



Co-funded by
the European Union



PLANNING
SEEDS

PLANNING SEEDS

**SEED'S Planning Solidarity
Economy Districts for Social,
Economic, and Environmental
Sustainability**

**Module 11: L'Entrepreneuriat
Durable II**



Center for
Not-for-profit
Law

diesis
network





PLANNING
SEEDS

Table des matières

1. Entrepreneurs sociaux - Brève introduction
2. Développer une idée d'entreprise sociale
3. Etude de marché
4. Comment développer un plan d'affaires
5. Gestion d'un SFSC ou d'un SEED
6. Financement
7. Marketing et publicité
8. La communication



Co-funded by
the European Union

Introduction

Aptitudes et compétences acquises sur la façon de

- ✓ Réaliser une étude de marché
- ✓ Réaliser une analyse de la concurrence
- ✓ Définir un plan d'affaires
- ✓ Gérer un SFSC ou un SEED
- ✓ Trouver des sources de financement, crowdfunding et investissement d'impact
- ✓ Marketing et communication



Entrepreneur et entrepreneur social

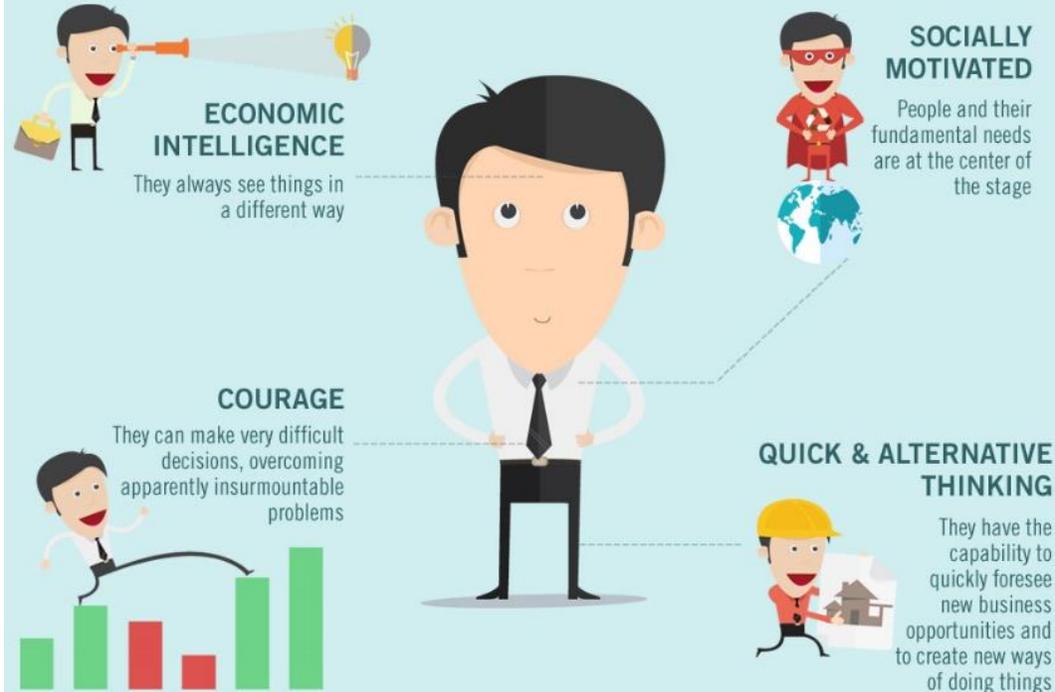
➤ Qu'est-ce qu'un entrepreneur ?

- Un homme d'affaires qui finance ou lance des entreprises commerciales émergentes. Les entrepreneurs exploitent les opportunités et la croissance pour alimenter le progrès économique. Un entrepreneur peut généralement mesurer ses performances en termes de profit et de rendement pécuniaires. Si une entreprise ne peut pas créer de valeur ou de profit, elle doit cesser ses activités.

➤ What is a social entrepreneur?

- Il s'agit d'une personne ou d'un groupe de personnes qui crée une entreprise (ONG, société à responsabilité limitée, coopérative, mutuelle) dans le but de résoudre des problèmes sociaux ou d'apporter un changement social. Ils mesurent leur performance en termes de changement transformationnel qui profite à la société. Les entrepreneurs sociaux poursuivent un double objectif : un retour financier et social sur leur investissement.

