

Entreprenariat Vert et Economie Circulaire

Séance 4

Antoine Karam
antoine.karam@proquale.com
Consultant SwitchMed / Proquale Management Consulting & Training



Ce projet est financé
par l'Union européenne



Programme du cours

Thème
Rappel séance(s) précédente(s)
Parties Prenantes

Rappel séance(s) précédente(s)

Binômes et idées d'entreprises vertes

N°	NOM ET PRENOM	IDEE DE PROJET
1	GHAZLI Donia Zed HAMADACHE Roza Lina.	Recyclage des mégots de cigarettes en fourniture pour restaurants, cafétéria, jardins privés et publics.
2	MEGDOUD Ouardia OUAKOUCHE Maroua	Recyclage de l'huile de cuisson et production de biodiésel
3	TAIBAOUI Zineb	Recyclage et transformation des huiles usagées des moteurs en diesel
4	OUKHENIFER Roumaissa LAMINI Hanane	Collecte des chutes / déchets de verre pour recyclage
5	ZERROUKI Mohamed Fares CHAMI Said	Production du Charbon Actif Végétal à partir de déchets de noyaux d'olives.
6	BOUSSALAH Nadira ALI BOUDHAR Nour Elhouda	Production de pinces à linge à partir de déchets de bois
7	Allal Lina Allal Lydia	Boîtes d'emballages alimentaires, couverts gobelets, assiettes, sachet à partir de mycélium et d'amidon pour remplacer un polymère de synthèse
8	AYAD Feriel TAIBAOUI Zineb	Recyclage des huiles brûlées des moteurs en biodiesel pour usines de fer et de cimenteries
9	Ben Goutache Ikram Deriche Soumia	Recyclage des boîtes de conserve en objets décoratifs

Exemples d'idées d'entreprenariat vert...

Défis environnementaux majeurs	Quelques idées pour des activités commerciales potentielles
Dépendance à l'égard des importations d'énergie, accès limité à l'énergie dans les zones reculées	<ul style="list-style-type: none"> – Produits et services de l'énergie solaire. – Conseil en matière d'efficacité énergétique ou dispositifs permettant de réduire la consommation énergétique.
Consommation énergétique élevée pour le chauffage ou la climatisation des bâtiments	<ul style="list-style-type: none"> – Nouveaux matériaux de construction et idées architecturales innovantes. – Radiateurs et climatiseurs à haut rendement.
Pollution des eaux et des terres provoquée par le secteur de l'industrie textile	<ul style="list-style-type: none"> – Produits de teinture innovants verts.
Menaces à l'encontre de la biodiversité et de l'exploitation des ressources en général	<ul style="list-style-type: none"> – Activités d'éco-tourisme (voyagistes, éco-gîtes, etc.)
Pollution urbaine et dégradation des milieux côtiers.	<ul style="list-style-type: none"> – Activités de gestion des déchets urbains.
Pollution des sols et dégradation causée par les activités agricoles.	<ul style="list-style-type: none"> – Activités agricoles biologiques (écologiques) : production et distribution
Pollution due aux transports dans les villes	<ul style="list-style-type: none"> – Services de covoiturage et de transports publics innovants – Services de livraison écologique
Prolifération des décharges	<ul style="list-style-type: none"> – Collecte et recyclage des déchets, afin de fournir des nouveaux produits et matériaux. – Services de conseil en éco-conception.
"Fast fashion"	<ul style="list-style-type: none"> – Production et vente de vêtements durables et écologiques
Gaspillage de nourriture tout le long de la chaîne d'approvisionnement.	<ul style="list-style-type: none"> – Nouvelles chaînes d'approvisionnement efficaces. – Recyclage de la nourriture gaspillée pour générer des ressources (compost, énergie, etc.).

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 			

Exercise 1- Idee d'entreprise

**QUELLE EST VOTRE
IDÉE D'ENTREPRISE
INITIALE?**

1. Quelle est votre idée de business ?
2. Qu'allez-vous proposer (produit, service) ?
3. Quels peuvent être vos clients ? Vos partenaires ?

