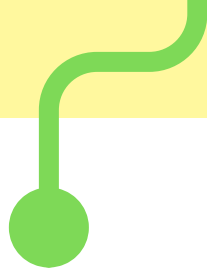


Who Does NOT Want to Be My Business Partner?



AI exploration phase

P2 - Building Hypothesis on AI

AI and Exploration Topics. What are we exploring?

Generative AI for ideas, text and image creation
How AI can help create **fictional** but **convincing content**
Advertising, marketing and persuasion
Credibility of **AI-generated texts** and **visuals**
Difference between **creative use** and **critical use of AI**



Materials Needed and to Create. What must be prepared before the activity?

1 computer with internet access **per group**
Paper sheets and **pens** for notes and sketches
Projector or **TV** for collective moments and final presentations
Access to a conversational AI tool
Access to an image generator
Ideation sheets and prompt examples

Exploration Steps and Description. What do participants actually do?

Session 1: Creating the worst invention

The activity starts with a short game where participants guess if strange products are real or generated with AI. This introduces the theme of credibility and persuasion. Then, in small groups, they imagine the worst invention possible: something absurd, useless and funny, but presented as serious. They complete an ideation sheet with their idea, name, function and a sketch. Finally, they use AI to improve their concept and write a first product description.

Session 2: Creating a promotional dossier and analysing credibility

Groups use AI tools to create promotional content for their invention, such as images, posters, articles or fake scientific explanations. The goal is to make an absurd idea look convincing. Then, they analyse their productions and those of other groups. They discuss what makes the content believable, what feels suspicious and how AI can create realistic but false information.

Session 3: Final pitch and investors' jury

Each group presents its invention to the others and to a jury of facilitators acting as investors. The jury asks questions and challenges the ideas while keeping a playful atmosphere. Groups try to defend and "sell" their product. At the end, participants vote for the best worst invention and share what they learned about AI, persuasion and credibility.

Expected Output. What do participants create, produce or gain from the exploration?

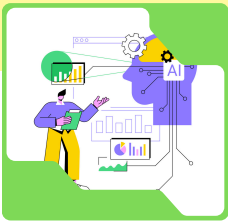
Participants create an absurd invention with a name, a description and visuals generated with AI. They produce simple promotional content and present their idea in a final pitch. They also gain a better understanding of how AI can create convincing content and how it can be used to influence people.

The Hook and the Playfulness. What makes this fun/exciting for young people?

Participants invent a very bad idea and try to sell it seriously. Using AI to create funny and surprising content makes the activity engaging. The final pitch turns it into a playful game.

Success indicators. How do we know it worked? What shows participants learned?

The activity works when participants can explain their invention and use AI to create content. It also shows success when they question what looks credible and understand that AI can be misleading.



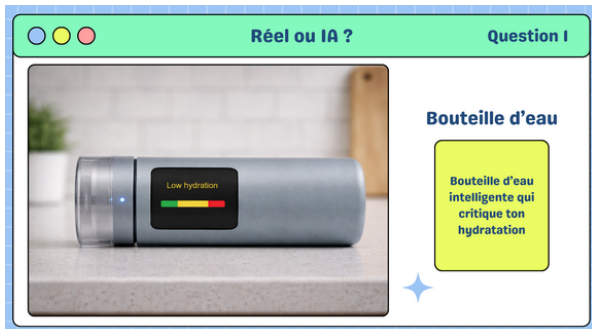
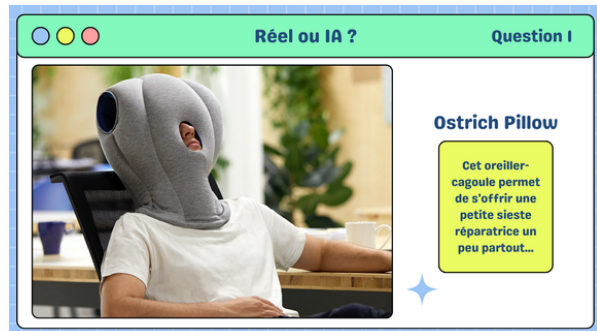
Appendix - Example of material (duplicate if needed)

Appendix 1

Ice-breaking game

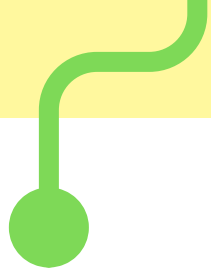
Content of the appendix

Link to the replicable game: <https://canva.link/5taeklifkw3yw53>





Appendix - Example of material (duplicate if needed)



Appendix 2

Example of ideation sheet

Content of the appendix

IDEATION SHEET

NAMES :

WHAT STRANGE OR USELESS PROBLEM DO YOU WANT TO SOLVE?

