



Vivez mieux, vivez sain



Sommaire

LA FING	page 3
LE PROJET «MESINFOS»	page 4
L'ÉQUIPE	page 5
L'IDÉE	page 6
BENCHMARK	page 7
ANALYSE EXTERNE	page 9
L'APPLICATION	page 10
ANALYSE INTERNE	page 11
DONNÉES UTILISATEUR	page 12
CIBLES	page 13
ARBORESCENCE	page 14
EXPÉRIENCE UTILISATEUR	page 15
UNE APPROCHE NOUVELLE	page 21
ÉVOLUTIONS FUTURES	page 22



La Fing

La **Fondation Internet Nouvelle Génération** (FING) accompagne au quotidien les entreprises, institutions, et autres collectivités territoriales, aux mutations technologiques. Depuis sa création en 2000 par Daniel Kaplan, Jacques-François Marchandise et Jean-Michel Cornu, cette association loi 1901 est à l'origine de multiples projets, parmi lesquels « Ville 2.0 », « Identités Actives » et le projet « MesInfos ».

LA FING EN QUELQUES CHIFFRES

20 000
PARTICIPANTS

à ses manifestations

260
ADHERENTS

grandes entreprises,
start-ups, collectivités lo-
cales, universités et
laboratoires, associations.

800
PROJETS INNOVANTS

présentés lors des Carrefours
des Possibles

22
OUVRAGES

publiés

Le projet «MesInfos»

C'est dans cette constante volonté d'**explorer les changements qui se nouent entre technologie et société**, que la FING a décidé, en 2012, de propulser le projet « MesInfos ».

MesInfos part du constat que les entreprises, mais aussi les institutions publiques, possèdent, capturent et exploitent de plus en plus d'informations sur les individus. La crainte de ceux-ci vis-à-vis de cette possession ne cesse de croître.

C'est pourquoi, le projet a pour ambition de « **rendre** » les **données à l'utilisateur**. Pour cela, le but est de faire profiter l'individu d'un nouveau service pertinent, utile, enrichissant et simple d'utilisation. Celui-ci devra s'appuyer sur les multiples données d'un utilisateur, en vue de lui apporter ce nouveau service, **tout en le réconciliant avec les organismes détenteurs de données**.



“On voudrait que vous [les entreprises NDLR] preniez les données personnelles que vous détenez sur vos clients et vous les leur rendiez.”

Daniel Kaplan, délégué général de la FING
TEDxAlsace, le 6 janvier 2012

l'équipe



Pierre BURY
Chef de projet



Hugo MINGOIA
DA / UX Designer



Lucas FAYOLLE
Designer



Thibaut HAENLIN
Responsable contenu



Samuel RENAULT
Responsable qualité



L'idée

L'**écologie** représente un mouvement de pensée croissant au sein de notre société. Il est d'ailleurs certain qu'une grande partie d'entre nous préfèrent consommer de manière saine, en minimisant nos émissions de gaz à effet de serre et en respectant l'environnement. Cependant **deux limites entravent bien souvent notre volonté** à contribuer à la sauvegarde de la planète :

- la difficulté à mesurer notre impact écologique
- l'idée bien souvent répandue que "l'écologie coûte forcément plus cher"

Partant de ce constat, nous avons décidé de créer la première et unique **application** permettant de connaître **son empreinte CO₂** : en fonction de sa consommation, de ses habitudes ou encore de ses déplacements.

54%

des Français déclarent
s'inquiéter pour le futur
de leurs enfants

88%

des français déclarent que la crise
économique devrait être une occasion de
revoir nos modes de vie et de consommation

Benchmark

Principales applications orientées «écologie»



BlaBlaCar



iRecycle



J'éco-conduis



Oueko

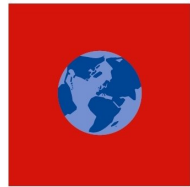
- + Sensibilise l'utilisateur sur son impact écologique
- + Propose un service utile à l'utilisateur

- aucune vision de l'évolution de notre mode de consommation au fil de temps
- aucune comparaison possible avec des personnes similaires à son profil
- aucun service apporté pour améliorer son empreinte carbone

Benchmark

Principaux calculateurs d'empreinte écologique

ADEME



Agence de l'Environnement et
de la Maîtrise de l'Énergie

- + Sensibilise l'utilisateur sur son impact écologique
- + Propose un service utile à l'utilisateur



