



Water and Environment Support

in the ENI Southern Neighbourhood region

Formation de Formateurs en Entrepreneuriat Vert et Économie Circulaire

Scéance 1

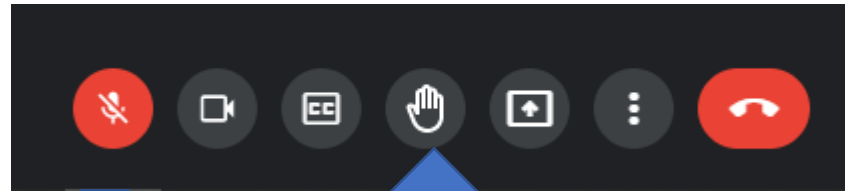
18 Novembre 2021, Boumerdes, Algérie



UTILISATION DE GOOGLE MEETS

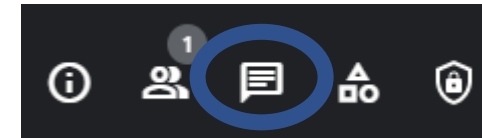


Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region



UTILISER L'OPTION DE LEVEZ LA MAIN POUR DEMANDER LA PAROLE

ASSURER QUE VOTRE MICRO EST EN SILENCE



POUR INTÉRAGIR VOUS POUVEZ AUSSI UTILISER LE CHAT ET ÉCRIRE DES QUESTIONS OU DES COMMENTAIRES



STRUCTURE DE LA SÉANCE



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

- Bienvenue et présentation de l'équipe -5 min-
 - M. Hamouche Aksas**, Chef de département de Génie des Procédés de la Faculté de Technologie, Université de Boumerdes
 - Mme. Malika Bouali**, Directrice Générale du Conservatoire National des Formations à l'Environnement et Point Focal du projet WES
- Introduction generale du WES -5min-
 - M. Anis Ismail**, Expert Clé pour l'Environnement du projet WES
- Introduction au cours -10 min-
 - Mme. Marta Junquera**, Experte Non Clé (Coordination de la FdF)
 - Introduction des partenaires (SCP-RAC)
 - Calendrier
 - Plateforme
 - Communication
 - Évaluation
- Introduction au Module 1 -10 min-
 - M. Antoine Karam**, Expert Non Clé et Formateur Senior

Introduction General du WES



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Le projet « Water and Environment Support (WES) in the ENI Neighbourhood South Region » est un projet régional d'appui technique autour de la méditerranée, financé par l'Instrument européen de voisinage (IEV) Sud.

- WES vise à **protéger les ressources naturelles** dans le contexte méditerranéen et à **améliorer la gestion des rares ressources en eau** dans la région.
- WES vise notamment à résoudre les problèmes liés à **la prévention de la pollution** et à **l'utilisation rationnelle de l'eau**.
- WES s'efforce de créer un environnement favorable et **d'accroître les capacités** de toutes les parties prenantes au sein **des neuf pays partenaires**.
- WES **capitalise sur les précédents projets régionaux** similaires financés par l'UE (Horizon 2020 CB/MEP ; SWIM SM ; SWIM-H2020 SM)
- WES est mis en oeuvre dans la période de **Mai 2019 à Mai 2023**
- Les axes de WES pour la composante environnement sont: la **promotion de l'Economie circulaire, la réduction des déchets marins et de la pollution du plastique** et la promotion **intersectorielle des aspects liés à l'environnement** et au développement durable.

Le Consortium du WES



LDK Consultants Global EEIG



Ce projet est financé
par l'Union européenne





**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Le Centre d'activités Régionales pour la Consommation et la Production Durables – SCP/RAC

- Centre de coopération internationale avec les pays méditerranéens en matière de développement et d'innovation du secteur productif et de la société civile à partir de modèles de consommation et de production plus durables.

Le Centre exerce sa fonction dans le cadre du [Plan d'Action pour la Méditerranée \(PAM\)](#), organisation appartenant au [Programme des Nations Unies pour l'Environnement \(PNUE\)](#).

- Sa création repose sur une décision prise par les parties contractantes de la [Convention pour la Protection de la mer Méditerranée contre la pollution](#) (connue sous le nom de Convention de Barcelone), qui constitue le cadre légal dans lequel agit le PAM.
- Le SCP/RAC lidère des formations en **Entrepreneuriat Vert et Economie Circulaire en Méditerranée** à travers le projet Européen SWITCHMED
- Il est aussi membre du consortium du projet Européen WES

Introduction au cours



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Calendrier FdF Phase 1

Novembre 2021							Decembre 2021						
Dim	Lun	Mar	Mir	Jeu	Ven	Sam	Dim	Lun	Mar	Mir	Jeu	Ven	Sam
	1	2	3	4	5	6				1	2	3	4
											MOD 3		
7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11
14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18
				MOD 1							MOD 4		
21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25
				MOD 2									
28	29	30					26	27	28	29	30	31	

- **HORAIRE NOVEMBRE:**
JEUDI: DE 15H À 18H
VENDREDI: DE 9H À 12H
- **HORAIRE DÉCEMBRE:**
JEUDI ET VENDREDI:
DE 15H À 18H

Merci de vous connecter 10 min à l'avance





Calendrier FdF Phase 2

Dim	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam
Janvier 2022							Février 2022						
						1			1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28					
30	31												

<https://www.theswitchers.org/fr/toolbox>

Calendrier FdF Phase 3

Dim	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam
Mars 2022							Avril 2022						
		1	2	3	4	5						1	2
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30
MODULE DECOUVERTE 2H30 PAR SEMAINE													
Mai 2022							Juin 2022						
1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25
29	30	31					26	27	28	29	30		

PLATEFORME

• <https://www.calec-dz.org/>



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

CALEC
Centre Algérien d'Economie Circulaire

Accueil A Propos Formation Actualités Agenda Contact Revue

Formation Entrepreneuriat Vert Et Économie Circulaire
Outils Développés
Guide Pour Participer À Une Vidéoconférence En Ligne Avec Google Meet

Entrepreneuriat Vert Et Économie Circulaire
Action Pilote Pour L'intégration De L'entrepreneuriat Vert Dans Les Universités En Algérie
Les Modules De La Formation De Formateurs

Plateforme Algérienne d'Économie Circulaire

La plateforme Algérienne est une base de connaissances qui répond aux besoins des chercheurs, entreprises et des pouvoirs publics en matière d'économie circulaire, Eco-conception, Ecolabel et Startup environnemental

Actualités
plus d'info

✉ **Adresse Mail**
calec@univ-boumerdes.dz

- Les enregistrements des séances
- Les présentations
- Documents de support



Communication



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

- La Communication sera via email: veuillez tous confirmer que vous avez reçu les courriels de bienvenue en cas échéant communiquer l'adresse email que vous désirez utiliser à l'adresse: mjunquera@scprac.org
- Vous recevrez le lien pour **chaque module (valable pour les 2 séances)** deux jours à l'avance.
- Appui technique: M. Fateh Boubechiche: boubechichefateh@gmail.com



Evaluation



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

- **Phase 1:**
Evaluation continue et à travers des tests avant et apres chaque module
- **Phase 2:**
Travail individuel
- **Phase 3:**
Evaluation continue et test final





**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Formation de Formateurs en Entrepreneuriat Vert et Économie Circulaire

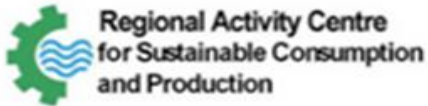
Module 1:

Modèle d'Affaire Vert

Scéance 1

18 Novembre 2021, Boumerdes, Algérie

Présenté par: Antoine Karam, Expert WES en économie circulaire, développement durable, et entrepreneuriat vert-
Formateur senior



Mediterranean
Action Plan
Barcelona
Convention



Ce projet est financé
par l'Union européenne



Introduction à la méthodologie de modèle d'affaires vert et à la Formation de Formateurs

Programme de la formation – Jour 1



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Thème	Intervenant	Heure	Durée
Bienvenue et présentation de l'équipe	M Hamouche, Mme Bouali	15:00 – 15:05	5 min
Introduction générale du WES	M Ismail	15:05 – 15:10	5 min
Introduction à la méthodologie GBM, aux outils et à la logistique de la formation	Antoine Karam	15:10 – 15:20	10 min
Evaluation pré-formation		15:20 – 15:30	10 min
Concepts clés		15:30 – 16:00	30 min
Idée d'entreprise, Esquisse, Mission et Vision		16:00 – 16:30	30 min
Parties prenantes		16:30 – 16:50	20 min
Segments de clientèle		16:50 – 17:10	20 min
Proposition de valeur		17:10 – 17:30	20 min
Récapitulatif et Conclusion		17:30 – 17:40	10 min

Programme de la formation – Jour 2



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Thème	Intervenant	Heure	Durée
Rappel des principaux thèmes du jour 1, Questions & réponses / Partage d'expériences	Antoine Karam	9:00 – 9:15	15 min
Relations clients et canaux	Antoine Karam	9:15 – 9:45	30 min
Activités et ressources clés	Antoine Karam	9:45 – 10:15	30 min
Ecoconception	Antoine Karam	10:15 – 10:45	30 min
Coûts et revenus	Antoine Karam	10:45 – 11:15	30 min
Récapitulatif	Antoine Karam	11:15 – 11:25	10 min
Evaluation post-formation	Antoine Karam	11:25 – 11:35	10 min

