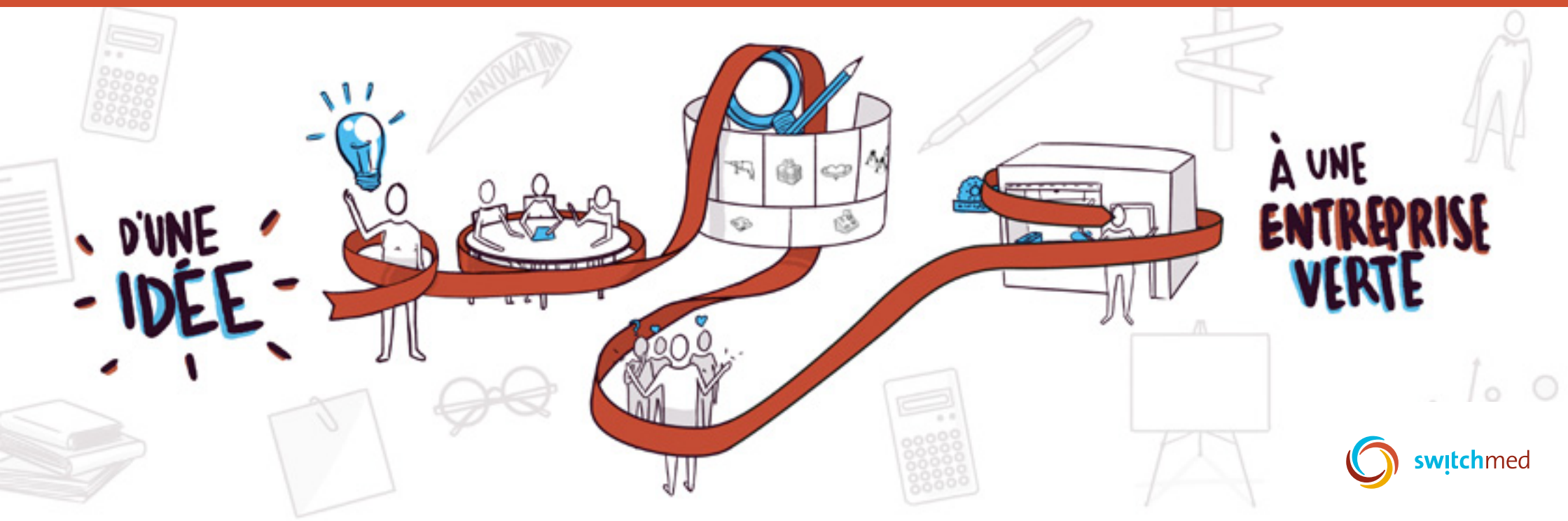


Créez votre entreprise verte

*Le cahier d'exercices des
entrepreneurs verts en Méditerranée*



Introduction

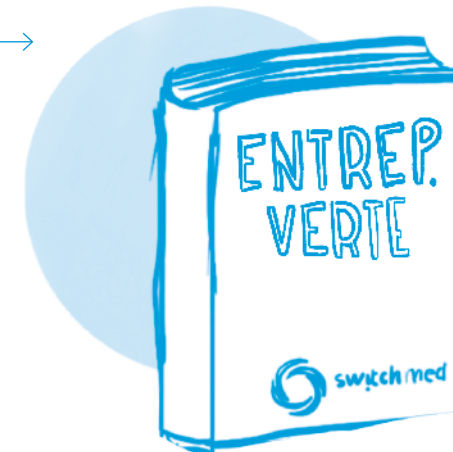
Le cahier d'exercices

Ce cahier d'exercices est un outil pratique qui vous guidera au fil de l'itinéraire de la création d'entreprise, de la formulation de l'idée à l'élaboration d'un business model vert. Il adopte le point de vue d'un Entrepreneur vert désireux de transformer son idée en un projet d'entreprise verte pérenne, en s'aidant d'une série d'exercices.

Le cahier d'exercices est complété par un manuel, qui décrit la méthodologie, les principaux concepts et outils utilisés ici, et présente des exemples d'entrepreneurs verts. Le manuel peut être obtenu en ligne en suivant le lien : <https://goo.gl/uW2zrb>
Tout au long du cahier d'exercices, vous trouverez pour chaque exercice les références des parties correspondantes qui se trouvent dans le manuel.

les exercices suivent une série d'étapes, commençant par l'étape 1 - « Ebauchez votre idée », puis étape 2 - « Construire », pour être dirigé jusqu'à l'étape 3 - « Testez et validez ». Après ces étapes, vous aurez développé et testé un prototype d'entreprise verte. Les étapes 4 et 5 ne sont pas détaillées, car il existe déjà des outils et une littérature abondants qui permettent de les développer.

Grâce au cahier d'exercices, vous pourrez définir et valider un modèle économique vert, dans le but de résumer les principaux résultats que vous pourrez utiliser pour rédiger votre business plan d'entreprise verte.



Les études de cas

À fins de commodité, chaque étape du parcours est composée d'un ensemble de questions et d'outils définis dans les pages blanches. La démarche globale est illustrée en détail avec une ou plusieurs études de cas illustratives (pages en couleur).

Ces études de cas ont été sélectionnées en référence aux opportunités identifiées au Moyen-Orient et en Afrique du Nord (MENA) et à la diversité des situations qu'elles représentent concernant les différentes étapes du développement de l'entreprise.

Nous espérons qu'elles puissent vous inspirer !

La société de services énergétiques dans des zones rurales en Algérie (ESCO) est utilisée comme étude de cas principale. Elle est expliquée en détail tout au long de la méthodologie, étape après étape, pour refléter la manière dont une idée entrepreneuriale peut se construire et évoluer. Les études de cas portant sur les produits textiles et la gestion des déchets illustrent des parties spécifiques de la méthodologie, en les renforçant et en les clarifiant. À la fin du document, vous trouverez une matrice complète pour chacune des trois études de cas. Ces matrices synthétisent les informations et les résultats de la démarche d'analyse approfondie. Elles illustrent le résultat final auquel vous êtes supposé aboutir à l'issue de ce parcours.



1. Une société de services énergétiques dans des zones rurales en Algérie.

En Algérie, plus de 25% de la population vit dans des zones rurales. Bien que le gouvernement algérien et Sonelgaz, la principale société de fourniture d'énergie du pays, fassent des efforts manifestes pour fournir aux zones rurales des services de qualité urbaine, leur accès à l'électricité est encore insuffisant.

Hassan, un jeune ingénieur d'Oran, lisait dans un journal un article sur les nouvelles technologies solaires photovoltaïques.

« L'énergie solaire peut être une solution pour éclairer ma famille, et ses voisins... ! Ils ne dépendraient plus de générateurs à essence et à kérosène ! » Il était si enthousiasmé par son idée qu'il ne pouvait pas attendre davantage pour la partager avec Amina et Karim...

« Les gars ! J'ai lu un article à propos de l'énergie solaire, et je me suis dit que je pourrais l'introduire dans les zones rurales. Vous savez que ma famille vit dans l'arrondissement de Ghardaïa. Elle a beaucoup de problèmes concernant la fourniture d'électricité. J'ai de la famille là-bas, ça me serait facile d'y aller... ! Qu'en pensez-vous ? Vous seriez d'accord pour monter une entreprise ? Voulez-vous être mes associés ? » Il avait besoin d'une équipe prête à collaborer et enthousiaste pour l'accompagner dans cette aventure difficile.



2. Une entreprise de gestion des déchets électroniques dans des zones urbaines.

Omar avait le sentiment qu'il y avait des choses à faire concernant la gestion des déchets électroniques. Il souhaitait vivement saisir l'opportunité, mais il ne savait pas exactement par où commencer. Avec une quantité limitée de ressources économiques et de connaissances concernant les questions environnementales, il a décidé de créer son propre emploi durable. Omar a décidé de commencer par ce qui lui semblait être l'idée la plus simple et la moins « risquée » : collecter des déchets électroniques, une activité ne nécessitant pas de compétences techniques.

Découvrez comment Omar a testé son idée d'entreprise...
Et réussi !

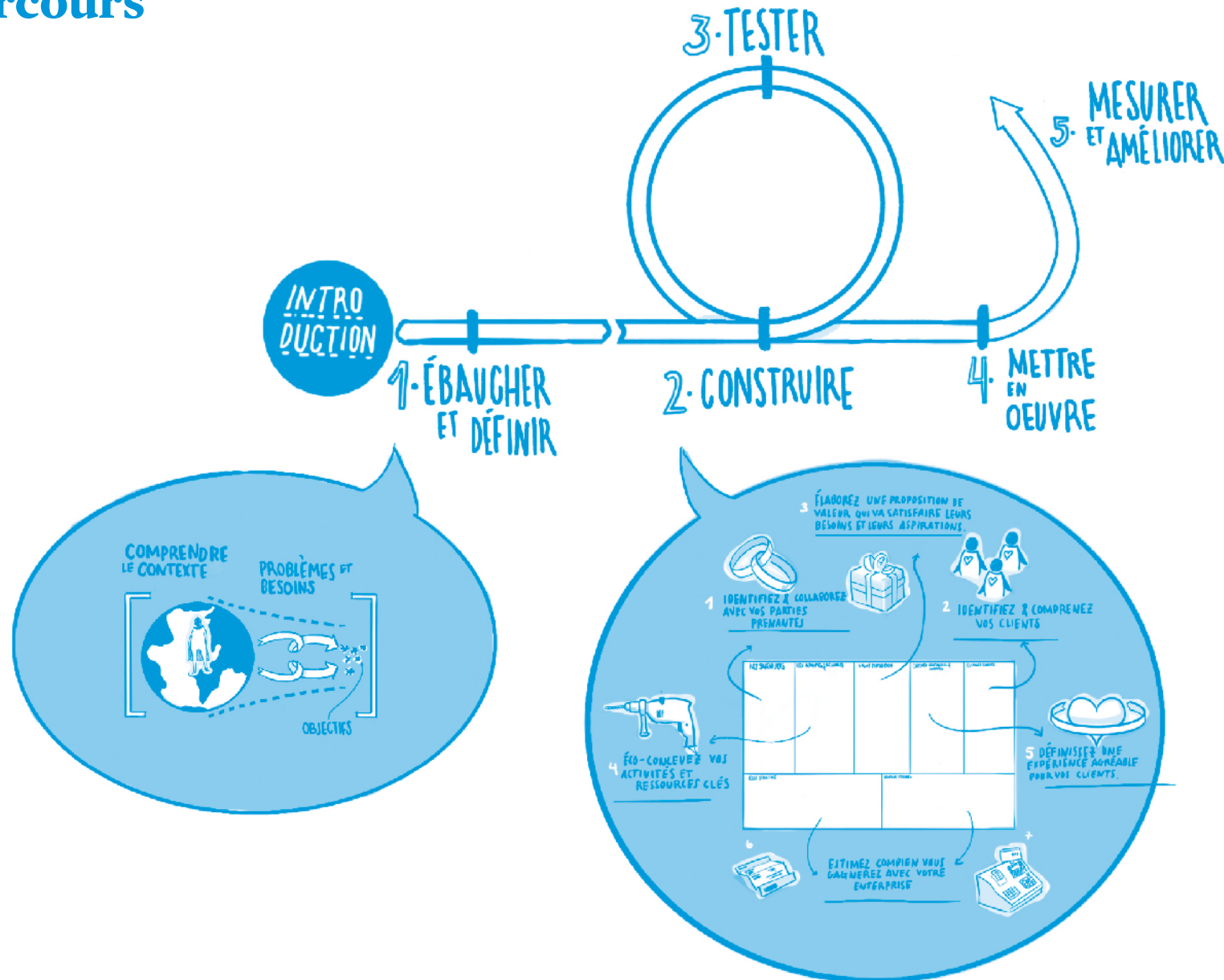


3. Des vêtements de coton organique pour bébés fabriqués en Égypte.

Khajib Alal a rencontré son épouse Sofiah en 2006. Après avoir passé quelques années en Turquie et en Espagne, ils ont décidé de revenir à Tanta (Égypte) et de monter une entreprise ensemble. Quand ils se sont rencontrés, à Istanbul, ils travaillaient dans le secteur de la production de coton dans des exploitations agricoles biologiques de la région turque de Hatay. Puis ils sont venus à Tarragona (Espagne) où ils ont travaillé dans une petite société textile, spécialisée dans les vêtements pour bébés. Là, ils ont découvert ce que cache l'industrie de la mode en termes de produits chimiques et autres questions critiques.

À la naissance de leur premier enfant en 2011, ils sont rentrés à Tanta. En 2013, ils ont monté la société Sensil, avec pour objectif de créer la première marque de produits égyptiens en coton biologique pour bébés (de 0 à 3 ans). Ils ont actuellement 5 collaborateurs dans leur atelier textile. Les ventes sont en hausse, et ils vont bientôt recruter davantage de personnel. Ils ont ouvert leur premier magasin à Tanta en 2014. Ils vendent désormais aussi en ligne (principalement au Caire et à Alexandrie).

Le parcours





Conseils pour les Entrepreneurs verts

Soyez prêts à accepter de modifier votre idée initiale !

Les entrepreneurs débutent normalement leur parcours avec une idée, qu'ils s'efforcent de développer dans les meilleurs délais. Cependant, nous vous recommandons de marquer une pause et de vous demander : pourquoi monter cette entreprise ? Quels sont les moteurs de mon projet ? Y a-t-il un autre moyen de remplir mes objectifs ? Pendant ce processus de questionnement, il est probable que vous ayez d'autres idées, différentes de votre idée initiale.

Ayez l'esprit ouvert, et considérez ces idées nouvelles. Ne vous accrochez pas excessivement à votre idée initiale !

Faites connaissance avec vous –même... et avec vos limites !

Avant de vous embarquer dans l'ambitieux projet de la création d'entreprise, vous devez vous connaître en profondeur : compétences existantes et à développer, aptitudes, équilibre vie professionnelle –vie personnelle souhaité, votre manière de travailler, vos rapports avec les autres, etc. Ces éléments s'avèrent extrêmement importants lors de l'élaboration d'un projet d'entreprise, car ils vous aideront à anticiper les risques, les échecs ou les difficultés. En fonction du diagnostic, vous pourriez conclure à la nécessité de vous associer avec d'autres personnes.

Est –ce que je peux lancer et gérer mon entreprise tout(e) seul(e) ?

En fonction de vos aspirations, vous pourriez souhaiter gérer votre entreprise en solo.

Si cela peut constituer un avantage pour certaines activités (artisanat, conseil...), d'autres activités plus complexes peuvent nécessiter davantage de ressources, y compris des talents humains.

Quoi qu'il en soit, il est toujours souhaitable de s'entourer de personnes susceptibles de jeter un regard objectif sur le projet. Par ailleurs, le fait de travailler en équipe et de répartir les tâches en fonction des compétences de chacun permet aux membres de l'équipe, de se concentrer sur leurs spécialités, et d'améliorer considérablement les résultats.

Soyez un entrepreneur vert

Quelles que soient vos motivations les plus profondes pour devenir un entrepreneur vert (créer votre propre emploi, vous attaquer à un

problème social, générer une nouvelle dynamique communautaire...), votre objectif premier est celui de créer une valeur ajoutée économique en abordant un problème environnemental.

Voyez grand !

Vous fixer des objectifs ambitieux peut vous motiver à atteindre de plus hauts sommets et à améliorer vos réalisations. Le tout en jouissant de chacune des plus petites étapes vers le succès.

Considérez les opportunités de marché internationales !

Lors de l'identification de clients potentiels, n'oubliez pas de rechercher des opportunités à l'international ! Bien que la commercialisation de vos produits à l'étranger puisse exiger certaines adaptations générant des coûts, c'est une option à ne pas négliger à un stade amont de votre projet d'entreprise verte. Dans certains secteurs comme l'écotourisme le potentiel est considérable !

Constituez une bonne équipe

Ne prétendez pas être capable de gérer seul(e) votre entreprise. Concentrez-vous sur votre spécialité, dans le domaine où vous brillez, et laissez les autres faire ce que vous ne pouvez pas faire (ou pour quoi vous êtes médiocre). Peu importe le degré de nouveauté de l'idée, elle ne vaut rien si vous ne la vendez pas. Et pour cela, il vous faut une bonne équipe, capable de traiter son cœur de métier et de gérer les tâches essentielles.

Regardez autour de vous, identifiez les personnes susceptibles de vous aider, et recrutez –les ! Procurez –vous les meilleures ressources requises et construisez des partenariats.

Identifiez les parties prenantes

Parmi les parties prenantes, vous pourriez trouver plus simple d'identifier vos clients en premier. Les clients, en tant que parties prenantes, auront un rôle primordial dans la construction de votre proposition de valeur et la définition de votre modèle économique. Faites votre possible pour impliquer très tôt les parties prenantes et garder à l'esprit que certaines d'entre elles peuvent être identifiées ultérieurement.

Impliquer les clients et les parties prenantes

Tandis que l'implication de vos clients dans le processus de co-création

est un prérequis au succès rapide de votre projet, il peut s'avérer plus compliqué d'impliquer vos autres parties prenantes à un niveau équivalent. Sur la base de vos entretiens avec vos parties prenantes, essayez de percevoir de qui vous pouvez espérer un plein engagement ; classez le niveau d'engagement du moins élevé (par exemple à partir de feedbacks réguliers sur le projet) au plus élevé (co-création).

Pensez en grand !

Vous devez évaluer précisément quels sont les besoins et les comportements des acteurs concernés. Ils peuvent aider à identifier des solutions innovantes dans une démarche de co-création. La construction de partenariats externes, de même que l'externalisation de tâches moins sensibles en dehors de la société (sociétés privées, centres de recherche publics, clients, fournisseurs, universités...) sont autant de stratégies intelligentes visant une plus grande efficacité.

« Raisonnable rentabilité économique » !

Gardez à l'esprit qu'une entreprise verte est une entreprise avant tout. Ce qui signifie que, hormis les aspects environnementaux de votre offre que vous souhaitez mettre en avant, votre client est susceptible de prendre en considération d'autres critères qui justifient sa décision d'achat, comme la conception, le coût, les spécifications techniques, la commodité, la santé, etc.

Créez une proposition de valeur ajoutée unique !

C'est là le point essentiel de votre projet d'entreprise. Votre proposition de valeur ajoutée apportera à vos clients une nouveauté qui les incitera à se détourner de la concurrence.

Collaborez avec vos fournisseurs

Vous pouvez aussi essayer de promouvoir le développement durable en sensibilisant vos fournisseurs à l'éco-conception et en les incitant à adopter des stratégies adéquates. Vous pouvez les faire participer à un processus de co-création afin d'aligner leurs stratégies d'éco-conception autour d'une finalité commune.

Communiquer judicieusement

Si vous souhaitez certifier votre produit, vous devrez vous documenter sur les écolabels, leurs exigences techniques et légales et leurs coûts d'obtention.

Cependant, nous vous recommandons de commencer au plus simple, avec une communication judicieuse sur les bénéfices environnementaux de votre produit ou service.

Pensez à la révolution du Web 2.0 !

La révolution de l'Internet est apparue comme la réalité nouvelle touchant la vie sociale et économique. La plupart des canaux de communication et de marketing comprennent une composante « web 2.0 ». Chaque utilisateur d'Internet est un client potentiel. Les réseaux sociaux, organisés par sujet, intérêt ou affinité, sont la caisse de résonance des tendances du marketing en temps réel. Les clients se rendent sur Internet et, avant d'acheter, consultent les critiques des consommateurs. Ne sous-estimez pas la puissance des technologies web 2.0 dans le cadre de votre modèle d'entreprise verte, d'autant plus si vous visez un marché qui s'étend au-delà du marché local.

Réduire le capital de départ

Vous n'avez pas nécessairement besoin de faire des investissements élevés pour lancer un produit/service. Les coûts de développement peuvent être allégés de différentes manières, comme vous le verrez ultérieurement. En outre, ne pensez pas que vous devez vous-même développer chaque partie de votre projet : trouver le bon partenaire pour externaliser vos activités peut vous aider à épargner beaucoup de temps et d'argent.

Soyez attentif vis-à-vis des nouveaux business modèles !

Au cours des dernières décennies, une tendance de mode de consommation mieux raisonnée est progressivement apparue, parfois entraînée par des préoccupations sanitaires et environnementales : acheter local, privilégier la qualité même pour un prix plus élevé, encourager les circuits courts de consommation... En particulier, l'économie circulaire et collaborative tend à rassembler acteurs et communautés, autour d'objectifs communs visant à limiter plus efficacement l'impact et la réutilisation des ressources.

De nouveaux business modèles peuvent émerger du nouveau paradigme d'économie de partage. Il s'agit de passer d'une économie de la propriété à une économie de la fonctionnalité des services. Vous pouvez être payé en proportion des réelles économies d'eau qu'il est possible de réaliser grâce à vos services (au lieu de vendre des appareils permettant d'économiser l'eau).

N'ayez pas peur d'échouer !

L'échec est une étape nécessaire à la réussite. Tirer les leçons de l'échec et s'améliorer font partie intégrante du processus entrepreneurial.

Dois-je être riche pour monter une entreprise verte ?

Nous ne devons pas nécessairement effectuer de lourds investissements pour lancer un produit/service. Les coûts de développement peuvent être allégés de différentes manières. En outre, il n'est pas nécessaire que nous développions nous-même chaque partie du projet : trouver le bon partenaire en relation avec lequel externaliser des activités peut faire économiser beaucoup de temps et d'argent.

Efforcez-vous de convaincre les institutions financières !

Parce que les marchés et les business models verts ne sont pas encore stabilisés, le secteur financier peut hésiter à financer des entreprises vertes émergentes. Il vous revient de les convaincre de la pertinence économique de votre projet. Quels que soient le financier ou l'investisseur que vous rencontrerez, cette rencontre devra être préparée avec le plus grand soin. En 5 minutes, vous devez pouvoir expliquer clairement quelles sont les propositions de valeur ajoutée, qui seront les clients, de quelle façon l'entreprise sera rentable et pourquoi votre équipe est la meilleure. Si vous rencontrez de potentiels investisseurs, sachez que le plus souvent ils fonderont leur décision d'abord sur la personnalité et la motivation, sur la crédibilité de l'équipe de gestion et, enfin, sur la performance du produit/service. Idéalement, vous pouvez commencer par mobiliser du love money (famille, amis) pour réunir un capital de départ. Vous faciliterez ainsi votre approche des institutions financières.

Restez connectés !

Le caractère incertain de votre activité commerciale verte nécessite de mettre à jour en permanence des informations sur les cadres juridiques et politiques, les solutions concurrentes, les besoins des clients, les coûts, etc. Des solutions Internet, mais aussi des contacts directs avec des experts ou des clients, vous aideront à réduire les risques et à formuler des stratégies efficaces. Vous pouvez toujours vous améliorer.

Etape 1.

Ebaucher et définir

Exercice 1

Ebauchez votre idée d'entreprise

Vous avez une idée de business en tête ? Décrivez-la ! Faites-en l'ébauche en répondant brièvement aux questions suivantes :

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 ?



Étude de cas

Ebauchez votre idée d'entreprise

QUELLE EST VOTRE IDÉE D'ENTREPRISE INITIALE ?

Quelle est votre idée d'entreprise initiale ?

La fourniture d'énergie solaire dans les zones rurales, afin d'y réduire la pauvreté.

Qu'allez-vous proposer (produit, service) ?

Je proposerai la livraison, l'installation et la maintenance des systèmes solaires photovoltaïques.

Quels seraient vos clients ? Vos partenaires ?


Mes clients pourraient être les ménages percevant un revenu ainsi que les petites entreprises. Mes partenaires pourraient être l'Etat, les communautés locales, les fournisseurs et les techniciens.

Exercice 2.

Identifiez les problèmes et les besoins


Après avoir décrit votre idée d'entreprise initiale, c'est le moment de vous demander : Pourquoi je souhaite la développer ? Quels sont les problèmes ou les défis auxquels je veux répondre ? Quels sont les besoins de mes clients potentiels que je souhaite satisfaire ?

Vous trouverez ensuite quatre encadrés qui vous proposent de réfléchir aux facteurs environnementaux et sociaux sur lesquels repose votre idée. Répondez à ces questions pour saisir les raisons (le *pourquoi*) qui se cachent derrière votre idée d'entreprise.



ENV

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



BESOINS

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



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



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



Note

Il est extrêmement important que vous vous assuriez de la réalité de ces problèmes. Vous devez éviter de perdre votre temps à développer une solution dont personne n'a besoin, ou de vous concentrer sur un problème qui n'en est pas un. Nous vous suggérons de passer du temps à identifier et approfondir la compréhension de ces problèmes et ces besoins par le biais d'échanges directs avec les personnes concernées.



Étude de cas

Identifiez les problèmes et les besoins



- Bruit produit par les générateurs.
- Émissions de gaz issus de la combustion des carburants.
- Fuites d'huile.



Ils ont besoin d'un approvisionnement stable en électricité. En effet, l'accessibilité et la disponibilité du carburant nécessaire au fonctionnement des générateurs domestiques ne sont pas fiables, et les prix des carburants sont très fluctuants. En outre, le manque d'énergie est souvent considéré comme l'un des obstacles opposés au développement rural. En l'absence d'opportunités locales, la jeunesse tend à migrer vers les zones urbaines.



- Accès à l'électricité médiocre.
- Conditions de vie médiocres de la population rurale.
- Problèmes de santé en relation avec les dommages environnementaux.
- Peu d'opportunités d'emploi au vu de la situation.



- Améliorer les conditions de vie de l'entourage.

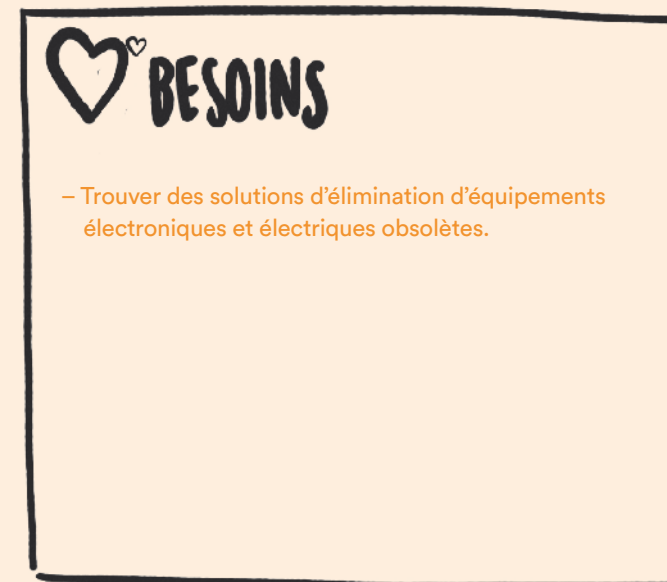
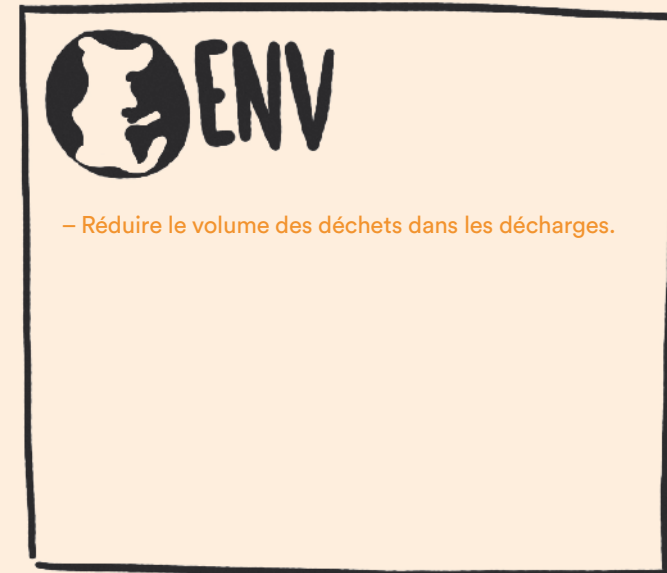


Étude de cas

Identifier les problèmes et les besoins

Omar souhaite vivement saisir l'opportunité d'entamer une activité concernant la gestion des déchets électroniques. Mais il ne sait pas exactement par où commencer. Même s'il a entendu parler de problèmes environnementaux en relation avec les décharges entourant sa ville, son objectif est de créer d'abord son propre emploi durable.

Omar a décidé de commencer par la collecte des déchets, une activité ne nécessitant pas de compétences techniques. Maintenant, son objectif est de s'assurer qu'il puisse effectivement fournir un service de collecte d'appareils électriques et électroniques usagés. Et il veut être payé pour cela.





L'idée peut aider la population défavorisée à accéder à des appareils électriques et électroniques essentiels pour des sommes modiques.



– A besoin d'un travail pour subsister.

Exercice 3

Comprenez le contexte

Une fois les problèmes et les besoins identifiés, c'est le moment d'élargir votre champ d'analyse en observant les contextes local, régional et global qui sous-tendent votre idée d'entreprise. Soyez vigilants aux facteurs susceptibles d'encourager ou au contraire de freiner le développement de votre entreprise.

Brainstormez : Réfléchissez aux conditions, changements et tendances du contexte local, régional ou global susceptibles d'influencer votre entreprise à l'avenir. Ces aspects peuvent être classés selon les catégories suivantes : Politique (P), Economique (E), Social (S), Technologique (T), Environnemental (E) et Légal (L).

Priorisez : Sélectionnez les aspects les plus pertinents de votre entreprise (maximum cinq) et placez-les dans les encadrés suivants.

Confrontez : Si vous le pouvez, tâchez d'expliquer comment vous comptez gérer ces différents aspects !

QUOI?

P E S T E L

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

COMMENT ?

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



Étude de cas

Comprenez le contexte

QUOI?



- A. Aspects environnementaux : réduction de la disponibilité des métaux et accumulation des déchets toxiques.
- B. Aspects politiques : politiques d'électrification rurale et planification.
- C. Aspects technologiques : amélioration de l'efficacité des panneaux solaires et déficit de techniciens qualifiés pour la maintenance.
- D. Aspects économiques : Difficultés d'accès au crédit.

COMMENT ?

- A. La pénurie de tellure de cadmium, de sélénium de gallium ainsi que d'autres matériaux précieux peut affecter la production de panneaux solaires, de systèmes de montage et de batteries, et faire augmenter leur coûts. De toute façon, il sera nécessaire de gérer la fin de vie des panneaux solaires.
- B. Il est primordial d'associer le gouvernement au projet dès son élaboration, et d'être attentif aux nouveaux cadres réglementaires qui se préparent.
- C. L'augmentation de l'efficacité du système solaire pourra améliorer la rentabilité de l'entreprise, tandis que la pénurie de techniciens qualifiés exigera d'en former.
- D. Les difficultés d'accès au crédit pour les ménages pourrait compromettre le lancement de l'entreprise. Il sera essentiel de collaborer avec les banques.

Exercice 4

Déterminez vos objectifs

Récap : Reprenez les exercices 2 et 3. Dans la colonne « Problèmes et besoins », indiquez les problèmes et besoins les plus pertinents que votre projet cherche à résoudre. Gardez à l'esprit que vous pouvez aussi ajouter des objectifs personnels et des objectifs d'équipe.

Déterminez des objectifs : Reformulez les problèmes et les besoins en objectifs spécifiques à atteindre (lorsque vous définissez les objectifs, souvenez-vous du contexte de vos activités)

Mesurez les réalisations : De manière optionnelle, vous pouvez établir des indicateurs qui vous aideront à mesurer le degré de réalisation des objectifs. Néanmoins, à ce stade, cette démarche est complémentaire.

Notes



Quels défis sociaux votre entreprise veut-elle relever ?

REFORMULATION →



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



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

REFORMULATION →

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



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

REFORMULATION →

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



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

REFORMULATION →

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



Étude de cas

Déterminez vos objectifs

24

DÉFIS
SOCIAUX

PROBLÈMES
BESOINS ET

– Peu d'opportunités d'emploi.

REFORMULATION

OBJECTIFS

– Améliorer le développement socioéconomique dans les zones rurales.

BESOINS DES
CLIENTS

– Instabilité de l'approvisionnement électrique.

REFORMULATION

– Fournir de l'électricité aux populations rurales.