- aucune vision de l'évolution de notre mode de consommation au fil de temps
- aucun service apporté pour améliorer son empreinte carbone
- données prises en compte insuffisantes pour obtenir une vision globale
- obligation de remplir des formulaires

Analyse externe

OPPORTUNITÉS

MENACES

Aucun service apporté en vue d'**améliorer son empreinte carbone**

Obligation de remplir de longs formulaires

Offre

Notoriété des acteurs présents
(WWF, Ademe)

Prise en compte croissante de la
"consommation verte", **chez les 25-35 ans**

Volonté des individus de "protéger" la
planète

Envie de connaître précisément leur
empreinte écologique

Demande

Souhaite garder son
confort de vie

Souhaite ne pas augmenter son
budget

Réchauffement climatique

Incitations à la prise en compte de
l'environnement

Environnement

Les individus pensent souvent que "vivre
vert coûte plus cher"

Accès à la donnée très limité sans
accord des individus

L'application

BeGreen est une **application smartphone** permettant à l'utilisateur de **baissér ses émissions de CO₂** par différents moyens :

- **Indication de ses émissions de CO₂**

- données basées sur les habitudes de consommation de l'utilisateur
- catégorisation par sources de consommation
- aspect Quantified Self

- **Jeu communautaire**

- rend la plateforme attractive, ludique, et addictive même pour une personne non-adepte de l'écologie
- confrontation de son émission de CO₂ avec d'autres joueurs
- pour augmenter son score, obligation de diminuer ses émissions de CO₂ en suivant les objectifs fixés par l'application
- gain de places dans le classement et attribution de badges

- **Conseils personnalisés**





Analyse interne

FORCES

FAIBLESSES

Évaluation **précise et continue** des émissions de CO₂ de l'individu

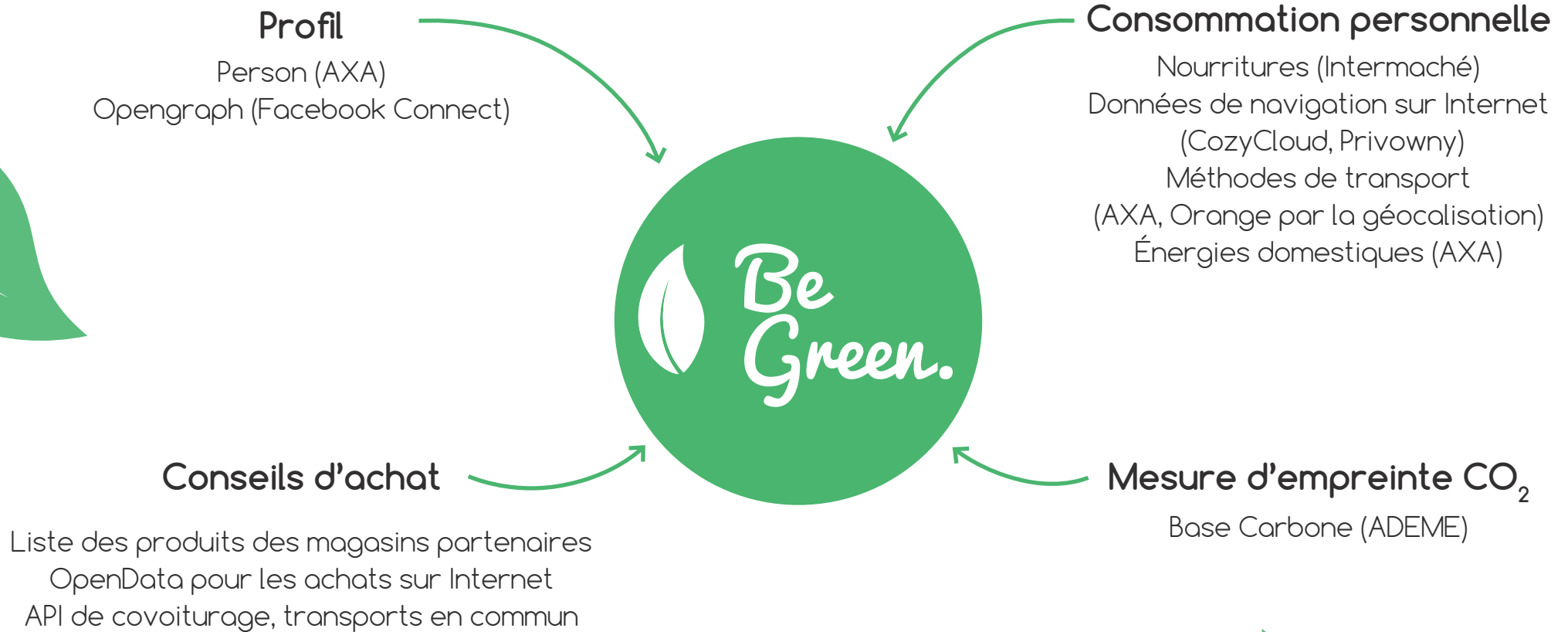
Possibilité de s'évaluer par rapport à d'autres utilisateurs

