffisante pour agir si elle ne s'accompagne pas d'une vision prospective.

La méthode utilisée est celle de la recherche-action où le savoir est co-construit avec les différents acteurs. Le chercheur garde la conscience d'une distance entre son rôle d'impulseur/acteur et son analyse.

Dans cette communication, les éléments de diagnostic des jeunes générations que l'Université doit prendre en compte pour construire un nouveau système éducatif sont d'abord explorés. Puis, dans une démarche prospective, des expériences d'enseignement qui semblent répondre au diagnostic sont présentées.

Le Campus du Val d'Europe de l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée a constitué le cadre de l'étude. Le terrain de la recherche est celui de 2 classes de Master MITIC (Management, Ingénierie des Services et Technologies de l'Information et de la Communication) de l'Institut Francilien d'Ingénierie des Services (IFIS). Deux expériences pédagogiques ont été conduites en moins d'un an (2011-2012) mobilisant, enseignants, étudiants, acteurs du territoire, politiques économiques et sociaux.

### **L'Université Paris-Est Marne la Vallée et l'IFIS : un territoire d'expérimentation spécifique et favorable:**

En France, l'Université et l'éducation en général sont encore accessibles financièrement à tous. Tous les adolescents peuvent accéder en empruntant des voies diverses (parcours transverses, passerelles...) à l'enseignement supérieur sous réserve de réussir les examens.

L'Université Paris-Est Marne la Vallée et plus particulièrement l'IFIS et le Master MITIC constituent un bon cadre d'expérimentation. La grande majorité des étudiants de l'IFIS sont des alternants (apprentissage ou stages). Certains étudiants sont en formation continue.

L'IFIS propose une offre de formation spécifique et innovante à plusieurs titres : les formations sont en prise directe avec le marché du travail, orientées métier et dans une approche d'ingénierie. Les équipes pédagogiques sont composées d'enseignants chercheurs, d'enseignants-professionnels associés et de professionnels vacataires.

Le parcours MITIC s'effectue sur 3 ans en alternance avec le concours d'une soixantaine d'entreprises partenaires. Les promotions sont réduites (25- 30 étudiants en moyenne par niveau). L'équipe de pilotage est mixte : universitaires et professionnels. MITIC est principalement adossé au laboratoire de recherche DICEN, Dispositifs Information et de Communication en Environnement Numérique. En fin de parcours, le taux d'insertion des étudiants à 4 mois était de 100% en 2010, 85% en 2011.

### **2. La nouvelle génération en demande d'un nouveau modèle éducatif?**

Âgés majoritairement entre 21 et 25 ans, les étudiants qui sont inscrits en Master à l'université aujourd'hui sont nés entre 1987 et 1991. Il s'agit d'étudiants de la génération Y.

Ils sont aussi identifiés comme des « digital natives » ou génération digitale.

#### **Les Masters 2 MITIC, nés après 1983 sont Y ou millenials**

Strauss et Howe (1991), ont appelé ces jeunes nés entre 1982 et 2003 la Génération Y ou Génération Millennial. Dans leur ouvrage de référence, *The Next Great Generation* (2000), ils différencient radicalement la génération Y de leurs parents en terme de comportements, valeurs, aspirations. Ils leur prêtent sept traits de caractères spécifiques dont l'appellation originale sera conservée et marquée d'un astérisque. Nous avons tenté de rapprocher les traits de caractères des étudiants de MASTER MITIC de Marne la Vallée de ceux décrits par Strauss et Howe. Les éléments de différenciation majeurs entre la génération de leurs parents et la leur sont que les Y sont **spéciaux, protégés, confiants en eux, orientés équipes et communautés, orientés efficacité et résultats, conscient du temps, à la recherche de repères.**

**Les Masters 2 MITIC, nés après 1983 sont les pionniers « digital » native.**

S'ils sont nés avant la massification d'Internet (après 1995), ils n'en restent pas moins la première génération de vrais usagers. Une étude menée en novembre 2010, pour l'Union Nationale des associations familiales par l'ARCEP et la Sofres montre que 92% d'entre eux ont un portable et 97 % d'entre eux sont connectés à Internet à leur domicile. Internet est devenu leur première source d'information : 89 % d'entre eux recherchent leurs informations à partir de Google. 85% des 12/25 ans sont connectés au réseau social Facebook (TNS SOFRES 7/11)

Ils ne se définissent plus seulement par leur nom, prénom, âge mais déterminent leur profil digital. Nouvelles manières de collecter l'information, nouveaux comportements de groupe ou de tribus face à la société ils ont une nouvelle manière de structurer leur pensée. Ils sont les nouveaux usagers, clients, cadres des institutions et des entreprises. Pourtant la génération précédente : leurs directeurs enseignants, parents n'a pas encore intégré cette dimension.