DÉFIS
ENVIRONNEMENTAUX

– Électricité produite très loin. Émissions sonores et de gaz provenant de l'utilisation de générateurs et de kérosène, fuites d'huile.

REFORMULATION

– Fournir une électricité propre par le développement de petites infrastructures.

MOTIVATIONS
D'ÉQUIPE

– Conditions de vie précaires.

REFORMULATION

– Améliorer les conditions de vie de l'entourage et le développement socioéconomique.

Exercice 5

Synthétiser Une Mission et Une Vision



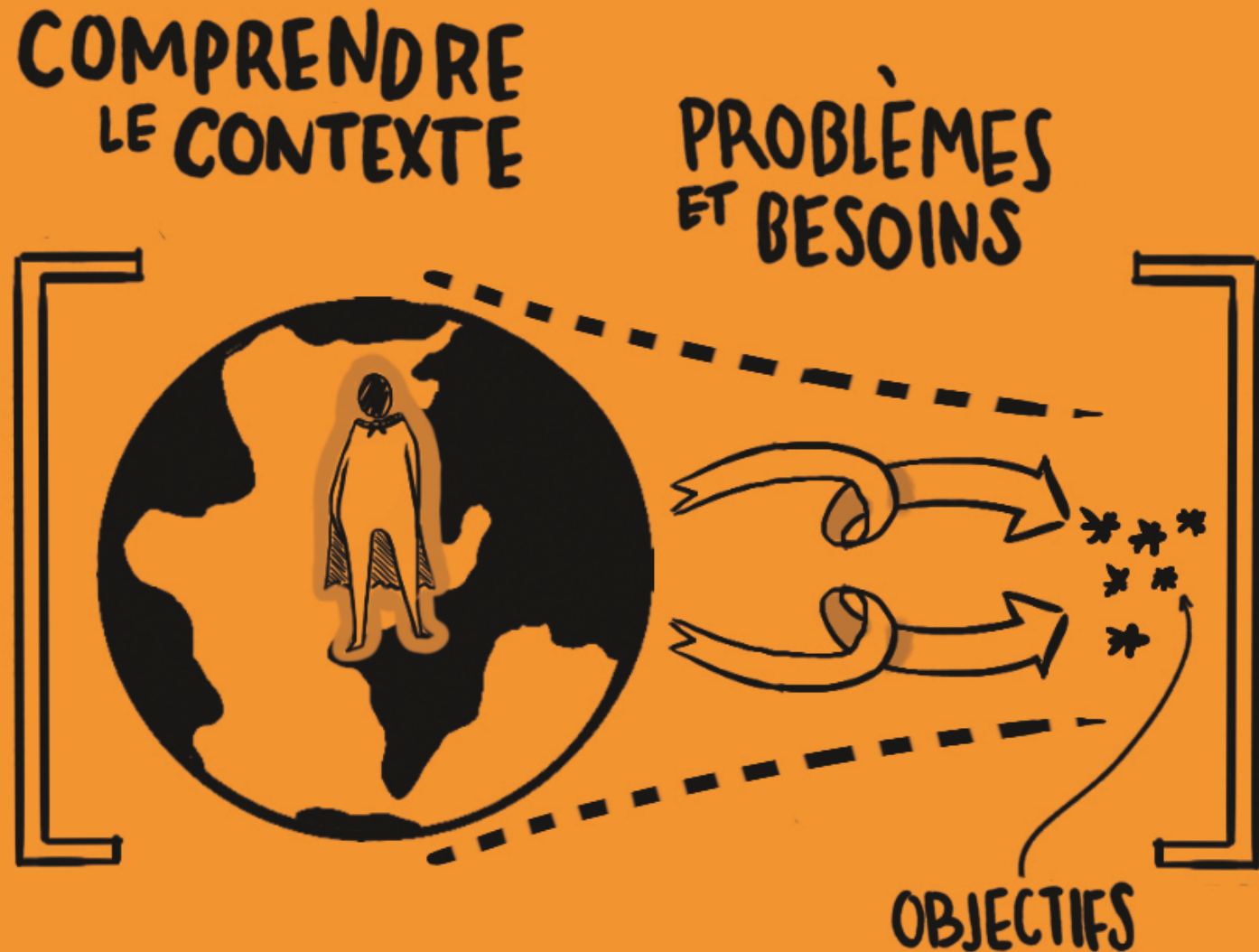
Synthétisez les objectifs en une phrase globale, mais aussi simple et élégante.



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

Exercice 6

Résumé du contexte et des objectifs



Problèmes et besoins

Les problèmes et besoins les plus pertinents abordés par l'entreprise.

Objectifs du projet**Comprendre le contexte**

Les aspects les plus pertinents qui peuvent affecter l'entreprise.

Énoncé d'une vision**Énoncé d'une mission**

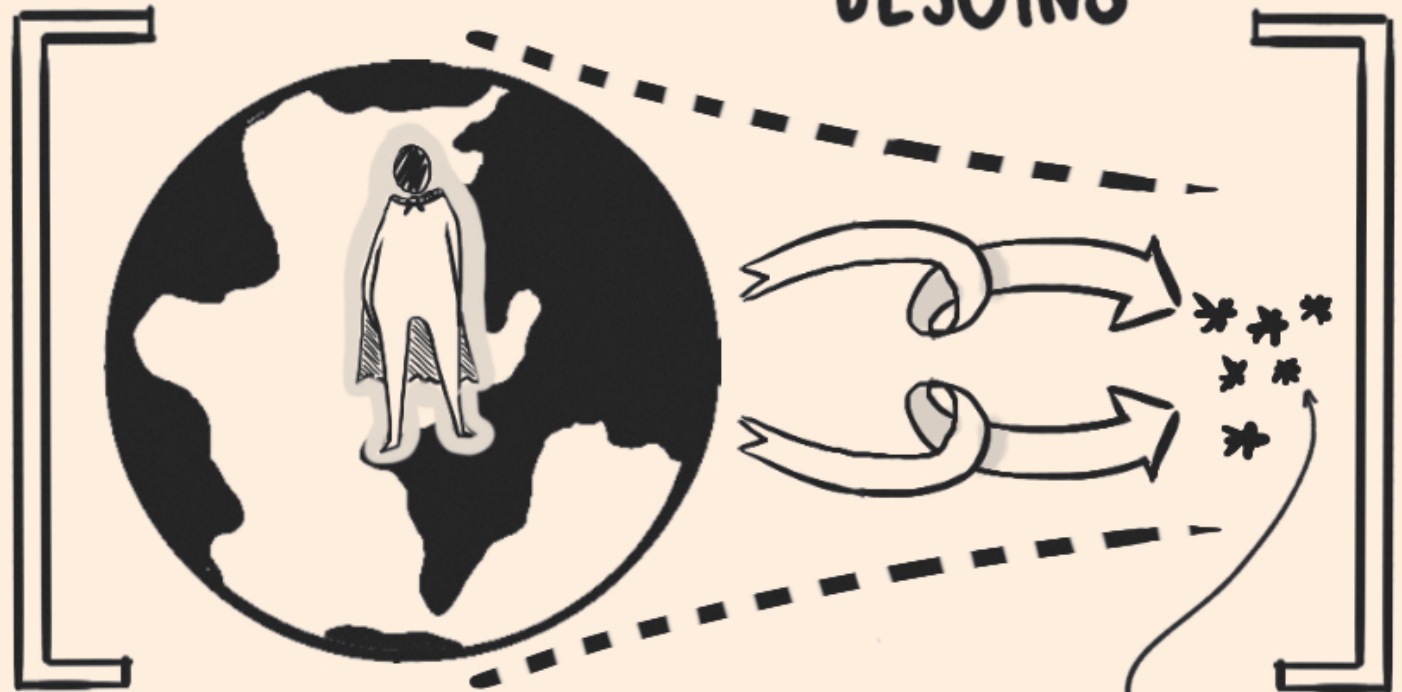


Étude de cas

*Résumé du contexte
et des objectifs*

COMPRENDRE
LE CONTEXTE

PROBLÈMES
ET BESOINS



OBJECTIFS

Problèmes et besoins

- Environnementaux : Bruit des générateurs ; émissions de gaz ; fuites de carburant.
- Sociaux : Médiocrité de l'accès à l'électricité et médiocrité des conditions de vie, parce que l'électricité est produite loin du consommateur ; rareté des opportunités d'emploi dans les zones rurales.
- Besoins du client : Approvisionnement stable en électricité.

Objectifs

1. Fournir une électricité propre en développant des infrastructures de dimension modérée.
2. Fournir une électricité fiable aux populations des zones rurales.
3. Améliorer le développement socio-économique des zones rurales.

Comprendre le contexte

1. Aspects environnementaux : réduction de la disponibilité des métaux et accumulation des déchets toxiques.
2. Aspects politiques : politiques d'électrification rurale et planification.
3. Aspects technologiques : amélioration de l'efficacité des panneaux solaires et déficit de techniciens qualifiés pour la maintenance.
4. Aspects économiques : Difficultés d'accès au crédit.

Énoncé d'une vision

- Fournir aux populations rurales une électricité solaire photovoltaïque, durablement et à un prix abordable.

Déclaration de mission

- Une Algérie rurale avec de la lumière et de meilleures conditions de vie !

Etape 2.

Construire

Construire le modèle économique

Il est temps de concevoir votre entreprise étape par étape à l'aide de la matrice du modèle économique vert :








- 1.** Identifiez les clients et les parties prenantes clés en lien avec vos objectifs d'entreprise (exercices 7 et 8).
 - 2.** Créez avec eux la proposition de valeur (exercices 9 à 11).
 - 3.** Identifiez les canaux et les relations avec vos segments de clientèle, et éco-designez les activités et les ressources nécessaires au développement de votre entreprise (exercices 12 à 15).
 - 4.** Estimez les coûts et les revenus prévisionnels (exercices 16 à 18).
-

Notes



Note

Il y a une matrice du modèle économique vert, en plus du manuel d'exercices, que vous pouvez imprimer sous format A3. Vous pourrez y porter vos idées tout au long des exercices.

<p>PARTIES PRENANTES CLÉS</p>  <p>Qui sont les principaux acteurs qui vont influencer le projet, ou être influencés par celui-ci ? Par exemple, équipe (fondateurs et employés), partenaires, fournisseurs, médias, communauté locale, etc.</p>	<p>ACTIVITÉS ET RESSOURCES CLÉS</p>  <p>Quelles activités mettrez-vous en place afin de matérialiser la proposition de valeur (produits ou services) ?</p> <p>Quelles ressources (physiques, humaines, financières...) seront nécessaires ?</p> <p>Existe-t-il de nouvelles manières de mener ces activités afin qu'elles impactent moins sur l'environnement ?</p>	<p>PROPOSITIONS DE VALEUR</p>  <p>Quelle valeur le projet offre-t-il aux clients et aux différents acteurs concernés ?</p> <p>Comment cela contribue-t-il à la protection et/ ou l'amélioration de l'environnement naturel ?</p> <p>En quoi votre projet représente-t-il une contribution sociale ?</p> <p>Quelle est l'aspect innovant de votre proposition de valeur ? Est-elle unique ?</p>	<p>RELATIONS CLIENTS & CANAUX</p>  <p>Comment attirerez-vous et engagerez-vous des clients potentiels, en vue de conclure des ventes, mais aussi d'obtenir un feedback, de faire circuler l'information, etc. ?</p> <p>Quels canaux seront les plus appropriés ?</p>	<p>SEGMENTS DE CLIENTÈLE</p>  <p>Qui sont vos clients potentiels (susceptibles de payer un certain prix pour la valeur reçue) ? -Segmentez-les en catégories distinctes en cas de différence substantielle.</p> <p>Pouvez-vous innover dans la manière d'approcher et d'impliquer vos clients ? Pourriez-vous définir une catégorie de clientèle en fonction de sa sensibilité environnementale ?</p>
<p>STRUCTURE DE COÛTS</p>  <p>À quels coûts le projet sera-t-il exposé si les activités désirées sont mises en œuvre au moyen des ressources nécessaires ? Répertoriez-les, et si possible estimez-les approximativement.</p>		<p>FLUX DE REVENUS</p>  <p>Combien vos clients sont-ils prêts à payer ? -Par comparaison avec des produits/services similaires sur le marché, essayez de fixer des prix approximatifs ou des tarifs correspondant à chaque couple produit/segment de clientèle.</p> <p>Comment optimiseriez-vous la manière de générer des revenus et comment faciliteriez-vous l'acte d'achat ?</p>		

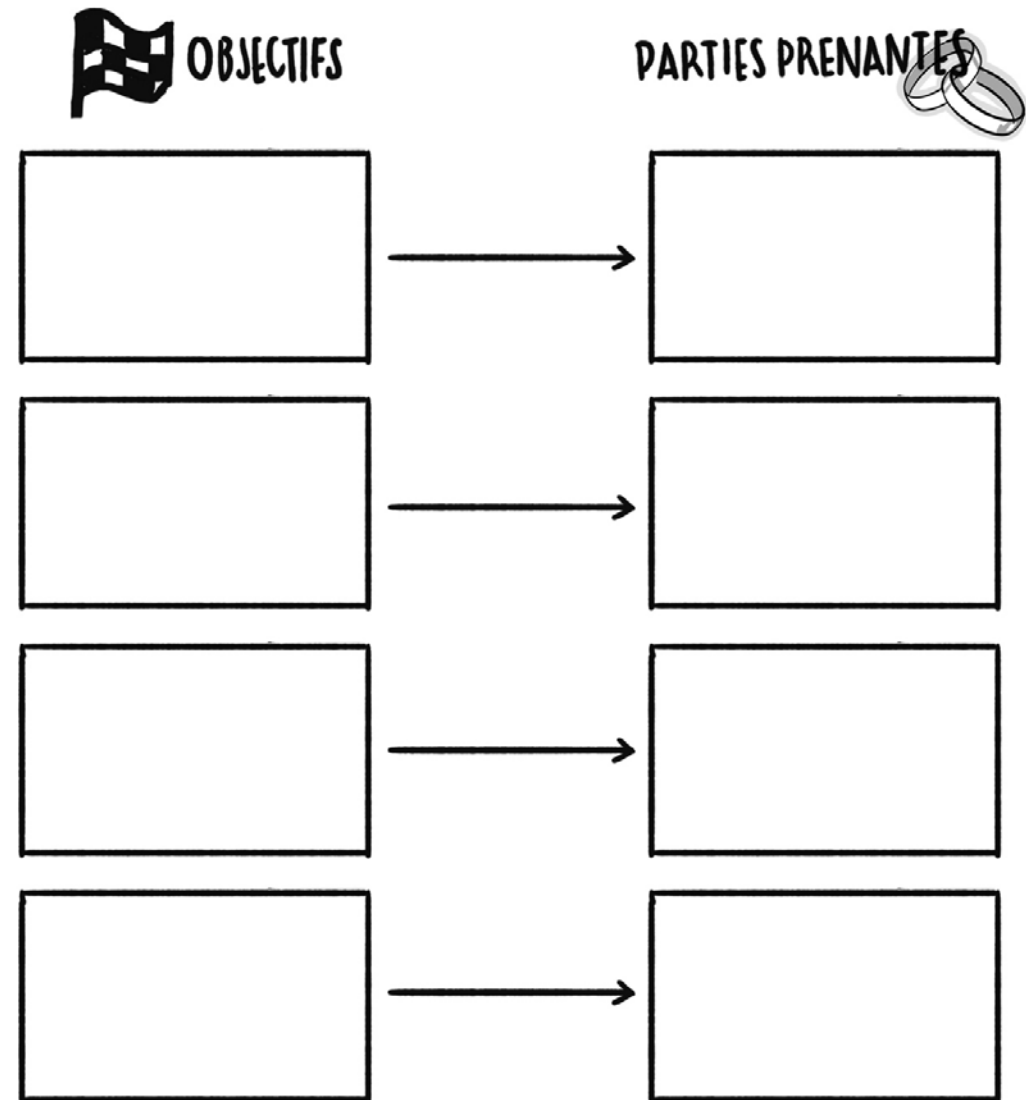
Exercice 7a

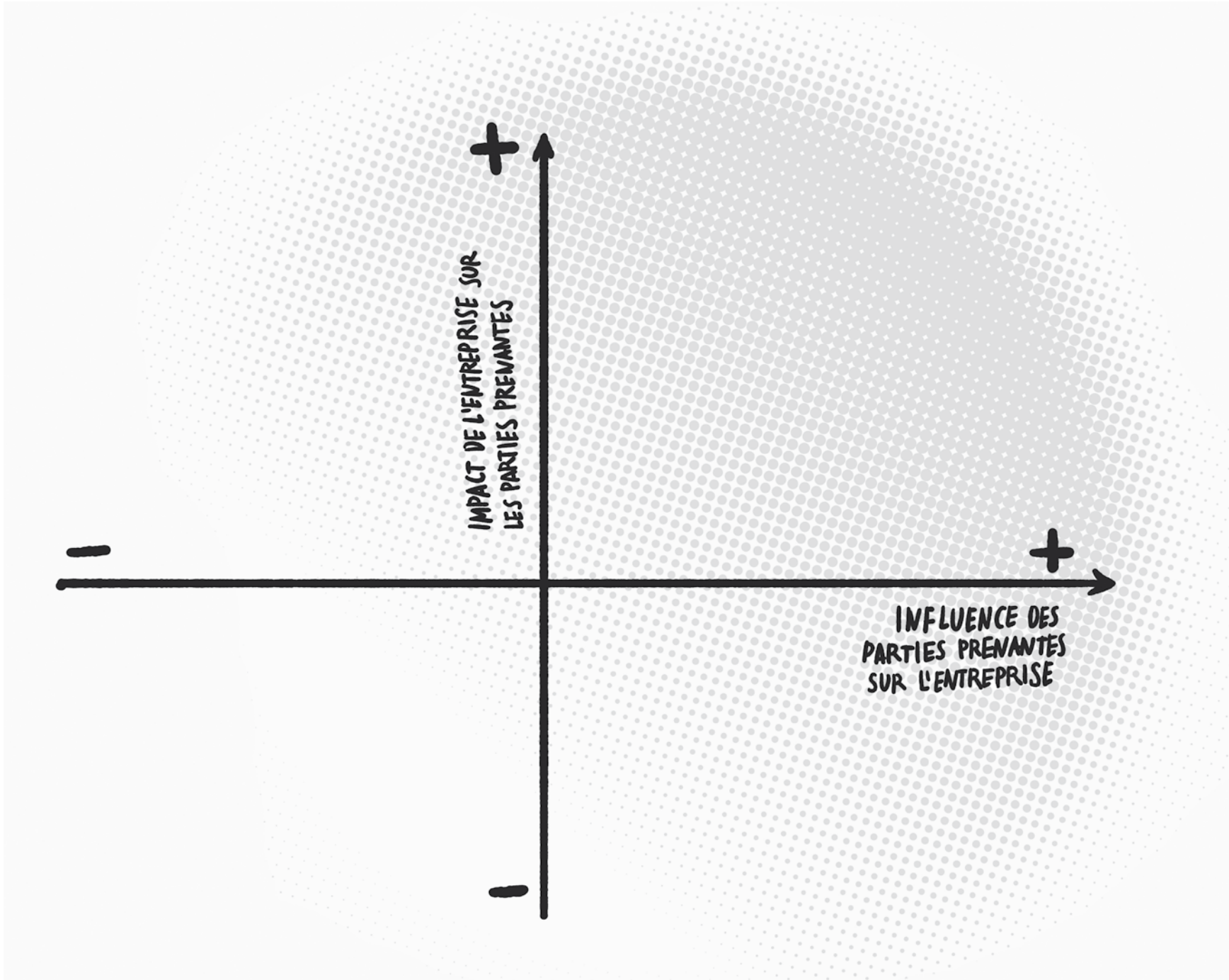
Identifiez et cartographiez les parties prenantes

Identifiez : Tout d'abord, répertoriez les parties prenantes susceptibles d'influencer les objectifs de votre projet ou au contraire qui peuvent être influencées par vos activités. Pouvez-vous donner des noms précis d'acteurs et d'organisations ?

Cartographiez : Placez les parties prenantes sur la matrice en fonction de leur niveau d'influence exercée sur votre projet ainsi que de la manière dont votre projet exerce sur elles une influence.

Concentrez-vous d'abord sur le quadrant en haut à droite. Puis choisissez à quelles parties prenantes placées dans les quadrants en haut à gauche et en bas à droite il convient de prêter attention. Il est probable que les relations que vous nouerez avec elles seront différentes. Ignorez le reste des parties prenantes.





Exercice 7b

Évaluez les Échanges

« Donnant-Donnant »

Rassemblez l'information; préparez une carte de partie prenante pour chacune d'elle préalablement identifiée, de la plus à la moins concernée.

- Évaluez les échanges « donnant-donnant » et tâchez d'y trouver un équilibre.
- Identifiez qui acceptera de vous payer pour ce que votre valeur, et
- Pensez à la façon dont vous vous engagerez vis-à-vis de chacune des parties prenantes.

Test

Faut-il que vous testiez les informations concernant vos parties prenantes ?

Si Oui, vous pouvez utiliser les « cartes d'exploration » afin de mener vos recherches (disponible en ligne). Utilisez-les pour tester vos hypothèses, et corrigez-les si nécessaire. Si vous parvenez à valider l'information contenue dans la carte partie prenante, cochez (✓) la case « Avez-vous validé cette info ? » dans cette même carte.

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) ?

DONNE (100%)

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

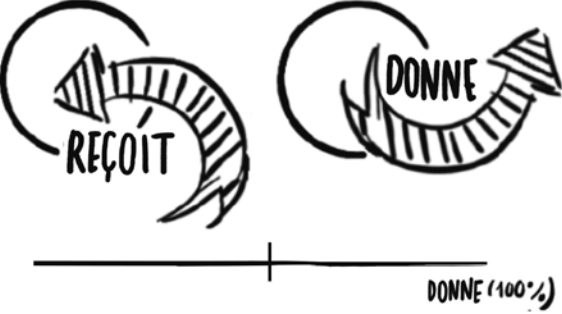
EST-CE QUE LE PP PEUT DEVENIR UN CLIENT POTENTIEL? OUI NON

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

CARTE PP #

QUI?

IMPORTANCE: ○ — ○ — ○



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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

CARTE PP #

QUI?

IMPORTANCE: ○ ○ ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

REÇOIT DONNE

_____ DONNE (100%)

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

CARTE PP #

QUI?

IMPORTANCE: ○ ○ ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

REÇOIT DONNE

_____ DONNE (100%)

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?



Étude de cas

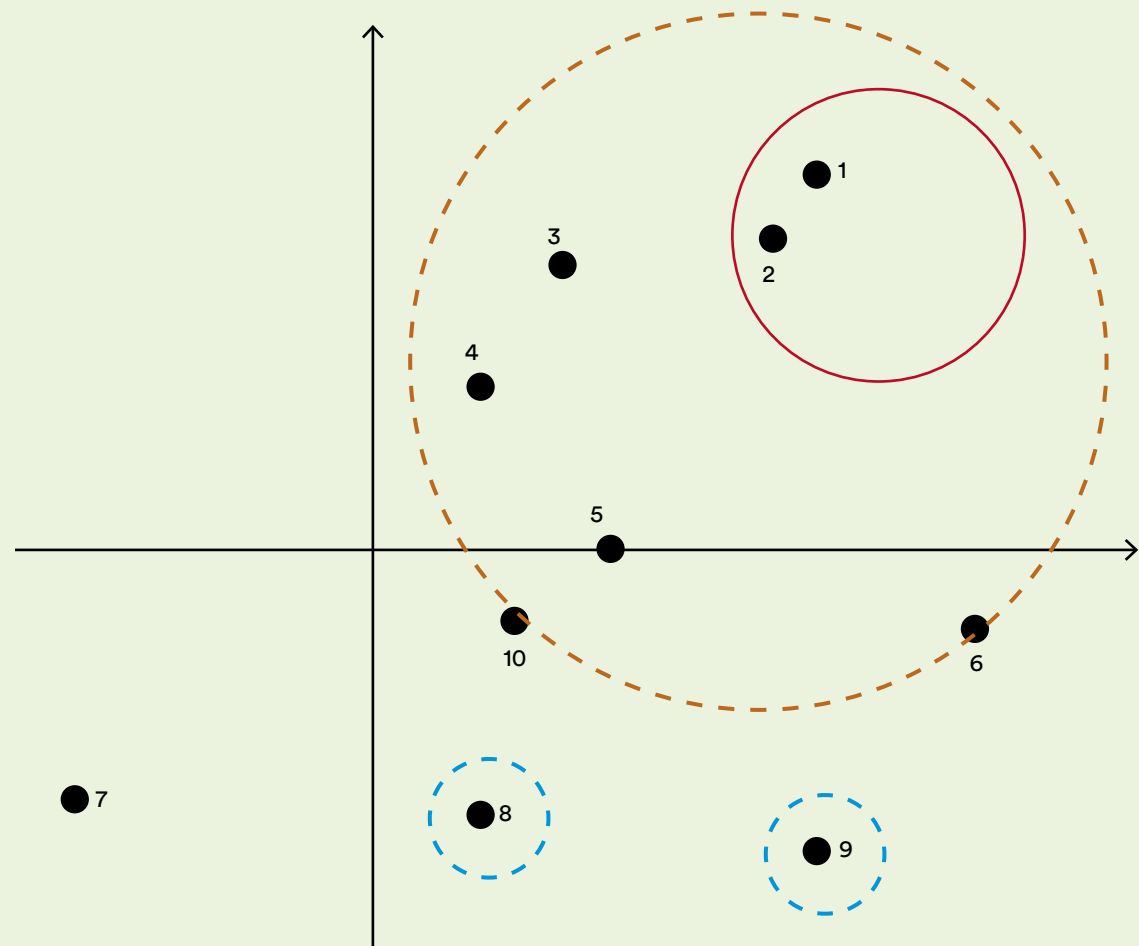
Parties prenantes

Hassan, Amina et Karim dressent une cartographie de leurs parties prenantes potentielles. Auparavant, ils rassemblent des informations provenant de différentes sources (Internet, amis et représentants des milieux d'affaires). Cela les aide à mieux comprendre le rôle des différents acteurs.

Les parties prenantes sont classées en trois groupes : cercles orange, rouge et bleu parce que leur influence sur l'entreprise varie significativement.

Le cercle orange comprend les parties prenantes les plus pertinentes, bien que celles du quadrant supérieur soient plus importantes que celles des quadrants inférieurs. Dans leur ensemble, Clients et Techniciens (en rouge) sont les plus importantes.

Les cercles bleus mettent en relief les parties prenantes susceptibles d'influencer le projet mais qui n'en retirent pas un avantage considérable. Sont-elles pertinentes pour l'Algérie rurale solaire ? Dans quelle mesure ?



1. Clients

CARTE PP #

OUI?

IMPORTANCE: ○ ○ ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

le projet leur apportera de l'électricité. Leur bien-être sera amélioré.

REÇOIT

DONNE

POINTÉ (100%)

Sans clients l'entreprise n'existera pas.

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

Parler avec eux.

2. Techniciens

CARTE PP #

OUI?

IMPORTANCE: ○ ○ ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

Le projet leur fournira des emplois.

REÇOIT

DONNE

POINTÉ (100%)

Installer, superviser et entretenir des systèmes PV.

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

Les faire participer à la conception et au développement du projet.



Étude de cas

Évaluez les Échanges

« Donnant-Donnant »

3. Leaders communautaires

CARTE PP #

OUI? Leaders communautaires

IMPORTANCE: ○ ○ ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

Bénéficiaires directs et indirects du projet.

REÇOIT **DONNE**

DONNE (100%)

Autorisation ou agrément. Ils pourraient s'opposer au projet. Dans certains secteurs, les leaders communautaires sont un rôle important du processus décisionnel.

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

Rencontrez-les directement

4. Administration Locale

CARTE PP #

OUI? Administration Locale

IMPORTANCE: ○ ○ ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

Acceptation des villageois qui ont contribué au bien-être du village.

REÇOIT **DONNE**

DONNE (100%)

Interaction des villageois. L'autorité locale peut agir sur le projet avec des cadres réglementaires, des taxes, autorisations, etc

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?



Nous les rencontrerons pour expliquer le projet

5. Sociétés d'énergie renouvelable

CARTE PP #

OUI? Sociétés d'énergie renouvelable

IMPORANCE: ○ ● ○

Nouveaux concurrents.   Concurrence.

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

Concurrent.



AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

6. Fournisseurs

CARTE PP #

OUI? Fournisseurs

IMPORANCE: ○ ○ ●

Nouveaux clients.   Fournisseurs de systèmes solaires PV.

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

Nous ne savons pas encore, nous y penserons.

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?



Étude de cas

Évaluez les Échanges

« Donnant-Donnant »

7. Communauté

CARTE PP #

OUI? Communauté : hommes (H) et femmes (F)

IMPORTANCE:

REÇOIT **DONNE**

Fiabilité de l'approvisionnement électrique dans le village.

Attitude positive ou négative vis-à-vis du projet.

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

8. Administration

CARTE PP #

OUI? Administration

IMPORTANCE:

REÇOIT **DONNE**

Un projet pilote : qui pourrait être développé en programme national.

Financement, influencer les banques afin d'obtenir un crédit initial, ou assistance. L'évolution peut aussi être totalement contraire au projet.

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

9. Banque

CARTE PP #

OUI?

IMPORTANTANCE: ○ ● ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

REÇOIT **DONNE**

Obtenir des crédits pour lancer le projet.
Établir une procédure de paiement avec le client.

100%

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

10. Société de distribution d'électricité

CARTE PP #

OUI?

IMPORTANTANCE: ○ ● ○

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

REÇOIT **DONNE**

Concurrence – Elle pourrait entraîner l'amélioration des équipements électriques et en même temps la ruine du projet.

100%

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

COMMENT ALLEZ-VOUS LE SUSCITER?

Exercice 8

Segments de Clientèle

Reprenez la carte des parties prenantes (exercice 7a) et identifiez celles qui paieront pour votre service/produit ; elles seront vos clients. Réfléchissez à leur homogénéité, et si vous pouvez les répartir en groupes en fonction de leurs caractéristiques. Chacun de ces groupes est un « segment de clientèle ». Vous pourrez remplir une « carte client » pour chacun d'eux.

Les « cartes clients » incluent une description générique de chaque segment, un aperçu des gains et des souffrances, ainsi qu'une liste des fonctions que le client aimerait voir satisfaites.

Devinez ! Et préparez une carte client pour chacun d'eux.

Test :

Avez-vous suffisamment d'informations concernant vos client ? Faut-il que vous les vérifiez ? Si OUI, vous pouvez utiliser les « cartes d'exploration » afin de mener vos recherches (disponible en ligne). Utilisez-les pour tester vos hypothèses, et corrigez-les si nécessaire. Si vous parvenez à valider l'information contenue dans la « carte client », cochez (✓) la case « Avez-vous validé cette info ? » dans cette même carte.


CARTE CLIENT

**AVEZ-VOUS
VALIDÉ CETTE
INFO?**

SEGMENT:


DESCRIPTION GÉNÉRIQUE :

Comment décririez-vous vos clients potentiels (utilisateurs) en termes de démographie, de style de vie et de valeurs ?

SOUFFRANCES & GAINS 

Que craint votre client ? Que trouve-t-il trop cher, ou qu'est-ce qui le met mal à l'aise ?—Temps, argent, effort, frustrations, ennuis, performance, perte de statut, pouvoir, risques, erreurs, barrières, etc.

Qu'est-ce que votre client attend d'autre ?—Des choses qui le rendent heureux, satisfait, ravi... Par ex. épargner du temps ou de l'argent, qualité, solutions spécifiques, améliorations de la qualité de vie, services, auto-actualisation, statut social, réalisation de rêves ou d'envies.

FONCTIONS QU'ILS AIMERAIENT BIEN VOIR TRAITÉES... 


De quoi votre client a-t-il besoin pour être satisfait aux niveaux fonctionnel, social et émotionnel ?


- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

CARTE CLIENT

SEGMENT:

DESCRIPTION GÉNÉRIQUE :

SOUFFRANCES & GAINS 

FONCTIONS QU'ILS AIMERAIENT BIEN VOIR TRAITÉES... 