Indication de conseils pertinents en vue d'améliorer l'empreinte CO₂ de l'individu

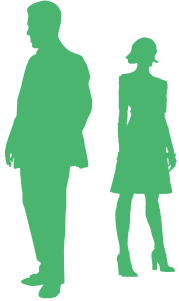
Aspect communautaire visant à diminuer l'empreinte de chacun

La crédibilité de nos données devra être explicitement justifiée

Données utilisateur



Cibles



COEUR DE CIBLE

Homme - Femme
25 - 30 ans
CSP+/-

Franck, 28 ans, célibataire, habite Montpellier. Il occupe un poste dans la fonction publique depuis 3 ans. Connecté en permanence à Internet, il consulte son smartphone plusieurs fois par jour. Parallèlement, il essaye d'être un éco-citoyen en triant au mieux ses déchets et en évitant le gaspillage d'énergie.



CIBLE PRIMAIRE

Famille
Adultes 30 - 35 ans
CSP+

Valérie, 35 ans, mariée à Jérôme, 37 ans habite avec ses deux enfants de 3 et 5 ans à La Rochelle. Agent en assurance, elle gagne plus de 50 000€/an. Elle est inquiète pour les problèmes d'environnement et veut améliorer le futur pour ses enfants et sa vie de famille. Elle utilise très régulièrement son smartphone pour consulter ses mails et jouer à des jeux.



CIBLE SECONDAIRE

Homme - Femme
20 - 25 ans
CSP-

Hélène, 22 ans, célibataire, habite Grenoble. Elle est étudiante en droit. Née avec Internet, elle garde son smartphone toujours à proximité pour parler avec ses amis sur Facebook. Elle aime défier ses amis sur des jeux en réseau à partir de son téléphone. Elle ne s'implique pas pour l'environnement mais s'en préoccupe.

Arborescence



Expérience utilisateur



Hugo vient d'installer l'application BeGreen sur son smartphone. Lors de sa première connexion, il peut créer son compte BeGreen, directement à partir de l'application.

Une fois connecté, BeGreen lui propose de se connecter via son compte Facebook pour pouvoir défier ses amis.



Expérience utilisateur

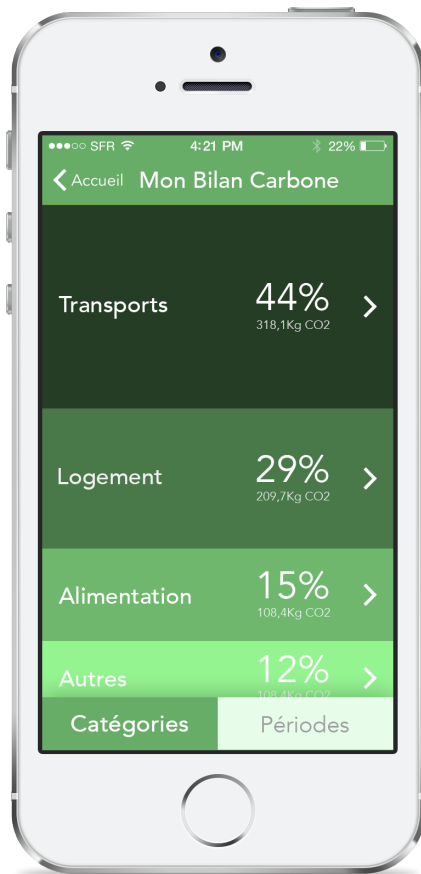
Il obtient **sa quantité d'émission en CO₂** durant le dernier mois. Il se rend compte qu'il a baissé par rapport au mois d'avant.

Il voit d'un coup d'oeil son **grade « BeGreen »** et son **objectif** pour le mois suivant.

