

PENSER SON PROJET

Le Business Model Canvas Coopératif – BMC² propose de transformer une idée motivante en un projet personnel ou collectif. En suivant l'histoire des NOPLA, tu découvres comment utiliser le BMC²¹ et passer à l'action. Le BMC² est un outil simple et efficace pour imaginer et visualiser toutes sortes d'éléments incontournables à la réussite d'une initiative entrepreneuriale. Le cheminement proposé passe d'une case à l'autre du canevas et te fait réfléchir aux éléments qui permettent à un projet de créer de la valeur pour toi, ton entourage et la société en général. Le BMC² est aussi un outil qui te prépare à présenter tes idées de manière simple et articulée à des personnes extérieures. Il peut être utilisé seul et à plusieurs. Lorsqu'un projet est mené en équipe, les étapes de construction du BMC² soutiennent l'engagement de tous autour d'idées construites ensemble, créent une vision partagée et facilitent les prises de décisions.

UNE FICHE-OUTIL PAR CASE DU BMC²

Grâce à l'utilisation d'un grand poster appelé « canevas » tu vas découvrir une méthode dynamique pour penser et organiser un projet. Pour remplir ce poster (voir page suivante), tu peux t'aider des 11 fiches-outils proposées dans ce guide. Chaque fiche est dédiée à une case du canevas et t'invite à te questionner, t'exprimer et partager tes idées.

Sur chaque fiche-outil tu trouveras :

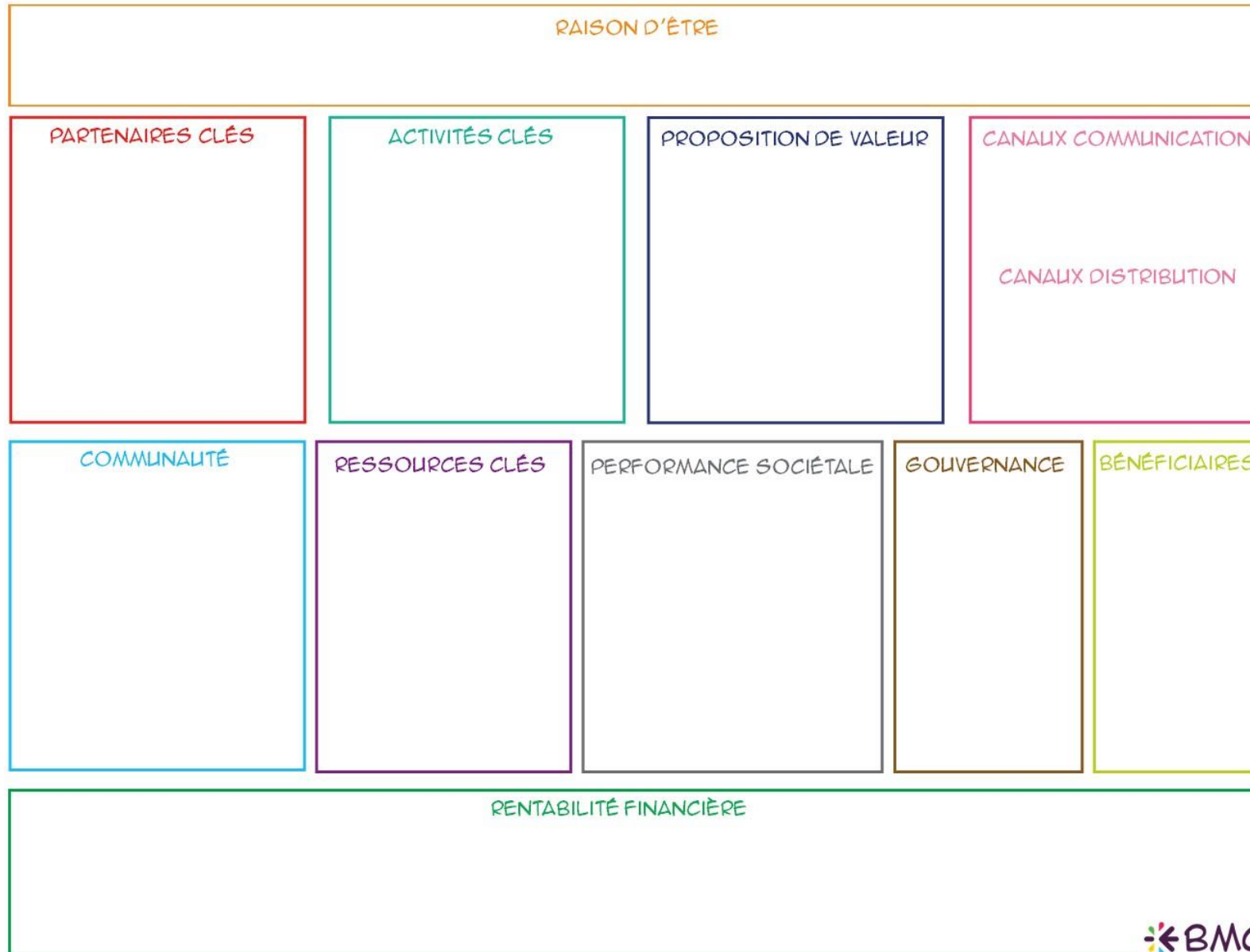
- Une illustration de la case du BMC² au travers de l'histoire des NOPLA dans le Webtoon : « Le monde d'après »
- Une série de questions inspirantes afin de générer un maximum d'idées pour cette case de ton BMC²
- Une définition du concept abordé dans la case du BMC² ainsi que son rôle dans la construction d'un projet
- Des propositions de ressources complémentaires pour aller plus loin.

¹ Lien vers une vidéo de présentation générale du BMC² : <https://www.youtube.com/watch?v=lg46EWuvh3g>
Lien vers le poster vierge du BMC² : https://drive.google.com/file/d/14Trq9bJEWBZU_UKivCvhITy1m0JOL4ji/view?usp=sharing



LE BMC² : UN OUTIL POUR SE LANCER

Pour te lancer, garde à l'esprit que la source d'un projet est rarement une idée de génie tombée du ciel. En général, c'est plutôt le fruit d'une réflexion nourrie par différentes personnes et menée sur plusieurs mois. Pour entamer ce travail, vois le BMC² comme une boîte dans laquelle tu vas pouvoir ranger tes idées ou un coup de pouce pour ne pas démarrer d'une page blanche. Dis-toi aussi qu'il n'y a pas un bon moment pour commencer, lance-toi en notant ta première idée et tu verras qu'une idée en appelle souvent un autre !



LA RAISON D'ÊTRE

Illustration : la raison d'être du projet NOPLA

La raison d'être c'est ce qui pousse le(s) porteur(s) de projet à se lancer. Dans le premier épisode du « monde d'après » tu découvres que Nadia, Antoine, Younes et les autres forment une guilde dans le jeu « Epic Fortress ». A l'issue d'une partie animée, ils se rendent compte qu'ils ont un intérêt commun à agir en faveur de la dépollution des rivières dans la vraie vie. Grâce à leur « fiche perso » tu en apprends rapidement plus sur eux : les forces qui les caractérisent (persévérance, créativité, anticipation des risques, etc.), les valeurs qu'ils portent (respect des



différences, honnêteté, esprit d'équipe, etc.) et aussi les vulnérabilités sur lesquelles ils vont devoir travailler (pessimisme, timidité, impatience, etc.). Enthousiastes à l'idée de se lancer dans un projet, ils peuvent s'appuyer sur leur expérience grâce aux épreuves qu'ils ont traversées dans l'environnement du jeu et en dehors. Une partie de l'équipe se réunit alors pour explorer comment améliorer la situation et se met d'accord pour réfléchir aux problèmes liés à l'utilisation des matières plastiques comme source de pollution. Même si leur projet est encore assez nébuleux, ils savent déjà qu'ils sont motivés par améliorer la situation des cours d'eau autour de chez eux tout en créant une ambiance de travail qui les respecte ainsi que leurs idéaux.

La raison d'être des NOPLA

- Créer un collectif engagé autour d'un objectif commun de protection des cours d'eau
- Lutter contre la pollution liée à l'utilisation de matières plastiques
- Créer un lieu de travail confortable et respectueux des différences afin que chacun puisse construire un projet qui lui ressemble avec ses qualités (persévérance, créativité, anticipation des risques, etc.), ses valeurs (respect des différences, honnêteté, esprit d'équipe, etc.) et ses vulnérabilités (pessimisme, timidité, impatience, etc.).

Questions : Comment identifier la raison d'être d'un projet ?

Qui suis-je, qu'est ce qui m'enthousiasme et me fait me sentir bien ? Au contraire, quand je regarde l'avenir ou mon environnement, qu'est-ce qui me rend triste, m'énerve ou me pose question ? Quel événement dans ma vie m'a fait prendre conscience que c'est un sujet qui me touche ? Pourquoi est-ce important pour moi ? Quand j'envisage l'avenir, quel changement aimerais-je voir se produire ? Si ce changement n'opère pas, que risque-t-il de se passer ? A quels autres problèmes risque-t-on d'être confronté ? Quelle influence ce problème aurait-il dans ma vie et dans celle de mes proches ? Pourquoi est-ce important pour moi d'opposer une résistance à ce problème ? Qu'est-ce que ça dit de moi que ce problème m'affecte ? quelles-sont les valeurs que je porte et qui font que j'ai envie de m'engager dans un projet qui solutionne ce problème ?

Si je pouvais améliorer la vie des générations futures, qu'est-ce que j'ajouterais, qu'est-ce que je retirerais à notre façon de vivre ? Comment cela se matérialise-t-il dans le quotidien ? Qu'est-ce que je fais déjà afin de faire vivre cette envie dans ma vie de tous les jours ? Qu'est-ce que ça dit de moi que cette envie m'anime ? Pourquoi est-ce important pour moi ? Quelles-sont les valeurs que je porte et qui font que je pourrais m'engager dans / créer un projet qui améliore la vie des autres ?

Si je devais expliquer en une phrase mes intentions, quelle serait la mission que je me donnerais au travers de ce projet ?

Concept : Qu'est-ce que la raison d'être d'un projet

La raison d'être est ce qui pousse les membres d'un projet à se lancer. Elle souhaite répondre à la question « pourquoi ai-je envie de créer ce projet ? ». La case « raison d'être » du canevas peut prendre la forme d'une liste de besoins, de valeurs et d'envies de changements qui sont chers à tes yeux. Définir la raison d'être est la première étape de tout projet et servira de boussole lors des prochaines étapes. Lorsque tu travailles en équipe, construire la raison d'être se passe en deux temps, la première partie est une réflexion individuelle puis s'ensuit une mise en commun et la rédaction des grands principes qui s'inscrivent dans le BMC².

Afin de rédiger la raison d'être de ton projet, tu peux te préparer de manière individuelle en répondant à certaines des questions ci-dessous (choisis les questions qui ont du sens pour toi en fonction de la situation). Ensuite si tu travailles en équipe, réunissez-vous et partagez vos réponses afin de rédiger ensemble les raisons pour lesquelles vous vous engagez dans/créez ce projet commun.