Evaluation pré-formation



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

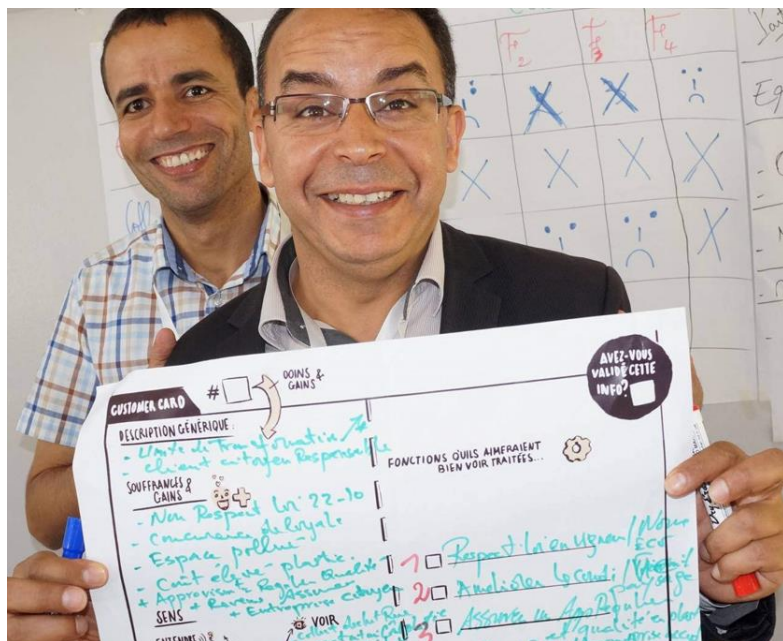
<https://forms.gle/67JMQFqub87xYstL9>



Méthodologie GBM



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region



- La méthodologie GBM a été transférée aux formateurs locaux (FL) de structures d'appui membres du Partenariat National de Switchers :
 - > Contenu conceptuel
 - > Outils en ligne
- Les FL sont en mesure de reproduire la formation et d'aider les entrepreneurs à passer d'une idée de projet à un modèle d'affaires vert validé (en utilisant la plateforme web).
- Les FL sont en mesure de transférer la méthodologie GBM à d'autres membres de leur organisation.



Valeur ajoutée



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Eco-innovation

- Une méthodologie unique et innovante qui intègre la durabilité dans le développement de modèles d'affaires.

Partenariat national

- Le partenariat national de structures d'appui au développement des entreprises durables apporte un avantage en termes de collaboration.

Plateforme web

La plateforme web propose non seulement des outils tels que l'outil GBM, mais aussi une interface interactive qui permettra aux FL de:

- > Planifier et programmer des formations, créer des classes, ...
- > Contact avec des entrepreneurs, une classe, des structures d'appui...
- > Vérifier l'avancement des activités (formations, incubation...)
- > Examiner et commenter le contenu des GBM développés par les entrepreneurs.



4 modules



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

**Modèle
d'affaires
vert**

**Plan
d'affaires
vert**

**Éco-
conception**

**Accès au
marché**



4 modules



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

**Modèle
d'affaires
vert**

**Plan
d'affaires
vert**

**Éco-
conception**

**Accès au
marché**

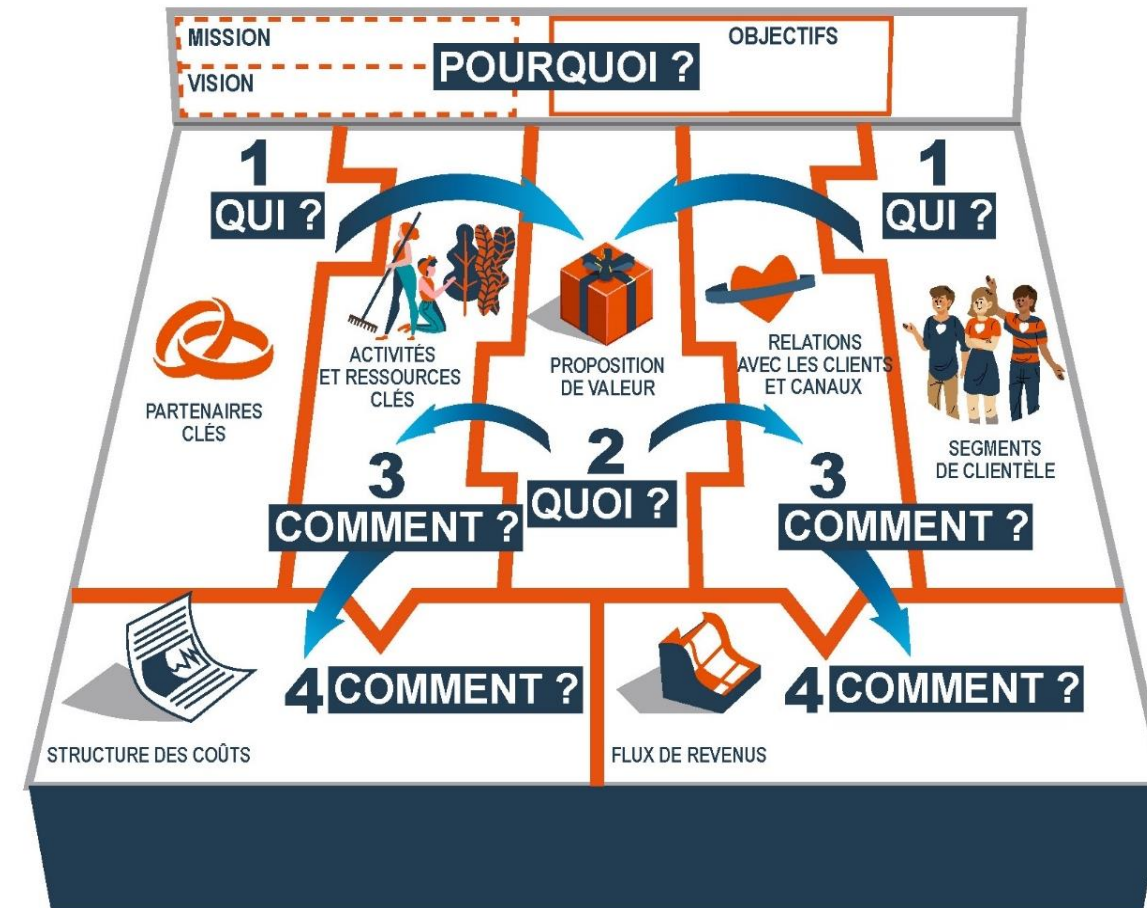


La méthodologie du modèle d'affaires vert



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

- **Méthodologie GBM basée sur:**
 1. > Canevas du modèle d'affaires
 2. > Lean Startup
 3. > Éco-innovation
- **Outil en ligne**
 1. > Exercices en ligne
 2. > Concepts et contenu
 3. > Études de cas d'entreprises
- **Produit final** : un modèle d'affaires durable validé

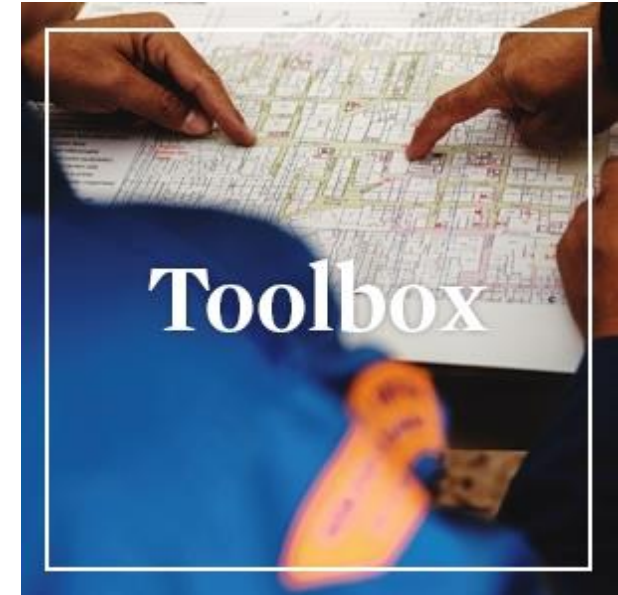


Matériel de formation



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

- Plateforme web (Toolbox): <https://toolbox.theswitchers.org>
- Support de formation (PowerPoint)
- Documents de référence:
 - Manuel des formateurs: <https://www.theswitchers.org/sites/default/files/2021-10/workbook-fr.pdf>
 - Cahier d'exercices: https://www.theswitchers.org/sites/default/files/2021-10/handbook-fr_1.pdf



Concepts clés

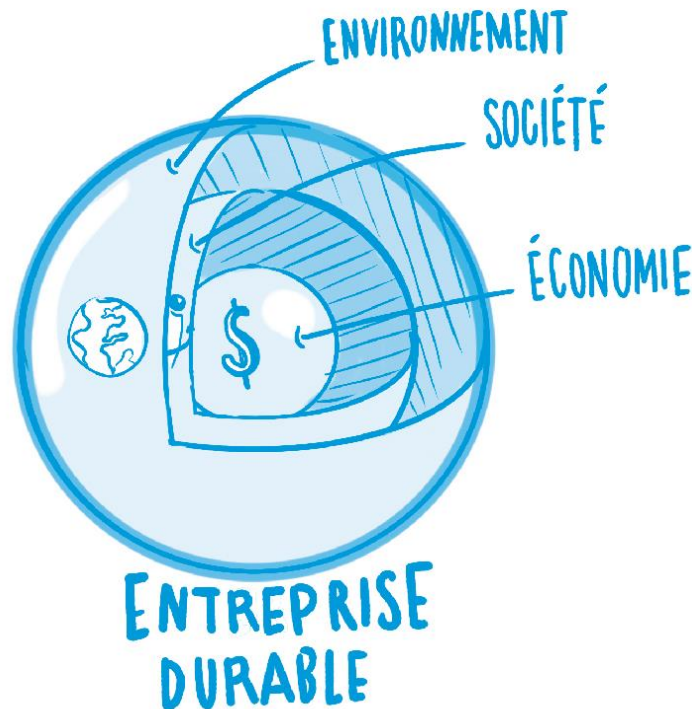


Brève définition :

Une entreprise durable apporte des **solutions commerciales** aux **défis environnementaux** qui sont **économiquement viables** et **socialement responsables**.

