



LES ÉTUDIANTS DE L'UNIVERSITÉ INTERNATIONALE DE MONACO SE MOBILISENT POUR LE MUSÉE !

[Objectif : mobiliser les jeunes générations aux enjeux de la protection des océans]

Dans le cadre du partenariat entre l'IUM, l'association Monaco Impact et le Musée océanographique, plus de soixante étudiants, issus des classes de Master et de Bachelor, ont travaillé durant 6 semaines à imaginer de nouvelles solutions pour sensibiliser et fédérer les jeunes générations aux enjeux de la protection des océans.

Répartis en quatre équipes, les étudiants ont exposé tour à tour leurs projets sur les deux thématiques proposées :

- Le Musée océanographique comme outil de partage et de sensibilisation pour les jeunes

Projet #1 - Monaco Turtles : création d'un « Escape Game », mais aussi d'endroits « Instagrammables » dans le Musée permettant de sensibiliser, tout en communiquant sur le réseau social Instagram.

Projet #2 - Ocean's 9 : création d'une application fun et intuitive, utilisant la réalité augmentée dans le Musée.

- L'organisation d'un "challenge" sur la création de nouveaux concepts ayant un impact positif sur l'environnement

Projet #3 - The Sailors : conception d'un business challenge incitant des étudiants à créer un objet à partir de déchets marins. L'idée gagnante pourrait être produite par une marque partenaire.

Projet #4 - Nom du projet : – 1 ligne de présentation



Cérémonie de remise des prix © Michel Dagnino – Musée océanographique



C'est face au jury composé de **Frédéric Genta**, *Délégué interministériel chargé de la transition numérique de la Principauté de Monaco*, **Jean-Philippe Muller**, *Directeur de l'IUM*, **Peter Kütemann**, *Président de Monaco Impact*, **Leila Eilling**, *Présidente de l'Association des Amis du Musée océanographique de Monaco* et **Robert Calcagno**, *Directeur du Musée océanographique* que les étudiants ont pu **faire part de leur vision, de leurs idées et de leurs préconisations.**

L'ensemble des participants a reçu de la part de Leila Eilling un accès illimité et gratuit du Musée océanographique pendant 1 an, en tant qu'Amis du Musée. Ce *pass* leur permettra de partager leur expérience avec un invité de leur choix à chaque visite.

LE MEILLEUR PROJET RÉCOMPENSÉ (ou « **les projets récompensés** » s'il y a un bon sujet dans chaque catégorie)

L'innovation, la créativité ou encore la faisabilité des projets faisaient partie des critères d'évaluation des projets. Après délibération, le **jury a décidé de récompenser le projet xxxx.**

Le premier prix a été remis par Peter Kütemann. Il permettra aux étudiants de prolonger leur découverte du monde marin à bord du Santo Sospir, grâce à une journée d'observation des baleines et dauphins au large de la Principauté, offerte par Monaco Impact.

Robert Calcagno a également annoncé que le projet gagnant, mais aussi l'ensemble des idées apportées aujourd'hui par les étudiants, seront très concrètement étudiés par les équipes du Musée et de Monaco Impact. Leur mise en œuvre concrète constituerait la récompense ultime de ces semaines d'efforts et de créativité !

N.B. :

En préambule à leurs travaux de réflexion, les étudiants du Master Marketing ont mené un sondage sur la perception et la connaissance des océans par les générations Z et Y (auprès d'un échantillon de 165 jeunes). Les résultats, présentés aujourd'hui, révèlent notamment que l'âge n'est pas un critère différenciant. On pourrait croire que les informations entendues par les jeunes depuis leur enfance suffisent à faire de cette génération des engagés par nature. Or cette étude semble indiquer que c'est davantage l'éducation qui est à l'origine d'une sensibilité à ces thématiques. Ce résultat aura en tout cas été un bon point de départ pour aider les groupes à travailler sur des solutions concrètes.