Ressources complémentaires – Définir la raison d'être de ton projet :

Outil : vidéo de présentation du jeu de cartes photolangage pour faire émerger des histoires de valeurs, de problèmes et de solutions.

https://youtu.be/Yh3_gtVV_04

Outil : jeu de cartes photolangage

<https://bmc2.be/photolangage/>

Outil : guide pour trouver votre raison d'être <https://medium.com/essentiels/trouver-votre-pourquoi-un-guide-pratique-pour-d%C3%A9couvrir-sa-raison-d%C3%AAtre-87c20d326c80>

Inspiration : raison d'être de grandes entreprises

<https://www.toguna.io/raison-etre-lego/>

Inspiration : raison d'être de la coopérative Färm

<https://www.youtube.com/watch?v=2RLSjDMKD9E>

Inspiration : liens vers des organisations de protection des océans

<https://innovations-oceans-sans-plastique.com/ong-association>

LA PROPOSITION DE VALEUR

Illustration : la proposition de valeur du projet NOPLA

La proposition de valeur c'est le ou les produit(s) et/ou service(s) proposé(s) par les porteurs de projet. Au départ, l'équipe souhaite s'engager pour la protection des cours d'eau puis arrive l'idée de la réduction de la pollution plastique. Pour créer une solution concrète, chaque membre alimente la conversation avec des propositions qui partent dans tous les sens. A l'issue de ce brainstorming improvisé, de nombreuses idées sont sur la table : promouvoir le réemploi, réparer et revaloriser des produits, organiser des activités de dépollution, ouvrir une ludothèque, etc. Finalement, Antoine propose d'en parler à une personne extérieure et l'équipe prend rendez-vous avec un incubateur étudiant. Guidé par Michèle, la coach de l'incubateur étudiant, l'équipe se met en quête d'affiner sa compréhension du problème et des solutions envisagées en allant à la rencontre de ses publics cibles sur le terrain et les réseaux (voir fiche - outil : Bénéficiaires). Une fois cette étape accomplie, arrive le moment de faire le point sur les activités qu'ils vont essayer de mettre en œuvre, ils se répartissent le travail en 3 sous-groupes : dépollution (organisation d'évènements de dépollution pour des organisations clientes), réemploi (réparation et revente de matériel électronique usagé) et sensibilisation (élaboration et vente de fiches conseil pour limiter l'usage du plastique). Petit à petit, leur projet prend forme et concilie l'envie d'avoir un impact sur le monde avec l'opportunité de faire vivre leurs valeurs. Au fur et à mesure de l'histoire, la proposition de valeur évolue encore avec un service de conseil aux entreprises, l'organisation de stages et la mise en ligne d'un site de sensibilisation pour le grand public.



La proposition de valeur de NOPLA

Axe dépollution

- Événements de dépollution pour des organisations clientes en transition qui cherchent à agir dans leur environnement immédiat
- Conseil aux organisations qui souhaitent réfléchir à leur responsabilité sociétale

Axe réemploi

- Réparation et revente de matériel électronique usagé (en ligne et pop-up store) pour des clients engagés recherchant par exemple des objets de rétrogaming, etc.

Axe sensibilisation

- Elaboration et vente des fiches conseil pour limiter l'usage du plastique pour des utilisateurs curieux qui cherchent à limiter leur impact à leur échelle
- Mise en ligne de conseils pour limiter et revaloriser ses déchets plastique
- Organisation de stage de sensibilisation et de réemploi

Questions : Comment construire la proposition de valeur de ton projet ?

Afin de réfléchir à ta proposition de valeur, tu peux alimenter ta réflexion à l'aide des questions suivantes :

- Quel est le problème, le besoin ou les aspirations auxquels tu souhaites répondre ?
- Quelles sont tes idées de biens ou services et pourquoi sont-elles attractives pour l'utilisateur ou l'utilisatrice ?
- Quelles sont les autres solutions qui existent déjà pour le même type de besoin ?
- Quels sont les aspects qui différencient ta proposition des alternatives que tu viens de lister ?



- Au-delà du produit et/ou service de base que tu imagines, qu'est-ce qui pourrait motiver l'utilisateur ou l'utilisatrice à choisir ta proposition plutôt que celle d'un autre projet ?
- Quelles sont les bénéfices que l'utilisateur ou l'utilisatrice reçoit lorsqu'il choisit ta proposition ? Ceux-ci peuvent être tangibles (à quoi sert ta proposition) ou intangibles (avantage immatériel que ta proposition procure ex : satisfaction de porter une marque qui symbolise certaines valeurs, etc.).
- Dans quelle mesure ta solution est-elle innovante (nouveau produit/service, nouveau concept, nouvelle organisation, nouvel usage, etc.) ?

Concept : Qu'est-ce que la proposition de valeur d'un projet ?

Dans cette deuxième case du BMC², il est maintenant question de transformer la raison d'être de ton projet en une solution. C'est ce qui s'appelle la « proposition de valeur ». Celle-ci décrit les bénéfices que des utilisateurs et utilisatrices pourraient obtenir en choisissant la solution que tu proposes. Toutes sortes de produits et de services peuvent être envisagés pour construire ta proposition de valeur. Il s'agit d'imaginer quelque chose de proche ou d'éloigné de ce qui existe déjà en lui donnant des atouts qui vont plaire à certains types d'utilisateurs et utilisatrices appelés la cible. La création de valeur est ce qui va permettre de différencier l'offre issue de ton projet vis-à-vis des autres alternatives, notamment apportées par la concurrence. Il faut savoir que créer de la valeur n'est pas toujours le fruit d'une innovation hautement technologique. La valeur peut être ajoutée à un produit ou service existant en repensant certains aspects de celui-ci, par exemple : proposer une customisation sur mesure, travailler sur base de matériaux recyclés, passer au tout en vrac, organiser la livraison à vélo ou en trottinette, créer un emballage comestible, etc. Une autre façon de se distinguer peut venir de la manière dont tu construis ton produit ou réalises ton service. Tu peux par exemple travailler de manière locale ou équitable. En résumé, la proposition de valeur, c'est transformer et intégrer la raison d'être de ton projet dans une solution originale pour des utilisateurs et utilisatrices cibles en tenant compte de leurs besoins et aspirations.

Ressources complémentaires – Construire ta proposition de valeur :

Information : Qui sont les incubateurs étudiants ?

<https://www.1890.be/solution/un-entourage-dexperts-pour-donner-des-ailes-a-ses-projets>

Information : Penser son projet – La proposition de valeur

https://youtu.be/OZ_8cE8q6tl

Outil : Organiser un brainstorming

<http://www.creativite.net/brainstorming-remue-meninges-techniques/exemple-processus-trouver-des-idees/>

Information : L'art de construire votre proposition de valeur

<https://www.lafabriquedunet.fr/blog/proposition-valeur-definition/>

Illustration : Entreprise qui innove en limitant sa consommation de plastique <https://www.dailymotion.com/video/x853sx6>

LES BÉNÉFICIAIRES

Illustration : les bénéficiaires du projet NOPLA

Les bénéficiaires sont toutes les personnes qui vont bénéficier des fruits du projet. Dans l'histoire de NOPLA, la rencontre avec Michèle, la coach de l'incubateur étudiants, fait prendre conscience à l'équipe qu'avoir des idées de produits ou services (voir fiche-outil : proposition de valeur) c'est super mais que pour pouvoir faire des choix, il faut qu'elle aille plus loin. La prochaine étape consiste à valider ses idées (hypothèses) auprès de son public cible. L'objectif c'est d'avoir une meilleure connaissance des besoins et des attentes des utilisateurs potentiels afin de construire une proposition de valeur qui y répond. L'équipe se demande quelles sont les activités qu'elle doit développer ? Est-ce : promouvoir le réemploi, réparer et revaloriser des appareils électroniques, organiser des activités de dépollution, ouvrir une ludothèque, proposer des stages de sensibilisation et de recyclage ? Afin d'adapter son



offre et de communiquer de manière efficace à propos de son projet, l'équipe part étudier différents publics cibles. Chacun active ses connexions et ses talents pour interroger des revendeurs d'électronique en seconde main, des habitués de bar à jeux, des personnes issues du milieu de la musique, des membres de réseaux sociaux, etc. Finalement, NOPLA identifie trois publics cibles différents prêts à utiliser certains produits ou services qu'ils ont imaginés. Chacun de ces publics cible correspond à un des axes sur lesquels NOPLA va construire sa proposition de valeur. En termes de persona, ils pourraient les appeler : 1. les organisations en transition (entreprises, services publics et ONG qui veulent avoir un impact environnemental) pour l'axe dépollution, 2. les engagés connectés (personnes qui sont déjà fan de réemploi et qui sont sensibles à l'univers des jeux) pour l'axe réemploi et 3. les curieux d'essayer (personnes prêtes à changer de comportement si on les accompagne) pour l'axe sensibilisation.

Les bénéficiaires du projet NOPLA

NOPLA va travailler sur 3 segments d'utilisateurs et d'utilisatrices :

1. Axe dépollution : les organisations en transition - entreprises, services publics et ONG qui veulent avoir un impact environnemental
2. Axe réemploi : les engagés connectés - personnes qui sont fan de réemploi et sensible à l'univers des jeux
3. Axe sensibilisation : les curieux d'essayer - personnes prêtes à changer de comportement à condition d'être accompagnées

Questions : Qui sont les bénéficiaires de ton projet ?

Afin d'identifier et de décrire les bénéficiaires de ton projet voici une série de questions inspirantes qui peut être adaptée en fonction des situations que tu rencontres :

- Qui sont tes bénéficiaires (au sens large du terme) ? : utilisateurs, clients, etc.
- Quel est le problème ou le besoin qui t'intéresse chez tes bénéficiaires ? N'hésite pas à aller leur parler pour comprendre ce qu'ils vivent et ce dont ils ont besoin.
- Qu'est-ce que l'utilisation de ta proposition de valeur apporte ou rend possible pour tes utilisateurs et utilisatrices ? N'hésite pas à aller leur parler pour vérifier ton hypothèse.
- Pour ces différents types d'utilisateurs et d'utilisatrices, identifie s'il existe des segments spécifiques (types de personnes regroupées pour leurs caractéristiques communes)? Décris ces personnes ou entreprises.
- Pour quels segments penses-tu créer le plus de valeur et pourquoi ?
- Invente un persona pour chacun des segments qui apparaît important pour ton projet et explique pourquoi il ou elle serait prêt.e à payer pour ta solution ?
- Qu'est-ce qui motive ces différentes persona à choisir ta proposition de valeur ?
- Qui sont tes non-bénéficiaires et qu'est-ce qui t'empêche de les atteindre ?

Concept : Qui sont les bénéficiaires d'un projet ?