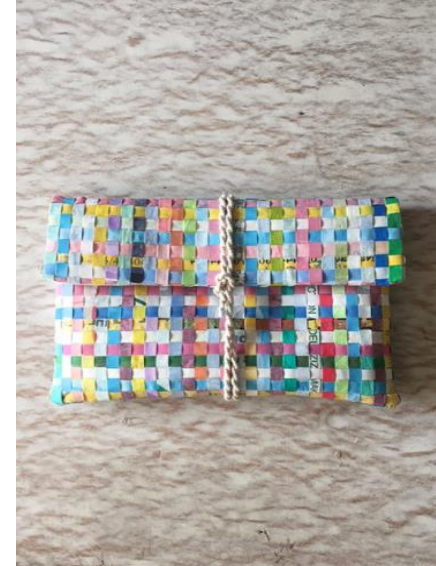
Définition complète :

En raison de l'interdépendance entre l'environnement, la société et l'économie, une entreprise durable fournit des produits et services innovants et viables qui créent une valeur environnementale (en relevant les défis écologiques et en réduisant les impacts environnementaux) et sociale (en répondant aux besoins sociaux) en appliquant des approches d'éco-innovation, de réflexion sur le cycle de vie et d'éco-conception.



Entreprises durables : l'exemple d'un Switcher

- Nour Kays est une créatrice libanaise en mission. Une mission pour **changer la façon dont nous apercevons et utilisons les déchets.**
- Elle collecte and exploite les sacs plastiques utilisés en nouveaux matériaux qu'elle utilise afin de créer une collection à la mode, respectueuse de l'environnement, et fait à la main consistant à des sacs, des pochettes, et des accessoires.





**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Connaissez-vous des entreprises durables ou des entrepreneurs verts Algériens?



Éco-innovation



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

L'éco-innovation consiste à fournir des solutions nouvelles et alternatives, qui permettent à une entreprise de réduire ses impacts environnementaux et/ou de créer une valeur environnementale.





L'écoconception consiste à prendre en compte et à évaluer **dès la conception** (d'un produit ou d'un service et de son modèle d'affaires) tout impact potentiel sur l'environnement.

Les impacts sur l'environnement doivent être systématiquement évalués à tous les stades du cycle de vie du produit/service :

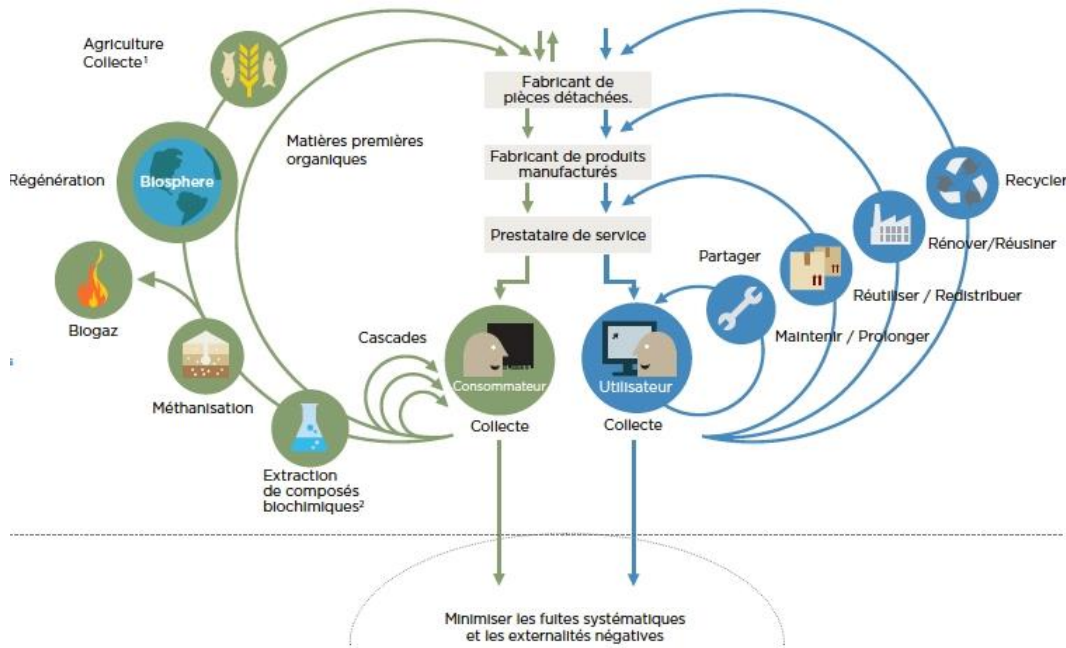
- Extraction et achat des matières premières
- Production
- Conditionnement, emballage et distribution
- Utilisation du produit ;
- Gestion de la fin de vie.



Économie circulaire



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region



« Au-delà de l'actuel modèle industriel qui se résume à "extraire, fabriquer et jeter", une économie circulaire vise à redéfinir la croissance, en se concentrant sur les bénéfices positifs pour la société. Elle implique de découpler progressivement l'activité économique de la consommation de ressources non renouvelables et de concevoir les déchets hors du système. Soutenu par une transition vers les sources d'énergie renouvelables, le modèle circulaire construit un capital économique, naturel et social.

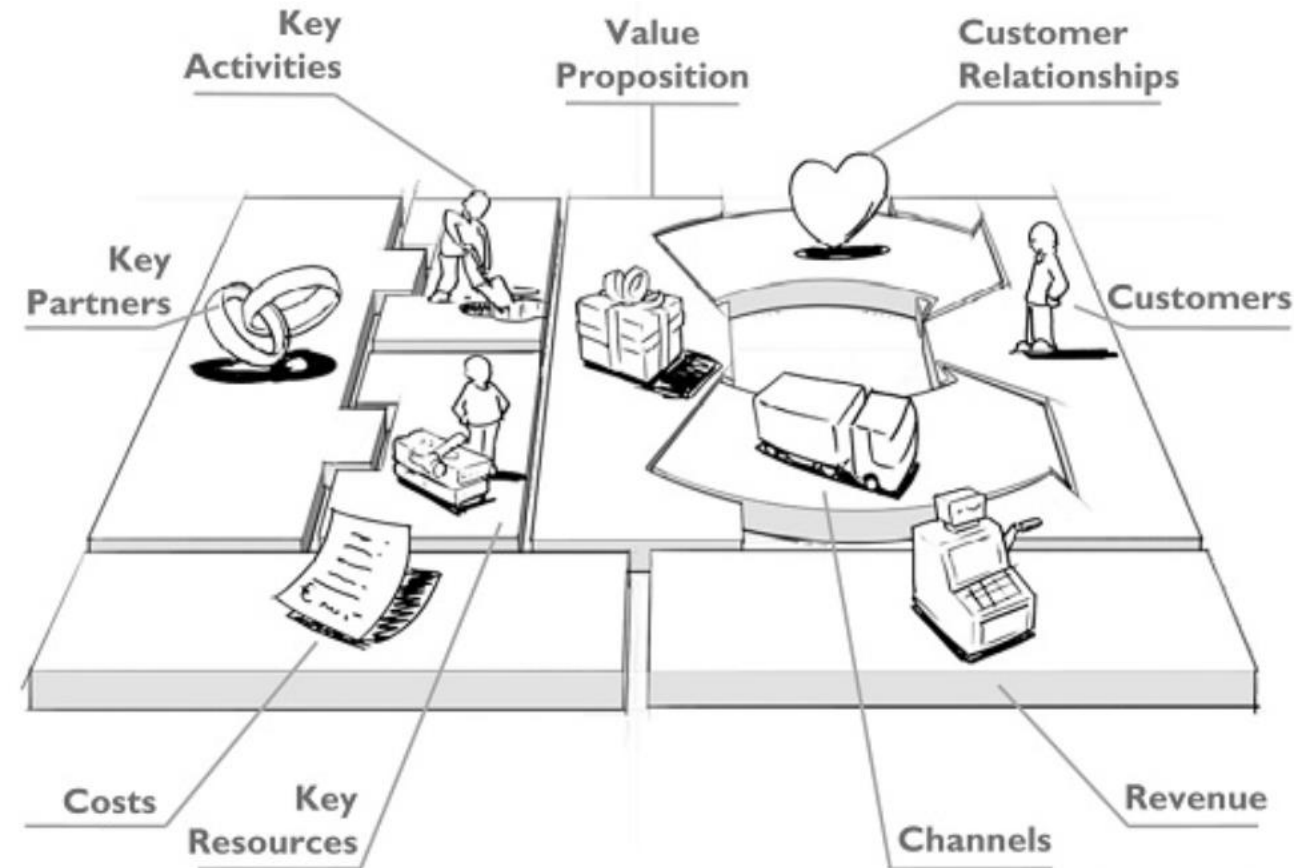
Il repose sur trois principes : Éliminer les déchets et la pollution ; Maintenir les produits et les matériaux en usage ; Régénérer les systèmes naturels » (Fondation Ellen MacArthur).