Exercice 2: Comprendre le contexte

QUOI?

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

P E S T E L

COMMENT ?

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

Faites un brainstorming pour:

- Identifier les facteurs pouvant impacter votre idée
- Etablir des stratégies pour:
 - Profiter des opportunités
 - et diminuer les risques des menaces



Ce projet est financé
par l'Union européenne



Exercice 3: Identifier les problèmes et besoins

- Pourquoi je souhaite développer cette entreprise?
- Quels sont les problèmes ou les défis auxquels je veux répondre ?
- Quels sont les besoins de mes clients potentiels que je souhaite satisfaire ?



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 ?

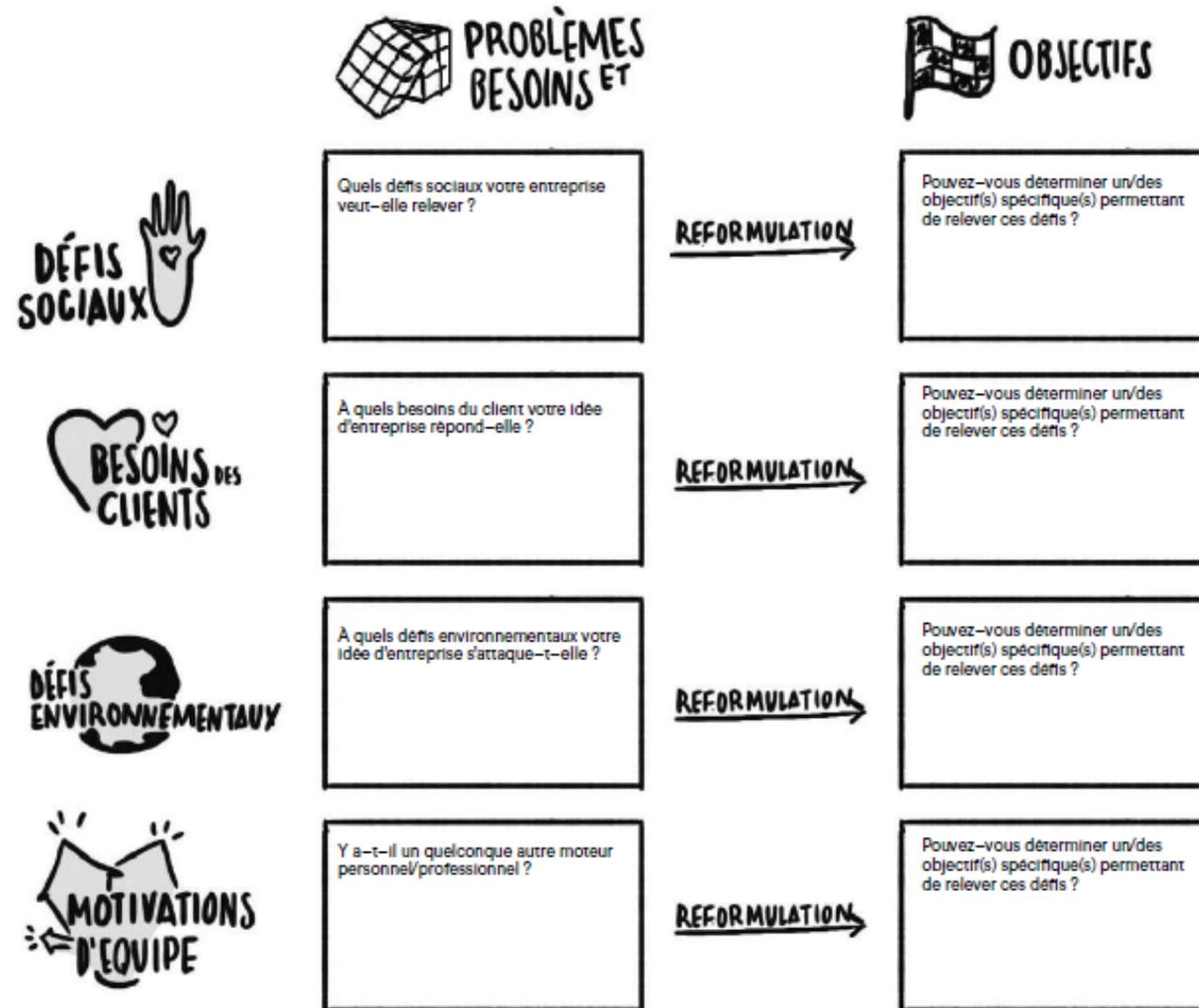
BESOINS

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 ?