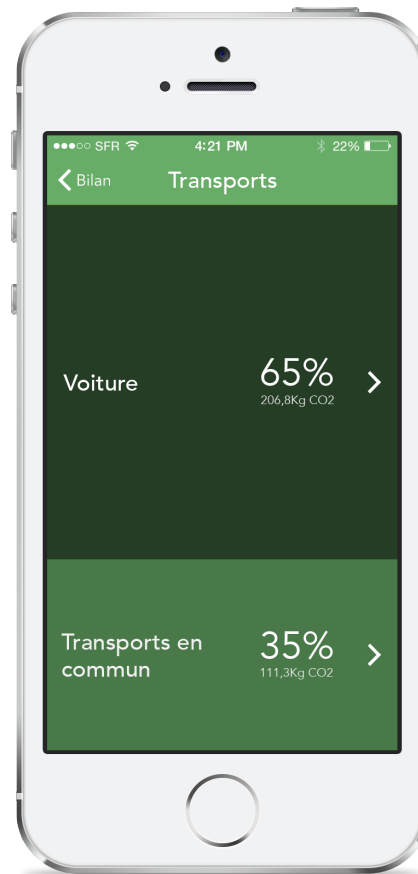
Un **conseil personnalisé** lui est adressé directement sur la page d'accueil.



Expérience utilisateur



Hugo veut comprendre pourquoi son taux émission a baissé le mois dernier. Il accède à ses statistiques **classées par sources d'émission**.

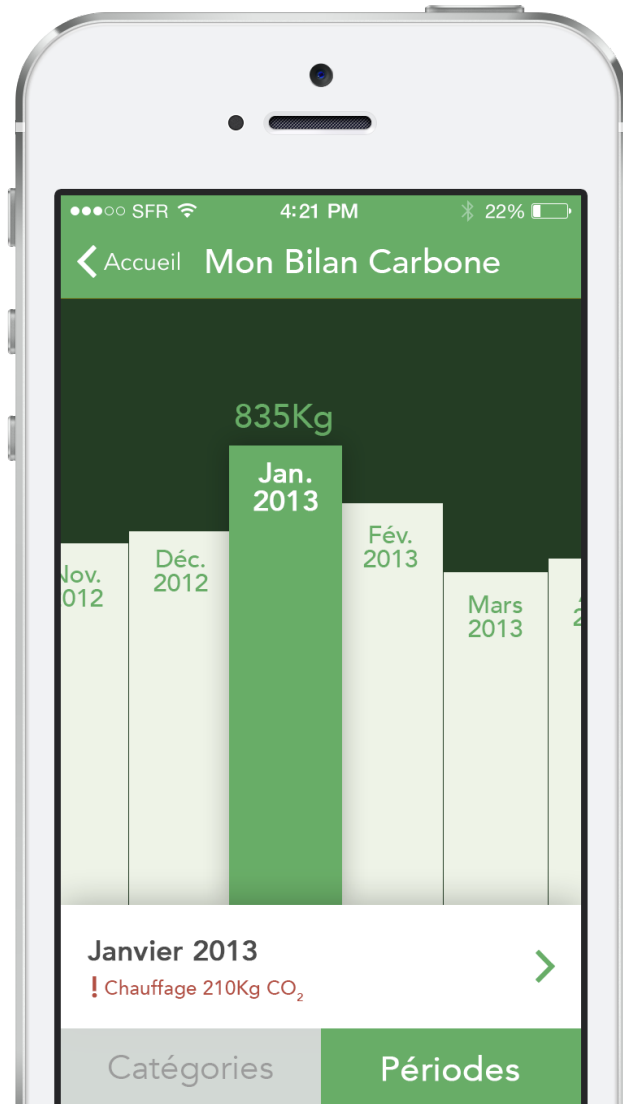


Pour bien comprendre pourquoi ses transports sont si conséquents, il décide de **rentrer dans les détails** de la catégorie Transport.



Pour la voiture, **un conseil personnalisé** lui est proposé afin de réduire son émission carbone.

Expérience utilisateur



Hugo a aussi la possibilité de **suivre l'évolution de son empreinte carbone** au travers des mois.

Il obtient rapidement la quantité de CO₂ qu'il a émise lors du mois sélectionné.

De plus, la source d'émission carbone la plus conséquente du mois sélectionné apparaît.