Business Model Canvas



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

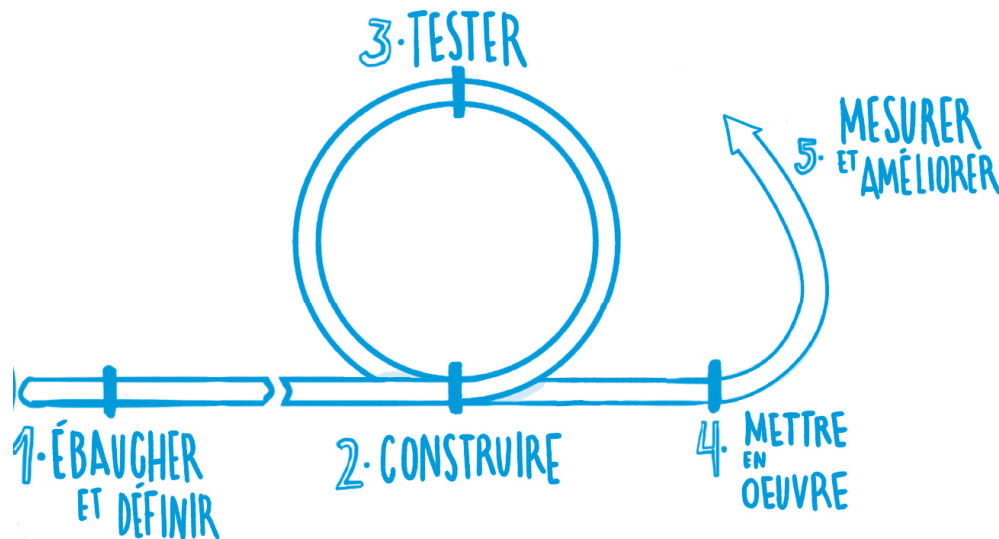
- « Un modèle d'affaires (business model) décrit les principes selon lesquels une organisation crée, délivre et capture de la valeur » (Osterwalder et Pigneur).
- Un modèle d'affaires peut être synthétisé et décrit à travers un canevas d'affaires et ses éléments constitutifs



Lean Startup



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region










L'approche Lean Startup encourage les entrepreneurs à tester leurs modèles d'affaires et leurs produits/services dès le début, en recherchant les réactions des clients potentiels et des premiers adoptants et en ajustant continuellement l'idée en fonction de ces réactions. Cette approche permet de réduire les coûts, les risques et le temps nécessaire pour valider un modèle d'affaires.



Modèle d'affaires vert

GREEN BUSINESS CANVAS

Mission		OBJECTIFS			NOM _____
Vision					DATE _____
ITERATION# _____					
PARTIES PRENANTES CLÉS 	ACTIVITÉS ET RESSOURCES CLÉS 	PROPOSITIONS DE VALEUR 	RELATIONS CLIENTS & CANAUX 	SEGMENTS DE CLIENTÈLE 	
STRUCTURE DE COÛTS 		FLUX DE REVENUS 			

Exemple de Modèle d'affaires vert (simple)

Mission: Fournir des équipements informatiques recyclés aux personnes défavorisées

Vision: Une Algérie ou toute personne a accès à internet avec zéro déchets informatiques!

Objectifs:

- Améliorer le développement socio-économique des zones rurales
- Réduire les déchets informatiques de pays

PARTIES PRENANTES CLÉS	ACTIVITÉS ET RESSOURCES CLÉS	PROPOSITIONS DE VALEUR	RELATIONS CLIENTS & CANAUX	SEGMENTS DE CLIENTÈLE
<ul style="list-style-type: none"> - Autorités locales - Gérant la décharge - Clients 	<p><u>Principales activités :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Collecte de toute sorte d'équipements électriques et électroniques. - Remise à neuf de certains équipements. - Le reste est jeté dans une décharge. <p><u>Ressources clés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Voiture personnelle avec remorque. - 3 employés. 	<p>Collecte et remise à neuf d'équipements informatiques obsolètes fournis par des organisations et des personnes privées en vue d'aider des personnes défavorisées à pouvoir acheter un équipement bon marché, tout en réduisant le volume de déchets dans les décharges.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prospection directe de clientèle, feedback direct. - Bulletins d'information communiqués aux institutions d'enseignement boutique (don d'appareils obsolètes et ventes d'appareils rénovés). 	<p><u>Clients potentiels :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation publique. - Pme. - Étudiants. - Toute personne privée. <p><u>Bénéficiaires :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Manager de la décharge - Population locale vivant au voisinage de la décharge !!
<p>STRUCTURE DE COÛTS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coûts de collecte (transport, carburant). - Coûts de remise à neuf. - Coût de location de l'atelier de réparation. - Salaires des 3 travailleurs + rémunération d'Omar. - Coûts d'achat d'articles anciens à remettre à neuf (donnés par des personnes privées). 		<p>FLUX DE REVENUS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rémunération du service payée par les organisations et les sociétés désireuses de se débarrasser d'équipements obsolètes. - Recettes des ventes d'articles remis à neuf directement en magasin 		

Idée d'entreprise, Esquisse, Mission et Vision



- 1^{ère} étape de la méthodologie GBM : expliquer notre idée d'entreprise verte. L'objectif est de comprendre les principaux éléments de l'idée et de préparer le travail à venir.
- Toute première approche de la résolution des problèmes qui sera améliorée par la suite.

QUELLE EST VOTRE IDÉE D'ENTREPRISE INITIALE?

Esquissez votre idée d'entreprise

- Quelle est votre idée d'entreprise initiale ?
- Qu'allez-vous offrir (produit, service) ?
- Qui peuvent être vos clients ?
- Qui peuvent être vos partenaires ?

Identifier les problèmes et les besoins



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Les moteurs

Il est essentiel de comprendre les raisons qui motivent le projet et ses fondateurs pour donner un sens et un but à l'ensemble du processus de création d'entreprises vertes. On peut distinguer quatre forces motrices :




Les forces externes :

- Défis/problèmes environnementaux
- Défis/problèmes sociaux
- Besoins du marché/des clients

Les forces internes :

- Motivations personnelles et professionnelles (équipe)
 - Caractéristiques des entrepreneurs
 - Objectifs et motivations personnelles
 - Engagement / disponibilité de l'équipe

Identifier les problèmes et les besoins




ENV

Votre idée tâche-t-elle de résoudre des défis environnementaux réels ? Lesquels ?




SOC

Votre idée tâche-t-elle de résoudre des défis sociaux réels ? Lesquels ?



BESOINS

Quels sont les besoins les plus importants de vos clients potentiels ?



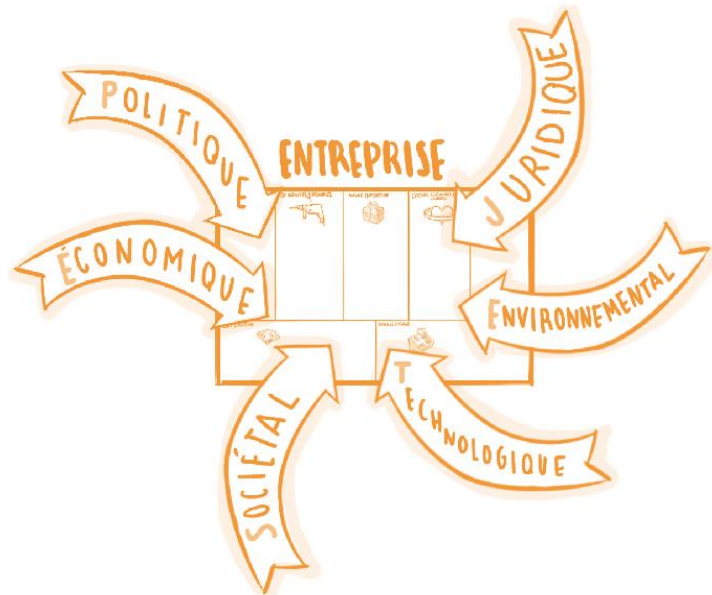
MOTIVATIONS D'EQUIPE

Quels sont les éléments d'ordre personnel et professionnel qui motivent votre projet d'entreprise ?

Comprendre le contexte



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region



- Comme tout le reste, une entreprise fait partie d'un système. Elle fonctionne dans un contexte et est affectée par des aspects politiques, économiques, sociaux, technologiques, environnementaux et juridiques (PESTEL).
- Prévoir les opportunités et éviter les menaces potentielles causées par les changements et les tendances à long terme.
- Contexte/niveau local, régional et mondial (commencez au niveau local et élargissez le champ d'application).
- Pour une entreprise durable, un accent particulier sera mis sur les facteurs environnementaux.



Comprendre le contexte



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

QUOI?

P E S T E L

Quels sont les aspects du contexte (politique, économique, social, technologique, environnemental et légal) qui peuvent impacter sur mon entreprise ?

COMMENT ?

Pouvez-vous dire comment faire face aux facteurs les plus importants ?

Quelques questions à poser :

- Quelle est la situation politique du pays et comment peut-elle affecter nos activités ?
- Quels sont les facteurs économiques qui prévalent ?
- Quelle est l'importance de la culture sur le marché et quels sont ses déterminants ?
- Quelles sont les innovations technologiques susceptibles d'apparaître et d'affecter la structure du marché ?
- Quelles sont les principales préoccupations et les principaux défis en matière d'environnement ?
- Existe-t-il des législations en vigueur qui réglementent notre activité ou est-il possible de modifier les législations relatives à notre activité

