

Projet Accompagner et animer un club de chefs d'entreprises dans l'intégration du développement durable dans leur modèle économique

Client Communauté de Communes Pévèle-Carembault - Dpt : 59

Année 2014-2015

Budget 7 800 € H.T



Enjeux

Revisiter le modèle économique d'une entreprise au regard de la performance globale (économique, sociale et environnementale). Comment le développement durable peut être source de valeur ajoutée ?

Générer une dynamique collective entre chefs d'entreprises, aboutissant à la création d'un « club d'entrepreneurs durables ».

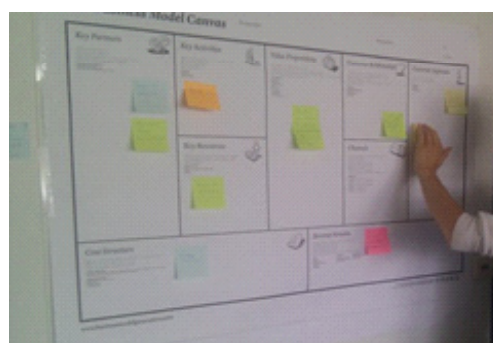
Contenu de la mission

L'ensemble de la méthode d'accompagnement utilise comme fil rouge la matrice « Business model canvas » développée par l'économiste suisse Alexander Osterwalder. C'est un outil simple et synthétique pour présenter comment une entreprise crée et propose son offre sur un marché, au travers de 9 rubriques :

	Atelier 1	Atelier 2	Atelier 3	Atelier 4
1ère partie : animation de 4 ateliers pour 10 à 12 chefs d'entreprise	Le « capital humain » L'utilité sociale du projet d'entreprise Quelle proposition de valeur pour quels clients ?	L'écoconception La gestion des ressources L'économie circulaire Comment mon entreprise crée et délivre de la valeur ?	L'efficacité énergétique Les transports et la mobilité Les ressources de mon entreprise pour créer de la valeur ?	L'économie de la fonctionnalité Cohérence globale du business model
2ème partie : coaching individuel	Accompagnement individuel de 6 chefs d'entreprise volontaires pour approfondir leur modèle économique et le faire évoluer.			

L'ensemble de la méthode d'accompagnement utilise comme fil rouge la matrice « Business model canvas » développée par l'économiste suisse Alexander Osterwalder.

C'est un outil simple et synthétique pour présenter comment une entreprise crée et propose son offre sur un marché, au travers de 9 rubriques :



En la reproduisant en grand format, cette matrice permet des échanges entre les participants.

Partenaires clés	Activités clés	Proposition de valeur	Relations avec les clients	Segments de clientèle
Fournisseurs Organismes publics ...	Les activités indispensables à l'entreprise	Le produit ou le service proposé en termes de valeur apportée au client	La manière dont le relationnel client est établi et entretenu	La description des profils de clients
	Ressources clés Matérielles Humaines Brevets...		Canaux La manière dont le produit est diffusé aux clients	
Coûts Les dépenses de structure et de fonctionnement		Revenus Les revenus générés, les mécanismes de facturation, d'abonnement, d'offres promotionnelles...		