- _____
- _____
- _____
- _____
- _____


AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

CARTE CLIENT

SEGMENT:

DESCRIPTION GÉNÉRIQUE:

SOUFFRANCES & GAINS 

FONCTIONS QU'ILS AIMERAIENT BIEN VOIR TRAITÉES... 


AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?


48

CARTE CLIENT

SEGMENT:

DESCRIPTION GÉNÉRIQUE :

SOUFFRANCES & GAINS 


FONCTIONS QU'ILS AIMERAIENT BIEN VOIR TRAITÉES... 


AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

CARTE CLIENT

SEGMENT:

DESCRIPTION GÉNÉRIQUE:

SOUFFRANCES & GAINS 

FONCTIONS QU'ILS AIMERAIENT BIEN VOIR TRAITÉES... 

AVEZ-VOUS VALIDÉ CETTE INFO?

50



Étude de cas

Segments de Clientèle

L'équipe de l'entrepreneur a mené une recherche sur la région. Elle a collecté sur Internet des informations qu'elle a combinées avec son expérience personnelle vécue et sa perception des zones rurales dans l'enfance. Hassan a parlé avec ses parents.

CARTE CLIENT

AVEZ-VOUS
VALIDÉ CETTE
INFO?

SEGMENT: Foyers ruraux et petites entreprises.

DESCRIPTION GÉNÉRIQUE :

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

SOUFFRANCES & GAINS

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

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

FONCTIONS QU'ILS AIMERAIENT BIEN VOIR TRAITÉES...

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



Étude de cas

Segments de Clientele & Test

Vous rappelez-vous Omar ? Il avait une vague idée concernant un projet d'entreprise de gestion des déchets informatiques. Afin de développer son idée, il a opté pour une approche prudente, car il n'a pas beaucoup d'argent à investir aujourd'hui.

En lisant les journaux, il remarque un élément qui attire son attention : « ... Les administrations publiques doivent actualiser leurs équipements informatiques ».

– Ooh, des clients pour moi ? Normalement, ils peuvent se débarrasser de leurs ordinateurs dans des décharges situés dans les banlieues proches de la ville. Par quel moyen vont-ils s'en débarrasser ? Comment ont-ils l'intention de renouveler leurs équipements obsolètes ? Combien de temps cela leur prendra-t-il ? Y a-t-il un service responsable de cette opération ? Combien d'ordinateurs sont concernés ? Pourquoi aurait-on besoin de moi ?

Pour en savoir plus, Omar a décidé de prendre rendez-vous avec une personne responsable du matériel au Centre régional des impôts. En arrivant, il s'attend à rencontrer le responsable du matériel et du service des affaires générales, mais il se rend vite compte qu'il parle à un employé nommé Djamel. Finalement, il trouve cette situation très plaisante et la discussion avec Djamel devient conviviale. En quittant le Centre des impôts, il est très content: Il a obtenu tous les éléments qu'il souhaitait, plus particulièrement le profil de ses clients et les fonctions qu'ils souhaitent voir satisfaites.

CARTE D'EXPLORATION

EXTRACTION / OBSERVATION

DONNEES PARTICIPANT: Djamel, du Centre des impôts.

QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT QUI VOUS A SURPRISE ?

Le Centre des Impôts possède 500 ordinateurs, un tiers devant être renouvelé d'ici 2 mois, et le reste d'ici la fin de l'année. Djamel est le responsable de la mise en décharge des ordinateurs. Il va dédier trois jours à cette tâche : il utilisera une très petite voiture, et la décharge se trouve à l'opposé de la ville.

À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE ?

Djamel a admis qu'il n'aime pas l'idée de jeter les ordinateurs, mais il doit suivre les instructions. Par ailleurs, il considère qu'il va perdre du temps, car il doit en même temps installer de nouvelles machines urgemment.

QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT RESSORTIS ?

QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES PROCHAINES INTERVENTIONS ?

NOTES:

Qu'est-ce qu'Omar va offrir à ses clients ? Il va collecter les équipements informatiques à la place de Djamel. Il ira lui-même dans chaque bureau pour récupérer les ordinateurs préalablement déconnectés par Djamel. Il ira ensuite les jeter à la décharge, en utilisant sa propre voiture équipée d'une remorque. Il pense qu'il lui faudra approximativement une journée entière à cela. Ainsi, il espère être rémunéré l'équivalent de 3 jours de travail de Djamel.

AUTRE

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE...

Les besoins type d'une institution comparable au Centre des Impôts ?

Non seulement c'est un réel besoin, c'est une question d'urgence ! J'ai exécuté mes obligations contractuelles très efficacement et j'ai reçu de l'argent en retour. Il n'y a pas de raison pour laquelle je ne pourrais pas rendre le même service à d'autres organisations.

Djamel doit trouver une solution pour se débarrasser des ordinateurs obsolètes utilisés au Centre des impôts. Il n'y a pas beaucoup d'espace pour les stocker, il devra donc les déposer dans une décharge dès la livraison des nouveaux.

Omar peut désormais préciser ses réponses au questionnaire entamé avant sa rencontre avec Djamel. Omar téléphone à Djamel pour lui préciser son offre, conformément à leur dernière discussion. Djamel suggère à Omar de lui transmettre un devis pour la collecte du premier tiers des ordinateurs. Deux semaines plus tard, Djamel rappelle Omar : son supérieur accepte la proposition !

Suite à sa réunion, Omar doit revoir la définition des problèmes et des besoins relatifs à son projet d'entreprise :

 **BESOINS**

Trouver des solutions pour se débarrasser d'équipements informatiques obsolètes.

 **ENV**

A travers cette opération, Omar ne règle pas de défis environnementaux.

 **SOC**

Le concept pourrait aider les populations défavorisées à acquérir des appareils électriques et électronique à un prix abordable.



Notes

Initialement, Omar a rencontré Djamel dans l'intention de mieux comprendre les besoins types d'une institution comparable au Centre des Impôts. Cependant, il a gagné plus que cela : il vient de co créer une proposition de service avec son premier client !

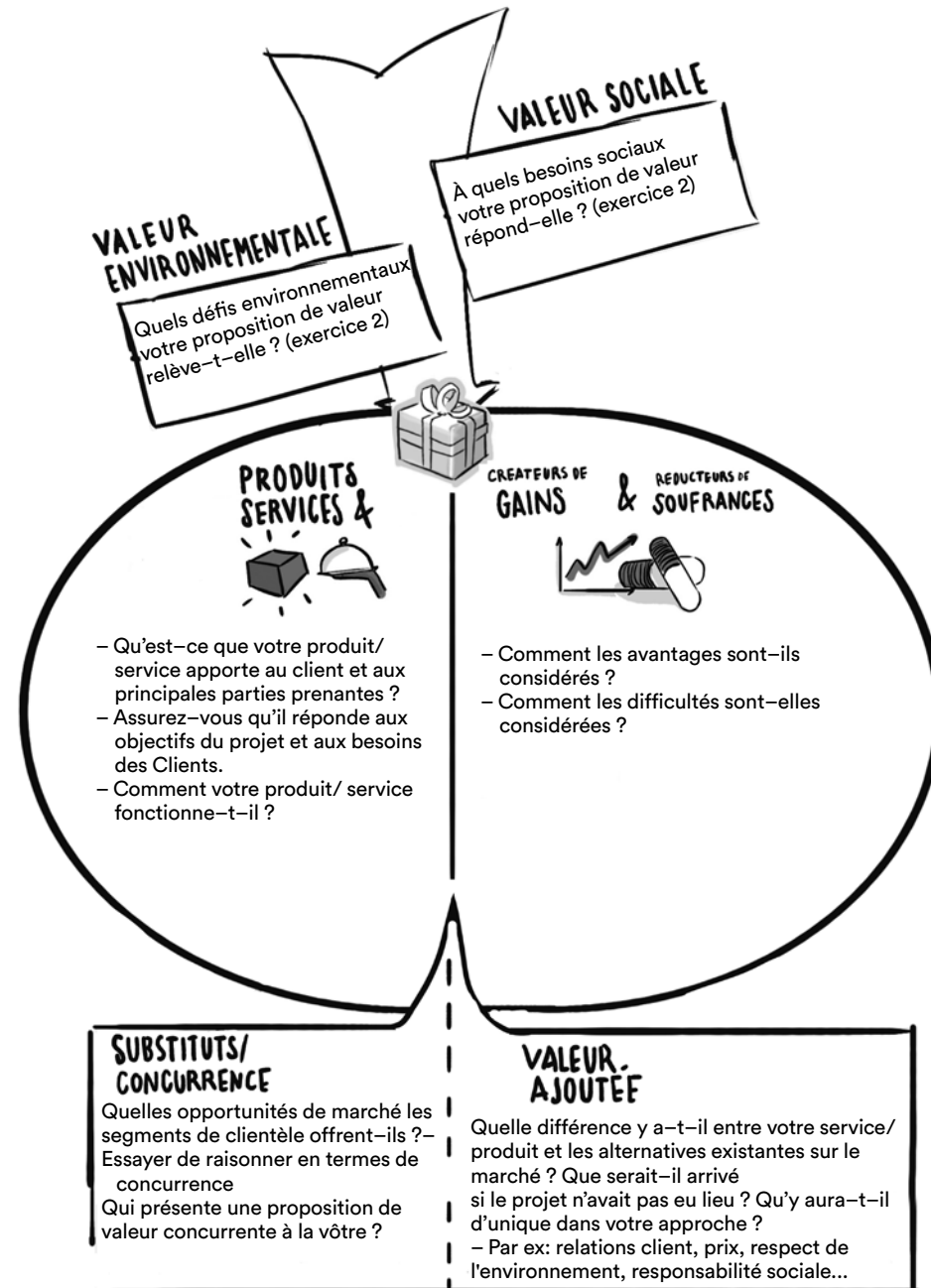
L'étape « Tester et valider » a donc eu un délai de réalisation extrêmement court et, plus important, elle s'est déroulée en grandeur réelle et a permis d'aboutir à un prototype.

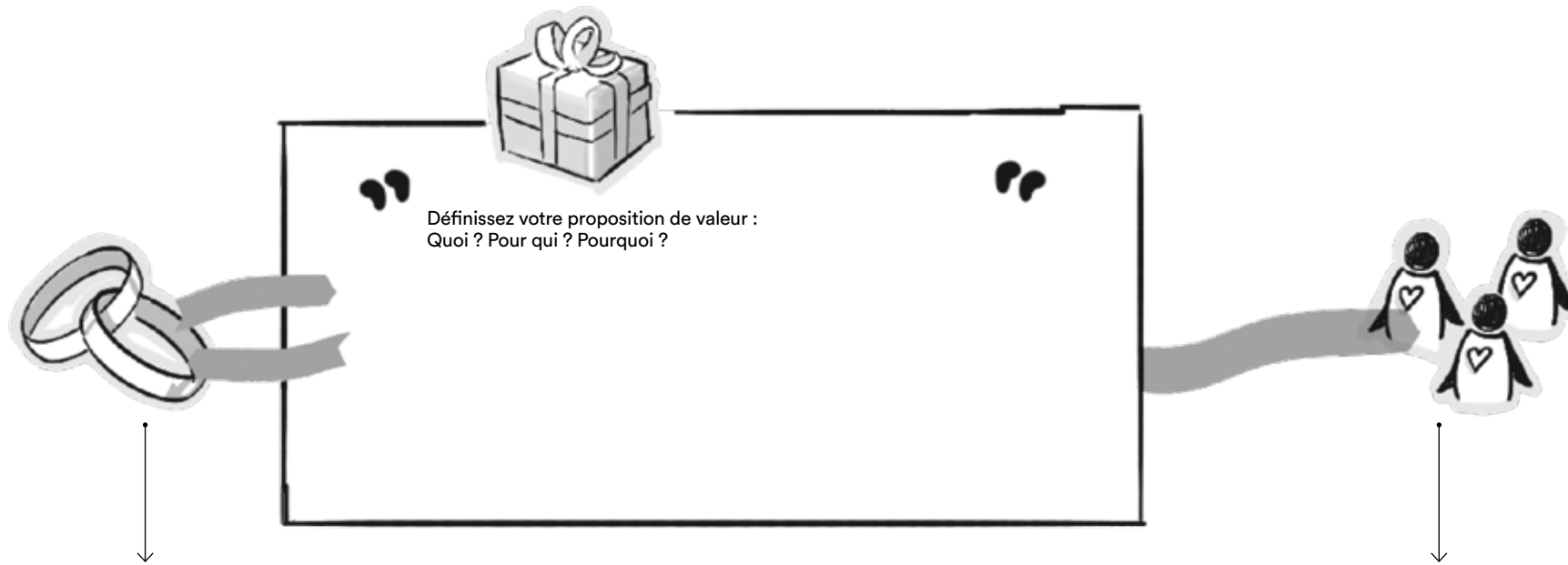
Exercice 9

Proposition de valeur

Commencez à définir votre proposition de valeur :

À ce stade, vous avez rassemblé suffisamment d'informations. Vous avez les objectifs du projet, une vision et une mission pour votre entreprise, les segments de clientèle, leurs gains, leurs difficultés, le marché et les parties prenantes. Utilisez-les !





Synthétisez les principales conclusions concernant vos principales parties prenantes.

Synthétisez les principales conclusions concernant vos segments de clientèle.

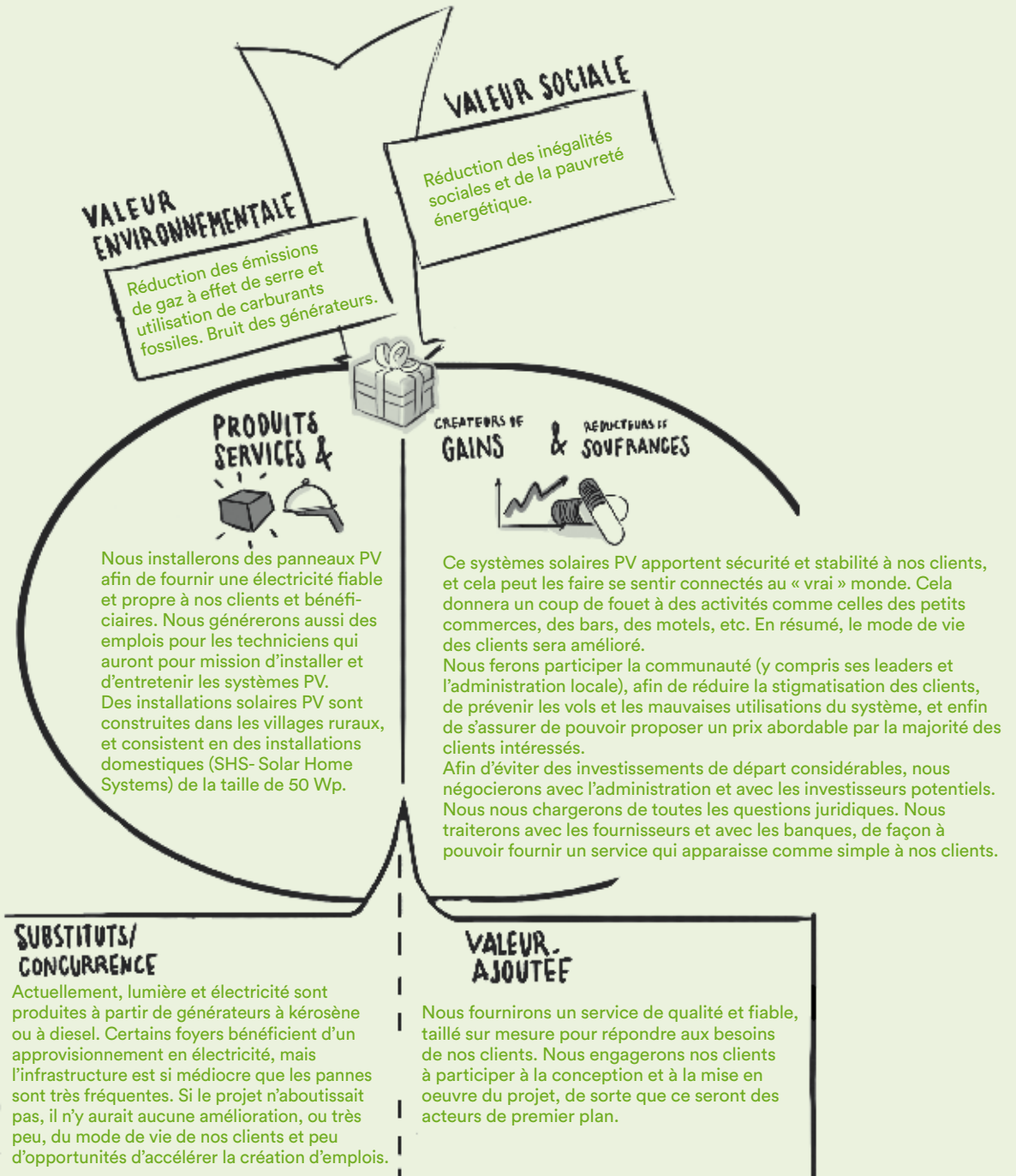


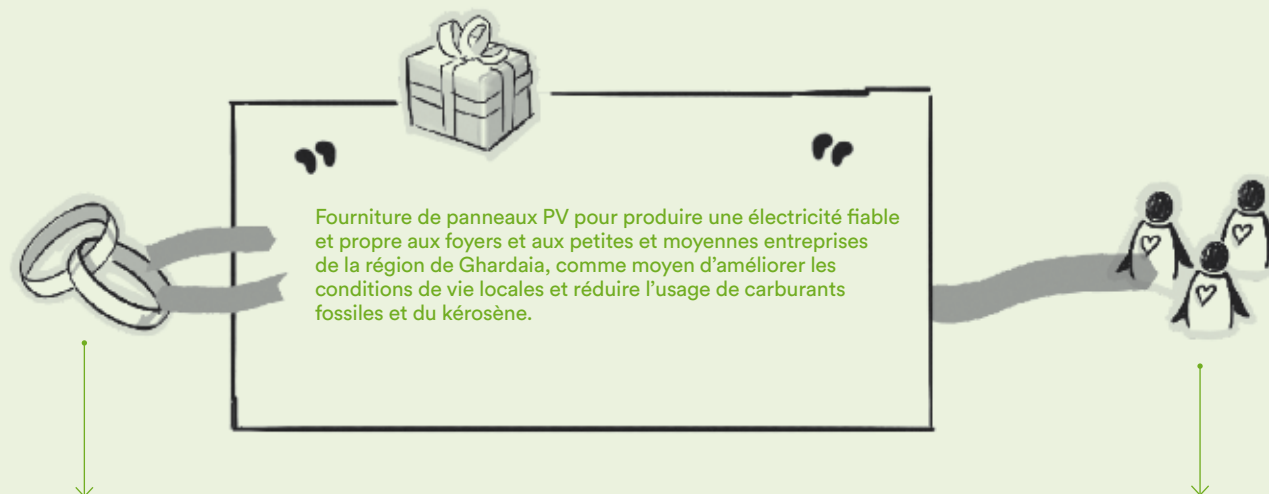
Étude de cas

Proposition de Valeur

Jusqu'ici Hassan, Amina et Karim n'ont pas contacté les clients et les parties prenantes, ils n'ont pas non plus visité les villages où ils envisagent de lancer le projet.

Ils ont supposé quels étaient leurs besoins, leurs gains et les difficultés pour définir leur proposition de valeur. À un certain stade, ils devront vérifier si leurs hypothèses sont correctes.





Techniciens : Co-création ; emploi-supervision des systèmes PV.

Leader communautaire : Co-création et feedback ; bénéficiaires-processus décisionnel.

Administration locale : Feedback ; satisfaction des villageois-cadres réglementaires.

Fournisseurs : Partenariat et fournisseur-client ; fourniture de systèmes solaires PV.

Société du secteur des énergies renouvelables : concurrents.

Administration : Partenariat ; projet pilote-influencer d'autres parties prenantes, législation.

Banques : Partenariat ; clients-crédit et collecte des droits.

Sonelgaz : concurrents, améliorer les équipements électriques.

Communauté : Feedback ; bénéficiaires-attitudes concernant le projet.

Segments : Foyers ruraux et petites entreprises – co-création.

Profil : Population peu nombreuse, revenu médiocre, volonté d'améliorer les chances de leurs enfants et de leurs activités. Ils ne souhaitent pas se préoccuper des questions juridiques et techniques. S'ils percevaient la complexité du projet à développer, ils ne s'engageraient pas.

Test

Parties Prenantes Clés Proposition de Valeur Segments de Clientèle

Il est temps de faire un Test!

Afin d'améliorer la proposition de valeur et de la rapprocher des besoins et attentes réels, vous souhaitez co-créer votre proposition de valeur avec vos clients et peut-être quelques parties prenantes, et en même temps rechercher des informations à propos de projets comparables. Vous avez peut-être déjà effectué un ou plusieurs tests. Si oui, complétez-les !

Rendez-vous sur le terrain pour observer, parler et enquêter !

Recueillez autant d'informations que possible sur la région dans laquelle vous comptez installer votre entreprise, vos clients et vos parties prenantes.

10a- Concevez le test

10b- Conduire le test et obtenir les résultats

Exercice 10a

Concevez le test

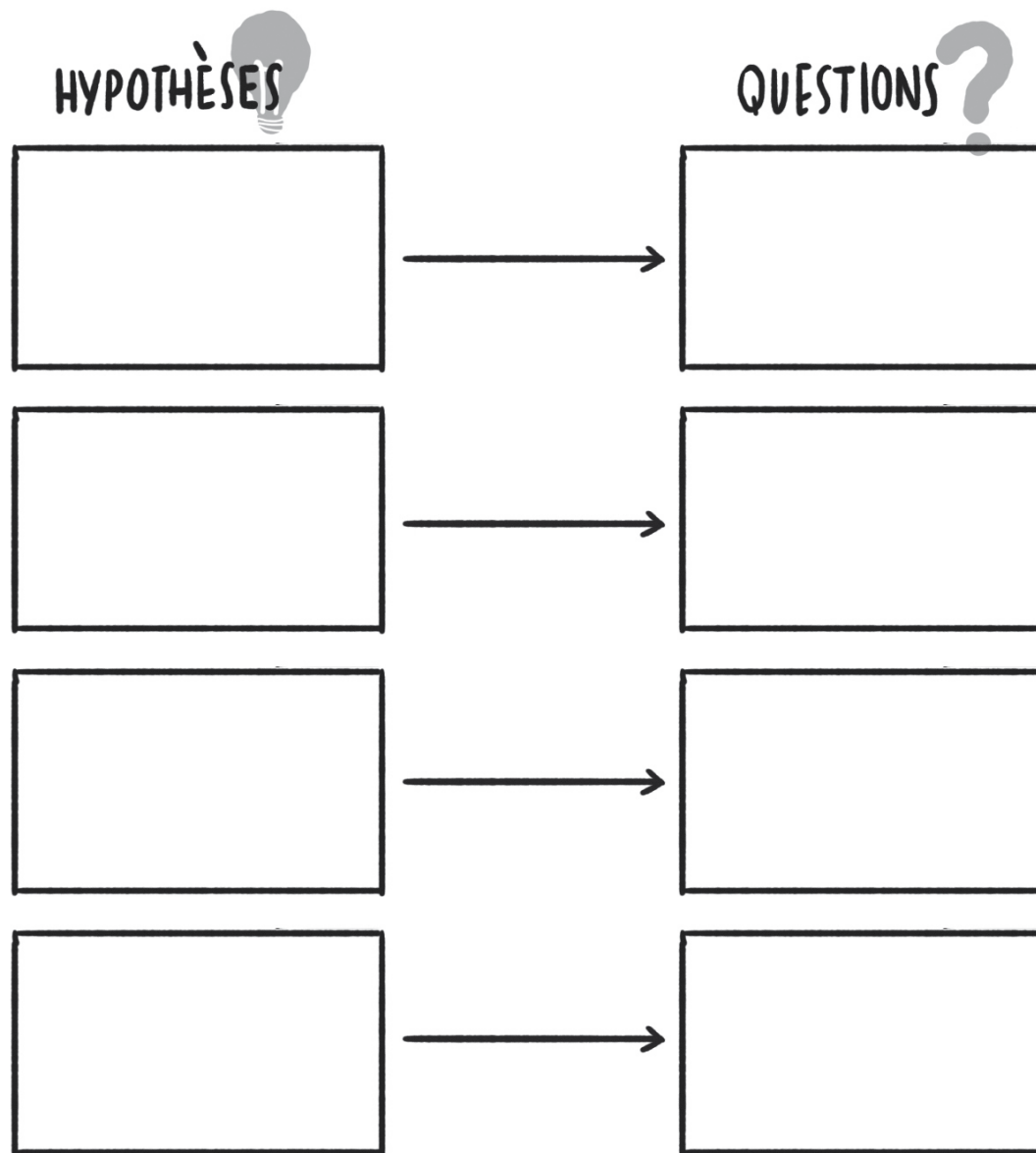
Récupérez les cartes Clients et Parties prenantes que vous avez préparées, et sélectionnez celles qui sont encore à valider. Révissez les objectifs de votre projet et la proposition de valeur.

Identifiez les hypothèses à valider et formulez des questions pour ce faire.

Vous pourriez souhaiter valider les points suivants :

- **Objectifs** : S'appuient-ils sur des besoins avérés ?
- **Clients** : segmentation, besoins, souffrances, profil, sensations, implication.
- **Parties Prenantes** : identification (si possible exhaustive), implication, échanges donnant-donnant.
- **Proposition De Valeur** : satisfaction du client et enthousiasme à payer, marché et concurrents.

Sélectionnez les canaux les plus appropriés pour atteindre vos clients et parties prenantes et interagissez avec eux—entretiens, débats, réunions, consultation, etc—comme moyen de valider vos suppositions.



Exercice 10b

Conduire le test et obtenir les résultats

Sortez de vos bureaux et échangez avec vos clients et parties prenantes sur vos points de questionnements.

Utilisez la carte d'exploration pour saisir l'information collectée pendant les entretiens et vos observations. Vous pourrez y indiquer des informations sur le participant, prendre des notes et résumer vos apprentissages..

N'oubliez pas d'utiliser les cases à cocher « validation ». Les cartes clients et parties prenantes ont une case de validation en haut à droite de la page. Après le test, vous pourriez modifier de l'information sur ces cartes. Retournez sur vos cartes, corrigez - les et ensuite vous pourrez cocher la case de validation. De la même manière, si vous validez les hypothèses des cartes, vous pouvez alors cocher la case correspondante.

Dans l'exercice suivant, (11), vous pourrez reformuler l'ensemble de la proposition de valeur.

CARTE D'EXPLORATION

ENTRETIEN / OBSERVATION

DONNEES PARTICIPANT:

QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT (QUI VOUS A SURPRIS(E)?)	À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE?
QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT RESSORTIS?	QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES PROCHAINES INTERVENTIONS?

NOTES:

AUTRE

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE... ?

CARTE D'EXPLORATION

ENTretien / OBSERVATION

DONNEES PARTICIPANT:

QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT
QUI VOUS A SURPRIS(E)?

À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE?

QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS
OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT
RESSORTIS?

QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS
NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES
PROCHAINES INTERVENTIONS?

NOTES:

AUTRE

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE... ?

Notes



Étude de cas

Test

Hassan, Amina et Karim savent que leurs informations concernant les clients, les parties prenantes et la proposition de valeur sont fondées sur de simples suppositions découlant de recherches sur Internet et de l'histoire personnelle et familiale d'Hassan. Mais, ces suppositions sont-elles correctes ? Demande Hassan à Amina et à Karim.

L'équipe Solar Rural Algeria décide d'aller dans les villages où le projet doit être implanté afin d'exécuter une première étude. Ils préparent très soigneusement leur visite avant de partir.

Nous devons saisir le maximum d'informations ! Et nous devons être efficaces, parce que cela nous coûte de l'argent... L'équipe s'assoit autour d'une table afin de décider ce qu'il va falloir évaluer.

Est-il vrai que dans ces régions l'accès à l'électricité est médiocre et que les gens se contentent de générateurs à kérosène et à diesel ?

(C'est la supposition qui sous-tend tout le projet).

Si cette supposition était confirmée, ils feraient un pas en avant dans la compréhension des souffrances et des gains qui sous-tendent la décision du client ainsi que la véritable demande concernant un meilleur approvisionnement en électricité.

Ils considèrent aussi comme important d'approcher certaines parties prenantes clés. Plus particulièrement l'administration locale, les banques et les autorités gouvernementales. Ils rencontreront chacune de ces parties, pour leur expliquer leur idée, collecter des informations concernant de possibles projets dans la région ainsi que leur volonté d'y participer ou de les soutenir.

À son arrivée dans le premier village, l'équipe Solar Rural Algeria recherche le leader communautaire. Il s'agit de lui présenter le projet, car il est l'une des personnes les plus respectées du village. Le premier contact est essentiel pour se faire une impression sur les chances d'acceptation du projet.

M. Salim semble vraiment enthousiasmé par l'idée. Il possède un petit bar dans le village. Il arrive quelquefois qu'il n'ait pas assez d'électricité pour rafraîchir les boissons. Et la plupart du temps il doit fermer durant la nuit... parce qu'il n'y a pas d'électricité et qu'il ne peut pas se procurer d'essence pour le générateur... Il peut voir dans le projet une solution à ses problèmes quotidiens !!!

M. Salim encourage l'équipe à expliquer le projet dans le village, et il organise une réunion publique. Il invite tous les hommes à venir s'informer sur le projet. Seraient-ils aussi enthousiastes que lui ?

Lors de la réunion, Rural Solar Algeria utilise les cartes d'exploration comme outil pour collecter des informations. Les membres de l'équipe préparent des questions pour lancer et guider le débat. Ils cherchent à s'informer sur l'intérêt des villageois pour les systèmes PV, mais ils s'intéressent aussi au langage corporel, aux expériences particulières et aux nouveaux apprentissages.

CARTE D'EXPLORATION

ENTRAÏEN / OBSERVATION

DONNÉES PARTICIPANT:

Réunion villageoise - Observations à partir de conversations avec des gérants de petites entreprises et les hommes du village...

QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT QUI VOUS A SURPRIS(E)?

Certaines personnes ne comprennent pas bien en quoi consistent les systèmes PV, notamment parce qu'elles sont mal à l'aise avec les termes techniques.

Elles ne veulent pas être propriétaires des systèmes solaires domestiques !

QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT RESSORTIS?

Il nous faut engager des sociétés locales, idéalement dans les villages où nous travaillerons ou dans les environs, afin d'assurer localement un service et une maintenance appropriés. On nous a dit qu'en l'absence de ces conditions explicites, des sociétés urbaines tendent à profiter de la situation aussi longtemps qu'il y a des financements disponibles, puis à disparaître une fois le projet mis en œuvre.

NOTES:

Il y a dans le village plusieurs sociétés locales que nous pouvons approcher dès maintenant.

AUTRE Observations générales

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE... ?

La réduction de l'utilisation du diesel et du kérosène ne représente pas un gros avantage financier. À la tombée de la nuit, la plupart des maisons sont dans l'obscurité. Les rues aussi sont médiocrement éclairées. Les petites entreprises comptent sur les générateurs diesel pour leur activité nocturne. Mais ces générateurs ne sont pas toujours disponibles.

À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE?

Le manque d'accès au service et la maintenance à l'échelle locale.

L'argent est un problème, et il convient de conserver des coûts aussi bas que possible.

QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES PROCHAINES INTERVENTIONS?

Les techniciens, que nous avons perçus au début comme participants du projet ne seront en réalité pas facile à trouver ; il faut qu'ils soient basés dans les villages locaux ou dans les environs et qu'ils travaillent avec des sociétés qui sont nos partenaires. Les trouverons-nous ? Il est probable qu'apparaisse un besoin de formation.

Sur la base des conclusions, la solution crée une grande valeur pour les foyers villageois et les propriétaires de petites et moyennes entreprises (boutiques, restaurants...) dans la région de Ghardaïa, puisqu'elle apporte une fourniture stable en électricité et réduit la dépendance aux carburants.