L'Université des années 2010, qui forment ces nouveaux acteurs professionnels se doit également de mieux intégrer leurs nouveaux «traits de caractère», leur profil digital et ce faisant de proposer des pistes pédagogiques.

En 2012, et en une année, les étudiants de 2ème année du Master MITIC de l'Université de Paris-Est Marne la Vallée ont co-produit avec les enseignants deux initiatives :

- les Journées MITIC 2011\_2012 qui seront nommées **Univcamp** car ce sont les premières rencontres entre étudiants, universitaires, équipes technologiques de l'Université, entreprises du secteur, collectivités territoriales dans une perspective très différente des années précédentes.

- NETIS : premier projet de *co-working* avec création d'un tiers lieu dans une Université française.

### **3. L'expérience Univcamp articule programmes pédagogiques, collaboration et évènementiel**

Univcamp propose sur 2 jours des ateliers événements participatifs sur la base de projets préparatoires déroulés sur les 6 mois précédents.

Ces projets ne font pas partie d'Univcamp. Ils existent depuis une dizaine d'années dans la formation MITIC. Univcamp se sert de ces projets pour monter en compétences les étudiants sur des thématiques actuelles. Concrètement, les trois projets conduits avec les Master 2ème année se déroulent en petit groupe d'étudiants (6 à 10) sur la base d'une lettre de mission avec pré-définition de livrables (plusieurs livrables de contenu et un livrable sur la gestion de projet). La lettre de mission traduit le besoin d'un client externe à la formation (professionnel ou association professionnelle) et bienveillant. 10 plages horaires de 4 heures sont utilisées par les étudiants pour des séances en présentiel en fonction de l'avancement de leur projet (réunions, ateliers de travail, enquêtes, entretiens etc.).

A à ce stade, la configuration du projet est assez traditionnelle. Tout l'intérêt est ensuite dans la connexion des résultats des projets (évalué lors d'un "grand oral") avec l'Univcamp. Le grand oral fait partie des projets et non d'Univcamp. Les savoirs et les réflexions produits lors des projets et évalués servent de base à la construction des thèmes d'Univcamp.

Les étudiants impliqués dans les projets et les enseignants discutent du fil rouge d'Univcamp et le définissent. C'est ensemble que les thèmes d'Univcamp sont retenus.

Chaque groupe de Master 2 s'organise en principe avec l'enseignant pour lancer les invitations à partir des éléments de communication disponible (voir ci-dessous équipe de communication)

**Le déroulement d'Univcamp** : En dehors une très courte présentation d'ouverture, très vite l'animateur général, gardien du temps et « concierge d'un nouveau genre » propose aux 50 participants (dont 25 étudiants) de se répartir en 2 ateliers selon leur souhait. Les étudiants ont avant le jour J choisis leurs ateliers. Chaque atelier fonctionne en 4/5 sous-groupes de 3/4 personnes et un secrétaire (en charge de réaliser la synthèse). Dans chaque atelier, une courte présentation du sujet est faite (principaux résultats validés des projets précédemment conduits) pour amener les sous-groupes à se saisir d'une problématique courte et claire. La consigne donnée aux sous-groupes est de construire dans la journée un projet c'est-à-dire de réaliser un produit ou un service qu'il serait possible de mettre en place dans la vie réelle (une solution praticable). Par exemple, monter un *living lab* dans une université, créer un service avec des données ouvertes, choisir les outils et l'organisation pour développer la confiance dans un projet d'externalisation.