Faites un brainstorming, établissez des priorités (5) et confrontez

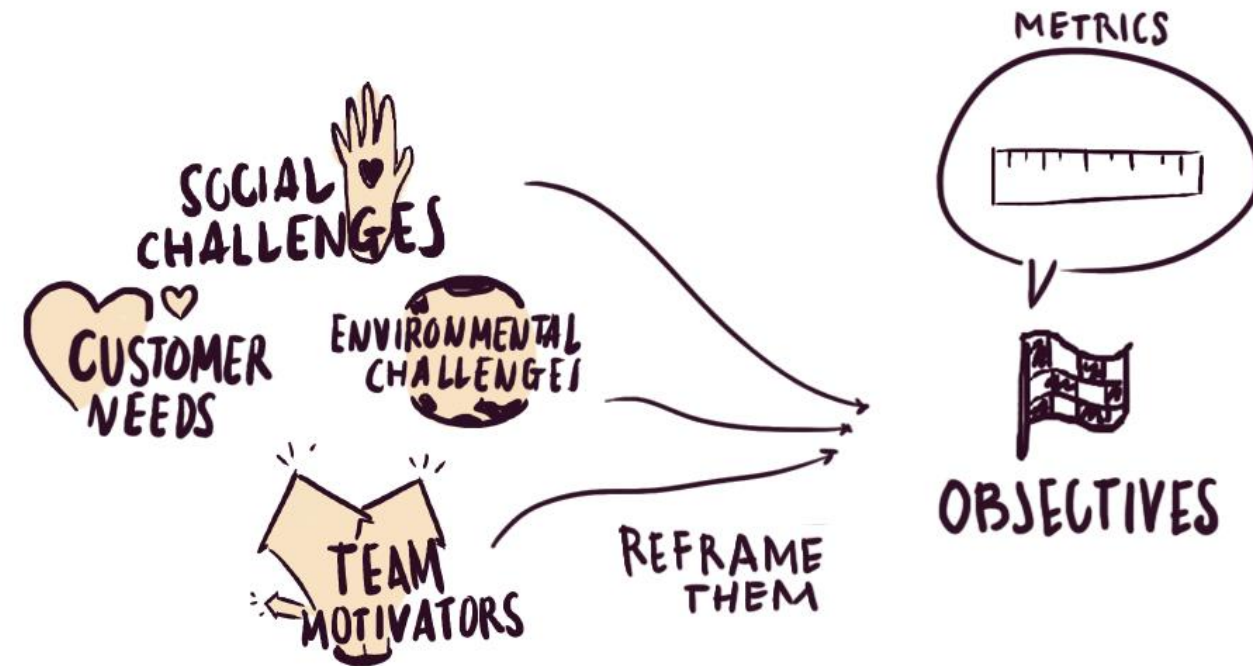


Objectifs et indicateurs



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Après avoir compris le contexte dans lequel notre entreprise opère (les limites du système et les forces de changement), ainsi que les moteurs derrière elle (motivations personnelles et professionnelles, défis environnementaux et sociaux, et besoins des clients), nous sommes maintenant prêts à **fixer les objectifs** (en s'attaquant aux moteurs) qui nous guideront vers l'impact que nous voulons laisser derrière nous.



Pour tracer un chemin vers notre vision, les moteurs sont traduits en objectifs de l'entreprise et suivis par des indicateurs



Objectifs et indicateurs



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

- **Objectif** : il s'agit de ce que les entrepreneurs veulent réaliser avec l'entreprise verte par rapport aux problèmes et aux besoins déjà identifiés.
- **Indicateurs** : l'outil de suivi de l'impact au sein de la plateforme en ligne propose un ensemble d'indicateurs par secteurs en fonction des objectifs des entreprises durables



Objectifs et indicateurs



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

- **Récapitulatif** : saisissez les problèmes et les besoins les plus pertinents auxquels votre projet cherche à répondre
- **Fixer des objectifs** : recadrer les problèmes et les besoins en objectifs spécifiques pour les résoudre ou les affronter
- **Mesurer les progrès** : définir des indicateurs pour mesurer les progrès accomplis dans la réalisation des objectifs (facultatif à ce stade)



Quels défis sociaux votre entreprise veut-elle relever ?



A quels besoins du client votre idée d'entreprise répond-elle ?



A quels défis environnementaux votre idée d'entreprise s'attaque-t-elle ?



Y a-t-il un quelconque autre moteur personnel/professionnel ?

REFORMULATION

OBJECTIVES **PROGRESS**

Pouvez-vous déterminer un/des objectif(s) spécifique(s) permettant de relever ces défis ?

Quels indicateurs utiliserez-vous pour suivre la progression vers les objectifs ?

Pouvez-vous déterminer un/des objectif(s) spécifique(s) pour l'/les embrasser ?

Quels indicateurs utiliserez-vous pour suivre la progression vers les objectifs ?

Pouvez-vous déterminer un/des objectif(s) spécifique(s) pour l'/les embrasser ?

Quels indicateurs utiliserez-vous pour suivre la progression vers les objectifs ?

Pouvez-vous déterminer un/des objectif(s) spécifique(s) pour l'/les embrasser ?

Quels indicateurs utiliserez-vous pour suivre la progression vers les objectifs ?



Mission et vision



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

➤ En fusionnant et en synthétisant les objectifs en une déclaration unique, courte et élégante, nous construisons la mission de notre projet, qui doit incarner son essence et sa raison d'être.



Synthétisez les objectifs en une phrase globale, mais aussi simple et élégante.

➤ La vision, à son tour, vient naturellement comme une instance temporelle de la mission : la façon dont nous envisageons notre projet à moyen et long terme



Prévoyez vos résultats à moyen –long terme. Où souhaiteriez –vous arriver ?





Bref exposé de **la raison d'être d'une organisation, de son objectif global** :

- Quel type de produit ou de service elle fournit,
- Les principaux clients ou marchés, et
- Région géographique d'intervention



Fournit des conseils sur **les éléments essentiels à préserver et sur l'avenir à stimuler** pour progresser. Deux composantes majeures :

- L'idéologie fondamentale - ce que nous représentons et pourquoi nous existons.
- L'avenir envisagé - ce que nous aspirons à devenir, quelque chose qui nécessitera des changements et des progrès importants pour être atteint.



Une proposition de valeur unique



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Vision: Notre entreprise existe pour sauver notre planète.

Mission: Construire le meilleur produit, ne pas causer de dommages inutiles, inspirer à travers l'entreprise et mettre en œuvre des solutions aux crises environnementale.



COMMON THREADS INITIATIVE

REDUCE

WE make useful gear that lasts a long time
YOU don't buy what you don't need

REPAIR

WE help you repair your Patagonia gear
YOU pledge to fix what's broken

REUSE

WE help find a home for Patagonia gear you no longer need
YOU sell or pass it on*

RECYCLE

WE will take back your Patagonia gear that is worn out
YOU pledge to keep your stuff out of the landfill and incinerator



REIMAGINE

TOGETHER we reimagine a world where we take only what nature can replace



Mission : Nous créons des vêtements, des chaussures et des accessoires entièrement fabriqués à partir de matériaux recyclés et durables, avec la même qualité, le même design et les mêmes propriétés techniques que les meilleurs produits non recyclés et non durables.

Vision : Nous sommes passionnés par l'idée de mettre un terme à l'utilisation irresponsable des ressources naturelles.



INTRODUCING A NEW SOURCE OF ENERGY FOR THE FUTURE. YOU.

Vision: Mettre l'argent au service du changement positif, social, environnemental et culturel.

Mission: Triodos Bank permet de financer des entrepreneurs progressistes et d'influencer le secteur bancaire pour qu'il devienne plus transparent, plus diversifié et plus durable.



Triodos  Renewables

Parties prenantes

Parties prenantes



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Les acteurs ou les groupes liés au projet, soit parce qu'ils sont **influencés ou concernés** par ses objectifs, soit parce qu'ils exercent une influence ou un effet sur ces objectifs, soit les deux.

Les clients sont un type particulier de partie prenante en ce sens que la santé financière du projet dépend de leur implication. Ils méritent donc une attention toute particulière.



S'engager auprès des parties prenantes



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

L'écosystème des différents acteurs, à savoir les parties prenantes, joue un rôle essentiel dans la réalisation des objectifs d'une entreprise, notamment l'équipe, les partenaires, les bénéficiaires, les clients, les fournisseurs, les investisseurs, les médias, les ONG, les collectivités locales, la société dans son ensemble, la planète, etc. Leur intégration au projet vous permettra de créer la **valeur environnementale et sociale** du projet.

Pour cela, vous devez :

1. cartographier et évaluer leur influence au sein de votre projet ;
2. savoir ce que vous donnez et recevez dans le cadre de votre relation.

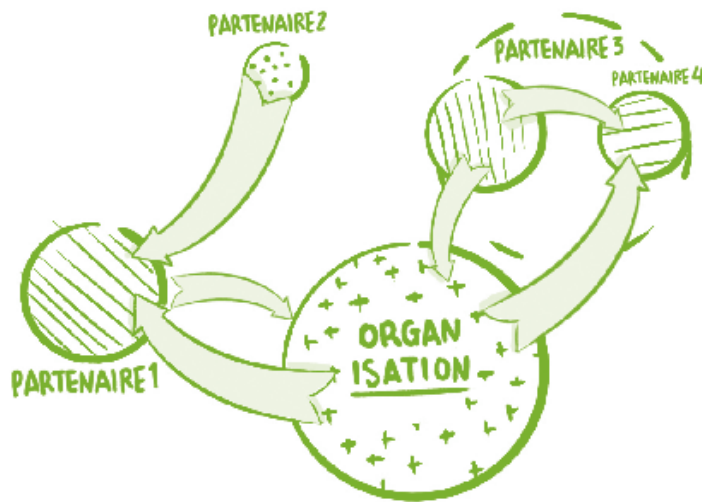


Cartographie des parties prenantes



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Cartographie : identification et hiérarchisation des parties prenantes qui joueront un rôle important dans la réalisation des objectifs du projet. Il faut d'abord identifier les acteurs liés à chaque objectif, puis sélectionner les plus pertinents pour l'ensemble du projet (c'est-à-dire ceux qui sont impliqués dans la plupart des objectifs).