Après la réunion du village, les clients potentiels qui semblent les plus enthousiastes pour le projet sont les propriétaires de boutiques, de bars, de restaurants et de motels dans une campagne qui serait autrement dans l'obscurité. Par ailleurs, il y a des familles qui envisagent le projet comme une opportunité d'emploi pour leurs enfants.

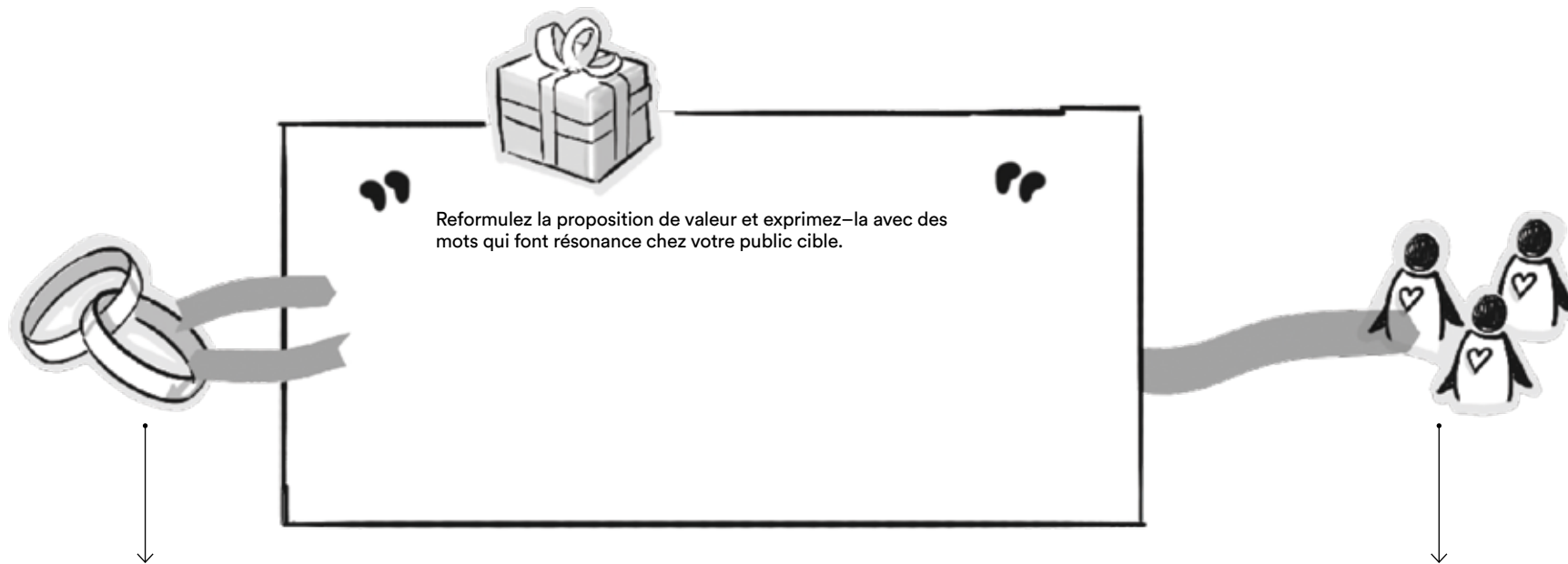
Exercice 11

Déplacement de la Proposition de Valeur

À ce stade vous avez fait ressortir l'aspect contradictoire de vos hypothèses, et vous avez rassemblé les informations fournies par vos clients ainsi que par les parties prenantes clés. Vous avez sans doute découvert quelque chose ou appris un certain nombre de leçons. Vous devez intégrer tous ces éléments dans votre proposition de valeur.

Que modifierez-vous dans votre proposition de valeur pour y intégrer les éléments rassemblés ?

Notes



Avez-vous manqué une quelconque partie prenante qui pourrait aider à satisfaire les besoins de vos clients ?
Qu'en est-il de l'équilibre donner-donnant ?

Qui sont dans les faits vos premiers clients ? Correspondent-ils au profil que vous attendiez ? Y a-t-il de quelconques besoins, attentes, avantages ou difficultés à prendre en considération ?



Étude de cas

Déplacement de la proposition de Valeur

Rural Solar Algeria a découvert, que les clients ne désiraient pas acheter les systèmes solaires PV. Ceci était l'une des difficultés les plus certaines à prendre en considération. Par ailleurs, les prix que les clients étaient disposés à payer pour les services énergétiques étaient bas.

Les financements n'étaient pas suffisamment fiables pour assurer la durabilité économique du projet et la participation des clients à celui-ci.

Pour surmonter ces inconvénients, ils ont dû trouver un moyen de fournir de l'électricité sans qu'il soit nécessaire pour le client d'acheter des systèmes PV, et tout en accroissant les revenus de façon à réduire les prix. Hassan, Amina et Karim cherchaient une solution... mais que faire ?

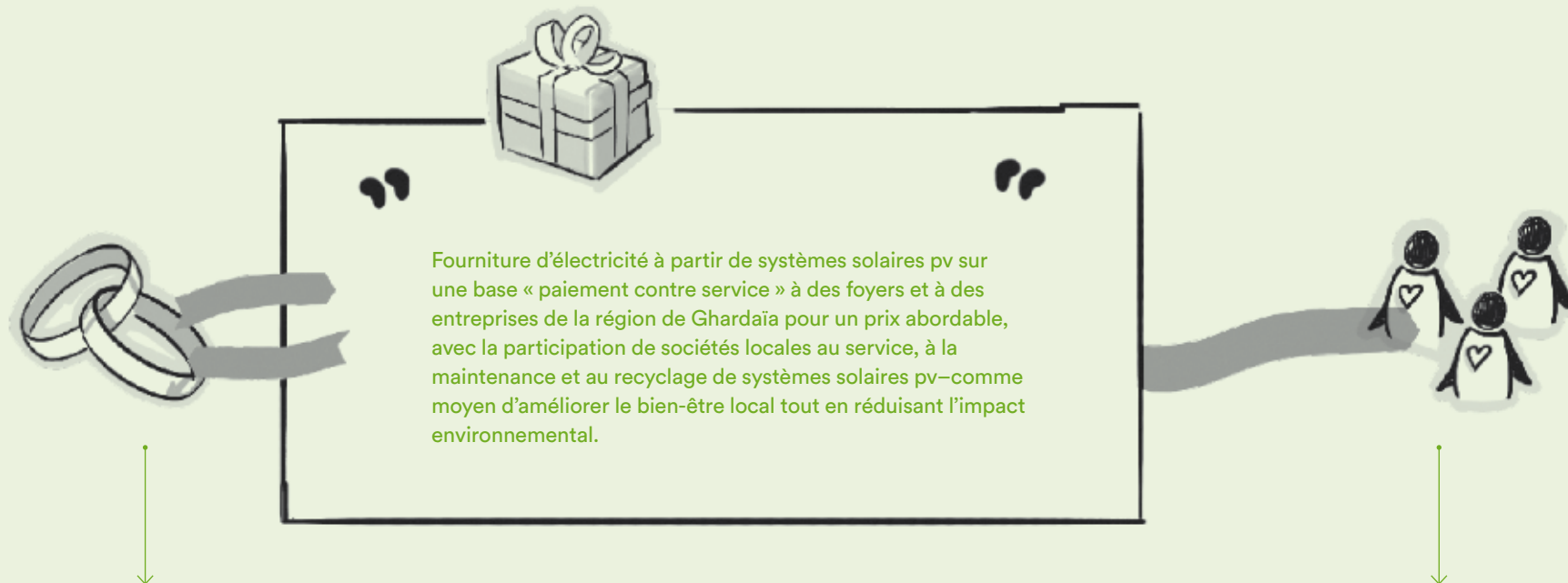
« Si nous recyclions les systèmes PV nous nous doterions d'un autre flux de revenu contribuant à réduire le prix de notre service et notre dépendance par rapport aux financements extérieurs... » dit Amina—Mais, qu'allons-nous faire pour fournir de l'énergie s'ils ne veulent pas acheter les panneaux PV ?

Simultanément, le recyclage PV permet de contourner l'une des limites systémiques du projet : à long terme il pourrait y avoir un effet négatif : l'accumulation de déchets toxiques et non-toxiques dans les villages après la fin de vie des systèmes photovoltaïques.



Note

Jusqu'ici la proposition de valeur était un produit (vente de panneaux solaires PV). Après ce premier test, le fait que les clients déclarent qu'ils n'achèteront pas de systèmes solaires PV contraint Solar Rural Algeria à rechercher une solution alternative. La difficulté est résolue par une offre de service : l'électricité sera fournie sur une base Paiement contre service.



Nouvelles parties prenantes—sociétés locales

Nous avons réalisé que nous devons faire participer les sociétés locales, idéalement celles des villages où nous travaillerons. Nous y trouverions des partenaires avec lesquels surmonter l'une des principales difficultés de nos clients ruraux—le manque d'accès au service et à la maintenance à l'échelle locale. On nous a dit que les sociétés urbaines tendaient à disparaître une fois le projet mis en œuvre.

Pendant que nous étions dans la région, nous avons eu l'occasion de discuter et de faire participer deux entreprises à ces discussions, une coopérative agricole féminine et une autre engagée dans la gestion des déchets.

Les clients souhaitent profiter des avantages de l'électricité sans réellement être propriétaires du système, de sorte qu'ils ne souhaitent pas acquérir de connaissances techniques concernant les systèmes solaires PV.

L'un des principaux problèmes des clients ruraux est la difficulté d'accès au service et la maintenance à l'échelle locale.

L'argent est une difficulté, et il convient de maintenir les coûts aussi bas que possible.



Étude de cas

Déplacement de la proposition de valeur (1/2)

Revenons à Omar !

Il s'est acquitté de ses obligations très efficacement, et en retour il a obtenu de l'argent du Centre des impôts. Pour lui, il n'y avait aucune raison pour laquelle il ne pouvait rendre des services comparables à d'autres organisations.

Omar se rappelle que le Centre des impôts a encore plus de trois cents ordinateurs qu'il faudra changer d'ici la fin de l'année... Et il y a des idées qui le dérangent :

Il doit à présent gérer lui-même le problème de l'élimination des déchets électroniques ; il gagne de l'argent, mais du côté de l'environnement rien n'a changé. « Je veux faire quelque chose d'autre concernant ces déchets, au lieu de simplement les jeter ! »

Omar appelle Djamel pour obtenir un feedback concernant sa prestation de service. Djamel l'informe que son manager, Walid, aimerait le rencontrer afin de planifier les prochaines opérations de collecte.

« Uau, c'est fantastique ! »

Omar informe le Centre des impôts qu'il compte remettre en état de vieux ordinateurs, outre les services de collecte. Djamel lui donnera des indications sur l'état et le statut de chaque ordinateur. Le Centre des impôts est prêt à payer un supplément pour le service de collecte, car il apporte une valeur ajoutée environnementale à cette activité : l'un dans l'autre, c'est le prix de construction d'une meilleure image de l'administration partagée avec les citoyens. Omar trouve facilement dans ses relations deux personnes passionnées d'informatique et de technologies de la communication. Un autre de ses amis a mis à sa disposition une grande pièce actuellement inutilisée où Omar pourra stocker et réparer des ordinateurs.

CARTE D'EXPLORATION

ENTRAÏEN / OBSERVATION

DONNEES PARTICIPANT: Djamel et Walid (Centre des Impôts)

QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT QUI VOUS A SURPRIS(E)?

À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE?

L'administration doit être exemplaire : « notre activité n'est pas très bien perçue par les citoyens. Si nous pouvons améliorer notre image en leur montrant que nous nous préoccupons des questions sociales, ce serait fantastique !... »

QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT RESSORTIS?

QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES PROCHAINES INTERVENTIONS?

L'administration publique est préoccupée par les questions d'élimination des déchets électriques et électroniques.

NOTES:

Externaliser cette activité semble être une solution économique pour le Centre des Impôts.

AUTRE Satisfaction pour le service rendu.

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE... [] ?

Djamel est très satisfait, il pense que grâce à Omar, il pourra installer les nouveaux ordinateurs pour le personnel. Walid, le responsable de Djamel, a montré un intérêt grandissant au sujet de la collecte d'ordinateurs au sein de le Centre des Impôts, ainsi qu'au sujet des aspects environnementaux qui sont liés.



Les autorités locales pour la gestion des décharges.

Clients potentiels :

Toute organisation ou entreprise privée ayant à se débarrasser d'ordinateurs.

Toute personne ayant besoin d'ordinateurs à prix modéré.

Gains :

« Cela nous rassurerait de savoir que nos ordinateurs obsolètes peuvent avoir une seconde vie »

Le Centre des Impôts est prêt à payer plus pour le même service, dès lors que celui-ci apporte une valeur ajoutée environnementale à cette activité : l'un dans l'autre, c'est le prix de la construction d'une meilleure image de l'administration.



Note

Ne sous-estimez pas l'impact possible de vos activités sur le comportement et la perception de votre client. Dans cet exemple, Omar a contribué à provoquer chez Walid une « attitude verte ».



Étude de cas

Déplacement de la proposition de valeur (2/2)

Sur la base du contrat signé avec le Centre des impôts, la banque d'Omar lui concède un prêt à court terme, de sorte qu'il puisse payer ses employés pendant 3 mois, le délai estimé nécessaire pour rénover un certain nombre d'ordinateurs. L'idée d'Omar est alors de vendre des ordinateurs de deuxième main remis à neuf, ce pour quoi il a besoin de communiquer à propos de ce service.

– Qui pourrait être intéressé par des ordinateurs de seconde main ou par des pièces détachées ? Probablement pas des entreprises... Des personnes privées peuvent être intéressées... peut-être des étudiants ?

Omar communique son offre sur des panneaux d'affichage dans les collèges et les universités, afin de toucher les étudiants. « New-Life Electronic : votre ordinateur pour pas cher ! Des ordinateurs remis à neuf, testés et garantis 5 mois ! » Pendant ce temps, un article de la presse locale titrait « Le Centre des impôts devient vert ». Du même coup, les activités d'Omar devenaient connues et certaines PME le contactaient pour s'informer sur ses services...

Manager avisé, il décide alors de répondre positivement à cette demande émergente : désormais, tout un chacun pourra se rendre dans son commerce pour vendre à un prix modique ses vieux équipements électriques et électroniques, tout en ayant la possibilité d'acheter des appareils de seconde main. Les PME sont heureuses d'externaliser la collecte de matériel, tout en se construisant une « image verte » aux yeux de leurs clients. Hormis les deux employés spécialisés dans le matériel informatique, Omar doit recruter un technicien sachant réparer les appareils domestiques.

CARTE D'EXPLORATION

ENTRAÏEN / OBSERVATION

DONNES PARTICIPANT:

QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT QUI VOUS A SURPRIS(E)?

À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE?

Les entreprises et les administrations ont besoin de renouveler leur matériel informatique. Et ils ne peuvent pas compter sur le matériel d'occasion. Personne ne connaît encore les services proposés par Omar, il a donc besoin de communiquer pour trouver des clients.

QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT RESSORTIS?

QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES PROCHAINES INTERVENTIONS?

NOTES:

AUTRE

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE... ?

Besoins :

- Réparation de matériel récent.
- Appareils électriques et électroniques de seconde main : téléphones mobiles, ordinateurs de bureau, réfrigérateurs, sèche-cheveux.

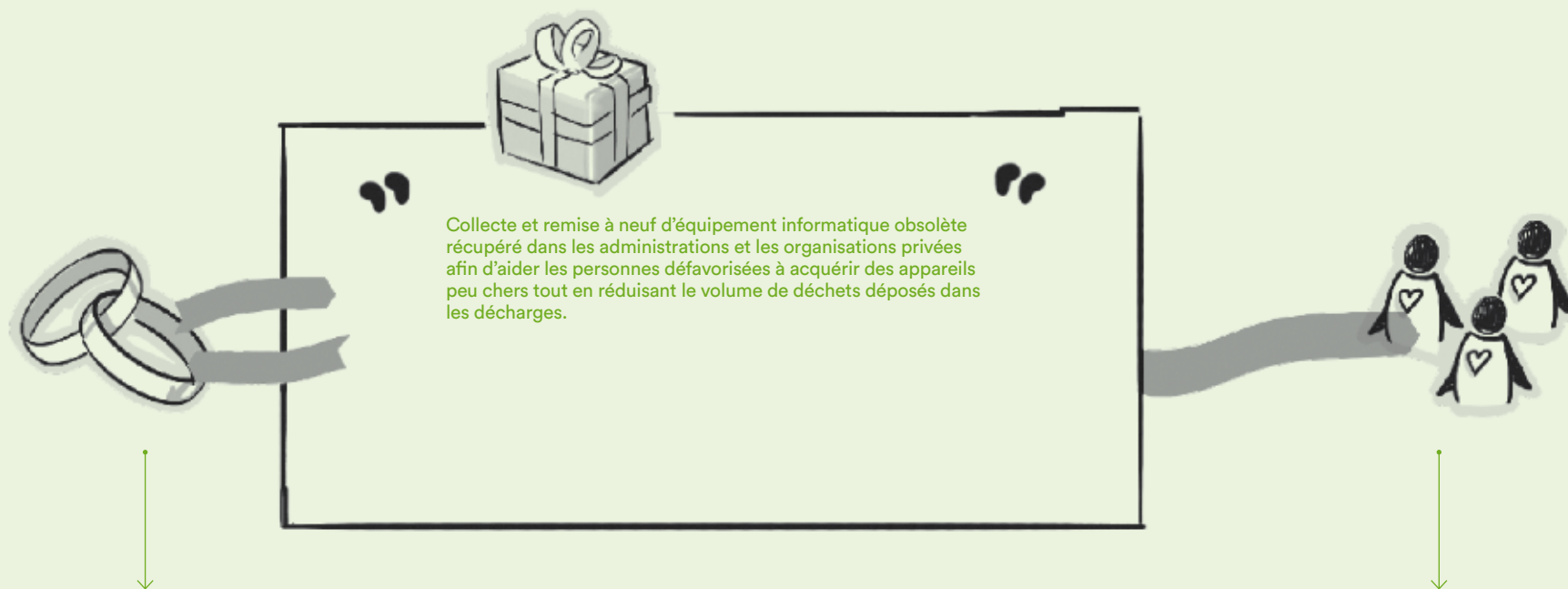
Gains :

- Économies de temps et d'argent - possibilité d'achat d'appareils d'occasion

pour pas cher et, en même temps, retirer un profit de la vente de vieux appareils électriques et électroniques.
– Image verte (pour les sociétés)

Souffrances :

- Devoir se rendre à la déchèterie ou bien trouver d'autres moyens de se débarrasser des équipements.



Les autorités locales pour la gestion des décharges.

En conséquence, l'entreprise verte d'Omar est mieux connue, très vite.

Le gouvernement invite Omar à des réunions ministérielles au cours desquelles il fait part de son expérience d'entreprise verte. Il affirme sa frustration de devoir jeter dans des décharges tout ce que son équipe ne parvient pas à réparer. Le gouvernement décide de créer une chaîne complète de recyclage de déchets électroniques dans la ville, y compris des matériaux précieux extraits de composants électroniques. Le plan public aidé sera coordonné par la société d'Omar.

Clients :

- Organisation publique.
- Pme.
- Étudiants.
- Toute personne privée.

Gains :

- Conscience d'agir pour l'amélioration de l'environnement et pour le développement de nouvelles activités économiques.
- Acquérir auprès des citoyens et des clients une image de plus en plus verte.
- Économiser du temps et de l'argent.

Exercice 12

Relations Client et Canaux

Explorez la façon dont vous atteindrez vos clients, et le type de relation que vous établirez avec eux.

Utilisez le plan de parcours du client, qui décrit l'itinéraire d'interaction d'un client avec votre service/produit, de la phase de découverte à l'achat, en passant par l'utilisation et l'après-utilisation.

Émotions : stades émotionnels par lesquels passe le client au fil de l'itinéraire.

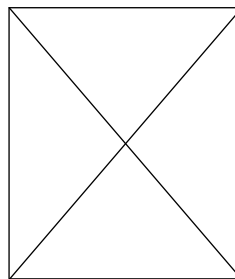
Points de contact et canaux : Points et moyens de contact entre le service/produit et les clients.

Sentiments et pensées : Sensations et idées rationnelles de votre client en relation avec chaque stade de l'itinéraire.

Stades : Chacun des stades de l'itinéraire du client, de la prise de connaissance de votre service/produit à sa découverte, son évaluation et son achat.

Une fois l'itinéraire décrit, il est important d'analyser les stades où mettre en oeuvre une action afin d'améliorer les points difficiles et de maximiser les points sources de satisfaction. Identifiez ensuite les ressources qui seront nécessaires à la réalisation de ces actions...

Photo



Qui?

Segment?

ÉMOTIONS

Quelles émotions votre client ressent-il à chaque stade de l'itinéraire ?

BESOINS & IDÉES

Quels besoins sont exprimés à chaque stade ? Quelles pensées se développent au cours du processus ?

POINTS DE CONTACT & CANAUX

Quand interagissez-vous avec vos clients ? Quels canaux utilisez-vous ?

ÉTAPES

Par quels stades votre client passe-t-il ?

COMMENT FAIRE VIVRE UNE EXPÉRIENCE UNIQUE ?

Quelles actions pourraient améliorer l'expérience du client à chacun des stades ?

DE QUOI AVONS-NOUS BESOIN POUR CELA ?

De quelles ressources, connaissances et systèmes avez-vous besoin pour fournir cette expérience ?



AVANT



PENDANT



APRÈS



Manuel
pp.56-62



Étude de cas

EMOTIONS

Quelles émotions votre client ressent-il à chaque étape de son parcours ?

BESOINS & IDÉES

Quels besoins sont exprimés à chaque étape ? Quelles pensées se développent au cours du parcours ?

POINTS DE CONTACT & CANAUX

Quand interagissez-vous avec vos clients ? Quels canaux utilisez-vous ?

ÉTAPES

Par quelles étapes votre client passe-t-il ?

COMMENT FAIRE VIVRE UNE EXPÉRIENCE UNIQUE ?

Quelles actions pourraient améliorer l'expérience du client à chacune des étapes ?

DE QUOI AVONS-NOUS BESOIN POUR CELA ?

De quelles ressources, connaissances et systèmes avez-vous besoin pour fournir cette expérience ?

Qui ?

Client 1

Segment ?

Foyer



« L'approvisionnement en électricité me fâche vraiment. Nous avons des coupures fréquentes, je ne peux pas suivre ma routine journalière ».



Nécessité d'identification



« J'ai entendu parler d'une société qui est venue au village. Elle vend l'accès à une électricité stable ».



Bouche à oreille. Communauté.

Recherche d'alternatives



« J'ai confiance dans ce que SRA vend. Quels sont les inconvénients ? Qu'en est-il de la maintenance ? »



Assistance personnelle. Vendeurs.

Intérêt



« J'avais besoin d'avis et j'ai parlé avec des amis. Nous avons parlé de conclure un contrat avec SRA. Je ne sais pas si c'est la bonne voie. Cela permettra à mes enfants d'étudier la nuit ».



Téléphone + Internet.

Évaluation de la proposition



« J'ai signé le contrat aujourd'hui. Il y a quelques questions concernant les détails juridiques ».



Assistance personnelle. Vendeurs + technicien local.

Conclusion d'un contrat

Communication d'une proposition de valeur claire. Favoriser la communication par le bouche à oreille.

Forte stratégie de communication. Viser la vulgarisation et sa communication.

Vendeurs adéquatement formés. Nécessité d'empathie des promoteurs avec les habitants. Forte insistance sur les activités du cycle de vie.

Programme interne de formation. Compétences en communication. Fort feedback des vendeurs.

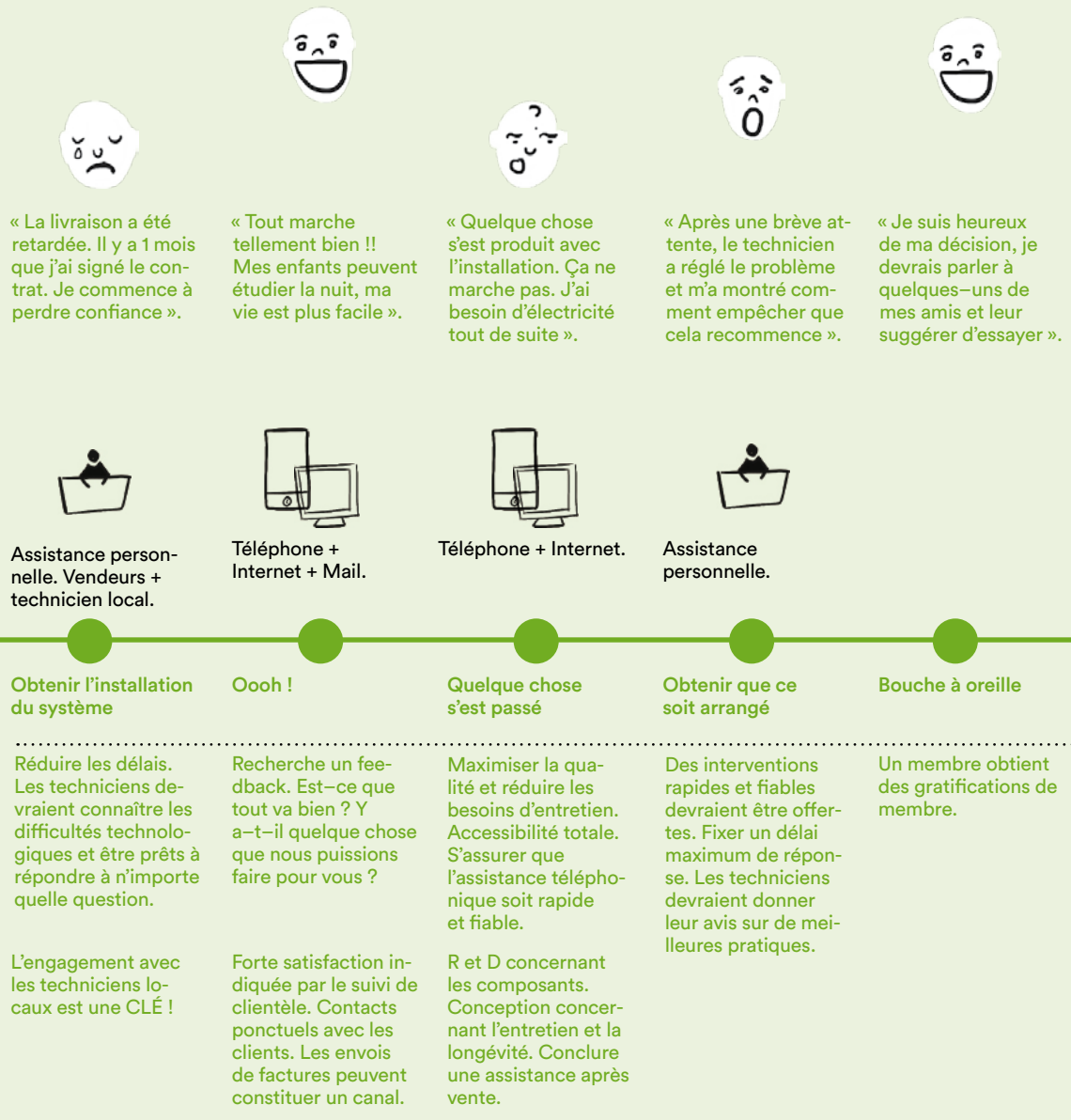
Notre page Internet devrait clairement expliquer les gains de notre proposition de valeur. Les assistants téléphoniques devraient être capables de lever les doutes.

Formation d'assistants téléphoniques. Développement d'une page web.

Réduire le nombre des étapes autant que possible. Facile à comprendre et simplifié. Nécessité de présenter des canaux pour que les clients communiquent avec nous.

Travail intense concernant l'aspect juridique. Comment simplifier le processus sans perdre la sécurité juridique ?





Exercice 13

Activites et ressources clés

Pensez à la manière dont vous développerez votre proposition de valeur.

Maintenant, c'est le moment de définir les activités clés et les ressources clés qui seront mobilisées dans l'élaboration, la gestion et la livraison de votre proposition de valeur. Lisez les questions suivantes et listez vos activités et ressources clés.

Notes

Activités clés 1

Résolution de problèmes

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer votre proposition de valeur ajoutée (PVA), résoudre un problème spécifique ou maintenir un haut niveau d'innovation dans votre entreprise ?



Production

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour produire vos produits ou fournir vos services ?



Plate-forme/réseau/ventes

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer une plate-forme ou un réseau de valeur efficace dans le but de promouvoir les ventes, la distribution, la communication avec les parties prenantes ?



Gestion de la chaîne d'approvisionnement

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer un système de gestion de la chaîne d'approvisionnement de valeur et efficace ? De quoi avez-vous besoin pour traiter avec un fournisseur ?



Établissez une liste des *activités clés*. Gardez à l'esprit que certaines d'entre elles peuvent être liées à des activités spécifiques de votre niche de marché, d'autres pouvant être liées à la gestion générale. Les deux sont très importants, ne l'oubliez pas !

Ressources clés 2

Capital humain

Quelles ressources humaines votre proposition de valeur ajoutée exige-t-elle ? Qu'en est-il des gens qui travaillent pour/avec vous ?



Capital physique

Quelles sont les ressources physiques qui sont importantes pour votre entreprise ? (Pensez à tout ce qui concerne des installations, des machines, des véhicules, etc.)



Capital intellectuel et numérique

De quelles ressources intellectuelles et numériques avez-vous besoin ? Avez-vous besoin de licences, de brevets, de logiciels ?



Capital financier

De quel type de capital financier avez-vous besoin ? Y a-t-il des questions financières à résoudre, telles que investissements, prêts ou autres (p.ex. crédit-bail de machines, etc.), en rapport avec votre entreprise ?



Établissez une liste des *ressources clés* en tenant compte de tout ce dont vous avez besoin pour créer, livrer et gérer vos produits et services, et réaliser des opérations commerciales.

Exercice 14

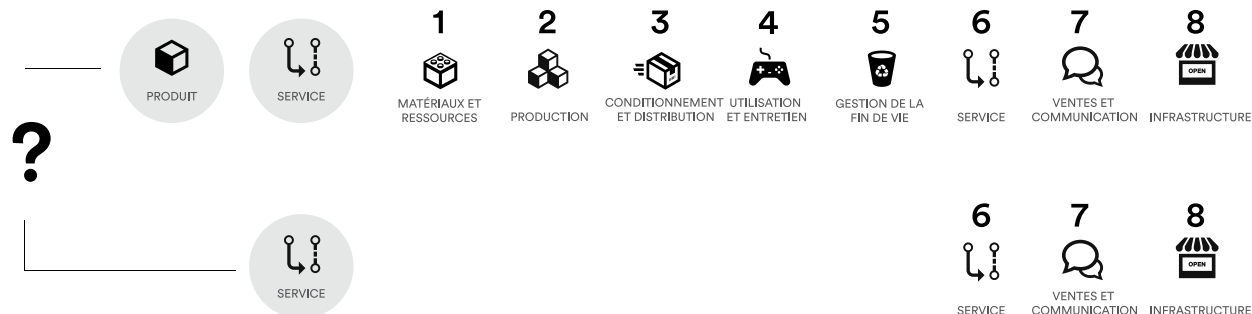
Verdissez votre entreprise

Après avoir défini vos activités et ressources clés, on vous invite à écoconcevoir la meilleure solution pour délivrer votre valeur. Cet exercice volontaire vous aidera à repenser les activités et les ressources identifiées dans l'exercice 13, afin d'évaluer et d'améliorer qualitativement la manière dont vos produits et services se positionnent d'un point de vue environnemental.

Cet exercice consiste en une série de cartes d'écodesign, numérotées de 1 à 9. Avant de commencer avec les cartes, vous aurez besoin d'identifier si votre entreprise commercialise un produit et ses services associés (par ex. les textiles, les produits alimentaires), ou bien si vous allez commercialiser un service sans aucun produit associé (par ex l'éducation).

Dans le cas où vous offrez un produit et un service, vous aurez à travailler sur l'ensemble des cartes de 1 à 9. Si vous proposez la vente d'un service uniquement, vous vous concentrerez sur les cartes 6 à 9.