Exercice 4: Fixez-vous des objectifs



Exercice 5: Définissez vos Mission et vision



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.

Modèle d'affaires vert

GREEN BUSINESS CANVAS

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

Merci de renseigner le formulaire suivant:

<https://bit.ly/3N5hQOZ>

Parties prenantes

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 		

Parties prenantes

Toute personne, organisation ou groupes **qui impactent** ou **sont impactés** par le projet.

N.B: 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

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.

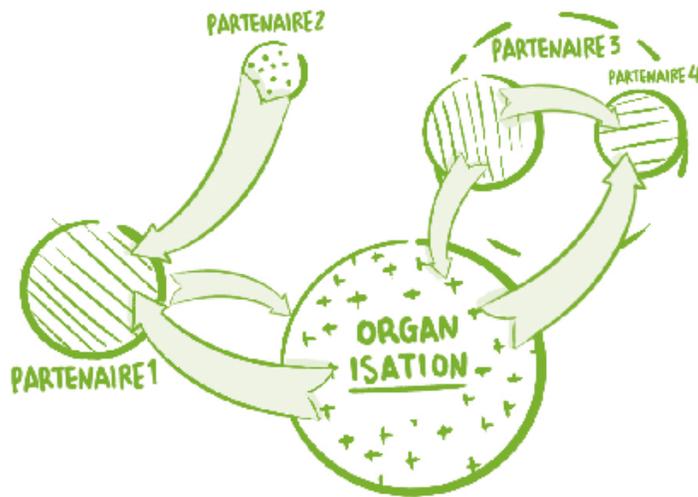
Pour cela, vous devez :

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

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).