- Chaque sous-groupe s'organise pour présenter sa solution en fin de journée à l'ensemble des participants sous forme de pitch (5 mn /5 slides) pour être évaluée et éventuellement primée. Chaque sous-groupe dispose de plusieurs outils et matériel propres à faciliter la recherche d'information, l'expression des idées, le partage et la co-construction (paper-board, Tableaux blancs, ordinateurs portables avec accès au mash-up (bouquet d'applications pouvant aider à la productions de contributions (wiki, post it numériques, accès aux réseaux sociaux ...). En fin de journée, un jury composé de l'ensemble des participants (professionnels, enseignants, étudiants...) vote les *pitchs* des sous-groupes à l'aide d'une grille simple avec 4 niveaux (de « pas terrible » à « j'adore ») sur 5 critères (L'idée, La *data*, L'outil, Le visuel du pitch et le pitch lui-même)
- Les meilleurs projets alimentent la base des projets à développer en n+1 et établissent les contacts avec les futurs clients via des maquettes. Quant aux étudiants de la promotion n, ils ont exploré une thématique de manière extensive avec des acteurs professionnels et des enseignants. Sur l'année universitaire 2011-2012, les étudiants ont complété et approfondi leurs savoirs dans trois domaines : la confiance dans les relations d'externalisation, les *open data* et les *living lab*. Ils ont dans chacun de ces domaines, encadrés par les enseignants, produit de nouvelles connaissances.

**L'équipe de communication** s'est constituée, dans le cours de communication internet avec des étudiants de masters 1. Ils ont assuré la définition, la mise en oeuvre et le suivi du plan de communication d'Univcamp. Les Masters 1 ont commencé par de la veille, puis ils ont proposé un Journal de veille web, en l'espèce sur "Scoopit" sur la confiance, l'*open data*, les *living labs*, le *co-working*. Ce journal est relayé par les réseaux sociaux majeurs.

Au fil des mois, la pertinence de leurs articles ont suscité l'intérêt des internautes et alimenté en information la communauté des réseaux sociaux, plus particulièrement Twitter, sur l'évènement.

Le jour de l'évènement cette communauté a suivi et relayé à distance l'information.

Les étudiants de M1 ont été vis à vis des M2, l'équipe créative.

Ils ont proposé et réalisé le logo, la charte graphique, le site internet.

Ils ont animé les réseaux sociaux jusqu'au jour de l'évènement, les M2 prenant leur relai pendant l'évènement au titre de journalistes web.

Le jour J, une équipe web et une équipe vidéo sont chargées de twitter, d'alimenter le blog, de mettre en ligne les projets et de faire des interviews, photos/vidéos des participants.

- **La concierge numérique** est composée d'une équipe restreinte d'enseignants, d'étudiants enthousiastes et volontaires qui établissent les règles du jeu et l'organisation, le tout animé par un

concierge.

La conciergerie numérique est un tiers lieu éphémère mis en place spécifiquement pour l'évènement. La conciergerie met à disposition différents outils collaboratifs (wiki, post it électroniques, blogs, cartes heuristiques, *widgets*, outils vidéos etc.), un «*mashup*», sur une même plateforme reliée à celle d'autres espaces de co working français (Comptoir 5 numérique, La Cantine, La Mutinerie e-softs). Le concierge est l'animateur référent. Il vérifie que chacun des groupes de travail puisse produire dans les meilleures conditions. Par exemple, il veille à ce que chacun des acteurs se soit présenté et ait clairement énoncé son champ d'expérience, à ce que les participants aient tous les outils à leurs dispositions : du stylo, au post it numérique, de la pince à linge à un éditeur sophistiqué de diapositives voir de tablettes numériques ou d'ordinateurs.

Il est au service des participants. Il est également le gardien du temps de la Journée et lui insuffle son rythme. Ni enseignant, ni étudiant, ni entreprise, ni collectivité territoriale, le concierge est une personne tiers.

Son rôle de Concierge dans un espace de coworking lui permet également d'être à la disposition des journalistes web qui en direct (4 étudiants) couvre l'évènement sur le site dédié et sur les réseaux sociaux. Le tiers lieu devient ainsi salle de presse.