Les cartes 1 à 8 sont divisées en 3 parties. Pour chaque carte, vous aurez à suivre les indications et les questions afin d'évaluer votre niveau et améliorer vos propositions. La carte 9 vous permettra de totaliser le score individuel obtenu pour chaque carte et d'évaluer votre niveau global de performance.



Fiche 1

d'écoconception

Fiche 1/3

Comment procéder ? 1

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Quantité (poids)

Type et nombre de différents matériaux et ressources utilisés ?
Quantité (poids) de tous les éléments et composants ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 1 *Partie 2*



Type et nombre de matériaux

Type et nombre de différents matériaux et ressources utilisés ?



Localisation géographique de la source

Où et comment vous êtes-vous procuré les matériaux (distance par rapport à vos installations) ?



Matériaux techniques : contenus recyclés et recyclabilité

Pour les matériaux techniques (tels que les plastiques, les métaux...) : Qu'en est-il des contenus recyclés et de la recyclabilité de ces matériaux ?



Matières organiques : Renouvelabilité et compostabilité

Pour les matières organiques (telles que le coton, le bois, les aliments...) :Renouvelabilité de la source et compostabilité des matériaux ?

Fiche 1 d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3

Quantité (poids)

Note Oui, Non, Autre ?

1. Dois-je choisir les matériaux les plus légers pour élaborer mon produit ?
2. Mon produit est-il beaucoup plus léger que les autres options du marché ?
3. « Je ne peux pas concentrer* mon produit plus qu'il ne l'est actuellement. (* Un exemple ? Éliminer l'eau du savon liquide.) » Cette déclaration est-elle vraie ?



Type et nombre de matériaux

Note Oui, Non, Autre ?

1. Mon produit a-t-il un seul type de matériaux ou en a-t-il plusieurs qui soient très faciles à séparer les uns des autres ?
2. « Je ne peux réduire en aucune manière le nombre des différents matériaux ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. Ai-je suffisamment d'informations sur les performances environnementales des matériaux et composants utilisés dans le cycle de vie de mon produit ?

Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 1 Partie 3

Localisation géographique de la source

Note Oui, Non, Autre ?

1. Tous les matériaux dont j'ai besoin sont-ils courants et faciles à trouver dans ma région ?
2. Tous les matériaux dont j'ai besoin sont-ils obtenus d'une manière durable d'un point de vue environnemental ?
3. Les fournisseurs se trouvent-ils tous dans un rayon de 150 km ?

Matériaux techniques : contenus recyclés et recyclabilité

Note Oui, Non, Autre ?

Si vous n'avez pas de matériaux techniques, ignorez les 3 questions et marquez 3 points.

1. Mon produit est-il entièrement fabriqué avec des contenus recyclés ?
2. Mon produit est-il fabriqué avec des matériaux entièrement recyclables ?
3. Ai-je évité les composites, les substances interdites et les matériaux combinés (mélangés) ?

Matières organiques : Renouvelabilité et compostabilité

Note Oui, Non, Autre ?

Si vous n'avez pas de matières organiques, ignorez les 3 questions et marquez 3 points.

1. Mon produit incorpore-t-il des matières organiques, compostables ou biodégradables ?
2. Ai-je choisi une matière organique renouvelable* ? (* La vitesse d'extraction du matériau est beaucoup plus lente que celle requise par la nature pour le régénérer.)
3. La culture, la récolte et le traitement sont effectués sans produits chimiques toxiques, interdits ou inconnus. Cette déclaration est-elle vraie ?

Fiche 1

d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ? 1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Quantité (poids)

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



1 Matériaux et ressources



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à Carte 2



Type et nombre de matériaux

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Localisation géographique de la source

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Matériaux techniques : contenus recyclés et recyclabilité

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Matières organiques : Renouvelabilité et compostabilité

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Créer une chaîne d'approvisionnement plus consolidée et collaborative.
- Matériaux obtenus ou fournis au niveau local conformes aux conditions de travail.
- Choisir des matériaux hautement renouvelables (p. ex. obtenus en moins de 3 à 5 ans.)
- Choisir des matériaux à faible coût énergétique et

- consommation d'eau (éviter les métaux vierges et les minéraux).
- Choisir des matériaux recyclés et hautement recyclables (en particulier, ceux dont le circuit de recyclage est bien connu).
- Choisir des matériaux sans substances-additifs dangereux, matières toxiques, polluants organiques persistants. Éviter les éléments dangereux, tels que : le plomb (Pb), le mercure (Hg), le cadmium (Cd), le chrome hexavalent (Cr6+), les biphényles polybromés (PBB et PBDE).
- Monomatériaux : réduire la diversité de matériaux utilisés

- pour un produit donné (les produits monomatériaux sont plus faciles à recycler).
- Utiliser des ressources écolabellisées.
- Concevoir des produits plus petits et plus légers (pesant le moins possible).
- Choisir des composants réutilisés.
- Adopter des lignes directrices d'approvisionnement écologique.

Fiche 2 d'écoconception

Fiche 1/3

Comment procéder ?

1

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Gestion des déchets

Quelle quantité de déchets est générée ? Qu'en faites-vous ?
Quel est le taux de matériaux rejetés et perdus par unité ?



Production



Gestion de l'énergie

Comment vous procurez-vous l'énergie dont vous avez besoin dans la production (énergie renouvelable ou pas ?) et comment est-elle gérée ?



Gestion de l'eau

Comment est gérée l'eau dont vous avez besoin dans la production ?



Intrants et extrants de produits chimiques

De quels types de produits chimiques avez-vous besoin dans les processus de production ?



Processus et technologie

De combien d'étapes et de processus avez-vous besoin ? Ces technologies sont-elles efficaces (disposez-vous de nouvelles machines à haut rendement ?)

Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 2 Partie 2

Fiche 2

d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Gestion des déchets

Note

Oui, Non, Autre ?

1. Ma production ne génère pas de déchets et les sous-produits sont pour la plupart réutilisés et rénovés dans l'atelier ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. Je ne peux pas réduire davantage la production de déchets, et les déchets sont gérés par un organisme agréé conformément à la réglementation. Vrai ?
3. J'ai promu une politique de gestion de la qualité qui a réduit au minimum les produits rejetés et non conformes. Cette déclaration est-elle vraie ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 2 Partie 3



Gestion de l'énergie

Note

Oui, Non, Autre ?

1. « La majeure partie de l'énergie (au moins 75 %) nécessaire provient d'une source renouvelable ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. Est-ce que j'ai estimé la consommation d'énergie par unité produite ?
3. « Je ne peux pas améliorer davantage l'efficacité de mon système de production, j'utilise déjà une technologie de pointe ». Cette déclaration est-elle vraie ?



Gestion de l'eau

Note

Oui, Non, Autre ?

1. Est-ce que j'ai estimé la consommation d'eau par unité produite ?
2. « Je suis sûr qu'il n'y a pas de flux incontrôlés ou de fuites tout au long des processus ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. « Mon système d'approvisionnement et d'évacuation de l'eau n'endommage PAS ou ne modifie pas l'environnement local ». Cette déclaration est-elle vraie ? de 150 km ?



Intrants et extrants de produits chimiques

Note

Oui, Non, Autre ?

Si vous n'utilisez pas de produits chimiques, ignorez les 3 questions et marquez 3 points.

1. « J'utilise uniquement la chimie à base d'eau ou les éléments écolabellisés ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « Je ne peux pas réduire davantage les produits chimiques utilisés et leurs déchets sont bien gérés ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. Est-ce que je garantis que le stockage chimique est entièrement contrôlé et conforme aux normes légales ?



Processus et technologie

Note

Oui, Non, Autre ?

1. « Je ne peux pas réduire davantage le nombre d'étapes de la production ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. Ai-je choisi d'utiliser une technologie de processus facile à entretenir, à réparer et sans risque ?
3. « J'adapte la production à la demande du marché, en évitant d'importants stocks de produits ». Cette déclaration est-elle vraie ?

Fiche 2 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ? 1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Gestion des déchets

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Gestion de l'énergie

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Gestion de l'eau

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Intrants et extrants de produits chimiques

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Processus et technologie

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Choisir des technologies de processus plus innovantes et plus efficaces ou des activités externalisées lorsqu'une plus grande spécialisation et efficacité technologique des produits/infrastructures sont disponibles.
- Promouvoir la production artisanale, dans la mesure du possible, uniquement sur demande.

- Moins d'étapes de traitement, moins de mouvements de masse/volume.
- Choisir des processus consommant moins d'énergie/eau.
- Choisir des processus produisant une quantité minimale ou pas du tout de déchets.

- Utiliser moins de consommables, moins dangereux, lavables ou facilement réparables.
- Promouvoir un travail local et sécuritaire.

Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à
Carte 3

Fiche 3 d'écoconception

Fiche 1/3

Comment procéder ? 1

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Capacité d'empilement

Votre produit est-il conçu pour qu'il soit facile à empiler et qu'il occupe le moins de volume possible ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 3 Partie 2



Matériaux d'emballage

Quel type de matériau utilisez-vous, énumérez-les tous (y compris les étiquettes, sacs, etc.) ? Combien pèse-t-il par rapport au produit que vous livrez ?



Forme plate

Quel type de matériau utilisez-vous, énumérez-les tous (y compris les étiquettes, sacs, etc.) ? Combien pèse-t-il par rapport au produit que vous livrez ?



Moyens de transport

Pouvez-vous décrire les principaux moyens de transport ? Quels véhicules sont utilisés et dans quelles conditions ?



Itinéraires et distances

Quelle distance y a-t-il entre les installations de production et les points de vente (site du client) ?

Fiche 3 d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3

Capacité d'empilement

Note Oui, Non, Autre ?

1. Le produit est-il conçu pour être empilable tel quel ?
2. Mon produit est-il conçu pour être transporté (en unités multiples) sans en compromettre la qualité et la fonctionnalité ?
3. Les dimensions de la palette sont-elles prises en compte pour établir les dimensions du conditionnement primaire (du fournisseur) et secondaire (aux clients) ?



Matériaux d'emballage

Note Oui, Non, Autre ?

Si vous n'avez aucun emballage, si le produit est l'emballage ou s'il n'en a pas besoin, ignorez les 3 questions et marquez 3 points.

1. « Je choisis un matériau renouvelable pour des applications d'emballage à usage unique ». Cette déclaration est-elle vraie ? Ou bien je choisis des matériaux résistants et hautement recyclables pour des utilisations multiples et des systèmes réutilisables ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « Quoi qu'il en soit, je ne peux pas faire un emballage plus simple, avec moins d'éléments et moins de types de matériaux ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. « Quoi qu'il en soit, je ne peux pas faire un emballage plus léger ». Cette déclaration est-elle vraie ?

Moyens de transport

Note Oui, Non, Autre ?

Si vous utilisez **uniquement des moyens de transport non motorisés (à pied, à vélo, etc.)**, ignorez les 3 questions et marquez 3 points.

1. « Pour recevoir les matières premières et distribuer le produit, je me sers surtout de moyens de transport à énergie humaine (à pied et à vélo), de navires transocéaniques ou de véhicules électriques ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. Est-ce que je choisis principalement de tous nouveaux véhicules très économes, de gros camions (40 t) ou des scooters pour livrer mon produit ?
3. Est-ce que je profite des voyages de retour pour transporter d'autres choses ?

Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 3 Partie 3

Forme plate

Note Oui, Non, Autre ?

1. « La forme de mon produit et de son emballage est PLATE ou cubique, pratiquement sans air (entièrement optimisé) ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. Est-ce que mon produit est VENDU et LIVRÉ complètement démonté ?
3. Est-il encore possible de réduire davantage le volume ?

Itinéraires et distances

Note Oui, Non, Autre ?

1. La distance à couvrir pour l'ensemble de la chaîne est-elle très courte, c'est-à-dire de moins de 150 km entre le site de production et le client ?
2. Est-ce que j'utilise les meilleurs itinéraires ?
3. « Lorsque nous expédions l'achat effectué en ligne par le poste, nous choisissons l'option la plus écologique disponible qui nous est proposée ! ». Cette déclaration est-elle vraie ?

Fiche 3 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ? 1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Capacité d'empilement

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Matériaux d'emballage

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Forme plate

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Moyens de transport

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Itinéraires et distances

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Éviter les emballages inutiles ou les réduire au minimum.
- Utiliser exclusivement des dimensions ISO et optimiser la masse et le volume transportés (l'air est la « chose » la plus coûteuse et la moins durable à transporter !).
- Réduire la quantité de matériaux différents et faire en sorte qu'ils soient faciles à séparer les uns des autres afin d'en maximiser le recyclage.

- Choisir un emballage d'origine biologique jetable (à usage unique) pour des livraisons à longue distance (p. ex. le carton).
- Choisir un emballage consigné pour des livraisons fréquentes et à courte distance (p. ex. métaux, caisses en plastique).
- Pour les emballages consignés, faire en sorte qu'ils soient plus légers, plus résistants et faciles à recycler et à démonter.

- Concevoir des emballages réutilisables (par le client), plus petits, plats ou cubiques.
- Choisir des moyens de transport plus économes en optimisant les itinéraires et la logistique des retours.
- Autant que possible, réduire les distances entre production et consommation.

Fiche 4 d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Réparabilité

Votre produit est-il facilement réparable ? L'utilisateur ou le technicien peuvent-ils avoir accès rapidement à ses principales parties ?

1

2

3

4

Utilisation et entretien

5

6

7

8

9

Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 4 Partie 2



Consommation d'énergie

Quelle est la consommation d'énergie lors de l'utilisation du produit ?



Consommables

Votre produit a-t-il besoin de consommables pour fonctionner correctement ? Comment sont-ils : d'un seul usage, renouvelable ?



Durabilité

Pendant combien de temps pensez-vous que votre produit va continuer à fonctionner ?



Polyvalence et modularité

Combien de fonctions pouvez-vous intégrer dans votre produit ? Pouvez-vous créer des configurations différentes avec les mêmes pièces ?

Fiche 4 d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Réparabilité

Note Oui, Non, Autre ?

- « Mon produit peut être réparé complètement, facilement et à peu de frais par les utilisateurs/techniciens ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- « L'opérateur de réparation peut avoir accès rapidement à toute partie importante du produit ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- Les composants nécessaires à la réparation sont-ils faciles à obtenir avec les informations accessibles à ce sujet ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 4 Partie 3

Consommation d'énergie

Note Oui, Non, Autre ?

S'il n'y a pas d'énergie consommée, ignorez les 3 questions et marquez 3 points.

- « Je ne peux pas être plus efficace que maintenant ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- Est-il alimenté par des sources renouvelables ?
- Y a-t-il un système pour éviter le gaspillage d'énergie lorsqu'il n'est pas en cours d'utilisation ?



Consommables

Note Oui, Non, Autre ?

Si votre produit n'a pas besoin d'entretien ou de consommables, ignorez les 3 questions et marquez 3 Points.

- « Les consommables, la composition et l'accessibilité facilitent l'entretien et la durabilité du produit ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- « Les ressources nécessaires (ou consommables) ne sont pas toxiques et sont faciles à trouver ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- Les ressources nécessaires peuvent être facilement recyclées ou gérées à leur stade de fin de vie ». Cette déclaration est-elle vraie ?



Durabilité

Note Oui, Non, Autre ?

- « J'ai conçu mon produit de manière à ne pas avoir à tenir compte d'une date limite quant à la durée de vie ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- « J'ai conçu mon produit pour durer et éviter une limitation esthétique (conception classique) ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- Suis-je certain que la durabilité n'est pas limitée et compromise par certains aspects (composant, matériau...) ?



Polyvalence et modularité

Note Oui, Non, Autre ?

Pendant combien de temps pensez-vous que votre produit va continuer à fonctionner ?

- « J'ai conçu mon produit de manière à ne pas avoir à tenir compte d'une date limite quant à la durée de vie ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- « J'ai conçu mon produit pour durer et éviter une limitation esthétique (conception classique) ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- Suis-je certain que la durabilité n'est pas limitée et compromise par certains aspects (composant, matériau...) ?

Fiche 4 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ?

1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Réparabilité

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Consommation d'énergie

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à
Carte 5



Consommables

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Durabilité

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Polyvalence et modularité

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Offrir l'accès/la disponibilité des produits/infrastructures par l'intermédiaire de paiements fondés sur l'unité d'utilité/satisfaction.
- Modularité et conception pour l'entretien.
- Utiliser des composants standard pour promouvoir la réparation (les composants les plus vulnérables devraient être facilement enlevés et remplacés).

- Réduire la consommation d'énergie et de matériaux par unité de service offerte par le produit.
- Utiliser peu de consommables (et propres), réduire les produits de support pour le fonctionnement du service.
- Facilité d'installation ou d'assemblage, avec une utilisation rationnelle des ressources.
- Fiabilité et durabilité du produit.

- Lien étroit entre le produit et son utilisateur (cela permet à l'utilisateur d'être plus attentif à la durabilité des infrastructures et des produits de support physique).

Fiche 5 d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte –ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Facile à démonter

Une fois que votre produit devient inutilisable, peut-il être démonté facilement (par du personnel non spécialisé) et à peu de frais ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 5 Partie 2



Facile à réutiliser

Une fois que votre produit n'a plus d'utilité pour un utilisateur, peut-il être réutilisé directement par d'autres personnes ou renouvelé ?



Facile à rénover

Une fois que votre produit est rejeté par l'utilisateur, peut-il être rénové facilement et à peu de frais ?



Étiquetage et identification

Divers matériaux sont clairement identifiés par des étiquettes ou des éléments indicatifs permettant de les classer correctement, une fois le produit démonté ?



Intrants et extrants de produits chimiques

Quels problèmes se posent lors de la récupération et de l'élimination des produits ? Qu'en est-il des produits chimiques et des substances dangereuses ?

Fiche 5 d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Facile à démonter

Note Oui, Non, Autre ?

1. Les différents matériaux et composants de mon produit peuvent-ils être *facilement* séparés ?
2. Les différents matériaux et composants de mon produit peuvent-ils être recyclés ou compostés ?
3. Mon produit peut-il être entièrement démonté ?



Gestion de la fin de vie



Facile à réutiliser

Note Oui, Non, Autre ?

Si votre réponse à l'une des questions suivantes est oui, vous pouvez ignorer les autres questions et marquer 3 points.

1. « Lorsqu'un utilisateur s'en défait, mon produit peut-il être potentiellement réutilisé tel quel par d'autres personnes ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « Lorsqu'un utilisateur s'en défait, mon produit peut-il être revendu sur le marché après un nettoyage/processus de rénovation faciles ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. « Lorsqu'un utilisateur s'en défait, mon produit peut-il être incorporé à un autre ensemble de composants ou surcyclé pour différentes applications.2 Cette déclaration est-elle vraie ?

Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 5 Partie 3



Facile à rénover

Note Oui, Non, Autre ?

1. À la fin de sa vie (fdv), mon produit peut-il être rénové (d'un point de vue technique) facilement par des entités locales ?
2. À la fin de sa vie (fdv), mon produit peut-il être facilement collecté en vue de sa rénovation par des entités locales ?
3. À la fin de sa vie (fdv), mon produit peut-il être rénové à peu de frais par des entités locales ?



Étiquetage et identification

Note Oui, Non, Autre ?

1. Chacun des différents matériaux est-il clairement identifié par des étiquettes ou d'autres éléments ?
2. Existe-t-il de plus amples informations sur la composition et autres éléments, que ce soit sur le produit lui-même ou ailleurs (un site web, par exemple) ?
3. Existe-t-il un code couleur ou une autre technique permettant d'accélérer le processus de reconnaissance des différents types de matériaux ?



Intrants et extrants de produits chimiques

Note Oui, Non, Autre ?

1. « PAS besoin de traiter mon produit en FDV avec des produits chimiques ou des substances dangereuses ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. Mon produit est-il exempt de substances toxiques une fois qu'il est détérioré ou inutilisable ?
3. « Pendant le traitement et l'élimination des déchets, il N'y a PAS d'émissions toxiques (p. ex. l'incinération) ». Cette déclaration est-elle vraie ?

Fiche 5 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ?

1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Facile à démonter

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Étiquetage et identification

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Intrants et extrants de produits chimiques

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Simplification du démontage des produits afin de réduire le temps et les coûts de séparation de leurs composants pour le recyclage ou la réutilisation.
- Identification du type de matériaux utilisés, afin de favoriser le tri des déchets.
- Réutilisation (p. ex. la réutilisation des composants du produit).

- Biodégradabilité (facilite la réincorporation des parties du produit dans leur cycle/écosystème naturel), en choisissant, si possible, des matières organiques compostables qui nourrissent le sol lors de la biodégradation.
- Recyclabilité.
- Récupération d'énergie.
- Réduction du volume de déchets par un compactage facile du produit.

- Réduction de la toxicité liée à la gestion des déchets, afin d'éviter les émissions non intentionnelles de composés tels que les POP (p. ex. en incorporant des traitements appropriés pour des gaz de combustion, des résidus solides et des effluents.)

1

2

3

4

5
Gestion de la fin de vie

6

7

8

9

Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à
Carte 6



Facile à réutiliser

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Facile à réover

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Fiche 6

d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Conception orientée à une utilisation coopérative et participative

Votre produit/service encouragent-ils une utilisation davantage participative d'une ressource ? Encourage-t-il la coopération et l'efficacité partagée ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 6 Partie 2



Accessoires et gadgets

Combien et quels types d'appareils, d'accessoires et d'objets sont-ils pris en considération lorsque votre client utilise le service ?



Usage responsable

Avez-vous pris en compte une quelconque stratégie d'amélioration des conduites environnementales de votre utilisateur de service ?



Conception à visée éducative

De quelle manière votre produit/service promeut-il la protection environnementale et l'éducation vis-à-vis des utilisateurs et de la société ?



Politiques de compensation

Avez-vous mis en place une politique de compensation (annulation du CO2, soutien des ONG, etc.) afin d'annuler vos impacts ou de soutenir les initiatives vertes ?

Fiche 6

d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Conception orientée à une utilisation coopérative et participative

Note Oui, Non, Autre ?

1. Mon service encourage-t-il l'échange de ressources, de produits inutilisés ou d'articles d'occasion, dans le cadre d'un modèle de consommation participative ?
2. Mon entreprise soutient-elle la consommation responsable ?
3. Mon service promeut-il véritablement la collaboration, l'innovation et la co-création ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 6 Partie 3



Accessoires et gadgets

Note Oui, Non, Autre ?

Si vous répondez oui à la 1re question, ignorez la 2e et la 3e et marquez 3 points.

1. N« aucun appareil ni équipement n'est impliqué dans la fourniture du service ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « Tous les appareils et équipements sont loués ou accessibles par les utilisateurs qui ne les achètent pas. Votre société, qui les entretient, en est propriétaire ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. La plupart des équipements concernés ou des produits plutôt neufs sont-ils très efficaces et même conçus écologiquement ?



Usage responsable

Note Oui, Non, Autre ?

1. L'interaction avec l'utilisateur dans le cadre de la prestation de service a-t-elle été conçue afin de parvenir à l'utilisation la plus efficace des ressources et de l'équipement, d'éviter les pertes d'énergie et de promouvoir des conduites durables ?

2. Tout utilisateur peut-il accéder au service et l'utiliser, confortablement, même des personnes âgées, des handicapés, des enfants, des malades et d'autres groupes sociaux ?

Si vous n'avez aucune interface (écran, application internet, etc.) Ignorez la 3e question et marquez 1 point.

3. Toutes les interfaces (physique, internet, application mobile...) Sont-elles conçues pour minimiser la consommation d'énergie et améliorer sa facilité/possibilité d'utilisation ?



Conception à visée éducative

Note Oui, Non, Autre ?

1. Mon service véhicule-t-il les idées de durabilité et d'éducation, d'égalité des sexes et d'intégration sociale des minorités ? Tout cela ?
2. Mon service aide-t-il d'autres personnes à rendre leurs activités plus durables ? Aide-t-il à connaître le concept de durabilité ?
3. Mon projet inspire-t-il d'autres personnes, leur fait-elle suivre de bonnes pratiques et leur donne-t-elle l'idée de s'informer sur l'éco-conception et la durabilité ?



Politiques de compensation

Note Oui, Non, Autre ?

1. Dois-je participer à des programmes d'annulation afin de compenser mes émissions ?

2. Dois-je collaborer à des initiatives pour les aider ?

3. Mon service aide-t-il la communauté locale, le voisinage ou d'autres parties prenantes ?

Fiche 6 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ? **1**

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Conception orientée à une utilisation coopérative et participative

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à **Carte 7**



Accessoires et gadgets

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Usage responsable

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Conception à visée éducative

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Politiques de compensation

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Offrir une utilisation collective/partagée des infrastructures.
- Réduire le nombre et les types d'appareils différents en optimisant leur durée de vie et leurs performances.
- Concevoir de meilleures interfaces pour améliorer l'implication et promouvoir des comportements et des habitudes durables.

- Choisir de nouveaux moyens de monétisation et de servitisation pour les produits traditionnels.
- Promouvoir la conception pour TOUS.
- Être transparent et honnête.
- Co-créer avec les utilisateurs la prochaine version de votre service.
- Relier les personnes et les initiatives vertes.

- Promouvoir l'échange de ressources et d'opportunités vertes inexploitées.
- Annulation des émissions par des programmes spécifiques et une initiative à but non lucratif.

Fiche 7

d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte –ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Matériel de bureau

Gérez-vous des papiers, des brochures et des matériaux de vente, mais uniquement par des moyens numériques ? Quels volumes imprimez-vous (combien d'exemplaires) ? En quoi consistent ces publications (matériaux, qualité, labels, etc.) ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 7 Partie 2



Transparence et information

Les informations pertinentes concernant la politique environnementale, les matériaux, les fournisseurs, les caractéristiques des produits... sont-elles facilement accessibles ? Comment ?



Soutien aux produits et services écologiques

Vendez-vous ou faites-vous la promotion de produits ou de services d'autres entrepreneurs verts ? Votre magasin ou votre salon d'exposition sont-ils économes en matière d'énergie, d'eau et de déchets ?



Conférences téléphoniques

Comment organisez-vous le travail et les réunions avec vos collègues, clients et autres parties prenantes dans une région ou un pays différents ?



Voyages et salons

Comment organisez-vous les voyages de vente ? Quels moyens utilisez-vous ? Organisez-vous des événements ou des salons ? Comment ?

Fiche 7 d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Matériel de bureau

Note Oui, Non, Autre ?

1. Je n'imprime presque aucun document, si ce n'est pour des raisons légales. Vrai ?
2. Quand j'utilise du papier, ou d'autres matériaux de bureau, j'en choisis qui soient certifiés, avec une résolution optimisée de façon à éviter les couvertures en plastique. Vrai ?
3. Est-ce que j'applique des critères d'approvisionnement verts concernant les fournitures de bureau ?



Transparence et information

Note Oui, Non, Autre ?

1. Avez-vous obtenu un quelconque label vert ou une certification ?
2. Mes informations environnementales sont-elles gratuites et aisément accessibles sur Internet ou sur mon point de vente (hôtel, etc.) ?
3. Est-ce que je mesure et communique tous les aspects pertinents de mon activité à des fins d'examen par les parties prenantes (aspects environnementaux, sociaux, concernant les conditions de travail, etc.) ?



Conférences téléphoniques

Note Oui, Non, Autre ?

1. « J'encourage l'utilisation des systèmes de visioconférence ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « S'il faut voyager, j'utilise des moyens efficaces de transport si possible (train, bus, vélo...) ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. « Je minimise l'usage du papier et du courrier, j'utilise les systèmes de courrier électronique chaque fois que possible ». Cette déclaration est-elle vraie ?

Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 7 Partie 3



Soutien aux produits et services écologiques

Note Oui, Non, Autre ?

1. Est-ce que je vends des écoproduits ou des écoservices ?
 2. Est-ce que je suis un intermédiaire nécessaire entre producteurs et consommateurs ?
- Si vous n'avez ni magasin ni salon d'exposition, ignorez la 3e question et marquez 1 point.**
3. Mes magasins (ou mon salon d'exposition) sont-ils très économes en matière d'énergie, d'eau et de gestion des déchets ?



Voyages et salons

Note Oui, Non, Autre ?

1. « À des fins économiques, notre main-d'œuvre ne voyage pas par les moyens de transport suivants : avion, voiture, minibus (ou équivalent) ». Cette déclaration est-elle vraie ?
 2. « Nous ne prenons l'avion que pour des trajets plus longs ou s'il n'y a pas d'option plus efficace à disposition ». Cette déclaration est-elle vraie ?
- Si vous n'organisez pas d'événements ni de salons, ignorez la 3e question et marquez 1 point.
3. Est-ce que je m'applique à réduire l'impact des événements et salons sur l'environnement ?

Fiche 7 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ? 1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Matériel de bureau

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à Carte 8



Transparence et information

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Soutien aux produits et services écologiques

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Conférences téléphoniques

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Voyages et salons

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Utilisation efficace des ressources (éviter le gaspillage des ressources).
- Éviter autant que possible les voyages courts en promouvant des réunions en ligne.
- Faire attention aux salons et aux événements marketing qui sont souvent très inefficaces et coûteux (sur le plan environnemental et économique). Explorer de nouvelles

possibilités telles que les marchés en ligne et les événements durables.

- La décentralisation de l'équipe de travail et des collaborateurs peut être gérée efficacement avec des applications en ligne afin de leur éviter de se déplacer.
- Éviter d'envoyer un peu partout des vendeurs avec des voitures et sans un plan optimisé ; rechercher des solutions plus sûres, confortables et respectueuses de l'environnement.

- Choisir des fournisseurs écolabellisés ou, au moins, ceux dont la qualité est certifiée.
- Co-crée le produit/service proposé avec vos parties prenantes.
- Informer toutes les parties prenantes au sujet de votre politique environnementale et de l'amélioration qu'ils sont en mesure d'obtenir en l'adoptant.

Fiche 8

d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Gestion de l'entreprise

Gérez-vous vos activités et vos priorités dans le cadre de politiques de promotion d'une gestion efficace des ressources ?

1

2

3

4

5

6

7

8

Infrastructure

9

Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 8 Partie 2



Gestion de l'énergie

Votre installation de production, bureau, hôtel... ont-ils été conçus et bâtis afin de réduire la consommation d'énergie au minimum ?



Gestion de l'eau

Votre installation de production, bureau, hôtel... ont-ils été conçus et bâtis afin de réduire la consommation d'eau au minimum ?



Achats écologiques

Achetez-vous des produits/services certifiés ? À quel type appartient cette certification ?



Politiques et conditions de travail

Quelles sont les conditions d'emploi des personnes travaillant en relation directe avec votre produit/service ?

Fiche 8

d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Gestion de l'entreprise

Note

Oui, Non, Autre ?

1. Ai-je une politique environnementale ?
2. Ai-je un objectif d'amélioration continue de la performance environnementale de mes produits et services ?
3. Gérez-vous vos activités et priorités de façon à promouvoir une innovation durable, la co6création ?

1



2



3



4



5



6



7



8



Infrastructure

9



Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 8 Partie 3



Gestion de l'énergie

Note

Oui, Non, Autre ?

1. « Je sais de combien d'énergie j'ai besoin chaque mois dans mon équipement, et j'ai fait tout mon possible pour réduire ce volume ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « Mes installations sont dotées d'une isolation thermique complète, ou alimentées par des sources renouvelables ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. Ai-je choisi un fournisseur d'énergie certifié vert ? Me suis-je inscrit à un programme d'efficacité ?



Gestion de l'eau

Note

Oui, Non, Autre ?

1. Je sais de combien d'eau j'ai besoin chaque mois dans mon installation, et j'ai tout fait pour en réduire le volume au minimum. Vrai ?
2. Est-ce que j'utilise des dispositifs efficaces de consommation d'eau ?
3. Est-ce que j'informe et prépare correctement tout le personnel et les clients afin d'éviter tout gaspillage d'eau ?



Politiques et conditions de travail

Note

Oui, Non, Autre ?

1. Ai-je adopté une politique d'égalité des sexes ?
2. Tous mes employés et fournisseurs sont-ils adéquatement rémunérés ? Bénéficient-ils de sécurité et de protection conformément aux normes légales ?
3. Ai-je adopté une politique de responsabilité sociale envers toutes les parties prenantes qui sont liées à mon projet ?