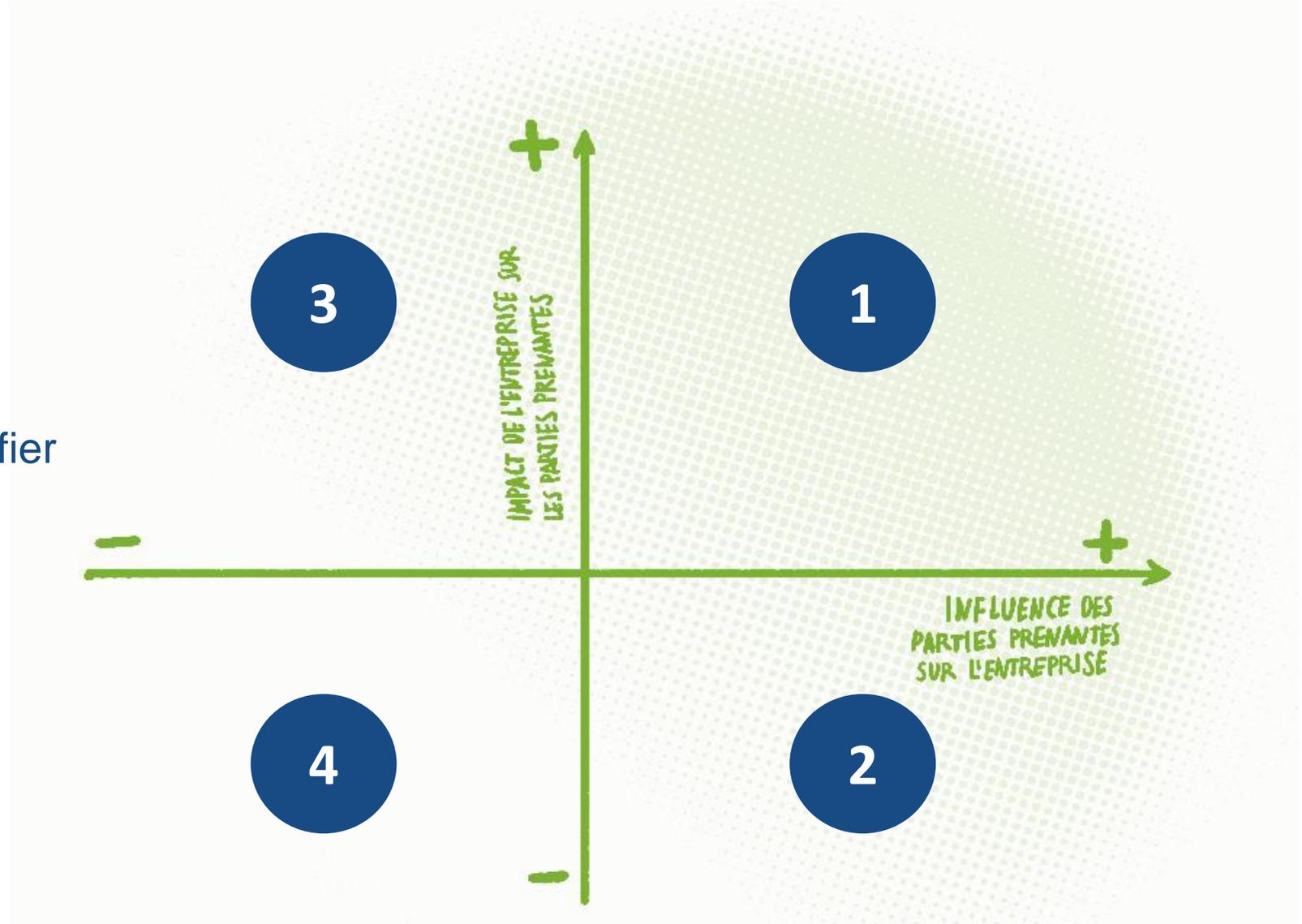
Les principaux acteurs clés sont les suivants :