Les bénéficiaires sont toutes les personnes qui vont bénéficier des fruits de ton projet. Le mot « bénéficiaires » est à prendre au sens large couvrant à la fois les clients (qui paient) et les utilisateurs (qui utilisent). Ils sont aussi appelés la cible, c'est-à-dire celles et ceux qui ont un intérêt pour la proposition de valeur. Ces personnes peuvent être regroupées par segment en fonction de leurs caractéristiques communes. Il ne faut pas hésiter à caricaturer le représentant ou la représentante idéal.e de chaque segment et lui donner un nom, cela s'appelle créer des « persona ». Un persona aide à mieux décrire et à visualiser les attentes spécifiques de chaque segment, par exemple : « l'hyper connecté » représenterait le segment des utilisateurs et utilisatrices qui suivent et commandent tout en ligne, le fan de old design » serait une femme qui aimerait customiser ses objets et aurait un penchant pour le vintage, « l'engagé pour la planète » serait le type de personne qui fait des choix en fonction des matériaux, des moyens de production et de livraison, etc. Il est important de bien connaître tes bénéficiaires et leurs modes de vie, cela va t'aider à adapter ton offre (voir fiche-outil : Proposition de valeur) mais aussi ton message et le choix de tes moyens de communication (voir fiche-outil : Réseaux et canaux de communication et distribution).

Ressources complémentaires - Connaître les bénéficiaires de ton projet :

Information : Penser son projet - Trouver son public cible

<https://youtu.be/PICk25lrZhl>

Information : Design Thinking, c'est quoi ? Le pouvoir de l'empathie

<https://www.youtube.com/watch?v=MDO2Yk2VckE>

Information : Qu'est-ce-qu'un persona ?

<https://www.youtube.com/watch?v=A3FTOLsuLFo&t=90s>

Outil : la carte d'empathie

<https://www.usabilis.com/empathy-map-carte-d-empathie-quest-dit-pense-ressent-l-utilisateur/>

Outil : introduction au parcours utilisateur

<https://www.lescahiersdelinnovation.com/parcours-utilisateur-et-scenarios-d-usage/>



le business model canva coopératif

Outil : La boîte à outils du Design Thinking

<https://dynamocollectivo.com/wp-content/uploads/2020/04/Bo%C3%AEte-%C3%A0-outils-du-Design-Thinking.pdf>

LA PERFORMANCE SOCIÉTALE

Illustration : la performance sociétale du projet NOPLA

La performance sociétale d'un projet, c'est prendre en compte les enjeux environnementaux et sociaux dans la construction de ce projet. L'équipe NOPLA s'est donnée pour mission de contribuer à résoudre le problème de la pollution dans les cours d'eau. Elle a identifié les déchets plastique comme l'un des principaux polluants qu'elle aimerait voir disparaître. Pour cette raison, son projet s'est orienté vers la diminution de la quantité de plastiques qui se retrouve à la décharge voire directement dans la nature. Pour y arriver, le projet s'organise en 3 axes (voir aussi : fiche-outils activités clés): l'axe dépollution organise le nettoyage de sites naturels en partenariat avec des organisations sponsors et accompagne les organisations dans leur transition écologique. L'axe réemploi récupère et répare du matériel informatique et électronique pour lui donner une seconde vie. Enfin l'axe sensibilisation informe et forme les citoyens à changer certains de leurs comportements vis-à-vis du plastique. Toutes ces actions contribuent à leur échelle à limiter le rejet dans la nature de composants plastiques. L'équipe est consciente qu'à elle seule, elle ne va pas résoudre le problème mais elle sait qu'elle y contribue au même titre que d'autres comme l'ONG Clean See qu'elle soutient financièrement et avec qui elle tisse finalement un partenariat afin d'organiser des évènements de dépollution. Au-delà des effets directs décrits ci-dessus, elle essaye aussi de sensibiliser d'autres étudiants-entrepreneurs à construire des projets responsables pour l'environnement et la société. De plus, chaque membre de l'équipe prend soin de proposer des sources d'approvisionnement (ex : ressourcerie, Triminfo, entreprise de matériaux d'impression 3D écologique, etc.) et des partenariats (ex : Sport Futur, Clean See, le FabLab, etc.) qui s'engagent pour la préservation de la nature. Ce dernier aspect peut être source de tension dans l'équipe, par exemple quand la société de jeu vidéo Hightower vient leur proposer un partenariat.



La performance sociétale du projet NOPLA

- Dépollution par le nettoyage de cours d'eau et de sites naturels
- Diminution de la génération de déchets plastiques par la revalorisation de matériel informatique et électronique
- Encouragement à passer à de nouveaux comportements de consommation responsable vis-à-vis des composants plastique par la création de fiches informatives puis la mise en ligne d'un programme de sensibilisation
- Choix sélectifs en matière d'approvisionnement et de partenariats afin de poursuivre les efforts en faveur de la planète
- Utilisation d'un serveur vert
- Effets secondaires négatifs : rester attentif au risque de servir d'outil de greenwashing aux organisations peu scrupuleuses qui continuent à polluer sous prétexte qu'ils collaborent avec NOPLA

Questions : Comment identifier la performance sociétale d'un projet ?

Afin d'aborder la performance sociétale du projet, voici une série de questions inspirantes qui peut être adaptée en fonction des situations que tu rencontres :

- Y-a-t-il des enjeux environnementaux et/ou sociaux qui te mobilisent au travers du projet ?
- Quels sont les problèmes environnementaux et/ou sociaux auxquels le projet s'attaque très concrètement ?
- A tes yeux, quelles sont les causes principales de ces problèmes environnementaux ?
- Comment ton projet peut-il avoir un impact positif sur ces problèmes et leurs causes ?
- Quels sont les bénéfices pour la planète quand tu évalues les différents aspects de ton projet ?
- Qui sont les bénéficiaires (personnes et/ou animaux) des effets positifs de ton projet ?
- Quels effets indirects (exercés par tes bénéficiaires ou tes partenaires) positifs pour les hommes et la nature peux-tu identifier dans ton projet ?
- Quels effets directs et indirects négatifs pour les hommes et la nature peux-tu identifier dans ton projet ?

- Quelles alternatives pourrais-tu mettre en place pour diminuer les effets négatifs pour l'homme et la planète liés à ton projet ?

Concept : Qu'est-ce que la performance sociétale d'un projet ?

Se questionner sur la performance sociétale d'un projet, c'est le penser en tenant compte des enjeux environnementaux et sociaux dans lesquels il s'inscrit. La case « performance sociétale » propose de lister les aspects de ton projet qui visent au respect et à l'amélioration de la société et de la santé de la planète. Pour être performant, ton projet doit considérer l'impact de tes activités sur l'homme et la nature. Il faut que tu penses aux effets positifs et négatifs de tes actions (effets directs) et de celles de tes utilisateurs et partenaires (effets indirects) (voir fiche outils : bénéficiaires et partenaires clés). Tu dois par exemple évaluer l'utilisation de ressources naturelles ou recyclées ; le recours aux énergies fossiles ou renouvelables ; la possibilité de recycler les emballages, de proposer des emballages cautionnés ou le vrac ; l'opportunité de te fournir chez des producteurs locaux ; l'inclusion de personnes à besoins spécifiques dans le projet, etc.

Ressources complémentaires – Penser la performance sociétale de ton projet

Information : Penser son projet - La performance sociétale

<https://youtu.be/SiYVLWfvoIA>

Qu'est-ce que la RSE ? l'exemple de CDC habitat

<https://www.youtube.com/watch?v=LfWY204DHPo&t=3s>

RSE et parties prenantes

<https://www.youtube.com/watch?v=C3EzLpuLvT8>

Outils : L'entreprise de demain film et guide pédagogique

http://www.venturelab.be/wp-content/uploads/2021/01/1.Dossier_pe%CC%81dagogique_finale.pdf

Illustration : Projet d'un jeune entrepreneur

Upcycle : <https://www.youtube.com/watch?v=R8yTrrJTaiY>

LES RÉSEAUX ET CANAUX DE COMMUNICATION ET DE DISTRIBUTION

Illustration : Les réseaux et canaux de communication et de distribution du projet NOPLA



Les réseaux de distribution et de communication sont l'ensemble des points de contact entre le projet et ses bénéficiaires. En fonction de ses différents axes, l'équipe NOPLA utilise différents canaux de communication. Pour se lancer dans l'organisation d'événements de dépollution, Antoine et Nadia ont commencé par prendre contact avec des entreprises par mail et par téléphone afin de se faire connaître. Ensuite le bouche à oreille et les réseaux sont venus renforcer leur démarche de communication. Parallèlement, l'équipe réemploi a profité de la présence en ligne impressionnante d'Anastasia pour proposer son service de réparation d'électronique à des utilisateurs potentiels. Elle a aussi démarché des clients en allant les rencontrer directement comme par exemple le BARCAD. Ensuite, pour distribuer leurs produits, Vinnie et Anastasia ont réussi à organiser des partenariats avec des magasins de vente de seconde main. Plus tard, tu découvres aussi que NOPLA a ouvert un magasin en ligne et

organise des pop-up stores. Quant à l'équipe de sensibilisation, Laura et Younes ont commencé par distribuer des fiches pratiques dans des supermarchés et des magasins de sport-nature avant de passer à une version en ligne et se concentrer sur l'organisation de stages de sensibilisation. Ils communiquent avec leurs publics via le site internet des NOPLA et les réseaux. L'organisation des stages est aussi une super occasion de rencontrer leurs utilisateurs et utilisatrices et de créer des liens solides. De plus, les NOPLA participent à des événements sur le thème de la protection de l'environnement ce qui leur permet de rencontrer des organisations et des personnes intéressées par ce sujet.



Les canaux de communication

- Le bouche à oreille
- Les mails et le téléphone
- Les réseaux sociaux
- Les rencontres directes avec des utilisateurs potentiels (stand pop-up, participation à des évènements (foires, réseautage, etc.),
- Les rendez-vous chez les clients
- Les échanges lors des stages
- Le site internet

Les canaux de distribution

- Les supermarchés et les magasins de sport-nature pour les fiches-pratiques
- Les magasins de seconde-main pour le matériel électronique et informatique
- L'atelier des NOPLA pour les stages et le service de réparation de matériel
- Les pop-up stores
- Le magasin en ligne

Questions : Comment choisir les réseaux et canaux de communication et de distribution d'un projet

Afin de réfléchir aux moyens de communication et de distribution d'un projet, voici une série de questions inspirantes qui peut être adaptée en fonction des situations que tu rencontres :

- Quels sont les canaux de communication (site internet, réseaux sociaux, blogs, bouche-à-oreille, presse, etc.) qui te permettent de communiquer vers tes bénéficiaires ?
- Quels sont les canaux de communication (site internet, réseaux sociaux, e-mail, évènements, etc.) qui te permettent d'entendre ce que tes bénéficiaires ont à dire ?