Fiche 8 d'écoconception

Fiche 3/3

1

Comment procéder ?

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Gestion de l'entreprise

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à
Carte 9



Gestion de l'énergie

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Gestion de l'eau

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Achats écologiques

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Politiques et conditions de travail

Note initiale Nouvelle note

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Stratégies de la boîte verte

- Utiliser des sources d'énergie à faible impact.
- Utilisation efficace des ressources (éviter le gaspillage des ressources).
- Choisir des processus plus propres (plus économe en consommation d'énergie et d'eau, en utilisant des énergies renouvelables sans modifier les propriétés des matériaux qui les rendent plus difficiles à recycler).

- Conditions de processus appropriées au cours des opérations ou du service afin de minimiser les impacts environnementaux (p. ex. contrôle de la température, tri préalable et nettoyage des matières premières, etc.).
- Choisir des fournisseurs écolabellisés ou, au moins, ceux dont la qualité est certifiée.
- Co-crée le produit/service proposé avec vos parties prenantes.
- Informer toutes les parties prenantes au sujet de votre politi-

- que environnementale et de l'amélioration qu'ils sont en mesure d'obtenir en l'adoptant.
- Promouvoir l'équité, l'égalité des sexes et l'intégration des minorités au sein de votre effectif et de votre espace de travail.











Notes

Fiche 9 d'écoconception

1

Comment procéder ?

Commencez à partir d'ici ! Rassemblez tous les points que vous avez dans les FICHES précédentes, et dessinez un émoticône avec son numéro dans chaque cellule.

	1	2	3	4	5	6	7	8
	 MATÉRIAUX ET RESSOURCES	 PRODUCTION	 CONDITIONNEMENT ET DISTRIBUTION	 UTILISATION ET ENTRETIEN	 GESTION DE LA FIN DE VIE	 SERVICE	 VENTES ET COMMUNICATION	 INFRASTRUCTURE
A	 TYPE ET NOMBRE DE MATÉRIAUX	 GESTION DE L'ÉNERGIE	 MATÉRIAUX D'EMBALLAGE	 CONSOMMATION D'ÉNERGIE	 FACILE À RÉUTILISER	 ACCESSOIRES ET GADGETS	 TRANSPARENCE ET INFORMATION	 GESTION DE L'ÉNERGIE
B	 QUANTITÉ (POIDS)	 GESTION DE L'EAU	 FORME PLATE	 CONSOMMABLES	 FACILE À RÉNOVER	 USAGE RESPONSABLE	 SOUTIEN AUX PRODUITS ET SERVICES ÉCOLOGIQUES	 GESTION DE L'EAU
C	 MATÉRIAUX TECHNIQUES : CONTENUS RECYCLÉS ET RECYCLABILITÉ	 GESTION DES DÉCHETS	 CAPACITÉ D'EMPILEMENT	 RÉPARABILITÉ	 FACILE À DÉMONTÉ	 CONCEPTION ORIENTÉE À UNE UTILISATION COOPÉRATIVE ET PARTICIPATIVE	 MATÉRIEL DE BUREAU	 GESTION DE L'ENTREPRISE
D	 MATIÈRES ORGANIQUES : RENOUVELABILITÉ ET COMPOSTABILITÉ	 INTRANTS ET EXTRANTS DE PRODUITS CHIMIQUES	 MOYENS DE TRANSPORT	 DURABILITÉ	 ÉTIQUETAGE ET IDENTIFICATION	 CONCEPTION À VISÉE ÉDUCATIVE	 CONFÉRENCES TÉLÉPHONIQUES	 ACHATS ÉCOLOGIQUES
E	 LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE DE LA SOURCE	 PROCESSUS ET TECHNOLOGIE	 ITINÉRAIRES ET DISTANCES	 POLYVALENCE ET MODULARITÉ	 INTRANTS ET EXTRANTS DE PRODUITS CHIMIQUES	 POLITIQUES DE COMPENSATION	 VOYAGES ET SALONS	 POLITIQUES ET CONDITIONS DE TRAVAIL

1 2 3 4 5 6 7 8 9 
Global Score
Matrix

Suivez les étapes
indiquées sur la
carte

4

Poursuivez dans le
cahier d'activités

2








Comment procéder ?

Bravo ! À présent, additionnez tous les points obtenus et voyons quel est votre score global ! Pour vous faire une idée de votre résultat final, vous pouvez consulter le tableau ci-dessous !

3

Comment procéder ? (optionnel) ?

Avant de passer à l'étape suivante, vous pouvez noter ici comment vous pensez améliorer ce score, votre impression et tout ce que vous désirez communiquer sur le processus.

				
 + 	00-30	31-60	61-90	91-120
	00-12	13-24	25-34	35-45

Votre note finale :



Étude de cas

Activités et ressources clés, et écoconception

Activités clés 1

Résolution de problèmes

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer votre proposition de valeur ajoutée (PVA), résoudre un problème spécifique ou maintenir un haut niveau d'innovation dans votre entreprise ?



Production

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour produire vos produits ou fournir vos services ?



Plate-forme/réseau/ventes

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer une plate-forme ou un réseau de valeur efficace dans le but de promouvoir les ventes, la distribution, la communication avec les parties prenantes ?



Gestion de la chaîne d'approvisionnement

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer un système de gestion de la chaîne d'approvisionnement de valeur et efficace ? De quoi avez-vous besoin pour traiter avec un fournisseur ?



- Formation de techniciens et force de vente.
- Information des utilisateurs finaux concernant les avantages des systèmes domestiques solaires pv.
- Gestion du service et de la maintenance des systèmes solaires pv une fois installés.
- Installation de systèmes domestiques solaires pv.
- Gestion juridique et contractuelle.
- Contrôle de qualité et tests de puissance.
- Gestion financière.
- Création et coordination d'un réseau de vente.
- Aide aux techniciens.
- Stratégies de planification en vue du développement d'un réseau de clientèle.
- Lobbying auprès de l'administration locale afin de rémunérer la mise en oeuvre de systèmes solaires pv.
- Gestion de la logistique des installations et du stockage des matériaux.
- Stratégie de renforcement de la stabilité de l'approvisionnement.
- Négociation avec le fournisseur en vue d'obtenir d'intéressants contrats d'approvisionnement.
- Gestion du recyclage des systèmes pv.

L'équipe Solar Rural Algeria n'a pas encore consacré de temps à réfléchir à ce dont elle aurait besoin pour fournir son service. Elle commence maintenant, en même temps que ses partenaires

Ressources clés 2

Capital humain

Quelles ressources humaines votre proposition de valeur ajoutée exige-t-elle ? Qu'en est-il des gens qui travaillent pour/avec vous ?



Capital physique

Quelles sont les ressources physiques qui sont importantes pour votre entreprise ? (Pensez à tout ce qui concerne des installations, des machines, des véhicules, etc.)



Capital intellectuel et numérique

De quelles ressources intellectuelles et numériques avez-vous besoin ? Avez-vous besoin de licences, de brevets, de logiciels ?



Capital financier

De quel type de capital financier avez-vous besoin ? Y a-t-il des questions financières à résoudre, telles que investissements, prêts ou autres (p. ex. crédit-bail de machines, etc.), en rapport avec votre entreprise ?



- Équipe fondatrice : Abdullah Rachin et Mohamad Aziz (Services technique et des ventes).
- 4 techniciens.
- Employés de bureau.
- Entrepôt
- Pièce de stockage pour les éléments dangereux et les batteries épuisées cassées.
- Bureau régional.
- 2 camionnettes utilisées par les techniciens.
- 1 voiture utilisée par le manager et les vendeurs.
- Pge Internet d'information.
- Logiciel de contrôle du système PV.
- Licences logicielles.
- Ouvrir le logiciel source pour les tâches de bureau.
- Hypothèque sur 15 ans pour les dépenses des installations et des véhicules.
- Microcrédits pour fournir une aide financière en vue de l'achat de systèmes PV.

Fiche 6

d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Conception orientée à une utilisation coopérative et participative

Votre produit/service encouragent-ils une utilisation davantage participative d'une ressource ? Encourage-t-il la coopération et l'efficacité partagée ?

Nous souhaitons approvisionner en électricité un aussi grand nombre de personnes que possible. Nous savons que beaucoup de familles n'en ont pas les moyens, mais nous essayons toujours de promouvoir la collaboration avec d'autres familles qui ont acheté nos systèmes. Enfin, nous créons un mécanisme positif qui pourrait nous aider à augmenter les ventes dans le futur tout en résolvant nos besoins actuels, urgents.



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 6 *Partie 2*



Accessoires et gadgets

Combien et quels types d'appareils, d'accessoires et d'objets sont-ils pris en considération lorsque votre client utilise le service ?

- Systèmes solaires PV.
- Batteries.
- Interrupteurs.
- Câbles et outils.
- À l'appui du matériel de structure pour l'installation PV.



Usage responsable

Avez-vous pris en compte une quelconque stratégie d'amélioration des conduites environnementales de votre utilisateur de service ?

Oui, nos techniciens donneront une brève formation aux clients concernant l'utilisation des systèmes PV. Cela est très important, car l'utilisation efficace de l'appareil est essentielle à la fourniture aux utilisateurs d'un approvisionnement stable et sûr. Nous leur recommandons aussi de nettoyer les appareils.



Conception à visée éducative

De quelle manière votre produit/service promeut-il la protection environnementale et l'éducation vis-à-vis des utilisateurs et de la société ?

Il réduit le bruit et les émissions de gaz dans les foyers. Il offre aussi aux enfants l'opportunité d'étudier quand il fait nuit, ce qui les aide à finir leurs études normalement !



Politiques de compensation

Avez-vous mis en place une politique de compensation (annulation du CO2, soutien des ONG, etc.) afin d'annuler vos impacts ou de soutenir les initiatives vertes ?

Pas encore. Nous envisageons cette possibilité. L'année prochaine, nous demanderons une aide concernant le décompte du carbone, afin d'adresser un message cohérent à nos clients.

Fiche 6

d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Conception orientée à une utilisation coopérative et participative

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. Mon service encourage-t-il l'échange de ressources, de produits inutilisés ou d'articles d'occasion, dans le cadre d'un modèle de consommation participative ?
2. Mon entreprise soutient-elle la consommation responsable ?
3. Mon service promeut-il véritablement la collaboration, l'innovation et la co-création ?



Accessoires et gadgets

Note **2** Oui, Non, Autre ?

Si vous répondez oui à la 1re question, ignorez la 2e et la 3e et marquez 3 points.

1. N« aucun appareil ni équipement n'est impliqué dans la fourniture du service ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « Tous les appareils et équipements sont loués ou accessibles par les utilisateurs qui ne les achètent pas. Votre société, qui les entretient, en est propriétaire ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. La plupart des équipements concernés ou des produits plutôt neufs sont-ils très efficaces et même conçus écologiquement ?



Conception à visée éducative

Note **1** Oui, Non, Autre ?

1. Mon service véhicule-t-il les idées de durabilité et d'éducation, d'égalité des sexes et d'intégration sociale des minorités ? Tout cela ?
2. Mon service aide-t-il d'autres personnes à rendre leurs activités plus durables ? Aide-t-il à connaître le concept de durabilité ?
3. Mon projet inspire-t-il d'autres personnes, leur fait-elle suivre de bonnes pratiques et leur donne-t-elle l'idée de s'informer sur l'éco-conception et la durabilité ?

Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 1 Partie 3



Usage responsable

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. L'interaction avec l'utilisateur dans le cadre de la prestation de service a-t-elle été conçue afin de parvenir à l'utilisation la plus efficace des ressources et de l'équipement, d'éviter les pertes d'énergie et de promouvoir des conduites durables ?
2. Tout utilisateur peut-il accéder au service et l'utiliser, confortablement, même des personnes âgées, des handicapés, des enfants, des malades et d'autres groupes sociaux ?
3. Toutes les interfaces (physique, internet, application mobile...) Sont-elles conçues pour minimiser la consommation d'énergie et améliorer sa facilité/possibilité d'utilisation ?

6b1. Nous ne les avons pas conçues, mais nous avons choisi les interfaces les plus faciles d'utilisation, car notre client a besoin d'un simple panneau de contrôle pour voir que tout marche bien. + 1 point.



Politiques de compensation

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. Dois-je participer à des programmes d'annulation afin de compenser mes émissions ?
2. Dois-je collaborer à des initiatives pour les aider ?
3. Mon service aide-t-il la communauté locale, le voisinage ou d'autres parties prenantes ?

6d3. Nous envisageons d'organiser des discussions dans les communautés locales et les écoles, afin d'encourager les parents à s'instruire davantage concernant les systèmes PV. 0 point.



Suivez les étapes
indiquées sur
la carte

2

Allez à
la fiche 7

Fiche 6 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ?

1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Conception orientée à une
utilisation coopérative et
participative

Note
initiale

2

Nouvelle
note

2



Conception à visée
éducative

Note
initiale

1

Nouvelle
note

1



Politiques de
compensation

Note
initiale

2

Nouvelle
note

3

6d3 >> Nous avons prévu 5 discussions dans des communautés rurales jusqu'à décembre, afin de faire connaître l'importance de l'efficacité énergétique + 1 point.

Fiche 7

d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Matériel de bureau

Gérez-vous des papiers, des brochures et des matériaux de vente, mais uniquement par des moyens numériques ? Quels volumes imprimez-vous (combien d'exemplaires) ? En quoi consistent ces publications (matériaux, qualité, labels, etc.) ?

Jusqu'ici, nous n'avons guère publié qu'un certain nombre de brochures... Mais nous avons commencé d'utiliser une tablette permettant de montrer une vidéo à des distributeurs et à des clients potentiels. C'est amusant, et plus attrayant.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48



Transparence et information

Les informations pertinentes concernant la politique environnementale, les matériaux, les fournisseurs, les caractéristiques des produits... sont-elles facilement accessibles ? Comment ?

Les informations sur la politique environnementale sont accessibles, car elles sont publiées dans la documentation gouvernementale et également disponibles en ligne.

Les caractéristiques de produit sont difficiles à comparer, car très souvent elles ne coïncident pas ou sont insuffisantes en termes de performance environnementale.



Conférences téléphoniques

Comment organisez-vous le travail et les réunions avec vos collègues, clients et autres parties prenantes dans une région ou un pays différents ?

Nous utilisons le téléphone, l'email et skype la plupart du temps. Nous voyageons par avion en Europe pour négocier avec nos fournisseurs de systèmes PV, et parfois nous rendons visite à nos clients des villages en voiture.



Soutien aux produits et services écologiques

Vendez-vous ou faites-vous la promotion de produits ou de services d'autres entrepreneurs verts ? Votre magasin ou votre salon d'exposition sont-ils économes en matière d'énergie, d'eau et de déchets ?

Nous avons choisi les systèmes PV conventionnels, mais nous pensons qu'ils n'ont pas été éco-conçus. Nous vérifierons si nous pouvons trouver des panneaux ou des systèmes PV certifiés.

Nous proposons un éco-service à nos clients. Nous n'avons ni magasin ni salon d'exposition.



Voyages et salons

Comment organisez-vous les voyages de vente ? Quels moyens utilisez-vous ? Organisez-vous des événements ou des salons ? Comment ?

Eh bien, nous ne voyageons pas tant que cela... nos employés, si. Ils s'efforcent de répandre les informations et d'attirer de nouveaux clients dans la région. Ils voyagent principalement en minibus (nos minibus ne sont d'ailleurs ni neuves ni efficaces) Parfois, ils prennent le train.

Nous ne participons pas à des foires. Mais nous le ferons peut-être dans l'avenir.

Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 7 Partie 2

Fiche 7

d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ? 1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ? 2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Matériel de bureau

Note **1** Oui, Non, Autre ?

1. Je n'imprime presque aucun document, si ce n'est pour des raisons légales. Vrai ? Oui
2. Quand j'utilise du papier, ou d'autres matériaux de bureau, j'en choisis qui soient certifiés, avec une résolution optimisée de façon à éviter les couvertures en plastique. Vrai ? A
3. Est-ce que j'applique des critères d'approvisionnement verts concernant les fournitures de bureau ? A

7C2 - La plupart du temps, nous trouvons difficile d'acheter du papier certifié ou écologique à Ghardaïa (+ 0 point)

7C3 - Nous essaierons d'appliquer des critères d'approvisionnement verts à nos actifs de bureau, mais jusqu'ici nous n'avons pas pu (0 point)



Transparence et information

Note **1** Oui, Non, Autre ?

1. Avez-vous obtenu un quelconque label vert ou une certification ? A
2. Mes informations environnementales sont-elles gratuites et aisément accessibles sur Internet ou sur mon point de vente (hôtel, etc.) ? Oui
3. Est-ce que je mesure et communique tous les aspects pertinents de mon activité à des fins d'examen par les parties prenantes (aspects environnementaux, sociaux, concernant les conditions de travail, etc.) ? Non

7a1. Non, nous n'en avons pas encore... Nous pensons à une certification ISO 14001, mais nous ne pouvons pas nous le permettre pour le moment (0 point)



Conférences téléphoniques

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. « J'encourage l'utilisation des systèmes de visioconférence ». Cette déclaration est-elle vraie ? Oui
2. « S'il faut voyager, j'utilise des moyens efficaces de transport si possible (train, bus, vélo...) ». Cette déclaration est-elle vraie ? A
3. « Je minimise l'usage du papier et du courrier, j'utilise les systèmes de courrier électronique chaque fois que possible ». Cette déclaration est-elle vraie ? Oui

7d2 - Malheureusement, notre bureau n'est pas aisément accessible par les transports publics. Alors tout le monde vient aux réunions en voiture (souvent vieilles et inefficaces). (0 point)



Soutien aux produits et services écologiques

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. Est-ce que je vends des écoproduits ou des écoservices ? Oui
 2. Est-ce que je suis un intermédiaire nécessaire entre producteurs et consommateurs ? Oui
- Si vous n'avez ni magasin ni salon d'exposition, ignorez la 3e question et marquez 1 point.**
3. Mes magasins (ou mon salon d'exposition) sont-ils très économes en matière d'énergie, d'eau et de gestion des déchets ?



Voyages et salons

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. « À des fins économiques, notre main-d'œuvre ne voyage pas par les moyens de transport suivants : avion, voiture, minibus (ou équivalent) ». Cette déclaration est-elle vraie ? Non
 2. « Nous ne prenons l'avion que pour des trajets plus longs ou s'il n'y a pas d'option plus efficace à disposition ». Cette déclaration est-elle vraie ? Oui
- Si vous n'organisez pas d'événements ni de salons, ignorez la 3e question et marquez 1 point.
3. Est-ce que je m'applique à réduire l'impact des événements et salons sur l'environnement ?

Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 7 Partie 3

Fiche 7 d'écoconception

Fiche 3/3

Comment procéder ? 1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Matériel de bureau

Note
initiale

1

Nouvelle
note

1

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

7C2>> Nous avons décidé de nous acheminer vers une politique «0 papier». Mais actuellement, nous ne sommes toujours pas en mesure d'introduire un système de facturation «numérique». >> 0 point.

7C3 >> Nous allons rechercher du matériel de bureau avec le label éco >> 0 point.

1



2



3



4



5



6



7

Ventes et
communication

8



9



Suivez les étapes
indiquées sur
la carte

2

Allez à
la fiche 8



Transparence et information

Note
initiale

1

Nouvelle
note

1

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Soutien aux produits et services écologiques

Note
initiale

2

Nouvelle
note

2

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Conférences téléphoniques

Note
initiale

2

Nouvelle
note

3

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

7 d2 >> Nous avons prévu de réduire les réunions sur site avec le distributeur dans toute la mesure du possible. Nous pensons les limiter à un système de visioconférence. De cette façon, nous avons réduit coûts et temps >> + 1 point.



Voyages et salons

Note
initiale

2

Nouvelle
note

2

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

Fiche 8

d'écoconception

Fiche 1/3

1

Comment procéder ?

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte-ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !



Gestion de l'entreprise

Gérez-vous vos activités et vos priorités dans le cadre de politiques de promotion d'une gestion efficace des ressources ?

Eh bien, pour des raisons d'ordre économique et environnemental nous avons lancé il y a trois mois un plan d'optimisation de nos ressources en général. Au début, c'était difficile, mais nous avons calculé que nous ferions un minimum de 5% d'économies si nous contrôlons ressources et achats.



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 8 Partie 2



Gestion de l'énergie

Votre installation de production, bureau, hôtel... ont-ils été conçus et bâtis afin de réduire la consommation d'énergie au minimum ?

Non, nous avons loué une vieille usine pour commencer à fonctionner. Nous recherchons maintenant un bâtiment de meilleure qualité et le plus efficace possible, proche du centre-ville, car nous souhaitons recevoir des investisseurs et des représentants publics pour leur faire connaître ce que nous faisons et donner à notre société davantage de visibilité. Dans les années à venir, nous souhaiterions développer notre entreprise dans des zones suburbaines plus proches des villes.



Gestion de l'eau

Votre installation de production, bureau, hôtel... ont-ils été conçus et bâtis afin de réduire la consommation d'eau au minimum ?

Comme mentionné dans la question Énergie, notre installation est un bâtiment ancien. La consommation d'eau est mesurée par la société de gestion de l'eau. Mais nous savons qu'il est possible d'introduire des améliorations. De temps à autre, nous découvrons des fuites et un gaspillage d'eau qui n'est pas inévitable (le plus souvent dans les salles de bain). Nous devons nous en occuper dans les meilleurs délais.



Achats écologiques

Achetez-vous des produits/services certifiés ? À quel type appartient cette certification ?

Non, nos systèmes PV ne sont pas certifiés (hormis pour ce qui concerne la qualité et les exigences juridiques), mais nous recherchons de nouveaux fournisseurs.



Politiques et conditions de travail

Quelles sont les conditions d'emploi des personnes travaillant en relation directe avec votre produit/service ?

Oui, nous prenons toujours soin de notre personnel et en particulier de nos techniciens, car ils représentent une opportunité considérable de pouvoir continuer à développer notre réseau. S'ils se sentent engagés vis-à-vis d'une mission et heureux, ils travaillent mieux et promeuvent notre marque au sein des communautés.

Les femmes sont une autre question. Nous considérons qu'elles sont une clé permettant d'atteindre les dirigeants des communautés. Nous avons donc lancé un programme d'autonomisation à leur intention.

Fiche 8

d'écoconception

Fiche 2/3

Comment procéder ?

1

Répondez aux questions. Pour chaque oui (oui), vous obtenez 1 point, pour chaque non (non) vous obtenez 0 point. Si vous ne connaissez pas la réponse, choisissez autre (A) et vous obtenez 0 point, sauf si vous pouvez donner une bonne explication ou bien d'autres options.

Comment procéder ?

2

Pour chaque boîte, calculez votre nombre total de points et notez votre score au-dessus (ou au-dessous) comme indiqué. Notez le score ainsi que l'émoticône qui le représente.



0/3 1/3 2/3 3/3



Gestion de l'entreprise

Note **3** Oui, Non, Autre ?

1. Ai-je une politique environnementale ?
2. Ai-je un objectif d'amélioration continue de la performance environnementale de mes produits et services ?
3. Gérez-vous vos activités et priorités de façon à promouvoir une innovation durable, la co-création ?

8c1. Juste un commentaire. Comme mentionné auparavant, nous étudions la façon d'obtenir une certification ISO 14001 afin de consolider notre politique environnementale et d'obtenir la reconnaissance de nos parties prenantes.



Suivez les étapes indiquées sur la carte

3

Allez à la fiche 8 Partie 3



Gestion de l'énergie

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. « Je sais de combien d'énergie j'ai besoin chaque mois dans mon équipement, et j'ai fait tout mon possible pour réduire ce volume ». Cette déclaration est-elle vraie ?
2. « Mes installations sont dotées d'une isolation thermique complète, ou alimentées par des sources renouvelables ». Cette déclaration est-elle vraie ?
3. Ai-je choisi un fournisseur d'énergie certifié vert ? Me suis-je inscrit à un programme d'efficacité ?

Notre bâtiment est vieux. Nous recherchons maintenant un nouveau bâtiment où nous puissions mieux faire la preuve de l'importance de l'efficacité énergétique, et si nécessaire y installer des systèmes PV. Et aussi économiser de l'argent ! (1 point)



Gestion de l'eau

Note **0** Oui, Non, Autre ?

1. Je sais de combien d'eau j'ai besoin chaque mois dans mon installation, et j'ai tout fait pour en réduire le volume au minimum. Vrai ?
2. Est-ce que j'utilise des dispositifs efficaces de consommation d'eau ?
3. Est-ce que j'informe et prépare correctement tout le personnel et les clients afin d'éviter tout gaspillage d'eau ?

8b1. Nous demandons à la société de gestion de l'eau de nous fournir les données de consommation réelle afin de concevoir une stratégie d'efficacité (0 point)

8a3. Nous nous en occupons, mais nous n'avons pas fini (0 point)



Achats écologiques

Note **1** Oui, Non, Autre ?

1. Est-ce que j'achète l'essentiel des produits/services dont j'ai besoin à des fournisseurs ayant le label vert ?
2. Ai-je le label écologique ou un fournisseur certifié ?
3. Les informations environnementales concernant ma chaîne d'approvisionnement et mes labels sont-elles accessibles par mes parties prenantes ?



Politiques et conditions de travail

Note **2** Oui, Non, Autre ?

1. Ai-je adopté une politique d'égalité des sexes ?
2. Tous mes employés et fournisseurs sont-ils adéquatement rémunérés ? Bénéficient-ils de sécurité et de protection conformément aux normes légales ?
3. Ai-je adopté une politique de responsabilité sociale envers toutes les parties prenantes qui sont liées à mon projet ?

8E1 - Actuellement, il est difficile de mener une telle politique car nous sommes une petite entreprise et que peu de femmes ont les compétences techniques nécessaires à la maintenance des panneaux solaires. Nous n'oublions pas cela à l'avenir (0 point)

3E2 - Actuellement, tous les travailleurs recrutés sont rémunérés conformément à la législation. Mais nous aimerions progresser. (0 point)

Fiche 8 d'écoconception Fiche 3/3

Comment procéder ?

1

Questionnez-vous sur la manière d'améliorer vos notes pour chacun des blocs où vous n'avez pas obtenu 3/3.

Dans la boîte verte, vous pouvez trouver des stratégies d'écodesign, des idées et d'autres astuces pour améliorer votre solution actuelle. Formalisez et rédigez vos stratégies et vos idées ! Passez à l'écodesign ! ;)



Gestion de l'entreprise

Note initiale **3** Nouvelle note **3**

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Suivez les étapes indiquées sur la carte

2

Allez à la fiche 9



Gestion de l'énergie

Note initiale **2** Nouvelle note **3**

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Gestion de l'eau

Note initiale **0** Nouvelle note **2**

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

8b1.>> Ce mois-ci, nous disposerons des données et nous lancerons un plan d'efficacité pour l'eau, afin d'éviter les fuites et de réduire notre consommation d'autant que 10% (1 point)

8b3.>> Nous prévoyons de donner à notre main d'oeuvre un programme de formation sur l'utilisation de l'eau deux fois par an (+ 1 point)



Achats écologiques

Note initiale **1** Nouvelle note **1**

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?



Politiques et conditions de travail

Note initiale **2** Nouvelle note **3**

Quelles idées et stratégies pour améliorer votre score actuel ?

8E1 - Nous étudions encore la méthodologie. Actuellement, nous assurons la promotion de programmes dans les communautés rurales, afin de former les femmes à l'installation et à la maintenance des systèmes PV. À cette fin, nous nous sommes inspirés du projet indien «Barefoot College» qui a aidé des femmes à acquérir un rôle stratégique dans la mise en relation de la technologie et de la durabilité. Nous sommes passablement impressionnés, nous pensons que c'est la bonne direction ! (1 point)



Étude de cas

Fiche 9 d'écoconception

Hassan est très surpris de découvrir que l'éco-conception de son service les a aidés à anticiper et à prévenir les opérations non rentables :








– Note initiale de 27, et finale de 32. Pas mal ! Cela aussi contribuera à la réduction des coûts !!

	1 MATÉRIAUX ET RESSOURCES	2 PRODUCTION	3 CONDITIONNEMENT ET DISTRIBUTION	4 UTILISATION ET ENTRETIEN	5 GESTION DE LA FIN DE VIE	6 SERVICE	7 VENTES ET COMMUNICATION	8 INFRASTRUCTURE
A	TYPE ET NOMBRE DE MATÉRIAUX	GESTION DE L'ÉNERGIE	MATÉRIAUX D'EMBALLAGE	CONSOMMATION D'ÉNERGIE	FACILE À RÉUTILISER	3 ACCÈS AUX TRANSPORTS ET GÉOMÉTRIE	1 INFORMATION	2 GÉOMÉTRIE DE L'ÉNERGIE
B	QUANTITÉ (POIDS)	GESTION DE L'EAU	FORME PLATE	CONSOMMABLES	FACILE À RÉNOVER	3 RESPONSABLE	2 SOUS-PRODUITS SERVICES ÉCOLOGIQUES	2 GÉOMÉTRIE DE L'EAU
C	MATÉRIAUX TECHNIQUES : CONTENUS RECYCLÉS ET RECYCLABILITÉ	GESTION DES DÉCHETS	CAPACITÉ D'EMPILEMENT	RÉPARABILITÉ	FACILE À DÉMONTER	2 CONCEPTION ORIENTÉE À UNE DISTRIBUTION COOPÉRATIVE ET PARTICIPATIVE	2 MATÉRIEL DE BUREAU	3 GÉOMÉTRIE DE L'ENTREPRISE
D	MATIÈRES ORGANIQUES : RENOUVELABILITÉ ET COMPOSTABILITÉ	INTRANTS ET EXTRANTS DE PRODUITS CHIMIQUES	MOYENS DE TRANSPORT	DURABILITÉ	ÉTIQUETAGE ET IDENTIFICATION	2 CONCEPTION À VISÉE INNOVATIVE	3 COOPÉRATIVE DE TÉLÉCOMMUNICATIONS	1 AGÉOMÉTRIE ÉCOLOGIQUES
E	LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE DE LA SOURCE	PROCESSUS ET TECHNOLOGIE	ITINÉRAIRES ET DISTANCES	POLYVALENCE ET MODULARITÉ	INTRANTS ET EXTRANTS DE PRODUITS CHIMIQUES	1 POLYVALENCE DE COMPOSITION	2 VOYAGES DE SALES	3 POLYVALENCE DE CONCEPTION

32



VOTRE NOTE FINALE

				
 + 	00-30	31-60	61-90	91-120
	00-12	13-24	25-34	35-45

Cependant, l'équipe sait qu'elle n'a pas vraiment été performante.

- Nous sommes certains qu'il existe une voie vers de futures améliorations. En particulier, des questions comme celles de la gestion de l'eau et de l'énergie n'ont pas obtenu une bonne note. Nous devons y consacrer plus d'attention à l'avenir.
- Pour nous, c'est un enjeu stratégique que de communiquer un message cohérent à nos communautés et parties prenantes, si nous savons devenir durables, nous doter de faisabilité économique et ainsi attirer des investisseurs et des personnes qui nous fassent confiance !

Résumé : Comment procéder ?

Pour le moment, nous allons nous concentrer sur :

- l'organisation de 5 discussions dans des communautés rurales, afin de répandre l'information concernant l'importance de l'efficacité énergétique.
- Ce mois-ci nous allons obtenir des données concernant notre consommation d'eau, et nous allons lancer un plan d'efficacité en relation avec l'eau afin d'éviter les fuites et de réduire la consommation - de 10% si possible.
- Donner à notre main d'œuvre un programme de formation concernant l'utilisation de l'eau.



Étude de cas

Activités et ressources clés, et écoconception

Vous rappelez-vous Khajib Alal ?! Il veut lancer Sensil, la première marque de produits en coton biologique égyptien pour bébés (de 0 à 3 ans). La proposition de valeur de Sensil consiste à fournir des vêtements sains (non toxiques) aux bébés.

Khajib Alal procède actuellement à l'analyse des Activités et Ressources clés avec son épouse Sofiah (qui est son associée). Cela s'avère compliqué, car ils offrent simultanément un produit (vêtements) et un service (vente). En conséquence, sur la Carte 0 ils indiquent qu'ils devront remplir toutes les autres cartes.