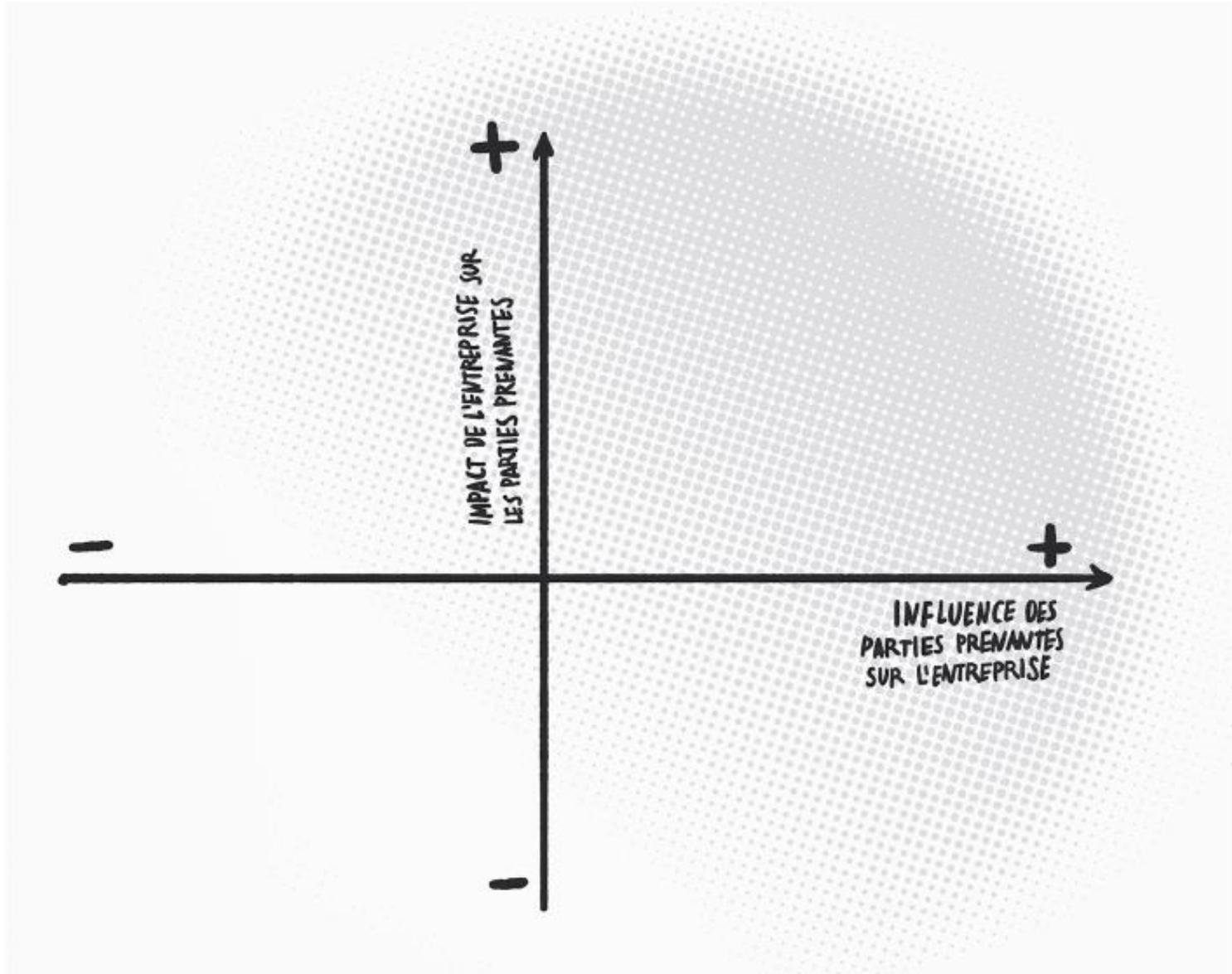
- **l'équipe ;**
- **les partenaires ;**
- **les bénéficiaires et les clients ;**
- **les collectivités locales ;**
- ...

Comment cartographier les parties prenantes ?

Les parties prenantes sont ensuite reportées sur un **graphique à 4 quadrants** qui permet de les classer selon **l'intensité de l'impact**:

- de l'entreprise sur les parties prenantes
- Des parties prenantes sur l'entreprise