- Quels sont les canaux de distribution (magasin physique, foires/salons, vente en ligne, pop-up store, etc.) qui te permettent d'acheminer ta proposition de valeur jusqu'à tes bénéficiaires ?
- Quels sont les canaux de communication ou de distribution qui sont plus spécifiques à certains de tes segments d'utilisateurs ?

Concept : Que sont les réseaux et canaux de communication et de distribution d'un projet ?

Les réseaux de communication et de distribution de ton projet sont composés d'un ensemble de canaux de communication et de canaux de distribution. Il s'agit de l'ensemble des points de contact entre le projet et ses bénéficiaires. Ces points de contact peuvent être déterminés par l'entrepreneur (par exemple lorsque tu crées ton propre site internet) ou être détenus par d'autres organisations (comme les réseaux sociaux et les sites de recommandations) qui échappent alors à ton contrôle !

Les canaux de communications te permettent de faire circuler l'information vers les personnes qui pourraient être intéressées par ta proposition de valeur. Les canaux de communications te servent aussi à recevoir leurs avis et les retours d'expérience de tes bénéficiaires. Pour communiquer avec ton public, toutes sortes de moyens peuvent être combinés : réseaux sociaux, radios, e-mails, affiches, télévision, stands lors d'évènements, rencontres en magasins, etc. Les prescripteurs (qui recommandent fortement le recours aux biens ou aux services que tu offres), et, plus largement, les influenceurs (qui servent de rôles modèles et donnent envie d'utiliser le bien ou service) font partie de ces canaux. De même, les blogs, même si un peu désuets, permettent de faire connaître le projet, voire d'interagir avec ta communauté sur les sujets qui te tiennent à cœur. De manière générale, retiens qu'une bonne communication circule dans les deux sens (porteurs de projet <=> utilisateurs).

Les canaux de distribution te permettent d'acheminer ta proposition de valeur vers tes utilisateurs et utilisatrices. Lorsque le contact est direct c'est une belle occasion de les rencontrer, toutefois des partenaires peuvent aussi intervenir. Ils se chargent par exemple de la livraison ou de la mise en vente de ton produit dans leurs commerce, e-shop ou leur stand sur un marché. Le choix de tes canaux de distributions et de tes partenaires est important car il influence les coûts ainsi que la performance sociétale de ton projet.

Ressources complémentaires – Identifier tes canaux de communication et de distribution

Information : Les canaux de communication

<https://www.socialbusinessmodels.ch/fr/content/canaux-et-outils-de-communication>

<https://blog.hubspot.fr/marketing/canaux-de-communication>

Information : Les canaux de distribution

<https://infonyet.fr/lexique/definitions/canal-de-distribution/>

<https://www.afineo.com/canaux-de-vente/>

Outil : Le mind-mapping

<http://www.creativite.net/mind-mapping-de-tony-buzan/mindmaps-etapes-de-realisation.php>

Illustration repair café : <https://repairtogether.be/>

LA GOUVERNANCE

Illustration : La gouvernance du projet NOPLA

La gouvernance organise la manière dont sont prises les décisions à plusieurs. Alors que l'équipe essaye de se mettre d'accord sur le nom du projet, c'est rapidement la cacophonie. Afin de s'organiser et d'apprendre à décider ensemble, Michèle, la coach de l'incubateur étudiant, leur propose d'utiliser « l'élection sans candidat » dans le but que chacun trouve sa place dans le collectif. Méthodiquement, chaque membre prépare alors ses arguments afin de proposer sa vision du candidat idéal pour chaque fonction du projet (voir fiche-outil : activités clés). Tour à tour, les membres s'expriment et se mettent d'accord pour s'attribuer des rôles en tenant compte de leurs désirs et de leurs compétences respectives. Cette étape leur permet de se sentir pleinement parties prenantes du projet auquel ils vont maintenant essayer de donner un nom. Pour y parvenir, ils utilisent « la prise de décision par consentement ». Vinnie joue le rôle de la facilitatrice et distribue la parole pendant que Nadia rassemble les idées pour en faire une synthèse. Tout le monde commente et enrichit les idées mises sur la table. Régulièrement, Vinnie relance la discussion dans le but de lever les objections et Nadia synthétise jusqu'à obtenir une proposition finale. A l'issue du processus, le nom « NOPLA » est validé par l'ensemble de l'équipe. Par la suite, on verra l'équipe se réunir et insister régulièrement sur l'importance de prendre ensemble les décisions importantes.



Gouvernance

- Chacun à un rôle dans l'organisation :

- | | |
|-------------------------|--|
| ✓ Laura : porte-parole | ✓ Vinnie : responsable axe réemploi |
| ✓ Zhu : coordination | ✓ Nadia : responsable axe dépollution |
| ✓ Anastasia : graphisme | ✓ Younes : responsable axe sensibilisation |
| ✓ Antoine : logistique | |

Tout le monde participe aux décisions importantes et s'il y a un vote, chaque personne à une voix

L'équipe utilise l'intelligence collective pour se mettre d'accord :

- Election sans candidat pour la répartition des rôles
- Décision par consentement pour les questions qui nécessitent l'adhésion de tous, comme par exemple le choix du nom « NOPLA ».

Questions : A quoi penser pour organiser sa gouvernance ?

Afin de réfléchir à la gouvernance de ton projet, voici une série de questions inspirantes que tu peux adapter en fonction des situations que tu rencontres :

- Qui sont les personnes consultées lors de la prise de décisions de ton projet ?
- Quel est le rôle des différentes personnes qui prennent part aux décisions ?
- Les bénéficiaires sont-ils représentés autour de la table ?
- Quelles expertises utiles pour la prise de décision pourraient être présentes ?
- En général comment se passe la distribution du temps de parole ?
- Comment l'équipe arrive-t-elle à se mettre d'accord ?
- Qu'est ce qui pourrait être un indicateur que le processus de prise de décisions s'est bien passé ?
- Qu'est ce qui pourrait être un indicateur que le processus de prise de décisions s'est mal passé ?
- Quels sont les processus de prise de décisions mis en place par l'équipe pour essayer que la prise de décisions se passe bien ?

Concept : Qu'est-ce que la gouvernance ?

Que tu travailles seul ou en équipe, chaque modalité a ses avantages et ses points d'attention. Dans une équipe, un projet ou une organisation, la gouvernance organise la manière dont sont prises les décisions à plusieurs. Tu peux envisager de nombreuses manières d'organiser la gouvernance de ton projet et heureusement des méthodes existent pour se mettre d'accord à plusieurs. Tu peux par exemple tenir compte de la fonction, des rôles ou de l'expertise des participants. Tu peux aussi t'inspirer des coopératives où les décisions sont prises de manière démocratique, c'est-à-dire que chaque personne possède une voix lors d'un vote lors de l'assemblée générale qui rassemble l'ensemble des membres du projet. De plus, si ton équipe souhaite prendre des décisions de manière participative, elle peut avoir recours à l'intelligence collective. C'est-à-dire utiliser des techniques qui permettent de construire ensemble des solutions. L'élection sans candidat est l'une d'entre elles et aide à se mettre d'accord sur le rôle de chacun dans un projet. Une autre technique souvent employée s'appelle la décision par consentement, elle a pour but de lever les objections majeures de chaque membre afin de donner aux participants le sentiment d'avoir été pris en compte lors des discussions. L'objectif de ces méthodes est de permettre à ton équipe de vivre sereinement avec les décisions prises afin que ton projet puisse durer dans le temps.

Ressources complémentaires - Penser ta gouvernance

Information : Penser son projet - la gouvernance

<https://youtu.be/S2p3nWjUedU>

Information : L'intelligence collective en général <https://www.youtube.com/watch?v=ISWcJNIGOGQ>

Information : La décision par consentement

<https://www.reseautransition.be/je-decouvre/la-transition/guide-essentiel-de-transition/>

Information : L'élection sans candidat

<https://www.youtube.com/watch?v=WovWs-3-Rz8>

Outil : Un guide pratique de la Sociocratie 3.0

- pdf : https://sociocracy30.org/_res/practical-guide/Guide-pratique-S3.pdf



- Version en ligne : <https://patterns-fr.sociocracy30.org/what-is-s3.html>

Outils : Un guide pratique d'outils pour animer des réunions et innover

- pdf : http://www.innovonslareunion.com/fileadmin/user_upload/outils_pratiques/20190328_Nexa_30_outils_pour_innover_HD.pdf
- Version en ligne : <http://www.innovonslareunion.com/innover/outils-pratiques/>



LES ACTIVITÉS CLÉS

Illustration : Les activités clés du projet NOPLA

Les activités clés sont toutes les étapes qui permettent de créer de la valeur, la faire connaître et l'acheminer jusqu'aux bénéficiaires. Petit à petit, le projet NOPLA se structure et chaque membre de l'équipe met son énergie au service du collectif. Une partie des tâches est dédiée à faire fonctionner l'organisation générale comme les activités de coordination, de logistique, de relations publiques ou de graphisme. De plus, afin d'opérationnaliser les différentes propositions de valeur retenues à la suite de la confrontation avec les publics cible (Fiche-outil : proposition de valeur), trois sous équipes-projet voient le jour : l'équipe dépollution qui organise des évènements de nettoyage de sites naturels ; l'équipe réemploi qui se focalise sur la réparation et la revente d'objets électroniques et l'équipe sensibilisation qui propose des solutions afin de changer les habitudes de consommation. Chaque équipe identifie une série d'activités clés qui vont lui permettre de réaliser une partie de la proposition de valeur.

Activités-clés NOPLA		
Organisation générale : activités liées à la coordination, la logistique, les relations publiques et le graphisme		
Axe dépollution <ul style="list-style-type: none"> - Prise de contact avec des organisations par e-mail et par téléphone - Négociation d'évènements de dépollution avec les organisations clientes 	Axe réemploi <ul style="list-style-type: none"> - Gestion de la chaîne d'approvisionnement en matériel électronique défectueux. - Approvisionnement en pièces de rechange - Fabrication de composants 	Axe sensibilisation <ul style="list-style-type: none"> - Création de fiches pratiques pour réduire sa consommation de plastique - Gestion de la distribution des fiches pratiques - Communication sur les stages et les ateliers autour de la récupération, réparation et réduction de la consommation - Gestion des inscriptions aux stages et ateliers

<ul style="list-style-type: none"> - Gestion des fournisseurs pour les évènements - Gestion du recyclage des déchets à la suite des évènements - Gestion des conférenciers et orateurs lors des évènements - Engagement de collaborateurs supplémentaires lors des évènements - Montage et démontage des évènements - Gestion de la communication et des relations clients avant et après les évènements 	<ul style="list-style-type: none"> - Assemblage et réparation du matériel électronique - Organisation de la vitrine du magasin et du web shop - Gestion des ventes - Gestion de la communication sur le site internet - Gestion des clients qui viennent faire réparer leurs objets 	<ul style="list-style-type: none"> - Préparation du déroulé des activités proposées durant les stages et ateliers - Approvisionnement en matériel pour les stages et ateliers - Animation des stages et ateliers - Gestion de la satisfaction des participants aux stages et ateliers
--	--	---

Questions : Comment lister toutes les activités clés de ton projet ?