• **L'appui technique des équipes technologiques de l'Université** est nécessaire pour assurer la diffusion maximale et la collaboration à distance. La connexion entre l'Université et le web a été assurée par une plateforme de Visio conférence en streaming. L'équipe du Campus Numérique a assuré le tournage, *dérushage*, montage des vidéos, mise en ligne sur la plateforme de *podcast* de l'Université.

Les rendus de travaux et la conférence de fin du premier jour ont pu être suivis à distance par plus de 50 participants extérieurs. L'invitation à l'évènement en virtuel a été relayée par la communauté twitter. Deux techniciens de l'Université ont été mis à disposition. L'intégralité des rendus et des conférences font l'objet de minis vidéos calibrés à 3 minutes en vue d'une mise en ligne sur une chaine *Youtube* dédiée et la plateforme de *Podcast*.

Le rôle des équipes technologiques du Campus Numérique va plus loin que celui de l'appui technique. Il donne une caution numérique : la présence des techniciens a renforcé le sentiment d'importance de l'évènement auprès des participants tant étudiants que professionnels. La communauté constituée sur Twitter et Facebook a autant relayé l'évènement.

L'évènement Univcamp pris dans sa globalité (avec les projets pédagogiques de master 2 et les projets de communication de master 1) ne ressemble à rien de connu. En revanche, les 2 jours seuls de l'évènement se rapprochent de l'esprit barcamp puisqu'ils s'en sont inspiré tout en restant différent.

Né en aout 2005 à Palo Alto à l'initiative de Tim O' Reilly (éditeur de logiciels libres), le BarCamp est une non conférence, un atelier-évènement collaboratif. Les participants sont sélectionnés et invités pour mettre en commun leurs compétences, leurs expériences en vue de produire du contenu ou un projet. Ils acceptent de se mettre au niveau de chacun, oubliant ainsi leurs grades et titres. Les BarCampeurs ne sont pas spectateurs mais acteurs de l'atelier. Ils sont généralement issus du monde des nouvelles technologies et utilisent des outils web collaboratifs (wiki, blogs, réseaux sociaux, logiciels libres). Les productions (données, contenus) sont réputées ouvertes à la communauté. Le BarCamp est un espace (lieu et temps) de co-création qui comporte des règles définies par les organisateurs et acceptées par tous.

L'acception stricte du barcamp ne convient toutefois pas l'évènement proposé par le Master MITIC : les participants des ateliers ne pas des développeurs, ni des designers, ni des chefs d'entreprises et l'objectif final n'est pas de produire une application.

Par ailleurs les étudiants sont préparés en amont à ces journées. Ils ne sont pas des experts reconnus au départ du projet.

**Univcamp** constitue un BarCamp adapté à l'Université.

Il reprendra les grandes lignes du Barcamp qui est un format susceptible de séduire les générations Y en correspondant aux 7 traits de caractère mis en évidence par Strauss et Howe.

1. Le BarCamp est **spécial \***: Il réunit en un temps limité les spécialistes du secteur, les étudiants, les enseignants, les territoires, les entreprises autour d'une même thématique, sur un même pied d'égalité. Un moment rare dans leur cursus universitaire et professionnel.

2. Le Barcamp est un espace **protégé\***: Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises idées, il n'y a pas de jugement de valeurs. Tout sera discuté et validé par le groupe. C'est un travail collaboratif où chacun apportera à sa mesure. Les "professionnels" acceptent de chaperonner et d'éclairer.

3. Le Barcamp est "**confiant et optimiste\***": Chacun est volontaire et travaille à la réalisation d'un objectif commun. Le Barcamp est un espace de partage en confiance. Les connaissances seront partagées sans inhibition, ni retenue d'information. Le rôle ici du concierge (référént du Barcamp) est essentiel. Il doit être porteur d'enthousiasme lors de l'élaboration et la restitution des projets. L'humour est une composante essentielle du bon déroulé de l'évènement.

4. Le Barcamp est **orienté équipe\***: Par définition les travaux seront réalisés en équipe.

5. Le Barcamp est **orienté objectif \***: Les équipes se challengent les unes les autres pour produire les meilleurs résultats. L'esprit compétition sera renforcé par l'animateur.