04
Mettre en œuvre

Activités clés ¹

Résolution de problèmes

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer votre proposition de valeur ajoutée (PVA), résoudre un problème spécifique ou maintenir un haut niveau d'innovation dans votre entreprise ?

Production

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour produire vos produits ou fournir vos services ?

Plate-forme/réseau/ventes

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer une plate-forme ou un réseau de valeur efficace dans le but de promouvoir les ventes, la distribution, la communication avec les parties prenantes ?

Gestion de la chaîne d'approvisionnement

Quelles sont les activités et les tâches que vous devez accomplir pour créer un système de gestion de la chaîne d'approvisionnement de valeur et efficace ? De quoi avez-vous besoin pour traiter avec un fournisseur ?

05
Mesurer et améliorer

Ressources clés ²

Capital humain

Quelles ressources humaines votre proposition de valeur ajoutée exige-t-elle ? Qu'en est-il des gens qui travaillent pour/avec vous ?



Capital physique

Quelles sont les ressources physiques qui sont importantes pour votre entreprise ? (Pensez à tout ce qui concerne des installations, des machines, des véhicules, etc.)



Capital intellectuel et numérique

De quelles ressources intellectuelles et numériques avez-vous besoin ? Avez-vous besoin de licences, de brevets, de logiciels ?



Capital financier

De quel type de capital financier avez-vous besoin ? Y a-t-il des questions financières à résoudre, telles que investissements, prêts ou autres (p.ex. crédit-bail de machines, etc.), en rapport avec votre entreprise ?



Établissez une liste des *activités clés*. Gardez à l'esprit que certaines d'entre elles peuvent être liées à des activités spécifiques de votre niche de marché, d'autres pouvant être liées à la gestion générale. Les deux sont très importants, ne l'oubliez pas !

Établissez une liste des *ressources clés* en tenant compte de tout ce dont vous avez besoin pour créer, livrer et gérer vos produits et services, et réaliser des opérations commerciales.

Manuel
pp.63-67

- Recherche en vue de réduire le temps/les coûts de coupe à la main.
- Campagne marketing adressée aux mères sensibilisées.
- Gestion de notre propre label d'agriculture biologique.
- Gestion d'activités de séminaire et de stockage de matériaux.
- Processus de fabrication de vêtements (teinture, coupe, couture, repassage).
- Gestion de la main-d'œuvre.
- Gestion de boutique en ligne.
- Gestion des réseaux sociaux.
- Contrôle des certifications fournisseurs.
- Recherche de teintures naturelles locales.

Équipe fondatrice : Khajib Alal et Sofiah Kamal

- 5 travailleurs.
- Atelier et entrepôt en dehors de Tanta (15 km) et installations de teinture, de coupe, de couture, de repassage.
- Boutique/Bureau à Tanta (centre).
- 1 camionnette utilisée pour le transport des fils et d'autres matériaux nécessaires.
- Teinturiers.
- Eau et énergie.
- Page Internet (informations et e-commerce).
- Ouvrir le logiciel source pour les tâches de bureau.
- Hypothèque sur 5 ans en relation avec les dépenses de machines.
- Nous avons reçu la boutique/le bureau en héritage des parents de Sofiah (PAS de location !)

Khajib Alal et Sofiah ont répertorié toutes les activités et ressources qui leur sont nécessaires en vue de livrer leur proposition de valeur.

Peuvent-ils trouver une façon efficace, respectueuse de l'environnement et de la société pour y parvenir ? Ils répondent à toutes les questions des cartes 1 à 8 et commencent à imaginer de meilleures approches et des solutions pour améliorer leur note finale !



Note

Vous trouverez l'analyse KA et KR complète en ligne. Cela prend du temps, mais c'est utile pour ceux qui développent une entreprise verte (un produit seul ou un produit et un service). Rendez-vous sur <https://goo.gl/uW2zrb>

04
Mettre en œuvre

Fiche 1 d'écoconception

Fiche 1/3

Comment procéder ? 1

Essayez de répondre aux questions. Vous pouvez commencer où vous vous sentez le plus à l'aise.

Réfléchissez et rassemblez toute l'information possible. Les réponses vont ensuite être évaluées dans la partie suivante de cette carte --ci. Si vous n'avez pas de réponse immédiatement, alors nous vous recommandons de persévérer, avant de passer à l'étape suivante. C'est à vous, et bon courage !

05
Mesurer et améliorer

Créez votre entreprise verte
Le cahier d'exercices des entrepreneurs
verts en Méditerranée

Suivez les étapes indiquées sur la carte 2 ➔ Allez à la Fiche1 Partie 2

<p>Type et nombre de matériaux</p> <p>Type et nombre de différents matériaux et ressources utilisés ?</p>	<p>Localisation géographique de la source</p> <p>Où et comment vous êtes-vous procuré les matériaux (distance par rapport à vos installations) ?</p>
<p>Quantité (poids)</p> <p>Type et nombre de différents matériaux et ressources utilisés ? Quantité (poids) de tous les éléments et composants ?</p>	<p>Matériaux techniques : contenus recyclés et recyclabilité</p> <p>Pour les matériaux techniques (tels que les plastiques, les métaux...), Qu'en est-il des contenus recyclés et de la recyclabilité de ces matériaux ?</p>
	<p>Matières organiques : Renouvelabilité et compostabilité</p> <p>Pour les matières organiques (telles que le coton, le bois, les aliments...), renouvelabilité de la source et compostabilité des matériaux ?</p>

Créez votre entreprise verte
Le cahier d'exercices des entrepreneurs
verts en Méditerranée

1 ➔ 2

3 ➔ 4 ➔ 5 ➔ 6 ➔ 7 ➔ 8 ➔ 9

10 ➔ 11 ➔ 12 ➔ 13 ➔ 14 ➔ 15 ➔ 16 ➔ 17 ➔ 18 ➔ 19 ➔ 20



Étude de cas

Fiche 9 d'écoconception

	1	2	3	4	5	6	7	8
	MATÉRIAUX ET RESSOURCES	PRODUCTION	CONDITIONNEMENT ET DISTRIBUTION	UTILISATION ET ENTRETIEN	GESTION DE LA FIN DE VIE	SERVICE	VENTES ET COMMUNICATION	INFRASTRUCTURE

A								
B								
C								
D								
E								

106

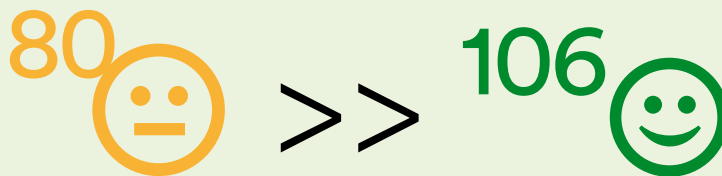
VOTRE NOTE FINALE

Pendant le processus d'éco-conception, de la carte 1 à la carte 9 Khajib Alal a défini un grand nombre de stratégies... Leurs favoris, celles avec lesquelles ils vont commencer, sont :

- demander du PS recyclé ou une alternative locale organique comme le bois.
- informer nos clients à propos du label - comment choisir un « ecosap » et entretenir adéquatement le produit.
- lancer une campagne de collecte de vêtements usés et les donner à des organisations caritatives (taudis de Manshiet Naser, Le Caire).
- échanger les composants PS contre du bois (boutons) et coton (étiquette et fil).
- lancer des sessions de co-création avec des mères et des grands-mères pour leur enseigner comment concevoir de nouveaux articles pour bébés que nous fabriquerons ensuite.

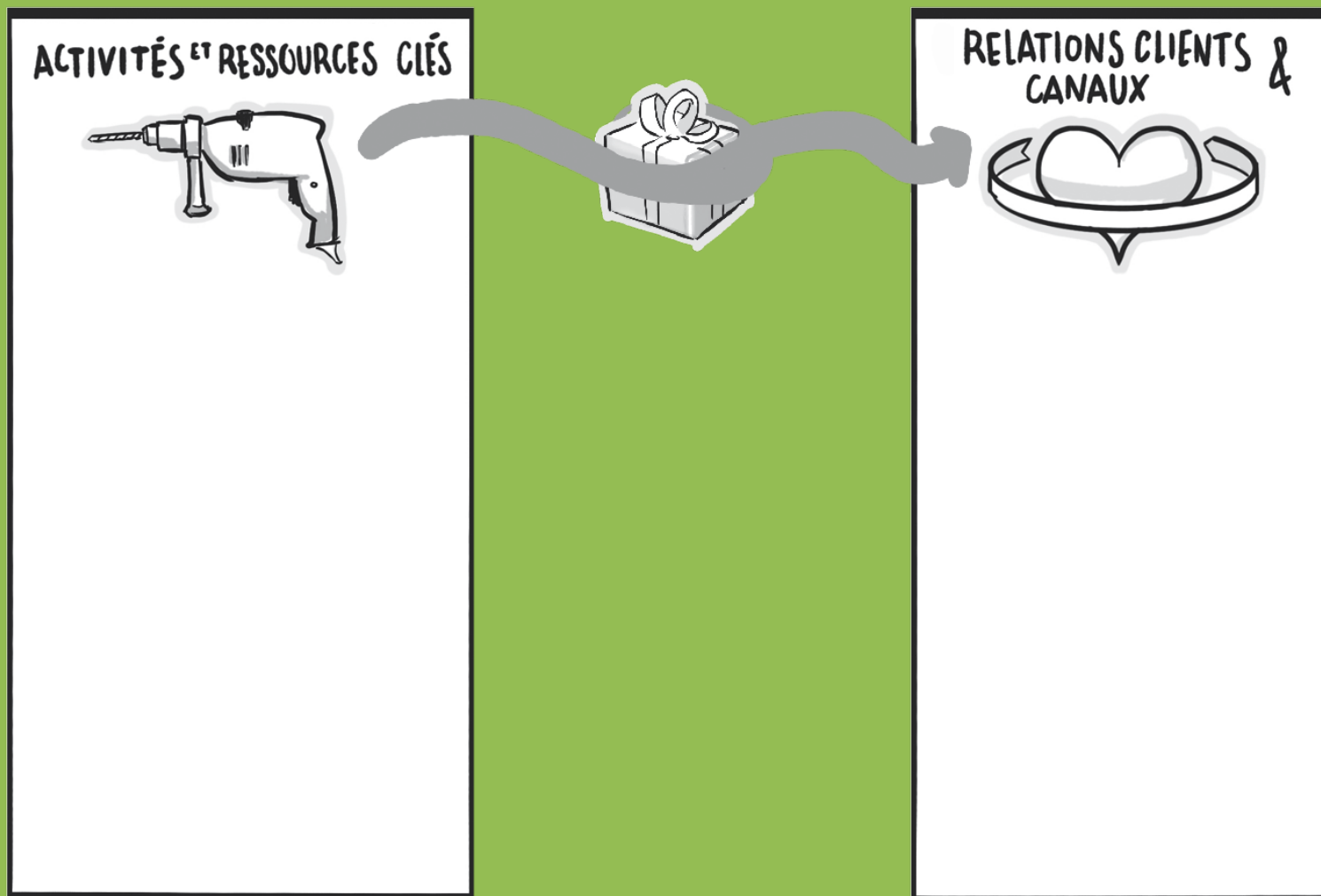
Ils en sont fiers, depuis qu'ils ont mis en pratique l'éco-conception ils ont augmenté leur résultat. Ils en sont fiers !!

EN APPLIQUANT L'ÉCOCONCEPTION



Exercice 15

*Résumé des Activités et
Ressources clés, des Relations
Clients et des Canaux.*





Étude de cas

Résumé des Activités et Ressources clés, des Relations Clients et des Canaux.

ACTIVITÉS ET RESSOURCES CLÉS



Activités clés :

- Achat, installation et maintenance des systèmes domestiques solaires PV.
- Formation de techniciens et de vendeurs.
- Information des clients.
- Gestion financière, juridique et contractuelle.
- Lobbying auprès de l'administration locale.
- Gérer la logistique des installations et le stockage des matériaux.
- Renforcer la stabilité de l'approvisionnement.
- Négociations avec les fournisseurs.
- Gestion du recyclage des systèmes PV.

Ressources clés :

- L'équipe, les techniciens et l'employé(e) de bureau.
- Entrepôt.
- Pièce de stockage.
- Bureau à Tizi Ouzou.
- 2 camionnettes et 1 voiture.
- Page Internet.
- Logiciels et licences.
- Hypothèque.
- Microcrédits.



RELATIONS CLIENTS & CANAUX



Relations clients :

- Proposition de valeur explicite permettant le bouche à oreille parmi les membres de la communauté.
- Approche proactive des clients : réunions au village, réunions personnelles.
- Les clients, participants au projet.
- Les techniciens agissent comme formateurs ou conseillers des clients, ils encouragent les bonnes pratiques pour améliorer l'efficacité et la durée de vie des équipements.
- Nécessité d'améliorer les livraisons, de façon à améliorer la relation avec la clientèle.
- Rechercher un feedback constant des clients.
- relation clients renforcée après l'assistance à la vente.

Canaux :

- Entretiens en tête à tête.
- Téléphone portable.
- Site internet simple et clair.

Exercice 16

Structure des Coûts

Brainstorming : Allez à l'exercice 13 pour revoir les activités et les ressources. Ensuite, répertorier les coûts d'investissement nécessaires au lancement de votre entreprise—par ex. achats de produits, de bureaux ou d'usines, formation et éducation, etc. et répertorier les coûts les plus importants, inhérents à votre business modèle—faire la différence entre coûts fixes et variables.

Prix : essayer d'estimer les coûts correspondant à chaque poste.

Transformer : Il est important de réduire les coûts incompressibles autant que possible. Réfléchissez à une possible stratégie pour y parvenir.

Totaliser : donner le total fixe et les coûts variables.

Récap : repérer si quelque chose nécessite une attention particulière.



INVESTISSEMENTS

Quels sont les coûts d'investissement pour lancer votre entreprise ?

COÛTS FIXES

Quels sont les coûts fixes les plus importants ? Pourriez-vous en donner une estimation ?

COÛTS VARIABLES

Quels sont les coûts variables les plus importants ? Pourriez-vous en donner une estimation ?

TOTAL :

TOTAL :

COMMENT POURRIEZ-VOUS LES TRANSFORMER EN COÛTS VARIABLES ?

Notes**Note**

Cet exercice vous permet d'estimer approximativement les coûts que vous devrez indiquer dans le plan financier détaillé (Stade 4 du manuel) et vous aide à identifier les points sur lesquels vous concentrer.

Manuel
pp.86-89



Étude de cas

Structure des Coûts

Hassan, Amina et Karim travaillent sur des chiffres...
Les têtes fument !

Il semble que les investissements de départ doivent être très importants.

–Nous ne pourrions pas y arriver !

Amina suggère :

« Nous pourrions peut-être commencer par louer nos véhicules, de façon à diminuer les investissements de départ. Qu'en pensez-vous ?

–Oui, c'est une bonne idée. Mais il faut voir si cela est faisable. Laissons pour le moment comme ils sont les chiffres concernant les investissements...

–répond Karim : c'est lui le cerveau financier de notre groupe.

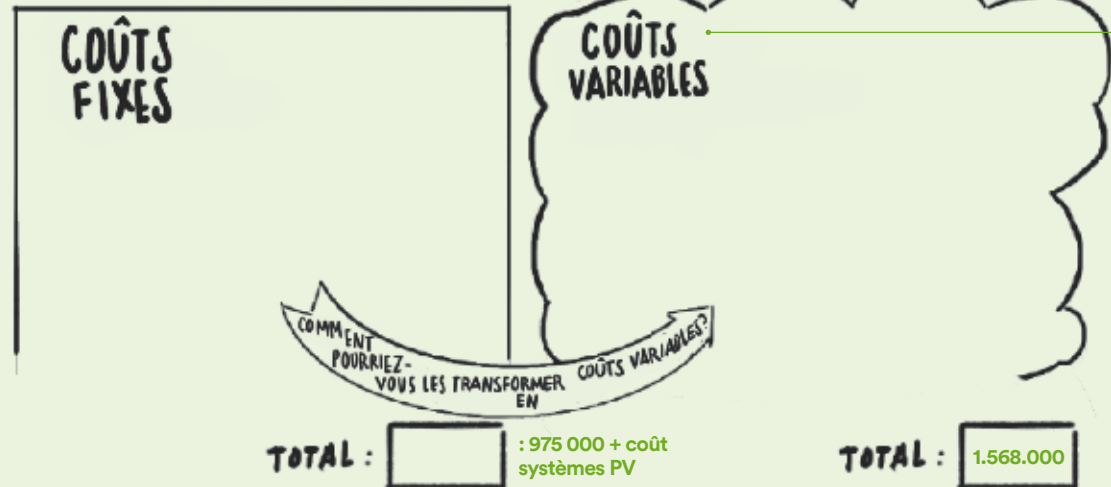
Nous parlerons à nos partenaires pour voir s'ils ont d'autres idées de réduction des coûts »



INVESTISSEMENTS

Formation de techniciens.
2 camionnettes utilisées par les techniciens.
1 voiture utilisée par le manager et les vendeurs.

Currency Algerian
dinar
300 000 pour quatre
techniciens
2 500 000 par
camionnette
1 900 000 par voiture



Coûts fixes

L'achat de systèmes solaires PV domestiques : 50 Wp SHS, batterie comprise, quatre lampes, transport et installation.	91 592 par unité (chiffre non connu à ce jour pour le total).
Marketing.	—
Tarifs d'assurance 3%.	2 747 par système PV (chiffre non connu à ce jour pour le total).
Organisation des paiements dans les zones rurales.	Actuellement, nous ne savons pas.
Coûts de main d'œuvre.	
–Équipe Rural Algeria–2 personnes.	450 000 par personne/an.
–Techniciens–4 personnes.	250 000–par personne/an.
–Employé(e) de bureau.	190 000–par personne/an.
Bureau à Tizi Ouzou, y compris loyer, téléphone, électricité.	C'est ce que nous devons rechercher.
Connexion Internet.	34 488 par an.
Licences logicielles.	50 000 par an.
Logiciel Open Source pour les tâches de bureau.	Pas de coût.

Coûts variables

Maintenance.	Pas de coût, compris dans les coûts de main d'œuvre des techniciens.
Pièces de rechange.	Pas d'idée, très variable. Nous le saurons après le premier test pilote.
Formation de personnel.	150 000 par an.
Marketing.	700 000 la première année
Utilisation et entretien des camionnettes.	150 000 par an et par unité.
Utilisation et entretien de la voiture.	100 000 par an et par unité.
Coûts de bureau (téléphone, électricité, etc)	Au moins 3 900 par mois.
Page Internet.	N'est pas une priorité actuelle.
Inflation et taux d'intérêt.	Inflation et taux d'intérêt.

Exercice 17

Flux de Revenus

Brainstorming : Retournez aux exercices 9 à 11 (Proposition de valeur) et dresser ici une liste de Produits et/ou services que vous fournirez.

Sélectionner un modèle de revenus et attribuer un prix.

Indiquer les flux de revenus que vous prévoyez de générer en relation avec la liste des produits et services, et attribuez leur un prix. Puis essayez de penser à d'autres façons possibles d'augmenter vos recettes et procédez aux modifications nécessaires.

Description : Décrivez, pour chaque flux de revenus, les caractéristiques les plus importantes. Essayez de trier les flux de revenus par ordre d'importance. Associez-les à un segment ou un canal de clientèle en particulier.

1. LISTEZ LES PRODUITS & SERVICES QUE VOUS PROPOSEZ...



- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

2. SÉLECTIONNEZ UN MODÈLE DE REVENUS PERTINENT POUR CHACUN ET ASSIGNEZ-LEUR UN PRIX...

VENTE D'ACTIFS	PRIV?	PRÊT/LOCATION/CRÉDIT-BAIL	PRIV?	PUBLICITÉ	PRIV?
FRAIS D'UTILISATION	<input type="text"/>	DROIT DE LICENSE	<input type="text"/>	SUBVENTIONS	<input type="text"/>
FRAIS D'ABONNEMENT	<input type="text"/>	FRAIS DE COURTAGÉ	<input type="text"/>		

3. DÉCRIVEZ CI-DESSOUS LES CARACTÉRISTIQUES DE VOTRE MODÈLE DE REVENUS...



Note

Cet exercice vous donne une estimation approximative des revenus dont vous disposerez pour affiner votre plan financier détaillé (Etape 4 du Manuel). Il vous aide à trouver des idées à développer ultérieurement et à identifier les aspects à privilégier.



Etude de cas

Flux de revenus

Solar Rural Algeria fournit de l'électricité à ses clients, livrée sur une base Paiement contre service. De sorte que les principales recettes sont les paiements mensuels payés par chaque consommateur.

Karim dit :

« Mais il faudra encore que nous achetions les systèmes domestiques PV. Comment allons-nous les payer ? »

Et si nous recherchions des financements gouvernementaux ou internationaux ? suggère Hassan, ou si nous explorions le microcrédit. »

Subventions et crédits financiers seront un moyen d'assurer les dépenses d'investissement de départ.

1. LISTEZ LES PRODUITS & SERVICES QUE VOUS PROPOSEZ...



- 1 Électricité fiable et propre fournie par les installations SOLAIRES PV.
- 2 Recyclage de systèmes PV.
- 3 Systèmes solaires domestiques PV.
- 4 _____
- 5 _____

2. SÉLECTIONNEZ UN MODÈLE DE REVENUS PERTINENT POUR CHACUN ET ASSIGNEZ-LEUR UN PRIX...

VENTE D'ACTIFS	PRIX? (2) A étudier	PRÊT/LOCATION/CRÉDIT-BAIL	PRIX? _____	PUBLICITÉ	PRIX? _____
FRAIS D'UTILISATION	(1) 14172 par an	DROIT DE LICENCE	_____	SUBVENTIONS	(3) 50000 par unité
FRAIS D'ABONNEMENT	_____	FRAIS DE COURTAGE	_____		

3. DECRIVEZ CI-DESSOUS LES CARACTÉRISTIQUES DE VOTRE MODÈLE DE REVENUS...

Rémunération de l'utilisation : les clients paieront une rémunération pour l'utilisation du système (mode de livraison : paiement contre service). Une étude a été effectuée afin de déterminer le coût des sources d'énergie actuelles. Sur la base de cette évaluation, et en fonction des coûts d'exploitation estimés, la rémunération du service est évaluée à 71 181 dinars par mois.

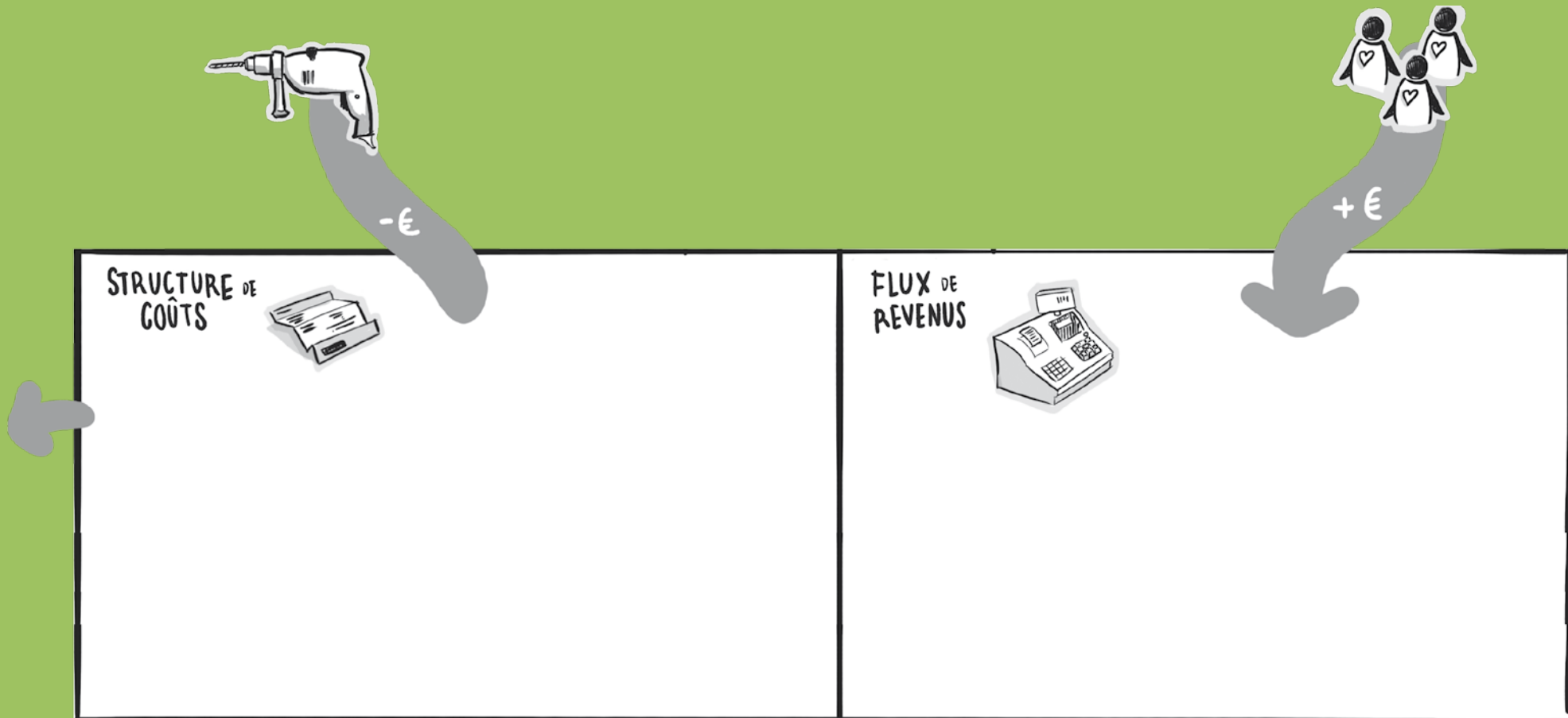
Les subventions devraient couvrir environ 50% des coûts initiaux des systèmes solaires domestiques PV, et le reste devrait être compris dans la rémunération de l'utilisation. La société, en partenariat avec l'administration ou d'autres institutions, achètera les systèmes PV dont elle deviendra propriétaire.

Actuellement, on ne sait pas clairement de qui obtenir ces subventions. Ce pourrait être une incitation gouvernementale, ou un programme international pour l'économie verte. Les conditions de remboursement (dans le cas d'un emprunt) seront évidemment basées sur le prix initial d'achat, auquel sera ajouté le taux d'intérêt étant ajouté ainsi qu'une prime modique pour l'administration de ce mécanisme.

Vente d'actifs : proviendra du recyclage des systèmes PV à long terme. C'est une recette qui entrera en vigueur quand les batteries et les systèmes PV seront anciens (5 à 10 ans).

Exercice 18

*Résumé. Structure des coûts
et flux de revenus*



Notes



Note

A ce stade, vous devriez avoir fait l'ébauche d'une version complète de votre modèle économique vert, couvrant tous les aspects requis pour lancer votre idée d'entreprise !

Souvenez-vous que vous pouvez utiliser la Matrice du modèle économique vert pour reprendre dans les différents blocs toutes les conclusions des exercices précédents. Si nécessaire, n'hésitez pas à en imprimer une copie pour tout remettre au propre !



Etude de cas

Résumé des coûts et des revenus

L'équipe de Solar Rural Algeria a estimé approximativement les coûts et les revenus de son activité, de sorte qu'elle puisse se faire une idée du nombre de clients qu'il lui faut pour commencer. Elle doit encore effectuer une recherche sur les coûts de certains postes. Il est donc probable que la structure actuelle des coûts augmentera.

L'équipe a réalisé que les besoins financiers étaient trop élevés, elle va rechercher des options réelles de location de véhicules afin de les minimiser. Cependant, il a été décidé d'inclure les coûts des véhicules (achat) dans les investissements de départ dans un premier temps.



Conclusion

Avec ces valeurs, nous estimons en gros que nous avons besoin d'environ 700 systèmes installés si nous achetons les véhicules et d'environ 300 si nous les louons, pour couvrir les coûts de fonctionnement de la société. Compte tenu des informations qui commencent à émerger concernant les coûts d'exploitation réels d'autres projets ESCO similaires, il apparaît que la taille minimum nécessaire à un fonctionnement rentable est le seuil de 150 à 200 clients dans le cadre d'un programme paiement contre service, si l'on prend en compte le remboursement de l'investissement initial.



Étude de cas

Prototype de matrice d'entreprise verte

PARTIES PRENANTES CLÉS	ACTIVITÉS ET RESSOURCES CLÉS	PROPOSITIONS DE VALEUR	RELATIONS CLIENTS & CANAUX	SEGMENTS DE CLIENTÈLE
<p>Techniciens : emploi-supervision des systèmes PV. Leader communautaire : feedback et processus décisionnel. Administration locale : feedback ; satisfaction des villageois-cadres réglementaires. Fournisseurs : Partenariat et fournisseur du client ; fourniture de systèmes solaires PV. Sociétés du secteur des énergies renouvelables : Concurrents. Gouvernement : Partenariat ; projet pilote-influence sur d'autres parties prenantes, législation. Banque : Partenariat ; clients-crédit et collecte des paiements. Sonelgaz : Concurrents, améliorer les équipements électriques. Communauté : Feedback ; attitudes vis-à-vis du projet.</p>	<p>Activités :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Achat, installation et maintenance de systèmes solaires domestiques PV. -Formation des techniciens et de la force de vente. -Information des clients. -Gestion financière, juridique et contractuelle. -Pression sur l'administration locale -Gestion des équipements logistiques et stockage du matériel. -Renforcement de la stabilité de l'approvisionnement. -Négociations avec les fournisseurs. -Gestion du recyclage des systèmes PV. <p>Ressources :</p> <ul style="list-style-type: none"> -L'équipe, les techniciens et l'employé de bureau. -Entrepôt. -Pièce de stockage. -Bureau à Tizi Ouzou. -2 camionnettes et 1 voiture. -Page Internet. -Logiciels et licences. -Hypothèque. -Microcrédits. 	<p>Fourniture d'électricité (systèmes solaires pv) à des foyers et des entreprises de la région de Tizi Ouzou à un prix abordable (paiement contre service) incluant l'installation, la maintenance et le démantèlement de systèmes solaires pv comme moyen d'amélioration du bien-être local, tout en minimisant l'impact environnemental.</p>	<p>Relations :</p> <p>Bouche à oreille parmi les membres de la communauté.</p> <p>Approche proactive des clients : village et rencontres personnelles.</p> <p>Clients : ils font partie du projet.</p> <p>Techniciens : formateurs ou conseillers pour les clients, promotion des bonnes pratiques de durabilité et d'efficacité.</p> <p>Nécessité d'améliorer la livraison, afin d'entretenir une relation durable avec le client. Rechercher en permanence le feedback des clients. Solide assistance après vente.</p> <p>Canaux :</p> <p>Echanges en face-à-face. Téléphone mobile. Page internet simple et concise.</p>	<p>Segments :</p> <p>-Foyers ruraux et petites entreprises-co-création.</p> <p>Profil :</p> <p>-Peu de population, revenus faibles. -Volonté d'améliorer les opportunités. -Crainte de devoir gérer des problèmes juridiques et techniques. -Possibilité d'abandonner le développement du projet est trop compliqué.</p> <p>Marché :</p> <p>-Niche de marché pour les services électriques là où il n'y a pas de concurrence. -Valeur ajoutée : service de qualité et fiable, sur mesure en fonction des besoins des clients ; engagement des clients dans la conception et la mise en oeuvre du projet.</p>
<p>STRUCTURE DE COÛTS</p> <p>Coûts fixes :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Marketing. -Tarifs d'assurance 3%. -Collecte des paiements dans les zones rurales. -Coûts de main d'oeuvre : équipe rural algeria, techniciens, employé(e) de bureau. -Location d'un bureau à tizi ouzou. 	<ul style="list-style-type: none"> -Connexion internet. -Licences logicielles. <p>Coûts variables :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Maintenance et pièces détachées. -Formation du personnel -Marketing. -Utilisation et entretien des camionnettes et de la voiture. -Coûts de bureau (téléphone, électricité, etc.) -Page internet. -Inflation et taux d'intérêt. 	<p>Financement :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Achat de systèmes solaires domestiques pv-109 815. -Formation de techniciens-300 000. -2 Camionnettes utilisées par les techniciens-2 500 000 par unité. -1 Voiture utilisée par le manager et les vendeurs-1 500 000 par unité. <p>(Un minimum de 2 543 000 + 50% des systèmes PV)</p>	<p>FLUX DE REVENUS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Électricité fiable et propre des installations SOLAIRES PV-14 172. -Recyclage des systèmes PV-à évaluer. -Systèmes solaires domestiques PV-50 000 (subventions ou microcrédits). 	