Afin de réfléchir aux activités clés de ton projet, voici une série de questions inspirantes que tu peux te poser. Adapte-la en fonction des situations que tu rencontres.

- Pour produire ta proposition de valeur, quelles sont toutes les étapes du processus et parmi elles, quelles sont les étapes sur lesquelles tu souhaites garder le contrôle ? Par exemple : approvisionnement, transformation, assemblage, réparation, emballage, etc.
- Pour faire connaître ta proposition de valeur, quelles sont toutes les activités autour de la diffusion d'informations ? Par exemple : communication vers les bénéficiaires, publicité, concours, conseil aux utilisateurs, etc.



- Pour acheminer la proposition de valeur à l'utilisateur, quelles sont toutes les activités autour de la distribution et la livraison. Par exemple : le transport, l'organisation du point de vente, etc.
- Pour savoir si la proposition de valeur a satisfait l'utilisateur, quelles sont toutes les activités autour de la collecte d'informations ? Par exemple : communication vers l'équipe projet, service après-vente, enquêtes de satisfaction, etc.
- Quels sont les autres activités identifiées comme importantes pour le projet ?

Concept : Quelles sont les activités clés d'un projet ?

Lister les activités clés, c'est envisager toutes les étapes qui permettent de créer de la valeur, la faire connaître et l'acheminer jusqu'aux bénéficiaires. Il faut définir les rôles, partager les tâches et organiser le travail. Pour lister les activités clés de ton projet, tu peux par exemple définir qui, où, et comment s'approvisionner en matériaux, produire les produits / les services, acheminer les produits et services vers la cible, gérer la communication, etc. L'organisation des activités clés peut être innovante même si le produit ou service ne l'est pas. Il s'agit d'innovation de processus, c'est-à-dire l'invention de nouveaux procédés pour s'approvisionner, fabriquer, livrer, communiquer, etc. même si le produit ou service final peut sembler peu innovant. Actuellement, c'est une pratique qui est de plus en plus sous la loupe des porteurs et porteuses de projets car mettre l'innovation au cœur des activités clés peut avoir comme but de réduire l'impact d'un projet sur l'environnement.

En questionnant chaque étape de ton processus et en essayant de réduire l'empreinte de tes activités sur la planète tu contribues à créer des projets « responsables ».

Ressources complémentaires - Penser tes activités clés

Information : les activités clés : <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=fJIE5ssYVsM>

Outil : le SIPOC : <https://www.manager-go.com/organisation-entreprise/dossiers-methodes/utiliser-le-sipoc>

LES RESSOURCES CLÉS

Illustration : Les ressources clés du projet NOPLA ?

Les ressources clés sont toutes les ressources utilisées et mobilisée afin de réaliser les activités clés d'un projet. Pour déterminer ses ressources clés, l'équipe NOPLA reprend la liste de ses activités clés et la complète avec ses besoins en termes de ressources matérielles et immatérielles. L'objectif est de déterminer les locaux, les outils, l'expertise, etc. dont elle a besoin. Rapidement, elle se rend compte que certains besoins sont communs à ses trois axes d'activité tels que des outils de communication, un espace bureau-atelier, etc. D'autres ressources vont plutôt être spécifiques à chaque axe tels que la capacité à réparer de l'électronique, l'utilisation de chapiteaux lors d'évènements, etc. En réalisant cet exercice, NOPLA obtient une vue générale des ressources clés à mobiliser pour faire avancer son projet. Ensuite, l'équipe regarde quelles ressources peuvent être apportées par ses membres en fonction des envies, des disponibilités, des talents, de la capacité et l'expertise de chacun. Au fur et à mesure de l'histoire tu peux voir que les membres de l'équipe acquièrent de nouvelles compétences grâce à l'expérience et aux formations. Plus tard, lorsque l'axe dépollution évolue vers de l'accompagnement aux entreprises, l'équipe invite Sharmila à rejoindre l'équipe avec ses qualités humaines et son expertise en gestion du changement. Pour le reste, c'est-à-dire les ressources qui ne sont pas disponibles en interne, l'équipe trouve des solutions telles que passer par des partenaires extérieurs (voir fiche outil : partenaires clés). C'est le cas lorsque la commune met à disposition un local pour le projet ou que NOPLA utilise le FabLab.



Ressources clés		
<p>Besoins communs aux trois axes</p> <p><u>Ressources immatérielles</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinateur des projets et expertise en gestion – ZHU, Porte-parole – LAURA, Community manager + Graphisme, page internet, logo, etc. – ANASTASIA, Logisticien – ANTOINE <p><u>Ressources matérielles</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Location ou achat de téléphones et d'ordinateurs – PARTENAIRES EXTÉRIEURES - Location d'un espace bureau, point de vente et atelier + logistique des locaux : abonnements internet-téléphone, électricité, etc. – PARTENAIRES EXTÉRIEURS 		
<p>Axe dépollution</p> <p>Besoins : ressources immatérielles</p> <ul style="list-style-type: none"> + Gestionnaire entreprises clientes + Gestionnaire conférenciers + Organisateur d'évènements de dépollution et recyclage des déchets + Logisticien évènements <hr/> <p>= ANTOINE et NADIA</p> <ul style="list-style-type: none"> + Ressources humaines supplémentaires lors des événements <hr/> <p>= BÉNÉVOLES et JOBISTES</p> <ul style="list-style-type: none"> + Conseillère en transition et gestion du changement 	<p>Axe réemploi</p> <p>Besoins : ressources immatérielles</p> <ul style="list-style-type: none"> + Réparateur de matériel électronique + Fabricant de composants <hr/> <p>= VINNIE</p> <ul style="list-style-type: none"> + Vendeurs magasin physique et en ligne <hr/> <p>= VINNIE et ANASTASIA</p> <ul style="list-style-type: none"> + Distributeurs : magasin pop-up, plateforme de vente en ligne <hr/> <p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p> <p>Besoins : ressources matérielles</p>	<p>Axe sensibilisation</p> <p>Besoins : ressources immatérielles</p> <ul style="list-style-type: none"> + Gestionnaire lieux de distribution des fiches pratiques (magasins de sport-nature, etc.) + Créateur de contenu : fiches pratiques et déroulé des stages et ateliers + animateurs des stages et ateliers <hr/> <p>= YOUNES ET LAURA</p> <ul style="list-style-type: none"> + Lieux de distribution des fiches pratiques (magasins de sport-nature, supermarchés, etc.)

<p>= SHARMILA</p> <p>Besoins : ressources matérielles</p> <p>+ Achat et location de matériel pour évènements (chapiteaux, stands, micros, projecteurs, éclairage, etc.)</p>	<p>+ Pièces détachées et consommables pour fabriquer les composants</p> <p>+ Matériel électronique défectueux</p> <p>+ Location et achat de machines et outils pour réparer les objets défectueux (poste à souder, découpe laser, imprimante 3D, pinces, ciseaux, etc.)</p>	<p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p> <p>Besoin : ressources matérielles</p> <p>+ location et achat de matériel pour réalisation des fiches + stages et ateliers</p>
<p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p>	<p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p>	<p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p>

Questions : Quelles sont les ressources matérielles et immatérielles nécessaires à la réalisation de ton projet ?

Afin de réfléchir aux ressources clés dont tu as besoin, travaille à partir de la liste de tes activités clés qui sont les étapes du processus de création de ta proposition de valeur (approvisionnement, transformation, assemblage, réparation, emballage, etc.) (voir fiche-outil activités clés)

- Quelles sont tes besoins principaux en termes de ressources matérielles pour réaliser les tâches listées dans tes activités clés ? Par exemple l'utilisation d'un atelier, d'une cuisine, d'une imprimante 3D, d'énergie, d'un vélo, d'un appareil photo, de matières premières, etc.
- Quelles sont tes besoins principaux en termes de ressources immatérielles pour réaliser les tâches listées dans tes activités clés ? Par exemple : des compétences en graphisme, la connaissance d'un langage de programmation, un logo, un nom de marque, une recette, une licence, etc.

Concept : Quelles sont les ressources clés d'un projet ?

Lorsque les porteurs et porteuses de projets passent à l'action, ils mobilisent et utilisent des ressources afin de réaliser leurs activités clés (voir fiche-outil : activités clés). Pour lister tes ressources clés, pense aux principales ressources dont tu as besoin pour réaliser ton projet, c'est-à-dire les locaux, les outils, les savoirs, les savoir-faire, etc. qui te sont indispensables. Tu peux imaginer des ressources matérielles telles qu'un atelier, des machines, des matières premières, de l'énergie, des meubles, un véhicule, du matériel informatique, etc. Il peut aussi être question de ressources immatérielles telles que des compétences, des connaissances, un logo, un nom de marque, des recettes, des brevets, des licences, etc. Toutes ces ressources matérielles et immatérielles peuvent être apportées par les membres du projet, être acquises de manière permanente ou empruntée à des personnes et entreprises extérieures. En effet, en dressant la liste des ressources nécessaires pour le projet, tu te rendras compte que certaines de ces ressources sont détenues par des personnes et entreprises extérieures accessibles. Bonne nouvelle, en ralliant ces parties prenantes à ton projet, ils deviendront peut-être tes partenaires clés et apporteront ces précieuses ressources (voir fiche-outil partenaires clés).

Ressources complémentaires - Identifier tes ressources clés

Information : les ressources clés

<https://www.youtube.com/watch?v=Hxw2nix79ec&t=36s>

<https://www.creerentreprise.fr/ressources-cles-pour-entreprendre/>

Information : la matrice de compétence

<https://blog.myagilepartner.fr/index.php/2017/11/13/la-matrice-de-competences/>

Outil pour collecter tes skills : Badgee : <https://www.badgee.net/>

LES PARTENAIRES CLÉS

Illustration : Qui sont les partenaires clés du projet NOPLA



Les partenaires-clés sont des personnes ou organisations extérieures qui interviennent dans la réalisation de la proposition de valeur d'un projet. Après avoir élaboré la liste des ressources clés nécessaires à la réalisation de son projet, l'équipe NOPLA a identifié celles qui ne sont pas disponibles en interne. Afin d'opérationnaliser l'ensemble de ses activités, elle va devoir faire appel à des entreprises et des personnes extérieures. C'est le cas par exemple pour l'approvisionnement en matériel électronique défectueux, la réalisation d'événements de dépollution avec des jobistes ou l'utilisation des machines du FabLab. Plus tard, le partage des tâches entre tous les membres de l'équipe montre aussi clairement ses limites et la solution du partenariat avec Clean See

permet à l'équipe de se recentrer sur certaines de ses activités et d'en déléguer d'autres. Lors du départ d'Antoine, Sharmila sollicite l'aide de Michèle, la coach de l'incubateur étudiants, pour trouver des solutions car celle-ci dispose d'un solide carnet d'adresse.