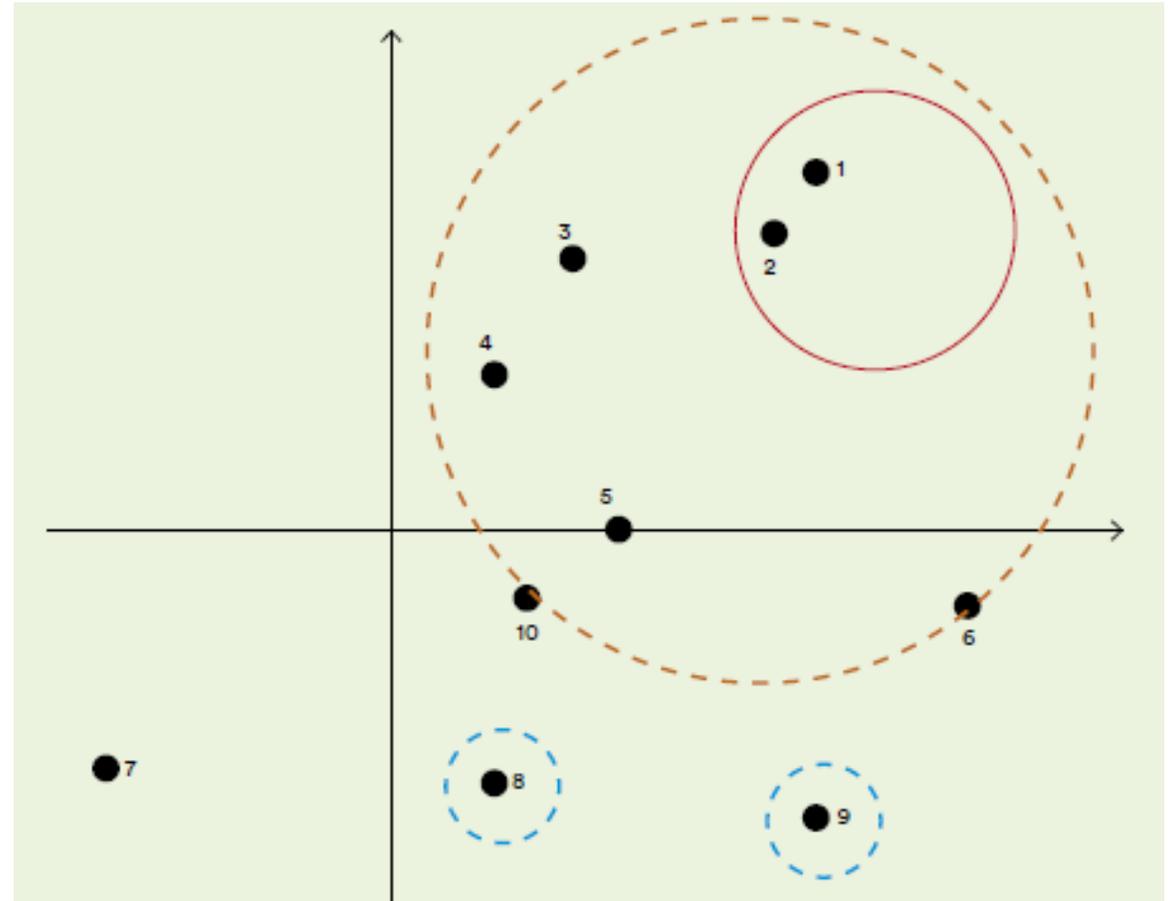


Comment cartographier les parties prenantes ?

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

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

Vous pouvez utiliser une **fiche de renseignement** sur la 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.

A hand-drawn information sheet on a yellow background. At the top left, it says 'CARTE PP #' followed by a box. Below this is a large empty box. To the right of this box is the question 'QUI?' followed by another box. Below 'QUI?' is the word 'IMPORTANTANCE:' followed by three circles of increasing size connected by lines. In the center, there are two circular arrows: one labeled 'REÇOIT' and one labeled 'DONNE'. Below these is a horizontal line with a vertical tick mark and the text 'DONNE (100%)'. To the right of this line is another large empty box. At the top right, there is a red circle containing the text 'AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?' followed by a small box. At the bottom, there are two questions: 'EST-CE QUE LE PP PEUT DEVENIR UN CLIENT POTENTIEL?' with 'OUI' and 'NON' options, and 'COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?' followed by a large empty box.

Modèle de fiche de renseignement

CARTE PP #

QUI? Donnez, si possible, les noms d'acteurs et d'organisations réels.

IMPORTANCE:

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

Quel avantage votre partie prenante retirera-t-elle du projet ? (effet) ?

REÇOIT

DONNE

Qu'est-ce que la partie prenante apportera au projet (influence) ?

EST-CE QUE LE PP PEUT DEVENIR UN CLIENT POTENTIEL? OUI NON

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

Clients

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).

N'hésitez pas à revoir la carte des parties prenantes existantes et identifier les bénéficiaires **disposés à payer** pour la valeur créée par l'entrepreneur. Nous ferons un focus plus important sur eux dans une prochaine étape.

Questions?

A la semaine prochaine! 😊