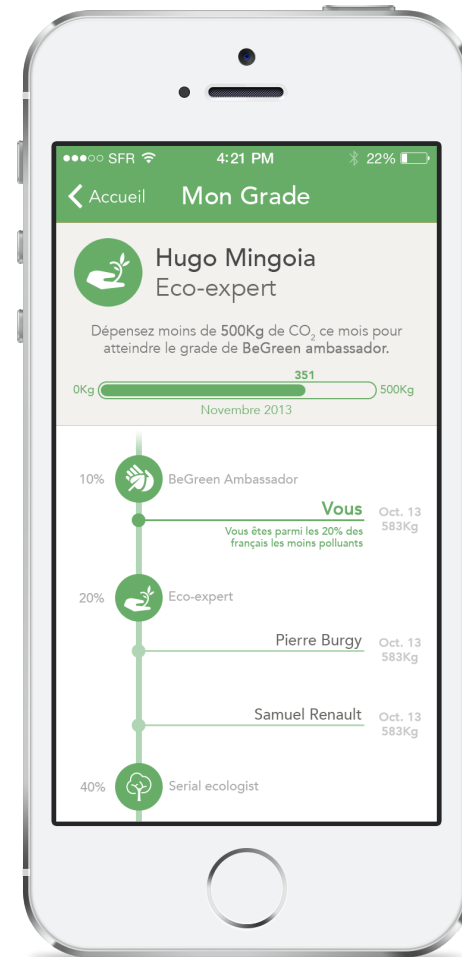
Expérience utilisateur

Hugo lors de son inscription avait le grade
« Écolo en Herbe ».

En suivant les conseils de l'applciation, il a su **réduire l'impact écologique** de son mode de vie et gravir les échelons.

Aujourd'hui, Hugo **a dépassé son ami Pierre** et atteint le grade « Eco-expert ».

Son nouvel objectif est de faire partie des 10% des français les moins pollueurs et ainsi devenir « BeGreen Ambassador ».



Expérience utilisateur



Hugo, ne se souvenait pas d'un conseil que lui a proposé BeGreen deux semaines plus tôt.

Il peut retrouver l'ensemble des recommandations qui lui ont été faites via l'écran « Mes conseils ».



Une approche nouvelle

Avec l'application BeGreen, **les entreprises accompagnent les consommateurs dans une action de bien-être collectif.** Cette approche porte le double intérêt de montrer une **utilisation bienveillante des données privées**, mais aussi un **engagement pour l'avenir.**

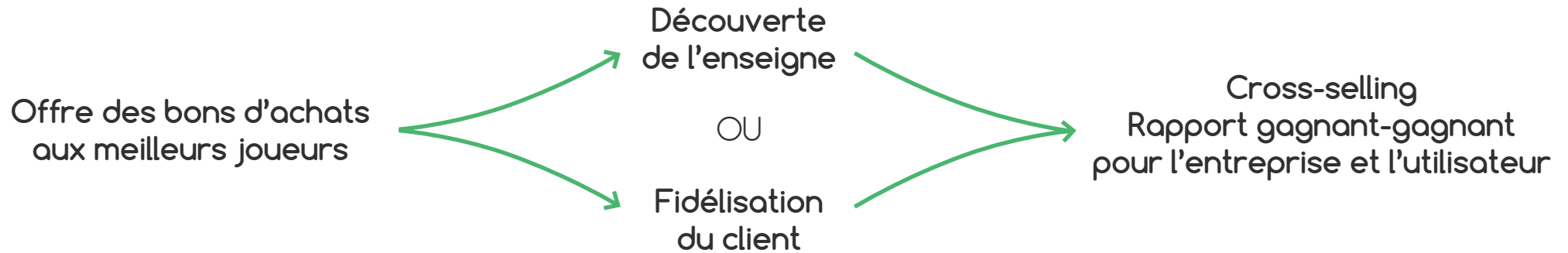


Les consommateurs sentiront alors un élan nouveau dans l'**amélioration de la vie quotidienne**, et cela dans un **cercle de confiance vertueux**, où le banquier, le supermarché, l'agent d'assurance s'encourageront, et s'investiront pour un avenir commun.



Évolutions futures

Nous souhaitons par la suite, faire en sorte que les entreprises partenaires puissent offrir des bons d'achat aux meilleurs joueurs, ce qui nous permet d'envisager un **modèle économique viable**.



Vente de conseils sponsorisés à des entreprises du secteur de l'écologie, avec incorporation de liens redirectionnels.