Partenaires clés		
- Location ou achat de téléphones et d'ordinateurs – PARTENAIRES EXTÉRIEURES - Location d'un espace bureau, point de vente et atelier + logistique des locaux : abonnements internet-téléphone, électricité, etc. - PARTENAIRES EXTÉRIEURS ex : La commune		
Axe dépollution + Ressources humaines supplémentaires lors des événements = PARTENAIRES EXTÉRIEURS	Axe réemploi + Réseau de distribution : Magasin pop-up, plateforme de vente en ligne = PARTENAIRES EXTÉRIEURS	Axe sensibilisation + Lieux de distribution des fiches pratique = PARTENAIRES EXTÉRIEURS



le business model canva coopératif

<p>Ex : bénévoles et jobistes</p> <hr/> <p>+ Organisation d'évènements de dépollution et recyclage des déchets</p> <hr/> <p>= Clean See</p> <hr/> <p>+ Achat et location de matériel pour évènements (chapiteaux, stands, micros, projecteurs, éclairage, etc.)</p> <hr/> <p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p>	<p>Ex : entreprise de matériaux d'impression 3D écologique en fibres recyclées et végétales</p> <hr/> <p>+ Approvisionnement en pièces détachées et consommables pour fabriquer les composants</p> <hr/> <p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p> <hr/> <p>+ Approvisionnement en matériel électronique défectueux</p> <hr/> <p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p> <p>Ex : Triminfo</p> <hr/> <p>+ Location et achat de machine et outils pour réparer les objets défectueux (poste à souder, découpe laser, imprimante 3D, pinces, ciseaux, etc.)</p> <hr/> <p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p> <p>Ex : FabLab</p>	<p>Ex : magasins de sport-nature, supermarchés, etc.</p> <hr/> <p><u>Besoin : ressources matérielles</u></p> <p>+ location et achat de matériel pour les stages et ateliers</p> <hr/> <p>= PARTENAIRES EXTÉRIEURS</p>
---	--	---

Questions : Comment identifier les partenaires clés de ton projet ?

Afin de réfléchir aux partenaires-clé de ton projet, voici une série de questions inspirantes que tu peux te poser. Adapte-les en fonction des situations que tu rencontres :

- Pour produire ta proposition de valeur quelles sont toutes les étapes du processus (voir fiches-outil : activités clés et ressources clés).
- En regardant la liste de tes ressources clés matérielles et immatérielles, identifie celles qui sont disponibles dans ton organisation ? Par exemple grâce à tes apports et tes talents et ceux de tes coéquipiers.
- En regardant les ressources clés matérielles et immatérielles qui ne sont pas encore disponible dans ton organisation, quelles sont celles qui doivent être acquises ou louées de manière permanente ? Par exemple : louer un bâtiment, acheter un poste à souder, etc.
- En regardant la liste des ressources clés matérielles et immatérielles qui ne se sont pas encore disponibles dans ton organisation, quelles sont celles qui peuvent être empruntées, louées, sous-traitée à des partenaires en fonction des besoins ? Par exemple : utiliser les machines du Fablab pour fabriquer des pièces détachées, demander l'aide d'un comptable pour son expertise dans la gestion des données financières, etc.
- Quels sont les partenaires clés dont tu as besoin (fournisseurs, sous-traitants, distributeurs, conseillers, formateurs, promoteurs, prescripteurs, etc.) pour faire évoluer ton projet ?
- Quelles ressources clés tes partenaires t'apportent-ils ? De quelles ressources clés ont-ils besoin de votre part ?
- Quelles sont les valeurs et les engagements sociétaux de tes partenaires clés ? Tu peux ajouter ces informations dans la case « responsabilité sociétale » de ton projet.

Concept : Qui sont les partenaires clé d'un projet ?

Les partenaires-clés sont très précieux. Ils prennent en charge certaines activités clés de ton projet (que tu ne réalises pas toi-même) ou apportent des ressources clés qui ne sont pas disponibles au sein de ton organisation. Ce sont des personnes ou des organisations extérieures qui collaborent au projet grâce à l'expertise qu'elles ont développée et transformée en proposition de valeur. Travailler avec des experts extérieurs permet de faire mieux, plus rapidement et plus efficacement avec les mêmes ressources internes. C'est une bonne nouvelle car il n'y a pas besoin de tout posséder ou savoir-faire pour lancer ton projet. De plus, lorsque tu travailles avec des partenaires qui s'engagent pour la planète et la société tu contribues à maximiser leur impact positif. Le choix des personnes, des organisations et des communautés que tu mobilise est dès lors capital afin de créer des chaînes de valeurs.

Ressources complémentaires - les partenaires clés

Information : les partenaires clés

<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/partenaires-cles-business-model-canvas/>

Information : Qui sont vos partenaires clés

<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=PBVZC0kYttM>

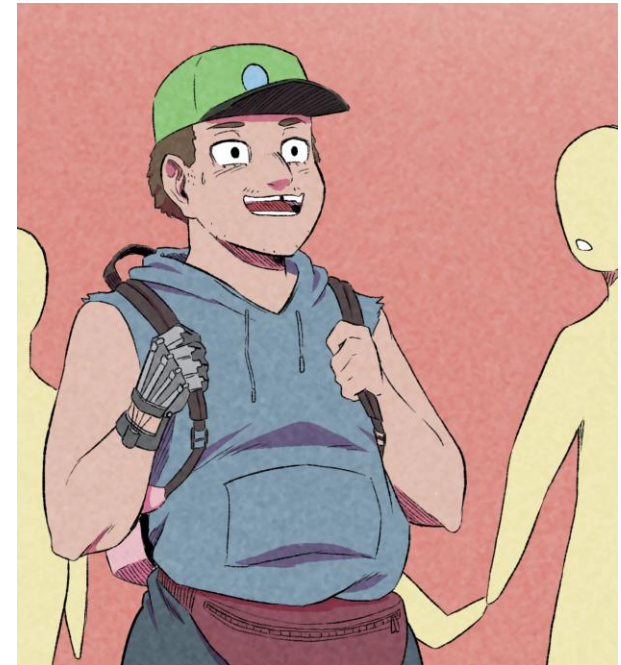
Information : Les fablab

<https://www.1890.be/solution/donnez-vie-a-vos-idees-grace-aux-outils-de-fabrication-numerique>

LA COMMUNAUTÉ

Illustration : Quels sont les engagements de NOPLA envers la communauté ?

Faire partie de la communauté, c'est connecter son projet aux personnes et organisations présentes sur le territoire. En communiquant sur les réseaux sociaux, l'équipe NOPLA commence à se faire connaître des personnes et organisations attentives à la protection de l'environnement. Rapidement, elle se rend compte qu'elle peut utiliser ce moyen de communication pour sensibiliser une audience de plus en plus large. Dès lors, Anastasia gère les messages à destination de la communauté de manière professionnelle afin d'assurer la cohérence entre les actions et la communication de NOPLA. Sa mission est de diffuser les résultats de terrain, de mettre en ligne le site de conseils, de modérer les conversations sur les réseaux, de créer une chaîne de streaming, de mettre à jour l'agenda des événements et de mobiliser une street team. Toutes ces activités exercent une influence positive sur les bénéficiaires et les partenaires quant à leur perception des projets NOPLA. De fil en aiguille, les contacts avec d'autres organisations se mettent en place et NOPLA est invitée à prendre part à des événements pour soutenir la cause environnementale. L'équipe garde aussi à l'esprit ses valeurs en continuant de former ses membres et en choisissant de donner sa chance à Sharmila (peu expérimentée mais très motivée). Finalement, soucieuse de partager le fruit de son succès avec le plus grand nombre, NOPLA soutient d'autres jeunes porteurs de projet tel que Max, prend du temps pour former des stagiaires et partage ses bénéfices avec des ONG telles que Clean See.



L'engagement de NOPLA envers la communauté

- Communique sur les réseaux pour sensibiliser une audience de plus en plus large : engage le débat, crée une chaîne de streaming et une street team
- Assure la diffusion de conseils et d'informations sur ses résultats de terrain, ses méthodes, ses évènements et ses stages
- Participe à des évènements avec d'autres organisations environnementales : Durable expo
- Forme ses membres et donne sa chance à des jeunes peu expérimentés, ex :Sharmila, les stagiaires, etc.
- Soutient financièrement d'autres organisations, ex : Clean See
- Encourage et soutient les jeunes qui souhaitent se lancer, ex : Max
- Participe au maillage territorial lors d'évènements de réseautage, ex : soirée au FabLab

Questions : Comment peux-tu prendre une part active dans la communauté avec ton projet ?

Afin de réfléchir à l'engagement de ton projet envers la communauté, voici une série de questions inspirantes que tu peux te poser. Adaptele en fonction des situations que tu rencontres.

- Décris la communauté dont tu fais partie ou souhaiterais faire partie avec ton projet.
- Comment envisages-tu de créer des ponts entre ton projet et le reste de la communauté ?
- Quels sont les conseils ou l'expertise que tu pourrais apporter à d'autres personnes, associations, organisations, projets, etc. ?
- Quelles sont les organisations dans ta communauté qui partagent tes valeurs ?
- Dans quelles autres organisations ou projets es-tu engagé ou serais-tu prêt à t'engager ?
- Quel besoin de formations identifies-tu afin de pouvoir évoluer avec ton projet ?
- Comment pourrais-tu organiser le partage de tes connaissances avec des personnes extérieures à ton projet ?

Concept : Qu'est-ce que prendre une part active dans la communauté ?

De manière très large, une communauté est un groupe de personnes qui a des intérêts communs. C'est le cas par exemple de personnes qui vivent au même endroit, qui ont les mêmes centres d'intérêt ou qui fréquentent la même école. Dans le BMC², prendre une part active dans la communauté, c'est connecter son projet aux personnes et organisations présentes sur le territoire. C'est un aspect inspirant qui permet non seulement de se sentir reconnu mais aussi de donner ce sentiment à d'autres. Cette dimension est amplifiée dans les coopératives en comparaison d'autres types d'organisations. Au-delà de ses partenariats, une organisation peut s'engager à prendre une part active dans la vie locale afin de contribuer au développement de sa communauté. Elle peut par exemple soutenir des initiatives en utilisant une partie de ses bénéfices pour aider d'autres projets culturels, sociaux ou environnementaux. Elle va aussi s'engager dans d'autres collectifs et développer des réseaux afin de faire vivre ses valeurs et favoriser la reconnaissance des autres membres de la communauté. Tu peux te référer à l'adage : « seul on va plus vite, ensemble on va plus loin ». Un autre aspect enrichissant des coopératives est leur mission d'éducation et d'information. Elles invitent leurs membres à se former afin qu'ils puissent évoluer avec le projet et proposent des formations aux citoyens. Leur objectif est de partager ce qu'elles apprennent sur le terrain avec le plus grand nombre afin de diffuser les idées et l'innovation. Cela se traduit concrètement par l'organisation de conférences, d'ateliers, de débats, etc.