6. Le Barcamp est un univers **intense sous pression\***: Comme dans un jeu, la compétition se joue en un seul lieu et en un seul espace-temps. Les équipes se challengent les unes les autres. L'animateur, gardien du temps annonce régulièrement les temps restants afin de maintenir les participants sous pression.

7. Le Barcamp obéit à **des règles et des conventions \***: Les règles du Barcamp sont clairement énoncées. Les présentations par exemple respectent toutes le même format. Le temps de restitutions et leurs conditions sont équivalents pour tous. L'animateur référént ou concierge se doit d'être intransigeant et de faire respecter règles et consignes.

#### 4. L'expérience de NETIS pour collaborer et créer du lien

NETIS est une association née d'une initiative étudiante pour décloisonner l'université et créer du lien entre les différentes promotions d'étudiants, les différentes formations, les différents acteurs. NETIS dans un de ses communiqués se qualifie elle-même d'association "trans-formations". NETIS n'est ni un BDE, ni une junior entreprise. Cette association à but non lucratif est le fruit d'une rétrospective et d'un engagement des étudiants et enseignants du parcours Management Ingénierie des Services (Institut Francilien d'Ingénierie des Services - Université de Paris-Est Marne-la-Vallée).

L'initiative a été lancée en juin 2011 par des étudiants de Master 2 du cursus MITIC, puis relayée par les étudiants de Master 1 depuis novembre 2011. Leur souhait était de créer un espace de travail commun afin de favoriser les échanges et la création de liens entre les formations (dans un premier temps du parcours MIS).

Les formations du département MIS s'effectuent toutes en alternance. Bien qu'étant regroupées sur le même site, les différents rythmes d'alternance induisent un cloisonnement ne permettant pas jusqu'alors la création d'une identité et d'une action commune. C'est sur la base de ce constat, partagé par tous les acteurs, étudiants et enseignants, que l'association NETIS propose de développer le travail collaboratif à l'IFIS. Des responsables pédagogiques du parcours MIS font partie du bureau de Netis au côté des étudiants.

La pierre angulaire de NETIS est la construction et la mise à disposition d'un lieu de travail commun pour faciliter la concrétisation de projets en s'appuyant sur des partenaires (entreprises, collectivités territoriales...). Cet espace est en complément des modes d'organisation sociale et professionnelle que l'on retrouve sur internet. Ce lieu favorise la création du réseau de co-workers

Né aux Etats-Unis dans les années 2000, le *co-working* est une nouvelle manière de travailler ensemble qui relie talents, compétences et forces d'innovation venant d'horizons différents pour une co-construction de nouveaux projets et de nouveaux réseaux. Pour concrétiser cette nouvelle forme de coopération, un espace physique de rencontres (tiers-lieu ou espace *co-working*) devient dès lors une nécessité.

Un espace de *co-working* est ni le lieu de travail, ni le domicile mais un lieu convivial, conçu pour créer des relations mais aussi pour concrétiser et prolonger celles qui se nouent grâce aux technologies de l'information et de la communication (TIC).

Le tiers-lieu est un point de rencontres, un hub, qui doit favoriser l'émergence et l'entretien d'une dynamique de projets. Ces tiers-lieux se démocratisent en Europe depuis quelques années, notamment en France (les Cantines, la Mutinerie, le Comptoir Numérique, etc.). Le territoire national compte aujourd'hui plus d'une trentaine d'espaces tiers mais jusqu'à ce jour aucun en université.

Pour réaliser le tiers-lieu, NETIS a constitué un groupe projet pluridisciplinaire, qui réunit la créativité et l'expertise d'étudiants et d'enseignants des filières management des patrimoines immobilier, technologies de l'information et de la communication. A terme, sa vocation est de s'ouvrir à l'ensemble des formations, mais également aux enseignants et personnels de l'Université. Un des principaux enjeux à court terme pour l'association était le financement de l'aménagement de l'espace (85m<sup>2</sup>) dans les locaux du campus du Val d'Europe. Lauréat de l'appel à projet des télécentres et espaces de *co-working* de la région île de France, ce tiers-lieu qui ouvrira en 2013. Il sera un lieu de travail et de partage privilégié pour les étudiants du campus Val d'Europe, mais aussi un espace de rencontres avec les entreprises et les collectivités locales du secteur. L'enjeu fort à terme de ce projet est aussi de renforcer la position de l'Université au coeur de l'activité d'un territoire en expansion comme celui du Val d'Europe (Seine-et-Marne) et de s'intégrer dans le plan de dynamisation du territoire initié par les collectivités territoriales et les acteurs économiques de la région.