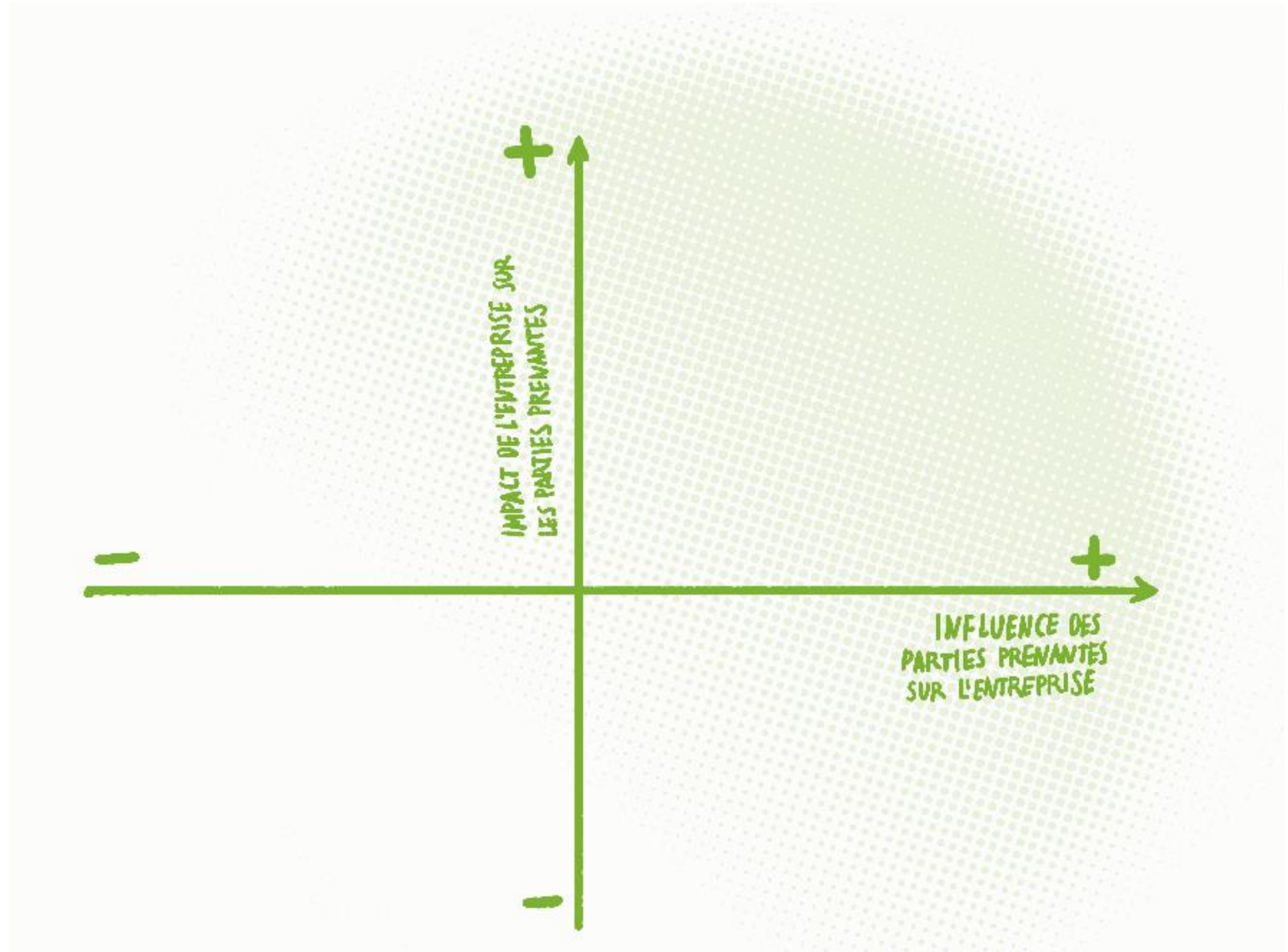
Les principaux acteurs clés sont les suivants :

- **l'équipe ;**
- **les partenaires ;**
- **les bénéficiaires et les clients ;**
- **les collectivités locales.**



Comment cartographier les parties prenantes ?

Les parties prenantes sont ensuite reportées sur un **graphique** grâce à un outil en ligne selon les niveaux d'influence mutuelle.



Comment cartographier les parties prenantes ?

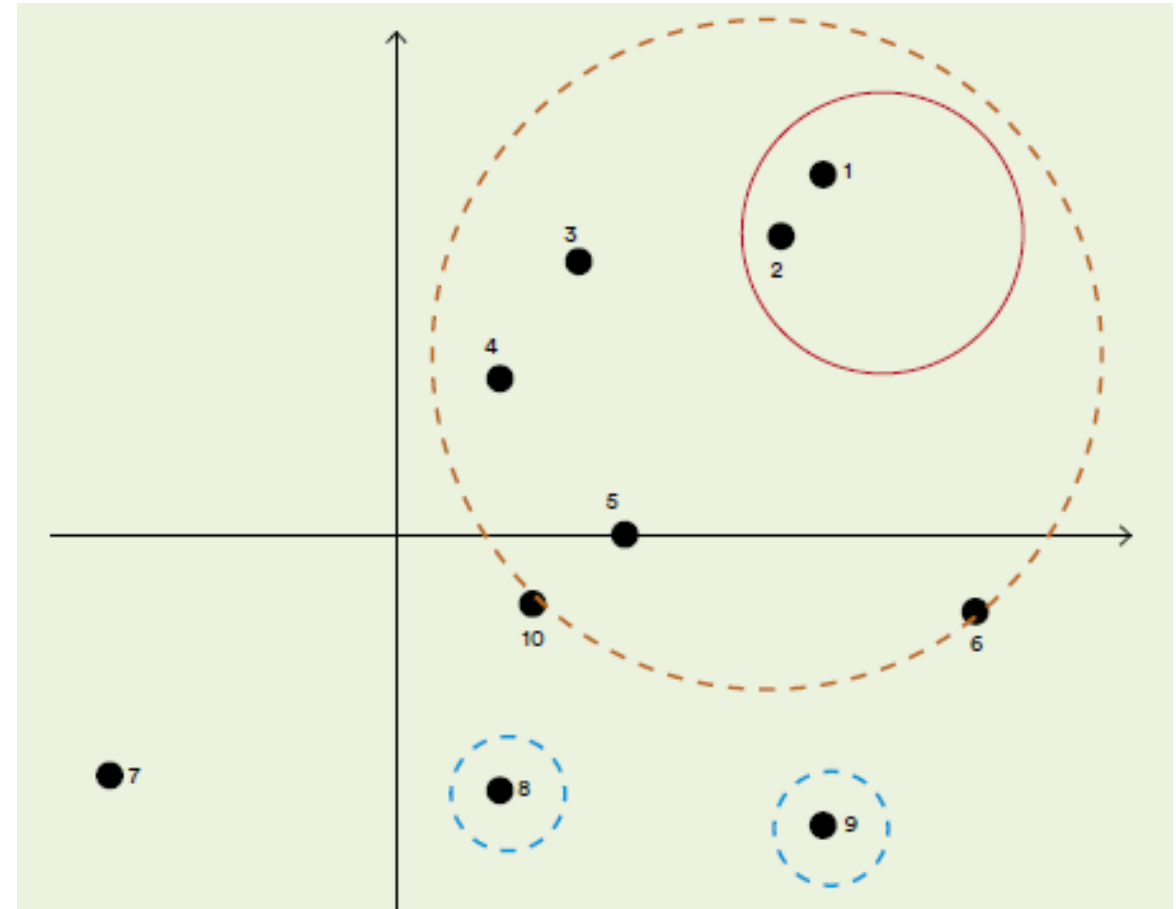


Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Les acteurs les plus pertinents se situeront dans le quadrant 1, en haut à droite du graphique.

Privilégiez les acteurs clés. Ils ne doivent pas être trop nombreux pour ne pas perdre de vue l'essentiel, mais pas trop peu nombreux non plus pour que les modèles fonctionnent.

Des acteurs clés auxquels vous n'aviez pas pensé peuvent apparaître plus tard.



Collecter des informations



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Collecter des informations (par le biais d'entretiens individuels, d'enquêtes, de groupes de discussion...) **et émettre des hypothèses.**

Remplissez la **fiche de renseignement** sur la plateforme web pour chacune des parties prenantes concernées, de la plus pertinente à la moins pertinente.

- Évaluez ce que vous donnez et ce que vous recevez, et déterminez un équilibre.
- Identifiez celles qui sont susceptibles de payer pour la valeur que vous créez.
- Réfléchissez par quels moyens vous pourriez les faire participer.

Hand-drawn information sheet form with the following fields and elements:

- Top left: "CARTE PP #" with a small box for the number.
- Top right: A circular stamp that says "AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?" with a small box for a response.
- Section 1: "QUI?" with a large empty box for the name.
- Section 2: "IMPORTANCE:" with three circles of increasing size connected by lines, indicating a scale.
- Section 3: Two circular icons. The left one is labeled "REÇOIT" and the right one is labeled "DONNE".
- Section 4: A horizontal line with a vertical tick mark and the label "DONNE (100%)".
- Section 5: "EST-CE QUE LE PP PEUT DEVENIR UN CLIENT POTENTIEL?" with "OUI" and "NON" checkboxes.
- Section 6: "COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?" with a large empty box for the answer.



Clients



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Les clients sont un type particulier de bénéficiaires (parties prenantes), qui tirent profit du projet par le biais de l'**achat de ses services ou produits**. Ils jouent donc un rôle majeur dans la viabilité économique et financière.

Généralement, trois facteurs doivent être réunis pour voir naître un client :

- une **création de valeur** importante (perception et réception) ;
- une **offre unique sur le marché** (différenciation) ;
- un **prix approprié** (accessibilité).

Cette étape nécessitera de revoir la carte des parties prenantes existantes et d'identifier les bénéficiaires **disposés à payer** pour la valeur créée par l'entrepreneur.