Ressources complémentaires - L'engagement envers la communauté

Information : les 7 principes coopératifs (Wallonie - Bruxelles)

<https://wallonie-bruxelles.febecoop.be/les-7-principes/>

Illustration d'engagement envers la communauté :

<https://canadianworker.coop/fr/lengagement-envers-la-collectivite-est-le-dernier-mais-certainement-pas-le-moindre-des-principes-cooperatifs/>

LA RENTABILITÉ FINANCIÈRE

Illustration : la formule de rentabilité du projet NOPLA

Pour être rentable un projet doit avoir des revenus supérieurs à ses coûts. Au départ les NOPLA avaient de nombreuses idées et ont dû opérer des choix. En se confrontant à leurs publics cibles, ils ont adapté leurs offres aux besoins de leurs clients. L'équipe dépollution se focalise désormais sur l'activité de conseil aux entreprises et sous-traite les événements de dépollution des sites naturels à son partenaire Clean See. L'équipe réemploi a su trouver des opportunités pour augmenter son volume d'activité en diversifiant ses canaux de distributions (vente en ligne, magasin pop-up, revente via des partenaires, etc.). Quant à l'activité de sensibilisation, les « fiches pratiques » qui engendraient des coûts et des externalités négatives pour la planète, ont été remplacées par du conseil en ligne et une offre de stages. A force de travail les NOPLA peuvent se payer de petits salaires (rappelons qu'ils sont étudiants) et même reverser une partie de leur marge bénéficiaire sous forme de dons à des ONG telles que Clean See. Lorsqu'il est



question de déménager, l'équipe se mobilise pour organiser une campagne de financement participatif. L'argent ainsi récolté leur permet de réaménager les locaux mis à leur disposition (contre un loyer très bas) par la commune. Grâce à la bonne gestion de leur projet, les NOPLA peuvent aussi soutenir d'autres projets d'étudiants entrepreneurs tels que celui de Max. Au moment où nous la quittons, l'équipe est approchée par une grosse entreprise de jeux vidéo, Hightower Games, qui leur offre un partenariat pour créer la suite de leur jeu favori : Epic Fortress 2. Pour NOPLA, c'est une opportunité d'accroître ses revenus et de soutenir ses projets futurs mais ce n'est évidemment pas le seul critère de décision. L'équipe doit s'assurer que ce partenaire est aligné avec les valeurs qu'elle défend. Elle doit envisager sa décision en cohérence avec tous les éléments de son BMC². Pour Vinnie, Younes, Zhu, Sharmila, Laura et Anastasia la discussion promet d'être animée.

Rentabilité financière	
<p>Revenus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apports personnels des membres - Revenu du financement participatif - Revenus des stages et ateliers sur le thème du réemploi et de la diminution de la production de déchets - Revenus des ventes d'appareils électroniques - Revenus des événements de dépollution parrainés par les entreprises clientes - Revenus de la revente de déchets à des filières de recyclage - Opportunité de collaborer avec une grosse entreprise de jeux vidéo, HIGHTOWER GAMES, pour créer la suite de leur jeu favori: Epic Fortress 2 	<p>Coûts</p> <p>Lancement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Service du comptable, notaire, secrétariat social <p>Coûts fixes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Achat ou location de téléphones, ordinateurs et meubles de bureau - Facture mensuelle du fournisseur d'électricité et de gaz - Achat ou abonnement de licences (logiciels) - Abonnements internet-téléphone-serveur vert - Location d'un espace bureau, point de vente et atelier - Salaires - Achat de machines et d'outils pour la réparation des appareils électroniques et les stages <p>Coûts variables</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilisation du FabLab - Approvisionnement en matière premières, consommables, composants, pièces détachées - Engagement de jobistes pour les événements - Paiement des factures des partenaires sous-traitant tel que Clean See - Location de matériel pour les évènements

Marge bénéficiaire

- Soutenir les actions d'autres organisations, par exemple faire des dons à des ONG telles que Clean See
- Étendre les activités vers la remise en service de jeux de plateau et les bars à jeux
- Investir dans d'autres projets d'étudiants entrepreneurs afin de les aider à se lancer

Questions : Comment identifier les éléments de ta formule de rentabilité ?

Afin de réfléchir à la rentabilité financière de ton projet, regarde tout ce que tu as prévu dans les autres cases du BMC² et dresse une liste de ce qui va générer des coûts et des revenus. Voici une série de questions inspirantes que tu peux te poser. N'hésite pas à l'adapter en fonction de ta situation.

Rentabilité financière	
<p>Revenus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les sources de revenu générées par l'activité commerciale : vente de produits / services ? - Existe-t-il d'autres sources de revenu ? - Les revenus sont-ils récurrents (tes abonnés te payent chaque mois) ou ponctuels (tes clients te payent une seul fois = lors de l'achat) ? - Bénéficies-tu de subsides ou d'autres aides financières ? - Ton projet attire-t-il des dons de manière récurrente et avec quelles contreparties pour les donateurs ? 	<p>Coûts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les dépenses que tu dois faire avant le lancement de ton projet ? Ex : communication, formations, développement de prototypes, etc. - Quels investissements dois-tu prévoir pour développer tes activités ? Ex : machines, véhicules, outils, etc. - Quels sont les principaux postes de coûts fixes que tu vas devoir payer même si ton activité est à l'arrêt ? Loyer, salaires, remboursement de crédits, etc. - Quels sont les principaux postes de coûts variables que tu vas devoir payer pour chaque type d'activité ? Matières premières, ingrédients, emballages, frais de livraison, etc. - Quelles activités sont les plus coûteuses ?
<p>Rentabilité : Revenus > Coûts = Marge bénéficiaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comment est redistribuée/réinvestie l'éventuelle marge bénéficiaire dégagée ? - Quelles sont tes ambitions en termes de développement des activités ? 	

Concept : Qu'est-ce que la rentabilité financière d'un projet ?

La rentabilité d'un projet c'est ce qui va lui permettre de continuer d'exister. C'est-à-dire qu'une fois l'activité lancée, les rentrées financières générées viennent couvrir les dépenses engagées dans le projet. Pour se faire, il faut au minimum équilibrer les revenus et les coûts liés à la création et la circulation de ta proposition de valeur. Le scénario idéal est d'avoir des revenus supérieurs à tes coûts afin que le projet dégage une marge bénéficiaire.

Formule de rentabilité financière : Revenus \geq Coûts

Si tu regardes du côté des coûts, il y a plusieurs types de dépenses : celles qui interviennent au démarrage du projet (tels que les frais de lancement, de recherche et de développement d'une innovation, etc.) et celles qui vont durer tout le long du projet (les coûts fixes et les coûts variables). Les coûts fixes sont plutôt stables (ils ne varient pas avec le volume de l'activité) comme : le loyer, les salaires, les remboursements de crédit pour l'outillage, l'abonnement à internet, etc. Les coûts variables sont quant à eux changeant car ils sont directement liés au volume de l'activité, par exemples : l'achat de matières premières ou de cartons d'emballage qui est proportionnel aux quantités produites. Pour lister tes coûts tu dois évaluer les dépenses liées à la mise en œuvre de tes activités clés (en interne ou prises en charge par les partenaires) ainsi que celles liées à l'acquisition et la maintenance de tes ressources clés (voir fiches-outils : activités clés ; ressources clés ; partenaires clés). En début de parcours, il est intéressant de réfléchir à une manière de limiter les coûts : par exemple en louant un espace collaboratif plutôt qu'en achetant un bâtiment ou en achetant les matières premières avec les rentrées générées par des pré-commande à la suite d'une campagne de financement participatif (crowdfunding). Pour couvrir tous tes coûts, il faut générer des revenus. Ceux-ci peuvent être directement liés à l'activité commerciale du projet (ex : le prix payé par tes clients) et/ou provenir de subsides, dons, etc. Lorsqu'il y a des bénéfices, c'est-à-dire que les revenus sont supérieurs aux coûts, c'est parfois l'occasion de saisir de nouvelles opportunités.

Ressources complémentaires

Information : Penser son projet - La rentabilité financière ?

<https://youtu.be/JCgoXFaNb54>

Information : projette tes chiffres

<https://www.evaluermonprojet.be/nos-outils-pour-votre-projet/projette-tes-chiffres/>

Information : Les aides et financements

<https://www.1890.be/?solution&profile=etudiant&objective=developper-mon-entreprise&need=financement>

Illustration : le cas Goodmove (coûts fixes en temps de crise)

<https://www.rtl.be/info/video/771234.aspx?fbclid=IwAR2MFVctXJnqkqA7-8dg5T4EGjXc8RRwLqg-qmxglmoJYZ-9j2tgSd64AU0>

RAISON D'ÊTRE

- Créer un collectif engagé autour d'un objectif commun de **protection des cours d'eau**
- Lutter contre la **pollution** liée à l'utilisation de matières **plastiques**
- Créer un lieu de travail **confortable et respectueux des différences** afin que chacun puisse construire un projet qui lui ressemble avec ses qualités (persévérance, créativité, anticipation des risques, etc.), ses valeurs (respect des différences, honnêteté, esprit d'équipe, etc.) et ses vulnérabilités (pessimisme, timidité, impatience, etc.)

PARTENAIRES CLÉS

- Axe dépollution**
RH suppl. pour événements
= PARTENAIRES (ex: jobistes)
+ Organisation d'événements de dépollution et recyclage
= PARTENAIRES (ex: Clean See)
- Axe réemploi**
+ Réseau de distri: pop-up store, plateforme de vente en ligne
= PART. EXT.
Ex: entr. de matériaux 3D éco.
+ Approvisionnement pièces détachées et consommables pour fabriquer les composants
= PART. EXT.
+ Approvisionnement en mat. électro. défectueux
= PART. EXT.
Ex: Triminfo
- Axe sensibilisation**
+ Lieux de distri. des fiches pratique
= PART. EXT.
Ex: magasins de sport-nature, supermarchés, etc.
Besoin: ressources matérielles
+ location et achat de matériel pour les stages et ateliers
= PART. EXT.

ACTIVITÉS CLÉS

- **Organisation générale** : Activités de coordination, logistique, relations publiques et graphisme.
- **Axe dépollution** : Prospection, gestion clients, gestion fournisseurs, gestion recyclage des déchets, gestion des conférences, gestion des jobistes, montage et démontage lors des événements.
- **Axe réemploi** : Approvisionnement du matériel défectueux et pièces de rechange, fabrication des composants et réparation du matériel, gestion du magasin et e-shop, gestion des clients et de la communication.
- **Axe sensibilisation** : Création des fiches pratiques, gestion de la distribution, communication sur les stages, gestion des inscriptions, préparation des stages, approvisionnement en matériel, animations des stages, gestion de la satisfaction des participants aux stages.