D'ores et déjà le futur lieu via l'institut qui le porte est membre d'une association fédérant les télécentres et espaces de *co-working* du département.

### 5. Conclusion

Netis et Univcamp ne sont pas des initiatives identiques mais elles reposent sur le ressort commun de la collaboration et de la création collective.

Ces deux expériences ouvrent des pistes à creuser pour l'avenir. Sans être exhaustive, la liste ci-dessous constitue des exemples :

- L'attention particulière à porter sur les lieux pour la co-création pour favoriser la mise en situation,
- L'importance de l'ancrage territorial : Les deux projets participants au processus de formation sont, dès leur conception, vus comme partie des dynamiques territoriales.
- L'importance de la relation : Dans ces expérimentations, la mise en situation, la création du lien est centrale.
- L'étudiant devient acteur (participation) : Dans les deux cas l'étudiant n'est plus disciple. La latéralisation des relations va donc au-delà de la relation étudiants/professeurs, Elle se fait également avec les professionnels et les acteurs d'un territoire-



## XI INTI International Conference La Plata 2012

Equipo TAG Territorios Posibles UNLP-CONICET y Universidades asociadas del GDRI  
Groupe de Recherche CNRS INTI International Network of Territorial Intelligence  
Instituto IdhICS, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata - CONICET

- Une prise directe avec les préoccupations actuelles : Les thématiques sont définies en fonction des préoccupations du secteur
- Le rôle central des Technologies de l'Information : Ces initiatives fonctionnent sur le principe et en complément des modes d'organisation sociale et professionnelle que l'on retrouve sur internet.
- La préoccupation de la pérennité des actions : La pérennité des journées MITIC et de Netis est au coeur des préoccupations de ces deux initiatives. Dans un monde où le zapping est de rigueur, le problème est d'instituer des pratiques.
- La réelle nécessité des pédagogues à retravailler ensemble avec les étudiants les modalités de la transmission des savoirs.

### 6. Bibliographie

Arnsperger, C., (2011), Quelle action collective pour repenser la prospérité? Enjeux démocratiques de la transition écologique et économique, in I. Cassiers *et alii*, *Redéfinir la prospérité: Jalons pour un débat public*, La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, 2011, pp. 239-265

Rifkin, J., (2012) *La troisième révolution industrielle. Comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde* Éditions Les Liens qui libèrent

Strauss, W., Howe, N. (1991), *Generations : The History of America's Future, 1584 to 2069*, William Morrow & Company.

Strauss, W., Howe, N. (2000), *Millennials Rising: The Next Great Generation*, Vintage Books, - 415 pages

**Websites** : <http://barcamp.org/w/page/402984/FrontPage> - informations sur les barcamps

### 7. Author address

#### **MEYER Claudie**

Maître de conférences en sciences de gestion..

Université Paris Est Marne-la-Vallée – Institut Francilien d'Ingénierie des Services Equipe de Recherche DICEN CNAM 6 boulevard Descartes Champ sur Marne

77452 Marne-La Vallée cedex [claudie.meyer@univ-mlv.fr](mailto:claudie.meyer@univ-mlv.fr)

#### **MERCIER Sylvie**

Enseignant, Professionnel Associé à l'université..

Université Paris Est Marne-la-Vallée – Institut Francilien d'Ingénierie des Services 6 boulevard Descartes Champ sur Marne

77452 Marne-La Vallée cedex [sylvie@mercier.tv](mailto:sylvie@mercier.tv)

#### **BOURRET Christian**

Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, HDR.

Université Paris Est Marne-la-Vallée – Institut Francilien d'Ingénierie des Services Equipe de Recherche DICEN CNAM 6 boulevard Descartes Champ sur Marne

77452 Marne-La Vallée cedex [christian.bouret@univ-mlv.fr](mailto:christian.bouret@univ-mlv.fr)