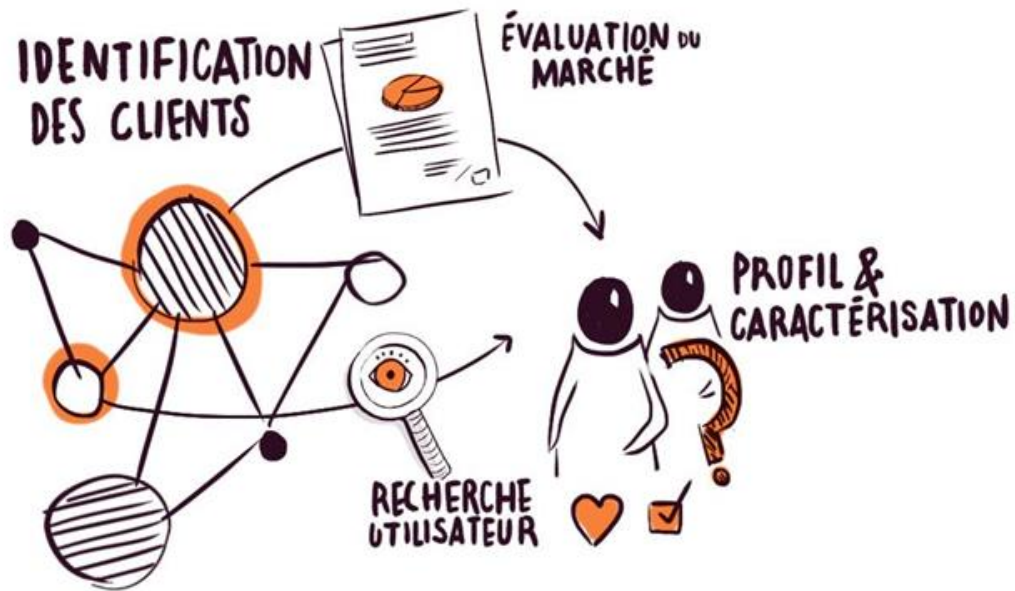


Segments de clientèle

Segments de clientèle



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region



À ce stade, l'objectif est de **bien comprendre votre base de clients potentiels** (identification et profilage de la clientèle) et **le marché dans lequel ils évoluent** (évaluation du marché), sur lequel vont se fonder vos choix de conception de modèles d'affaires.

Une fois cette étape terminée, des décisions concernant la segmentation (sélection des segments de clientèle) et le positionnement (différenciation de notre approche par rapport à celle de la concurrence) pourront être prises. Toute cette valeur client sera ensuite transférée au cœur de votre activité via la proposition de valeur.



Profilage de clientèle



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Une fois que les clients potentiels ont été identifiés, apprenez à les connaître afin de comprendre leurs besoins. Ce processus s'effectue en deux étapes :

- une **description générale** fondée sur des statistiques démographiques générales ;
- une carte personnelle des **fonctions à remplir** (travail des clients) et des **émotions ressenties** (avantages, inconvénients et perception sensorielle).

Si vous voulez créer des liens personnels entre votre projet et votre client, vous devez vous mettre à sa place pour penser, dire et ressentir comme lui. Cela vous permettra de le comprendre, et potentiellement de l'impliquer.



Profilage de clientèle



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Description générale : dressez le portrait du client. Vous pouvez y inclure : des informations sur la zone géographique où il se trouve, son métier, sa tranche d'âge, son idéal de vie, sa relation au monde, etc.

Fonctions du client : décrivez les tâches que le client essaie de mener à bien, les problèmes qu'il tente de résoudre ou les besoins qu'il cherche à satisfaire. Les besoins parlent davantage à notre esprit et à nos motivations rationnelles.

Inconvénients : les émotions négatives, les peurs, les coûts et les situations indésirables ainsi que les risques auxquels votre client est ou pourrait être exposé avant, pendant et après l'exécution des fonctions.

Avantages : les bénéfices que le client cible attend, désire ou par lesquels il serait surpris. Il s'agit de l'utilité fonctionnelle, des avantages sociaux, des émotions positives et des réductions de coûts.



Profilage de clientèle



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Remplissez la fiche de renseignement sur la plateforme web pour chaque client concerné (indiquez les données issues des entretiens, des enquêtes, des groupes de discussion, etc.).

CARTE CLIENT

SEGMENT: Foyers ruraux et petites entreprises.

DESCRIPTION GÉNÉRIQUE :
L'arrondissement de Ghardala est peu peuplé (93 423 habitants). Nos clients potentiels vivent de l'agriculture ou de petites et moyennes entreprises. La plupart d'entre eux sont âgés, car les jeunes ont tendance à migrer vers les villes plus importantes. Ainsi, il s'agit d'une population traditionnelle, avec peu d'attentes, et quelquefois le sentiment de ne pas être reliée au reste du monde.

SOUFFRANCES & GAINS

Souffrances :
Difficultés à être différents des autres dans le village. Etre confronté à des problèmes techniques concernant l'entretien ou la fourniture de systèmes solaires PV, des protocoles complexes, des difficultés juridiques, etc. Perdre de l'argent ou ne pas être capable de couvrir les coûts d'investissement à l'avance. Vol.

Gains :
Economiser de l'argent, améliorer l'activité des entreprises et les modes de vie, connexion avec le monde moderne.

FONCTIONS QU'ILS AIMERAIENT BIEN VOIR TRAITÉES...

- Approvisionnement stable en électricité.
- Eclairer leurs foyers ou exploiter leurs entreprises.
- Sécurité.
- Améliorer le profil de leurs enfants.
- Améliorer leur bien-être.

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?



Proposition de valeur

Proposition de valeur



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region



Le moment est venu de concrétiser votre idée d'entreprise, et de créer une proposition de valeur unique et riche, qui pourrait être introduite sur le marché dans le but de générer une valeur sociale et environnementale, ainsi que de vous permettre d'atteindre vos objectifs.

Concentrez-vous sur :

- 1. la valeur environnementale et sociale ;**
- 2. l'analyse du marché** (soulignez les opportunités en fonction de vos avantages, ou concentrez-vous sur votre meilleure proposition de valeur par rapport à la concurrence) ;
- 3. l'implication** de vos clients et des parties prenantes grâce à des **processus de cocréation.**



Une proposition de valeur unique



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region



- Une proposition de valeur est une **promesse de valeur** qui doit être tenue, communiquée et reconnue.
- Elle doit convaincre un client potentiel que votre service ou produit aura plus de **valeur** pour lui que les offres similaires de vos concurrents.
- Elle explique comment votre produit résout les problèmes des clients ou améliore leur situation (pertinence). Elle indique aussi au client idéal **pourquoi il devrait acheter chez vous** et non chez la concurrence (différenciation unique).
- Elle précise comment **la valeur environnementale et sociale** est créée en relevant les défis écologiques et en traitant les questions sociales.
- Une bonne **proposition de valeur** doit être concise et intelligible.

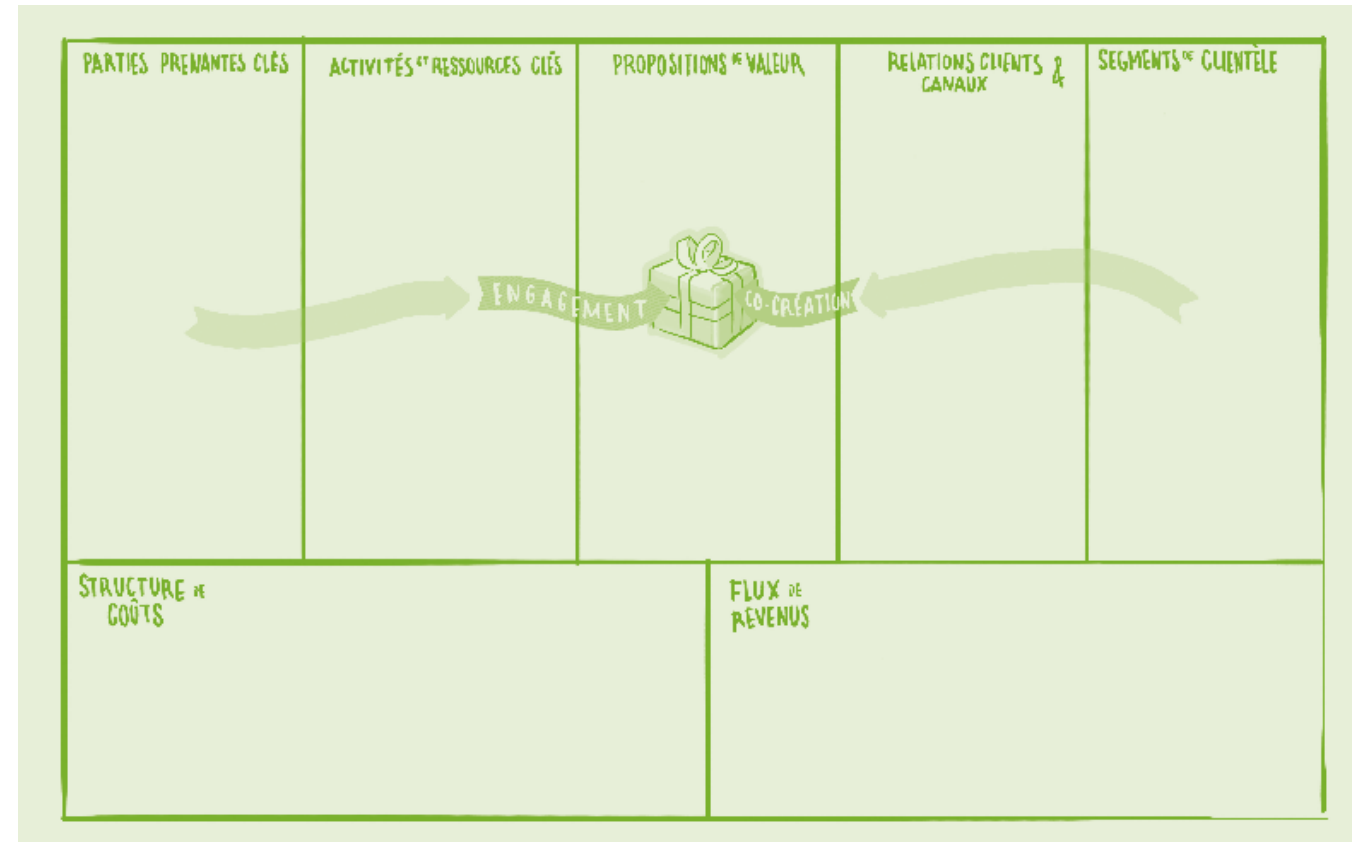


Formuler une proposition de valeur unique



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

En cherchant à vous différencier de la concurrence, à créer en collaboration avec vos clients et à impliquer vos parties prenantes, vous vous assurez que votre proposition de valeur est réellement positive et qu'elle correspond aux besoins et aux attentes de vos clients.