.....
.....

WHO COULD (POSSIBLY) NEED THIS?

.....
.....

WHAT IS YOUR INVENTION?

.....
.....

FIND A CATCHY NAME

.....
.....

HOW DOES IT WORK?

.....
.....
.....
.....

SKETCH:

THE PRODUCT MUST:

- ▶
- ▶
- ▶
- ▶
- ▶



Appendix - Example of material (duplicate if needed)

Appendix 3

Example of AI-based false communication campaign

Content of the appendix

Link to the replicable game: <https://canva.link/aghapvayhx0vghm>



1. Présentation de la Marque d'Air Pur.

Née d'un besoin simple mais essentiel – respirer mieux – la Bouteille d'Air Pur de l'Himalaya incarne une nouvelle vision du bien-être urbain. Dans un environnement saturé de pollution et de stress, notre marque propose un retour à l'essentiel: un air pur, capturé au cœur des sommets himalayens, pour offrir une expérience sensorielle unique, accessible à tout moment.

“
 Perçue comme un objet à la fois fonctionnel et désirable, chaque bouteille reflète notre engagement envers la pureté, la simplicité et l'efficacité. Plus qu'un produit, c'est un rituel moderne: une pause, une respiration, un instant de clarté dans le tumulte du quotidien. La Bouteille d'Air Pur de l'Himalaya accompagne celles et ceux qui recherchent un équilibre entre performance, sérénité et essence.”

2. Le site

3. La presse en raffole

3. La presse en raffole

<p>Le Figaro</p> <p>“Un souffle venu des sommets: la Bouteille d'Air Pur de l'Himalaya s'impose comme le nouveau luxe des citadins en quête de bien-être.”</p> <p>★★★★★</p>	<p>Les Échos</p> <p>“A mi-chemin entre innovation et expérience sensorielle, ce produit redéfinit notre rapport à l'air dans un monde urbain saturé.”</p> <p>★★★★★</p>	<p>Marie Claire</p> <p>“Respirer devient un rituel: cette bouteille d'air pur promet une pause instantanée, entre sérénité et énergie retrouvée.”</p> <p>★★★★★</p>	<p>Le Parisien</p> <p>“Face à la pollution, la Bouteille d'Air Pur de l'Himalaya séduit par sa simplicité et son efficacité prouvée.”</p> <p>★★★★★</p>
--	---	---	---

4. Adoré des scientifiques

L'exposition prolongée à un air urbain dégradé constitue aujourd'hui un enjeu majeur de santé publique, impactant directement les fonctions respiratoires, cognitives et le niveau global de bien-être. Face à cette réalité, la Bouteille d'Air Pur de l'Himalaya propose une approche innovante, fondée sur l'inspiration d'un air capturé en environnement d'altitude, reconnu pour sa faible concentration en particules fines et sa composition atmosphérique stable.

Innovier pour l'avenir: réconcilier respiration, environnement et performance humaine.

Les analyses menées par des laboratoires indépendants en biochimie indiquent que l'inhalation intermittente d'air d'altitude pourrait favoriser une amélioration mesurable de l'oxygénation sanguine et une réduction significative des marqueurs physiologiques du stress.

Ces observations s'appuient notamment sur la qualité intrinsèque de l'air himalayen, caractérisé par une charge polluante extrêmement basse et une concentration accrue en ions négatifs.

Les études expérimentales suggèrent également un impact positif sur la clarté mentale et les capacités de concentration, avec des variations observées dès les premières utilisations. Cette amélioration serait liée à une meilleure diffusion de l'oxygène au niveau alvéolaire ainsi qu'à une stimulation modérée du système nerveux parasympathique.

5. Des clients satisfaits

<p>Camille, 34 ans - Paris</p> <p>“Je travaille en open space et je ressens vraiment la différence. Quelques respirations et j'ai l'impression de retrouver de l'air frais, ça m'aide à me reconcentrer.”</p> <p>★★★★★</p>	<p>Julien, 29 ans - Lyon</p> <p>“Je suis fatigué surtout après les transports ou avant une réunion importante. Ça me donne une sensation de clarté mentale assez bluffante.”</p> <p>★★★★★</p>	<p>Sophie, 41 ans - Bruxelles</p> <p>“Au début j'étais sceptique, mais c'est devenu un rituel. C'est ma petite pause bien-être dans la journée, et ça m'aide à relâcher la pression.”</p> <p>★★★★★</p>
---	--	---