PROPOSITION DE VALEUR

- Axe dépollution**
 - Événements de dépollution pour des organisations clientes en transition qui cherchent à agir dans leur environnement immédiat;
 - Conseil aux organisations qui souhaitent réfléchir à leur responsabilité sociétale.
- Axe réemploi**
 - Réparation et revente de matériel électronique usagé (en ligne et pop-up store) pour des clients engagés recherchant par exemple des objets de rétrogaming, etc.
- Axe sensibilisation**
 - Elaboration et vente de fiches conseil pour limiter l'usage du plastique pour des utilisateurs curieux qui cherchent à limiter leur impact à leur échelle.
 - Mise en ligne de conseils pour limiter et revaloriser ses déchets plastique.
 - Organisation de stage de sensibilisation et de réemploi.

CANALX COMMUNICATION

- Le bouche à oreille;
- Les mails et le téléphone;
- Les réseaux sociaux;
- Le site internet;
- Les rencontres directes avec des utilisateurs potentiels (stand pop-up, participation à des événements (foires, réseautage, etc.), rendez-vous chez les clients, etc.);
- Les échanges lors des stages.

CANALX DISTRIBUTION

- Les supermarchés et les magasins de sport-nature pour les fiches-pratiques;
- Magasins de seconde-mains pour le matériel électronique et informatique;
- L'atelier des NOPLA pour les stages et le service de réparation de matériel électronique et informatique;
- Les pop-up stores et le magasin en ligne.

COMMUNAUTÉ

- Communiquer sur les réseaux pour sensibiliser une audience de plus en plus large : engage le débat, crée une chaîne de streaming et une street team
- Assure la diffusion de conseils et d'informations sur ses résultats de terrain, ses méthodes, ses événements et ses stages;
- Participe à des événements avec d'autres organisations environnementales (ex Durable expo);
- Forme ses membres et donne sa chance à des jeunes peu expérimentés (ex : Sharmila, les stagiaires, etc.);
- Soutient financièrement d'autres organisations (ex: Clean See);
- Encourage et soutient les jeunes qui souhaitent se lancer (ex: Max);
- Participe au maillage territorial lors d'événements de réseautage (ex : soirée fabLab).

RESSOURCES CLÉS

- Besoins de ressources communs aux 3 axes**
Immatériels : Coordinateur et gestion projets (Zhu), Porte-parole (LAURA), Community Manager (Anastasia), Logisticien (Antoine)
Matériels : local, équipements (tel. ordi, etc.), logistique locaux (frais Internet, tél etc.) = PART. EXT.
- Axe dépollution**
Besoins immatériels:
+ Gestion clients, conférenciers, organisateur, logisticien
= ANTOINE + NADIA
+ RH suppl. + BENEVOLES
+ Conseillère = SHARMILA
Besoins matériels:
+ Achat et location matériel événements
= PART. EXT.
 - Axe réemploi**
Besoins immatériels:
+ Réparateur électro et fabricant composants = VINNIE
+ Gestionnaire de magasin et e-shop = VINNIE + ANASTASIA
+ Distributeur = PART. EXT.
Besoins matériels:
+ Pièces détachées et consommables + Electro défectueux + Location et achat machines et outils
= PART. EXT.
 - Axe sensibilisation**
Besoins immatériels:
+ Gestion diffusion et distribution de contenus (FP et stages)
+ Animateurs stages = YOUNES + LAURA
+ Lieux de distribution des FP (magasins, supermarchés, etc.) = PART. EXT.
Besoins matériels:
+ Location et achat de matériel pour stages
= PART. EXT.

PERFORMANCE SOCIÉTALE

- Dépollution par le nettoyage de cours d'eau et de sites naturels;
- Diminution de la génération de déchets par la revalorisation de matériel informatique et électronique;
- Encouragement à passer à de nouveaux comportements de consommation responsable vis-à-vis des composants plastiques par la création de fiches informatives puis la mise en ligne d'un programme de sensibilisation;
- Choix sélectifs en matière d'approvisionnement et de partenariats afin de poursuivre les efforts en faveur de la planète;
- Utilisation d'un serveur vert;
- Effets secondaires négatifs : rester attentif au risque de servir d'outil de greenwashing aux organisations peu scrupuleuses qui continuent à polluer sous prétexte qu'ils collaborent avec NOPLA.

GOUVERNANCE

- Tout le monde participe aux décisions importantes et s'il y a un vote chaque personne à une voix.*
- Rôle dans l'organisation**
Laura = porte-parole, Zhu = coordination, Anastasia = graphisme, Antoine = comptabilité et logistique, Vinnie = responsable axe réemploi, Nadia = responsable axe dépollution, Younés = responsable axe sensibilisation.
- L'équipe utilise l'intelligence collective pour se mettre d'accord**
- Election sans candidats pour répartition des rôles
 - Décision par consentement pour questions qui nécessitent l'adhésion de tous (ex : choix du nom « NOPLA »).

BÉNÉFICIAIRES

- 3 segments d'utilisateurs et d'utilisatrices :
- Axe dépollution**
Les organisations en transition - entreprises, services publics et ONG qui veulent avoir un impact environnemental
 - Axe réemploi**
Les engagés - personnes qui sont fan de réemploi et sensibles à l'univers des jeux
 - Axe sensibilisation**
Les curieux d'essayer - personnes prêtes à changer de comportement à condition d'être accompagnées.

REVENUS

Au lancement : apports personnels des membres (capital de départ)
Pendant le projet :

- Revenus du financement participatif;
- Revenus des stages et ateliers sur le thème du réemploi et de la diminution de la production de déchets plastique;
- Revenus des ventes d'appareils électroniques et informatiques;
- Revenus des événements de dépollution parrainés par les entreprises clientes;
- Revenus de la revente de déchets à des filières de recyclage;
- Opportunité de collaborer avec une grosse entreprise de jeux vidéo HIGHTOWER GAMES pour créer la suite de leur jeu favori Epic Fortress 2.

RENTABILITÉ FINANCIÈRE

MARGE : REVENUS > COÛTS

- Soutenir les actions d'autres organisations, par exemple faire des dons à des ONG telle que Clean See;
- Étendre les activités vers la remise en service de jeux de plateau et les bars à jeux;
- Investir dans d'autres projets étudiants; entrepreneurs afin de les aider à se lancer.

COÛTS FIXES

Au lancement : service comptable, notaire, secrétariat social, etc.
Pendant le projet : achat (ou location) de téléphones, ordinateurs, meubles, factures frais mensuels, licences (logiciels), abonnement Internet, location espace de bureau, point de vente et ateliers, salaires, achats de machines et d'outils.

COÛTS VARIABLES

- Utilisation du fablab;
- Approvisionnement en matière premières, consommables, composants, pièces détachées;
- Engagement de jobistes pour les événements;
- Factures des partenaires;
- Location matériel pour les événements.



LE BMC² : UN OUTIL POUR TESTER SES IDÉES ET LES AMÉLIORER

Le BMC² est un outil collaboratif pour tester et améliorer tes idées ! Il te permet de visualiser et de connecter les éléments importants d'un projet et t'offre aussi l'occasion d'identifier ses failles. Pour se faire, lorsque tu as rempli ton BMC², l'étape suivante est de le « tester ». Tu peux commencer tout simplement par le présenter à une personne de ton entourage et écouter ses questions et ses conseils. Sois ouvert aux changements, tu penses qu'un partenariat sera facile à conclure avec ta commune ? Ce n'est qu'en parlant avec les personnes concernées que tu pourras valider ton idée de départ. Et si tu découvres que tu fais fausse route ? Tant mieux, au stade des idées c'est le bon moment pour changer ! Profites-en pour saisir cette opportunité et rediriger ton projet vers le succès. Plus tu le testes, plus ton BMC² va s'améliorer grâce aux informations provenant des personnes du terrain.

Le BMC² : un outil pour suivre l'évolution de ton projet

N'hésite pas à revenir régulièrement sur ton BMC² pour affiner les cases qui ne sont plus tout à fait à jour et méritent d'être révisées. Comme dans le cas des NOPLA, un projet entrepreneurial évolue en fonction des circonstances par exemple : l'identification de nouvelles opportunités ou le départ d'un membre de l'équipe fondatrice.

Le BMC² : un outil pour renforcer la cohérence d'ensemble de ton projet

Suite aux tests, aux feedbacks de tes partenaires et aux changements de circonstances dans ton environnement, certaines « cases » peuvent changer. Dans ce cas, vérifie bien que la cohérence d'ensemble est respectée. Si la raison d'être du projet est de dépolluer les sols et de participer à la biodiversité d'un quartier, il ne sera peut-être pas cohérent de travailler en partenariat avec une entreprise géographiquement très éloignée. A toi d'identifier les éléments les plus importants, ceux sur lesquels tu ne veux pas transiger, et assure-toi que toutes les cases de ton BMC² se construisent en cohérence avec ces éléments centraux.

Le BMC² : un outil... parmi d'autres

Pour terminer, sache que le BMC² est un outil parmi d'autres. Il t'aide à identifier les éléments importants d'un projet entrepreneurial. Cependant à trop se concentrer sur ses 11 cases, certains aspects spécifiques pourraient apparaître comme secondaires : qui sont les concurrents qui proposent des alternatives à ton idées ? qui sont les membres de ton équipe ? Il faut parfois prendre de la distance pour voir ce qui manque ! N'hésite dès lors pas à t'inspirer d'autres sources comme par exemple : le [traditionnel BMC²](#), le [canevas de l'économie circulaire](#)³ ou le [BMC for change](#)⁴.

POUR CONCLURE

Te voici arrivé à la fin de ce guide qui te propose une méthode pour penser ton projet en structurant tes idées. Tu as découvert au travers de l'histoire des NOPLA dans « Le monde d'après » comment utiliser l'outil « Business Model Canvas Coopératif – BMC² ». Cette équipe de jeunes t'a peut-être inspiré ? N'hésite pas à poursuivre la réflexion. Que tu sois seul ou en équipe, tes idées ont un rôle à jouer pour construire le monde de demain.



² <https://www.cairn.info/revue-entreprendre-et-innover-2012-1-page-111.htm>

³ <http://cyclecc.eu/belgian/2019/04/12/circulab-board-the-canvas-to-design-your-circular-business-model/>

⁴ <http://www.venturelab.be/venturelab-blog/bmc-for-change-un-nouveau-business-model-canva-pour-construire-lavenir/>



Il est important de garder à l'esprit qu'il n'y a pas de bonnes ou mauvaises idées, il y a surtout des idées qui hibernent, des idées qui s'envolent, des idées qui se transforment... Les inscrire quelque part c'est une manière de ne pas les oublier.

Quel que soit ton cheminement, c'est en allant à la rencontre de personnes extérieurs et en parlant de ton projet que tu pourras en éclairer les zones d'ombres. C'est pour cette raison que seul ou en équipe le BMC² est un outil collaboratif.

RÉFÉRENCES

Auteurs : Julie Solbreux UNamur, CeDES – Julie Hermans UCLouvain