Étude de cas

Prototype de matrice d'entreprise verte

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



Étude de cas

Prototype de matrice d'entreprise verte

PARTIES PRENANTES CLÉS	ACTIVITÉS ET RESSOURCES CLÉS	PROPOSITIONS DE VALEUR	RELATIONS CLIENTS & CANAUX	SEGMENTS DE CLIENTÈLE
<ul style="list-style-type: none"> -Fournisseurs de coton biologique. -2 collaborateurs extérieurs. -Association SOY (de Manshiet Nasser, Le Caire). 	<p>Activités et ressources clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> -recherche en vue de réduire la durée Le coût des coupes pour les artisans. -Campagne marketing. -Gestion de notre propre certification Organique. -Gestion des activités d'atelier et de Stockage des matériaux. -Processus de fabrication des Vêtements (teinture, coupe, couture, Repassage). -Gestion de la main d'oeuvre. -Gestion de la boutique en ligne. -Gestion des réseaux sociaux. -Contrôle des certifications des Fournisseurs. -Recherche de teinturiers locaux Travaillant avec des produits naturels. <ul style="list-style-type: none"> -Équipe fondatrice et 5 ouvriers -Atelier et boutique (+ petit bureau comptable). -Énergie, eau et produits chimiques à base d'eau pour le traitement des vêtements. -Matières premières (essentiellement coton, ps, pe et carton). -Véhicule de transport du coton depuis alexandrie. -Site internet pour le commerce en ligne -Suite informatique open office pour les tâches de gestion. 	<p>Vêtements sains (absence de produits toxiques) pour les bébés.</p> <p>Valeur sociale :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Promotion d'une industrie cotonnière biologique sur le marché équitable. -Promotion d'une industrie textile durable et saine. <p>Valeur environnementale :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Réduire l'utilisation du coton conventionnel afin d'éviter les pesticides toxiques et les fertilisants synthétiques. -Assistance à l'agriculture organique régionale. 	<p>Relation de clientèle :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Relation très proche et honnête avec le consommateur local (sur site). -Service de clientèle personnalisé mais «virtuel» pour les acheteurs en ligne. -La principale valeur de notre relation clients est notre façon de prendre soin des mères et de la santé de leurs bébés. <p>Canaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dans le centre de Tanta, nous vendons nos vêtements aux habitants locaux. -En ligne, par le biais de l'e-commerce (site Internet), nous touchons davantage de personnes au Caire et à Alexandrie. -Réseau social comme facebook. 	<p>Acheteur en ligne :</p> <p>Parents des classes moyennes supérieures à la recherche de vêtements sains pour leurs enfants, au Caire et à Alexandrie, d'un âge allant jusqu'à 40 ans, ayant fait des études supérieures et travaillé à l'international.</p> <p>Acheteur sur site :</p> <p>Parents des classes moyennes de Tanta et des villages voisins, principalement des mères de 20 à 30 ans, ayant fait des études primaires, très sensibilisées aux questions de santé.</p>
<p>STRUCTURE DE COÛTS</p> <p>Coûts variables (dépendant la plupart du temps du volume de la production)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approvisionnement en matières premières venant de Turquie (dépenses en tissu au m2 et transport) et énergie, eau et produits chimiques pour le traitement des vêtements. <p>Coûts fixes (pour l'essentiel : opérations commerciale et saisons)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Énergie, eau et produits chimiques pour le chauffage du bureau et de la boutique. -Salaires du personnel (7 personnes, fondateurs et 5 employés) -Location mensuelle des ateliers en dehors de Tanta. 		<p>FLUX DE REVENUS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Vente d'actifs à des clients sur site (Tanta) (environ 60% de notre bénéfice). -Vente d'actifs en ligne à des clients du Caire et d'Alexandrie (30%). -Quelques commandes supplémentaires d'écoles internationales et de jardins d'enfants au Caire (parfois jusqu'à 10% de nos recettes). -Sponsoring en vue de l'organisation d'événements promotionnels gratuits ou d'ateliers de bricolage (dépenses tout juste couvertes). 		

Etape 3.

Test

Test

Du Modèle économique

Il est temps de passer à un autre TEST !

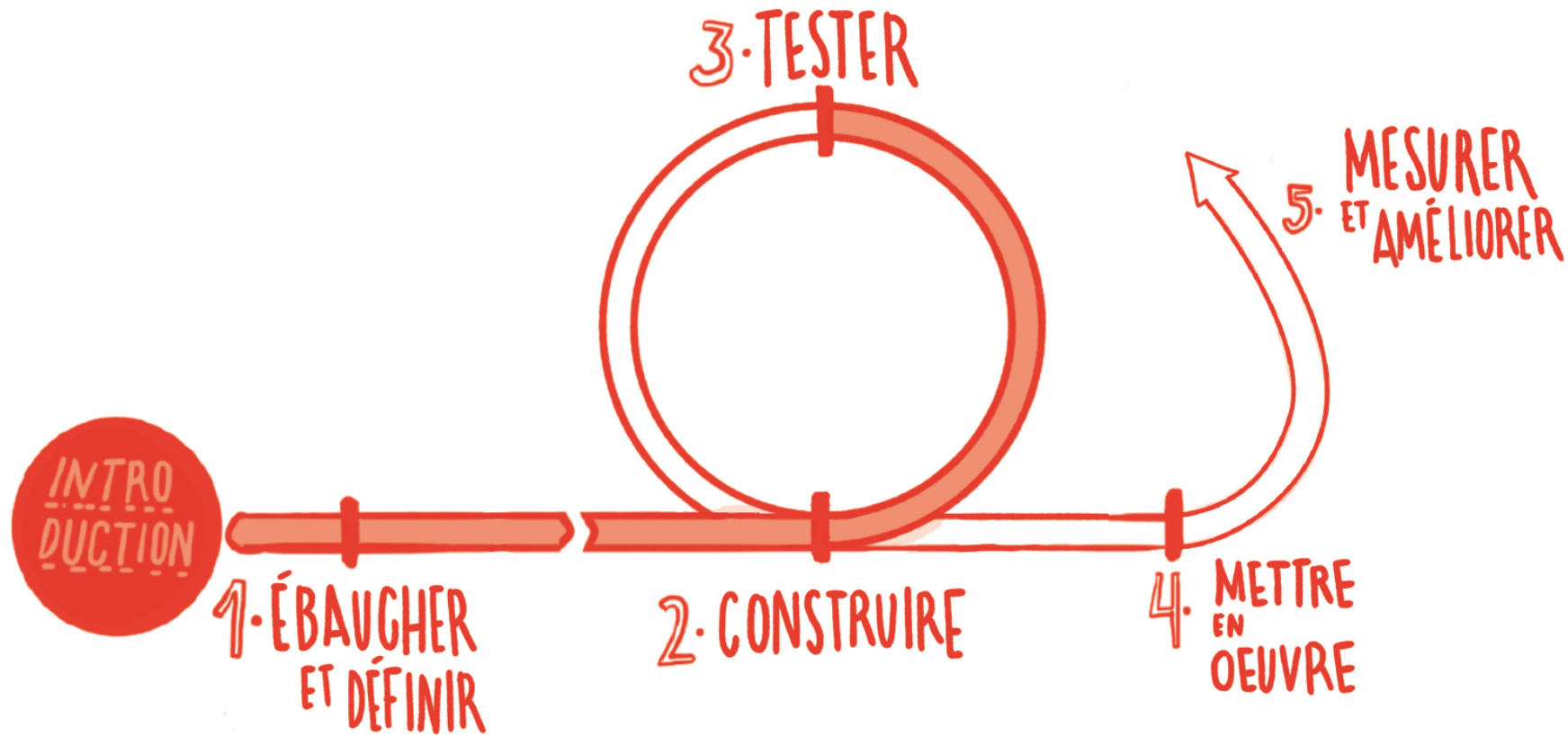
Vous avez un prototype, c'est-à-dire un produit ou un service préliminaire. Ooooh, félicitations ! Mais, savez-vous si cela satisfait les attentes de vos clients ? Si vous rencontrerez de quelconques difficultés liées à vos activités de livraison ou de production ? Tout fonctionnera-t-il comme prévu ? Votre client acceptera-t-il de payer le prix fixé ? Ce sont des incertitudes habituelles lors d'un lancement sur le marché.

En tant que moyen d'améliorer et de modifier votre prototype à commercialiser, vous devrez renouveler vos engagements avec vos clients et parties prenantes, afin de collecter des informations, qualitatives et quantitatives, sur votre projet et, ce qui est très important, sur le prix/les tarifs que vos clients sont prêts à payer. On repart ! Observez, discutez et renseignez-vous !

Le test comprend deux exercices :

19a-Préparez le test

19b-Mener le test et obtenir les résultats



Exercice 19a

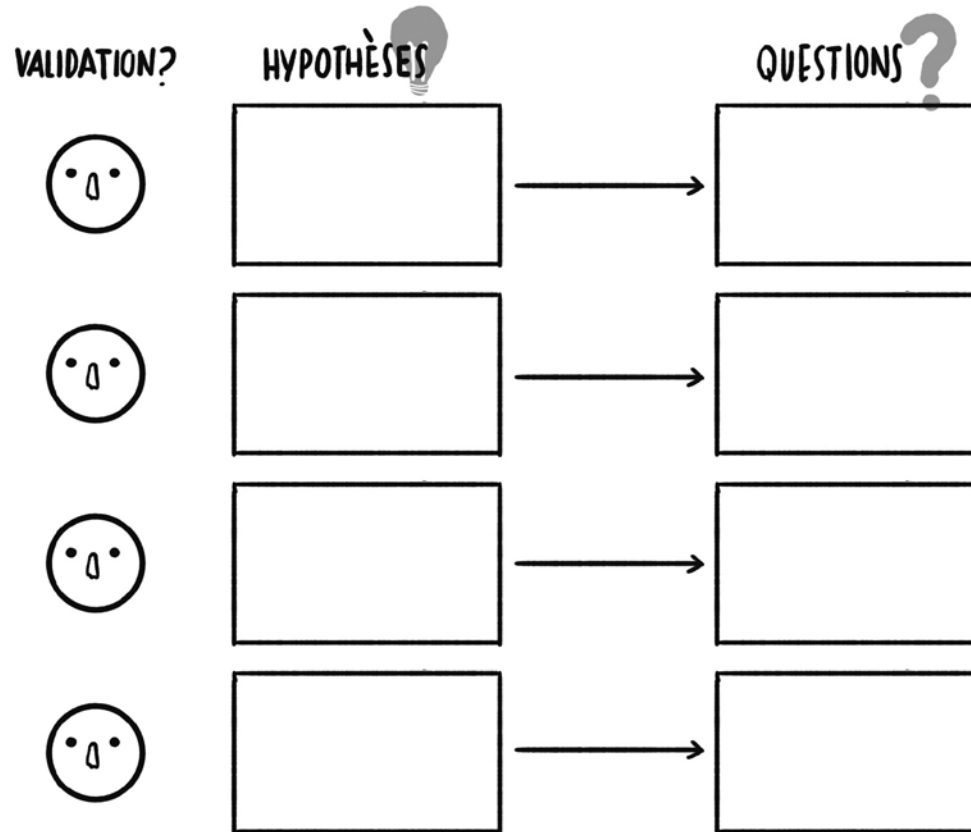
Préparez le test

Comme pour l'exercice 10, vous devrez tout d'abord identifier les hypothèses à valider (par exemple la capacité à payer, l'intérêt pour votre produit, la livraison de votre produit/service, l'acceptation de vos produits, etc.). Ensuite, tâchez de formuler les questions que vous devrez poser pour valider les hypothèses, ou bien à d'autres façons de les confirmer.

Puis, décrivez comment vous allez tester vos hypothèses : où, comment et avec qui comptez-vous tester votre idée et votre prototype ? Sur un congrès professionnel, sur site, auprès d'un groupe plus ou moins important de clients (early adopters) ?

- Où allez-vous tester votre prototype ?
 - Qui seront vos early adopters ? (nom, nombre)
 - Comment allez-vous recueillir leur avis ?
-

Notes



COMMENT PENSEZ-VOUS TESTER LES HYPOTHÈSES?

A large, empty rectangular box with a black border, intended for the user to write their response to the question above.

Exercice 19b

Mener le test et obtenir les résultats

De même que précédemment, sortez dans la rue, observez et échangez avec vos premiers clients, vos parties prenantes et d'autres personnes impliquées dans votre projet. Obtenez autant d'information que possible sur le niveau de satisfaction de vos clients pour votre produit/service : son prix, sa qualité, les émotions qu'il suscite, les problèmes rencontrés... En résumé, si votre produit répond ou non aux attentes de vos clients !

N'oubliez pas de reporter ces conclusions sur les cartes concernées :

Utilisez la carte d'exploration pour résumer toute l'information que vous aurez obtenue à la suite de vos observations et de vos entretiens. Vous pourriez y indiquer des informations sur le participant, des notes diverses et le résumé de vos apprentissages.

CARTE D'EXPLORATION

ENTretien / OBSERVATION

DONNEES PARTICIPANT:

<p>QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT QUI VOUS A SURPRISE?)</p>	<p>À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE?</p>
<p>QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT RESSORTIS?</p>	<p>QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES PROCHAINES INTERVENTIONS?</p>

NOTES:

AUTRE

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE... ?

Carte de Satisfaction

Utilisez la carte de satisfaction pour recueillir l'information spécifique sur la satisfaction de vos clients. Utilisez-la pour quantifier leur niveau de satisfaction (de 1 – le plus faible à 5 – le plus élevé) pour votre produit/service en considérant les divers facteurs qui pourraient influencer leur perception. Ecrivez les commentaires de vos clients sur la partie droite de la carte.

Enfin, une fois que vous avez suffisamment d'éléments de compréhension, revenez à votre matrice et ajustez-là ! Pour cela, vous pouvez amender votre matrice précédente, ou bien en rédiger une nouvelle.

Notes

CARTE DE SATISFACTION

QUANTIFIEZ (1 à 5) LE NIVEAU DE SATISFACTION DE NOTRE SERVICE/PRODUIT EN RELATION À :

COMMENTAIRES

LES POSSIBILITÉS D'ACHAT...

LA QUALITÉ...

LA MAINTENANCE...

LA LIVRAISON...

L'EXPERIENCE GLOBALE...

LE PRIX...



Étude de Cas

Test du modèle économique 1/2

Solar Rural Algeria et les sociétés locales partenaires ont finalisé tous les détails nécessaires au lancement de leur service. Il leur a fallu beaucoup de temps et d'efforts pour que les choses se fassent, et ils ne sont pas sûrs de la réponse de la clientèle... En particulier, il leur aura fallu longtemps pour arriver à faire fonctionner les systèmes domestiques solaires PV dans les villages. La paperasserie, les finances et des difficultés liées à la réponse aux appels d'offres ont considérablement ralenti le processus. Cependant, leurs rêves deviennent réels !

Il est temps de recueillir le feedback des clients et partenaires ! Ils souhaiteraient obtenir des informations sur la qualité du service, sur les problèmes de maintenance et autres questions éventuels.

Hassan, Amina et les techniciens travaillant avec des sociétés locales se rendent dans le village où ils ont installé les 5 premiers systèmes domestiques solaires PV.

VALIDATION?



HYPOTHÈSES

Le prix de vente est compétitif et les consommateurs en sont satisfaits.

La livraison, l'installation et le fonctionnement des systèmes PV est satisfaisante.

L'expérience des clients est globalement positive et ils sont prêts à en parler.

QUESTIONS?

Que pensez-vous du prix ? Êtes-vous prêts à payer pour ce service ?

Avez-vous rencontré des problèmes techniques ? Les batteries fonctionnent-elles bien ? Est-ce que la quantité d'électricité produite est suffisante pour vous ?

Êtes-vous satisfaits de ces équipements ? Est-ce que vous les recommanderiez à des voisins ou des connaissances ?

COMMENT PENSEZ-VOUS TESTER LES HYPOTHÈSES?

Nous installerons 5 systèmes PV domestiques dans le village 1 où ils fonctionneront 3 mois. Nous enquêterons ensuite auprès de nos clients.

Nous discuterons aussi avec la société Amara, qui négocie l'installation et la maintenance des systèmes, de même que la collecte des paiements.

Ils rencontrent M. Salim, qui accepte de communiquer son feedback sur son expérience avec le service proposé par Solar Rural Algeria.

« Bonjour, M. Salim, ravis de vous revoir. Nous sommes impatients de connaître votre opinion sur notre service »

CARTE D'EXPLORATION

ENTREVUE / OBSERVATION

DONNEES PARTICIPANT: Entreprise AMARA

QU'A DIT OU FAIT LE PARTICIPANT QUI VOUS A SURPRISE(E)?

Il y a des retards des paiements mensuels, bien que les clients paient généralement.

Accélérer le processus de livraison ! Nous avons dû attendre trop longtemps la livraison du service.

À QUOI EST-IL LE PLUS SENSIBLE?

Les clients se plaignent des augmentations de coût, mais il se sentent mieux reliés au monde moderne.

Former les techniciens à la façon de mieux affirmer le fonctionnement continu des batteries.

Bien que les techniciens ESCO aient été autorisés à observer les installations, les sous-traitants ont parfois été désagréables avec eux, refusant de donner leur avis, bien que moins bien formés en ce qui concerne les installations solaires que les techniciens ESCO.

QUELS SONT LES PRINCIPAUX SUJETS OU ENSEIGNEMENTS QUI SONT RESSORTIS?

QUELS SONT LES QUESTIONS ET SUJETS NOUVEAUX À EXPLORER LORS DES PROCHAINES INTERVENTIONS?

NOTES:

AUTRE

QU'AI-JE APPRIS AU SUJET DE...

?



Étude de Cas

Test du modèle économique

2/2

CARTE DE SATISFACTION

QUANTIFIEZ (1 à 5) LE NIVEAU DE SATISFACTION DE NOTRE SERVICE/PRODUIT EN RELATION À :

COMMENTAIRES

LES POSSIBILITÉS D'ACHAT...

2

LA QUALITÉ...

3

L'éclairage est de meilleure qualité.
La moitié des batteries se sont détériorées en moins d'un an !!
les installations sont de bonne qualité depuis le début, mais les panneaux font de l'ombre et sont mouillés !

LA MAINTENANCE...

4

LA LIVRAISON...

1

Livraisons accusant d'importants retards. Certains de mes voisins ont perdu confiance dans le processus, et certains ont même retiré leur candidature.

L'EXPERIENCE GLOBALE...

3

Les enfants peuvent à présent étudier après la tombée de la nuit. Nous pouvions désormais jouer de la musique et regarder des vidéos. Le système a été sur-utilisé, et bien que j'aie appris qu'il n'était pas possible de pousser les batteries au-delà de certaines limites, certaines batteries n'ont jamais été correctement rechargées et se sont épuisées !

LE PRIX...

3

Il faudra payer plus cher que ce qui a été dépensé auparavant en bougies et en kérosène pour l'éclairage. Cependant, les clients sont disposés à payer car ces nouveaux systèmes apportent une vraie valeur ajoutée

0



Note

Les informations rassemblées au cours de ce test vous aideront à adapter votre prototype sur mesure aux attentes des clients, mais aussi à agir sur des problèmes ou difficultés précis que vos parties prenantes et partenaires sont susceptibles d'avoir rencontrés.

Souvenez-vous que la carte d'exploration peut s'avérer utile pour noter vos observations ou vos comptes rendus d'entretiens. Par ailleurs, la carte de satisfaction doit être utilisée pour recueillir les avis de vos clients concernant leur satisfaction pour vos produits/services.

Après la réalisation du test, Hassan et Amina réalisent que l'un des principaux défis est lié à la seconde hypothèse : ils devront se montrer vigilants afin de pouvoir s'améliorer. S'ils effectuent les changements portant sur la livraison et les services de maintenance, l'expérience utilisateur va grandir. Ils devront pour cela travailler avec les techniciens et les fournisseurs. En ce qui concerne le prix (première hypothèse), l'impression générale est que les clients seront disposés à payer s'ils perçoivent bien la valeur ajoutée du service.

Etape 4.

Mettre en œuvre

Mettre en œuvre

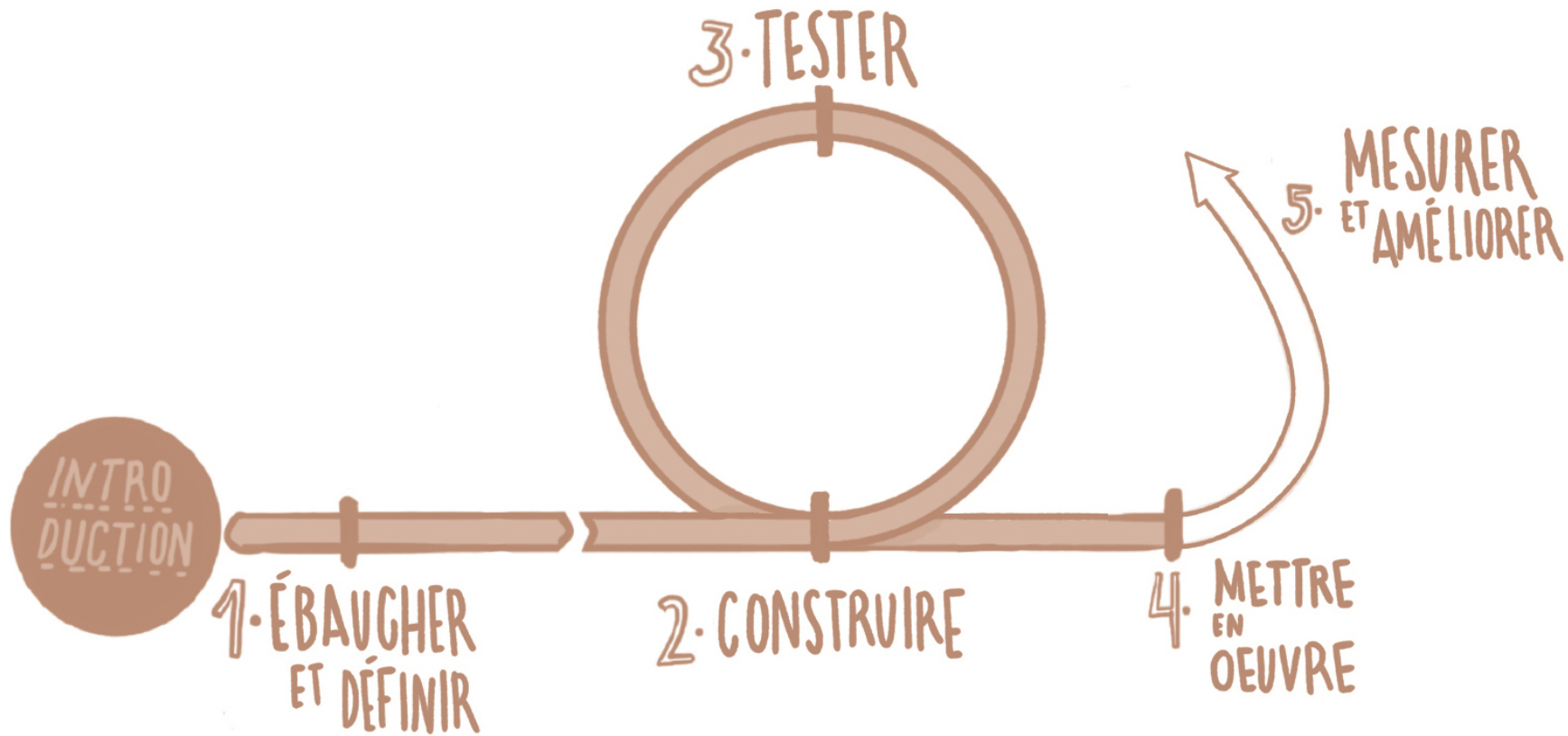
Bravo!

Vous avez conçu et validé votre modèle économique. Vous avez à présent une idée bien définie de ce que vous voulez faire, avec qui et pour qui, de quoi vous avez besoin pour mener vos activités. Pour pénétrer le marché, il est temps d'affiner votre idée et de travailler sa faisabilité.

Pour y parvenir, vous devez soigneusement prévoir le développement, la gestion et les aspects opérationnels de votre entreprise. C'est une autre phase de votre création d'entreprise, incluant le développement d'un plan de financement, un plan de gestion juridique, une feuille de route et un plan de gestion et opérationnel. Vous trouverez des explications approfondies sur ces aspects à l'Etape 4 du Manuel.

Afin de lancer votre entreprise avec succès, vous devrez suivre les dernières étapes décrites dans le Manuel. N'oubliez donc pas d'approfondir :

- Le Plan de gestion juridique**
- Le Plan opérationnel et de gestion**
- La Feuille de route**



Etape 5.

Mesurer et améliorer

Exercice 20

Indicateurs

Mais, savez-vous si vous parvenez à remplir les objectifs du projet ? Êtes-vous le plus efficace possible ? Y a-t-il quelque chose à améliorer ?

Vous ne pourrez pas répondre à ces questions sans un système de mesure vous permettant de suivre votre progression.

Lors de la création de votre entreprise, vous avez déterminé des indicateurs de projet – pour évaluer l'accomplissement des objectifs de votre projet – et des indicateurs de performance environnementale afin d'évaluer l'impact environnemental et social des activités et ressources clés. Vous avez également identifié les limites et forces systémiques du changement susceptible d'affecter l'entreprise, les clients et parties prenantes.

Utilisez toutes ces informations pour déterminer des indicateurs de mesure et initier un mécanisme d'amélioration continue.

Vous trouverez des informations à l'Etape 5 du Manuel.

INDICATEURS DE PROJET

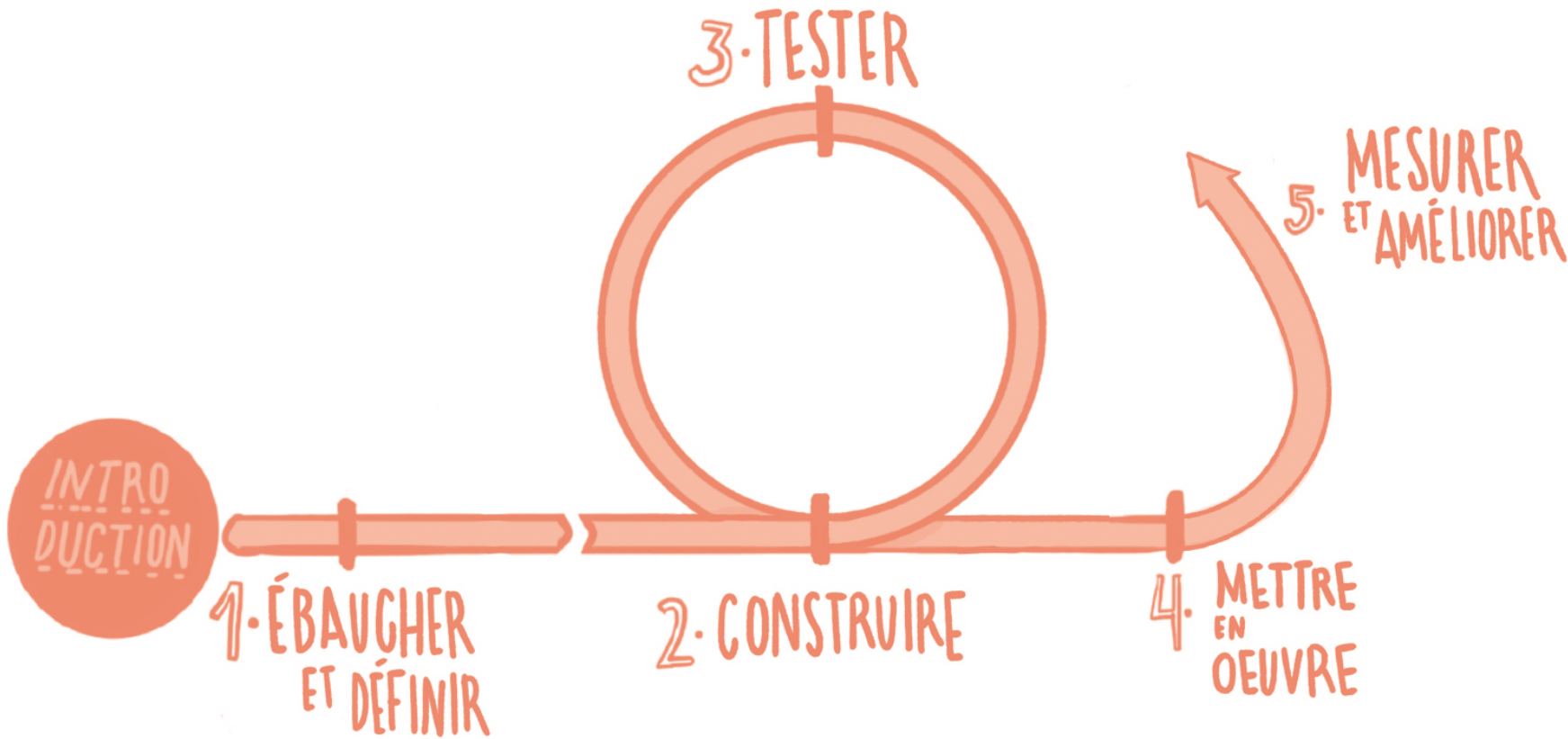


Les indicateurs de projet sont liés aux objectifs définis lors de l'exercice 4 (Définissez vos objectifs). Reprenez ces objectifs et définissez un indicateur ou un ensemble d'indicateurs par objectif. N'oubliez pas que ces indicateurs doivent être mesurables et doivent vous permettre de suivre votre progression.

INDICATEURS DE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE



Lors de l'exercice 14 (Ecodesign – Eco-conception), vous avez calculé un indicateur de performance global basé sur les différentes stratégies d'éco-conception que vous avez choisies pour votre entreprise. Reprenez cet exercice et vérifiez le score obtenu (voir la carte 9). Cet indicateur doit vous permettre de suivre la progression de la performance environnementale de votre entreprise.



Ce manuel a été élaboré par le Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC) dans le cadre du programme SwitchMed, financé par l'Union européenne. SwitchMed bénéficie d'une coordination collaborative de l'Union européenne, de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONU/ID), du Plan d'action pour la Méditerranée (PNUE/PAM), du Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC) et de la Division technologie, industrie et économie du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE/DTIE).

Supervision et coordination :

Giorgio Mosangini, Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC)

Auteurs : Ramon Farreny

(Coordinateur), Ariadna Benet, Luis Morales, Nicola Cerantola, Markel Cormenzana, Jesús Iglesias et Guy-Franck Merlo.

Conception et mise en page :

Folch

Graphiques et illustrations :

Markel Cormenzana

Traduction de la version française :

CPSL - Language Solutions

Impression : PCG, sur papier

100% recyclé

Copyright

Cette publication peut être reproduite, dans son ensemble ou en partie, à des fins éducatives ou non lucratives sans autorisation spéciale du Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC) à condition que la source soit mentionnée. Le SCP/RAC souhaiterait recevoir un exemplaire de toute publication utilisant le présent ouvrage comme source. Cette publication ne peut être ni revendue ni utilisée à d'autres fins commerciales sans l'autorisation écrite du SCP/RAC.

Clause de non-responsabilité

Cette publication a été produite avec l'assistance de l'Union européenne. Les contenus de cette publication relèvent de la seule responsabilité du Centre d'activités régionales pour la consommation et la production durables (SCP/RAC) et ne reflètent en aucun cas le point de vue de l'Union européenne.

Pour en savoir plus, veuillez contacter :

www.switchmed.eu
gmosangini@scprac.org

Version française, 2015, aussi disponible en anglais, arabe et hébreu.



Le programme SwitchMed
est financé par l'Union européenne



Centre d'Activités Régionales
pour la Consommation
et la Production Durables