ANATOMY *of the* SOCIAL ENTREPRENEUR



<https://blog.iese.edu/ethics/2016/03/17/anatomy-of-a-social-entrepreneur/>



Développer une idée d'entreprise sociale

Les étapes principales :

- Explorez votre communauté
- Choisissez le défi
- Définissez la motivation, la mission, la vision et les objectifs
- Constituez votre équipe
- Explorer les idées créatives
- Prenez une décision



Co-funded by
the European Union

1. Explorez votre communauté

Avant de générer des idées d'entreprises sociales, vous devez suivre les étapes suivantes :

examinez le contexte socio-économique dans lequel vous vivez ;
Identifiez les principaux défis et leurs effets ;
Définir les racines en analysant et en cartographiant les forces personnelles ;
définir votre objectif.

Que devez-vous faire ?

Observez le contexte local et analysez les différents aspects de la vie quotidienne des gens.

- Pensez à votre ville/ville/région et explorez un large éventail d'aspects :
- Quelle est la structure d'âge de la population ?
- Y a-t-il plus de jeunes ?
- Quelle est la structure d'âge de la population ?
- Y a-t-il plus de jeunes ?



Co-funded by
the European Union

1. Explorez votre communauté



- Quels sont les types de services publics (services sociaux, transports, services publics, etc.) ?
- Quelles sont les infrastructures de loisirs pour les enfants, les adolescents, les adultes et les personnes âgées ?
- Quels sont les équipements éducatifs existants ?
- De quel type de services de santé ont-ils besoin ?
- Quels sont les types de services de santé existants ?
- Quels sont les principaux défis en matière de protection de l'environnement ?
- Comment la technologie améliore-t-elle la vie des personnes âgées ?
- Où les gens font-ils leurs courses ?
- Quels sont les défis auxquels les adultes sont confrontés lorsqu'ils font leurs courses ?
- Quels sont les commerces existants et pourquoi ?
- Comment ces entreprises vendent-elles leurs produits/services ?
- Quels sont les problèmes non résolus ?



Co-funded by
the European Union

1. Explorez votre communauté



Après avoir obtenu et analysé les réponses à toutes ces questions et à bien d'autres, recueillez des informations comme suit :

Découvrir- En essayant de vous souvenir, dressez une liste des choses dont les gens sont satisfaits et insatisfaits. Décomposer les données - Après avoir recueilli les informations, il est temps de les rassembler. En 30 minutes, transformez vos notes en citations à la une. Extraire des informations - Trouvez des liens plus profonds qui mènent à des informations. Passez d'un sujet comme "l'éducation" à des conclusions telles que "Les jeunes sont malheureux parce qu'ils n'ont pas la possibilité de mettre en pratique ce qu'ils apprennent".

L'étape suivante consiste à développer une analyse de résolution de problèmes qui peut être réalisée à l'aide de différentes techniques : analyse de l'arbre à problèmes, diagramme en arête de poisson, analogies, etc. Les analyses de résolution de problèmes les plus utilisées sont basées sur l'établissement de la relation causale entre les phénomènes : causes - problème - conséquences.

L'un des outils les plus intuitifs et les plus utilisés est l'analyse de l'arbre à problèmes, qui offre une représentation picturale d'un problème, de ses causes et de ses conséquences - les racines sont les causes, le tronc est le problème et les branches sont les effets du problème.



Co-funded by
the European Union

1. Explorez votre communauté



L'analyse de l'arbre à problèmes implique les phases suivantes :

Identifier les principaux problèmes affectant le contexte socio-économique dans lequel vous vivez. Pour chaque problème, vous devrez effectuer une analyse de l'arbre à problèmes distincte. Analyser le problème - les aspects négatifs d'une situation donnée sont identifiés, en établissant la relation de cause à effet entre les problèmes observés. Proposer des solutions - Les situations négatives de l'arbre à problèmes sont converties en solutions, exprimées sous forme de "réalisations positives".

L'étape suivante consiste à définir les racines en analysant et en cartographiant les forces personnelles qui peuvent vous aider à créer votre propre avenir. Cela implique d'évaluer vos forces et vos faiblesses. Pourquoi les faiblesses sont-elles également importantes ? Parce qu'il est important de savoir de quel type d'aide/conseil vous aurez besoin à l'avenir.

Pour analyser vos forces et faiblesses personnelles, remplissez les champs suivants :

- Vos capacités et compétences
- Vos centres d'intérêt
- Votre personnalité
- Vos relations personnelles et professionnelles
- Votre expérience professionnelle
- Autres ressources matérielles et immatérielles



Co-funded by
the European Union

2. Choisissez le défi

Une fois que vous avez analysé le contexte socio-économique, identifié les problèmes, défini des solutions aux problèmes identifiés, évalué vos forces et vos faiblesses et fixé vos objectifs, il est temps de décider des problèmes auxquels vous pouvez le mieux contribuer.