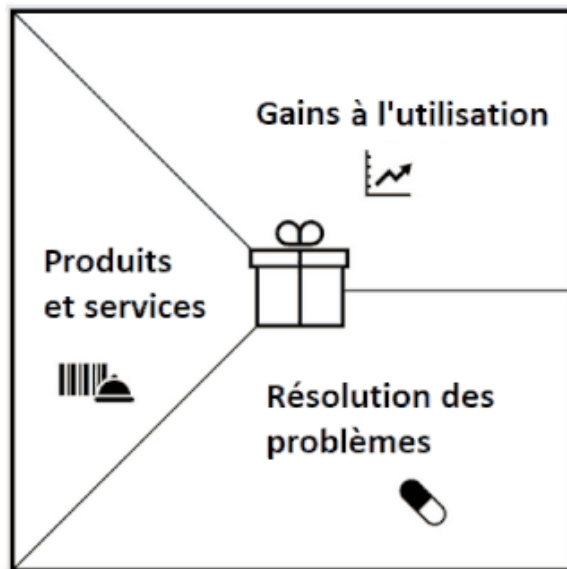


Formuler une proposition de valeur unique

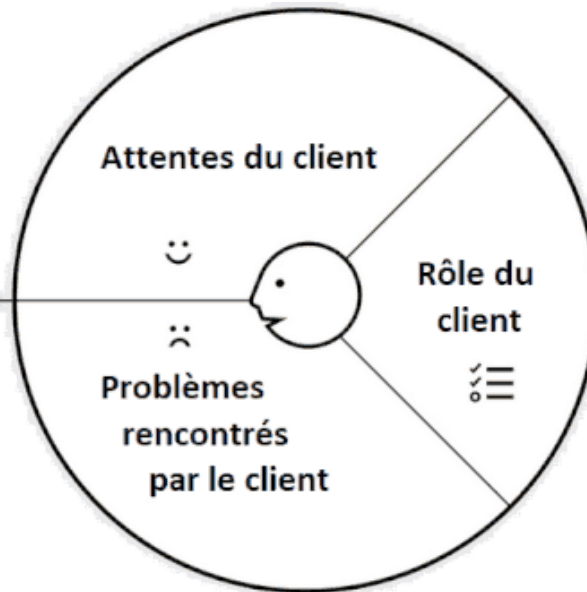


Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Proposition de valeur



Profil du client



Développez la proposition de valeur sur la base du travail qui aura été effectué jusqu'à présent :

- valeur environnementale et sociale créée par l'entreprise ;
- inconvénients, avantages et fonctions des clients.

Décrivez maintenant vos produits et services, la manière dont ils compensent les inconvénients et offrent des avantages pour chaque segment de clientèle.

Décrivez votre valeur ajoutée (par rapport aux autres solutions).

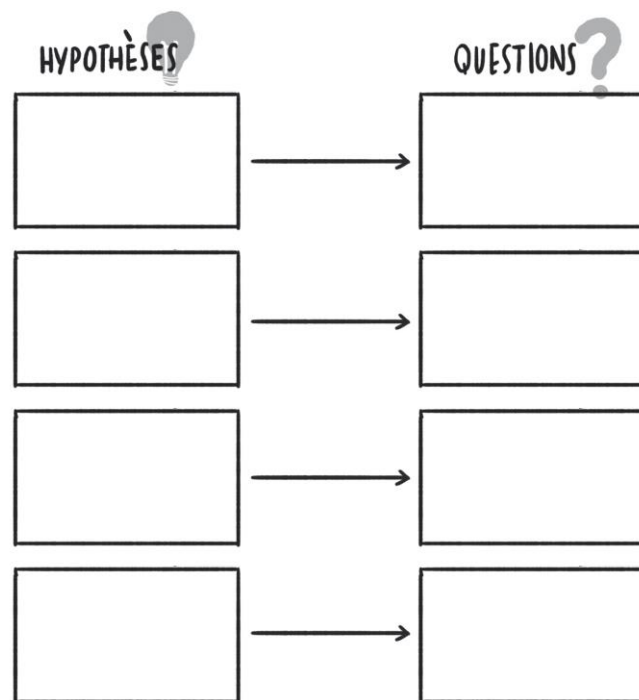


Conception du test



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Pour concevoir le test, vous devez analyser votre projet, identifier les hypothèses qui restent à valider et formuler des questions. Des questions pertinentes que vous souhaiteriez valider :



- **Les objectifs** : sont-ils fondés sur des problèmes et des besoins réels ?
- **Les clients** : segmentation, besoins, aspirations, inconvéniens, profil, sensations, implication.
- **Les parties prenantes** : identification (avez-vous oublié quelqu'un ?), implication, que donnent-elles et que reçoivent-elles ?
- **La proposition de valeur** : satisfaction des clients et dispositions à payer, marché et concurrents. Pour vérifier la proposition de valeur, vous pouvez avoir besoin de prototypes.



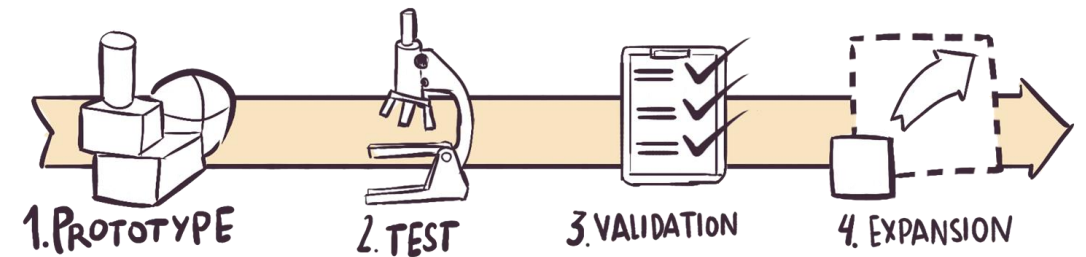
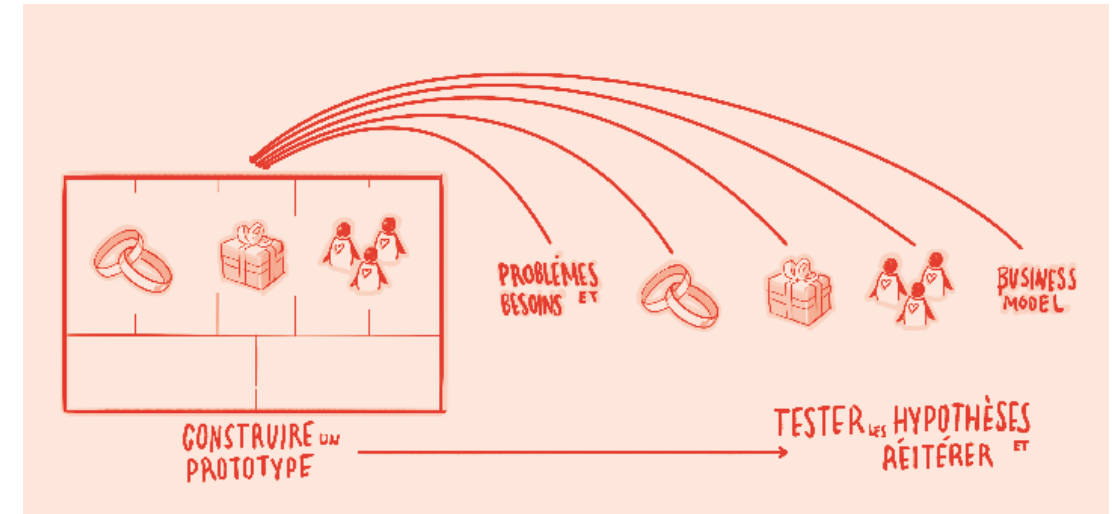
Réaliser le test



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Choisissez les canaux de communication les plus adaptés pour atteindre les clients et les parties prenantes (entretiens, groupes de discussion, observation, réseaux sociaux, etc.). Allez à la rencontre de vos clients, des parties prenantes, et posez-leur vos questions. Validez les hypothèses ou corrigez-les, intégrez dans votre projet les informations que vous avez recueillies auprès des clients et des parties prenantes.

Si nécessaire, **modifiez l'orientation de votre proposition de valeur** (voire abandonnez le projet).



Conseils aux formateurs



**Water and
Environment Support**
in the ENI Southern Neighbourhood region

Cette phase implique de nombreuses recherches de la part des entrepreneurs verts. Assurez-vous qu'ils prennent le temps nécessaire, qu'ils consultent suffisamment de sources d'information et qu'elles soient fiables.

La proposition de valeur est l'essence même d'une entreprise ; vous devez donc aider les entrepreneurs verts à définir quels sont les tests les plus appropriés pour la valider et l'améliorer par le biais de la co-création.



Travail personnel

Exercice 1. Esquissez votre idée d'entreprise

Exercice 2. Problèmes et besoins

Exercice 3. Comprendre le contexte

Exercice 4. Fixez vos objectifs

Exercice 5. Définissez votre mission et votre vision

Exercice 6. Résumé

Travail personnel :

Exercice 7. Identifier et cartographier les parties prenantes

Exercice 8. Segments de clientèle

Exercice 9. Proposition de valeur

Exercice 10. Test

Exercice 11. Orienter la proposition de valeur

Avez-vous des questions?



Water and Environment Support
in the ENI Southern Neighbourhood region

Merci pour votre attention !

A demain! 😊
(à 9h00)