Vous devez réfléchir au défi que vous vous engagez à relever, compte tenu de votre déclaration d'intention et de vos atouts personnels. Si vous n'avez pas les compétences ou les capacités nécessaires pour relever un défi, il vous sera très difficile de créer une entreprise. Bien entendu, vous avez également la possibilité d'acquérir de nouvelles compétences et aptitudes grâce à des programmes d'apprentissage tout au long de la vie. Et si l'objectif déclaré est différent de ce qui est nécessaire pour relever le défi, votre future entreprise sera difficile à mettre en œuvre.



3. Définissez la motivation, la mission, la vision et les objectifs

La **motivation** qui sous-tend la création d'une entreprise sociale découle généralement du désir de s'attaquer à des problèmes sociaux, environnementaux ou économiques spécifiques qui sont mal desservis ou négligés par les entreprises traditionnelles et les gouvernements. Les principaux facteurs de motivation sont les suivants :

- La passion et les valeurs personnelles : Un engagement personnel fort pour avoir un impact positif sur la communauté ou sur l'environnement.
- Besoins sociaux identifiés : La reconnaissance d'une lacune ou d'un besoin dans la société qui nécessite des solutions innovantes.
- Désir de changement durable : L'objectif est de créer des améliorations durables à long terme plutôt que des solutions temporaires.
- Renforcement de la capacité d'action de la communauté : Le souhait d'autonomiser les groupes marginalisés ou défavorisés en leur offrant des opportunités, des ressources et un soutien.
- Résolution innovante de problèmes : La volonté d'appliquer des principes entrepreneuriaux pour résoudre de manière créative des problèmes sociaux complexes.



Co-funded by
the European Union

La mission d'une entreprise sociale définit son objectif principal et son centre d'intérêt. Elle guide les actions de l'organisation et sert de base à la prise de décision. L'énoncé de la mission d'une entreprise sociale peut comprendre les éléments suivants :

Objectif principal : énoncer clairement le principal problème social auquel l'entreprise entend s'attaquer.

L'étendue du travail : Définir les activités et les services principaux que l'entreprise fournira.

Engagement en faveur de l'impact : Souligner l'importance de créer un impact social, environnemental ou économique mesurable.

Exemple de déclaration de mission : *Renforcer les communautés à faibles revenus en leur donnant accès à des solutions énergétiques abordables et durables, afin d'améliorer la qualité de vie et de promouvoir le développement économique.*

La vision d'une entreprise sociale dépeint l'état futur souhaité que l'organisation s'efforce d'atteindre. Il s'agit d'un objectif inspirant et ambitieux qui guide la planification à long terme et les initiatives stratégiques. Une déclaration de vision peut comprendre les éléments suivants

L'impact futur : Une description vivante du changement que l'entreprise cherche à apporter dans le monde.

Objectifs ambitieux : Résultats ambitieux et de haut niveau que l'entreprise souhaite atteindre.

Une source d'inspiration : Une source de motivation pour les parties prenantes, les employés et la communauté.

Exemple de déclaration de vision : *Un monde où chaque communauté a accès à une énergie propre et abordable, conduisant à une croissance économique durable et à une meilleure qualité de vie pour tous.*



Les objectifs sont des buts spécifiques et mesurables que l'entreprise sociale vise à atteindre à court ou moyen terme. Ils fournissent une feuille de route pour la mise en œuvre de la mission et la réalisation de progrès vers la vision. Pour être efficaces, les objectifs doivent être SMART : spécifiques, mesurables, réalisables, pertinents et limités dans le temps.

Exemple d'objectifs SMART :

Éducation de la communauté : Organiser 50 ateliers par an pour sensibiliser les communautés aux avantages et à l'entretien des solutions énergétiques durables.

Durabilité financière : Atteindre le seuil de rentabilité dans les trois ans en développant un modèle d'entreprise évolutif qui réinvestit les bénéfices dans la poursuite de l'expansion.

Développement de partenariats : Établir des partenariats avec au moins cinq organisations locales et internationales afin d'améliorer le partage des ressources et l'impact de la collaboration au cours de la première année.



4. Constituez votre équipe

Une entreprise comprend des employés, même s'il s'agit de 1 ou 5 employés. Vous devriez également envisager la participation d'autres membres de l'équipe de direction en tant qu'actionnaires.

Si vous ne disposez pas de toutes les compétences nécessaires, une option pourrait consister à réunir en tant qu'actionnaires des personnes possédant d'autres compétences. Pour lancer votre start-up, il est donc nécessaire de trouver et de recruter les personnes les plus appropriées pour votre équipe. Il est important et utile de fédérer un groupe autour d'une idée dès le départ. Cela rendra les défis et votre parcours entrepreneurial plus amusants, plus gratifiants et plus satisfaisants.



5. Explorer les idées créatives



Pour choisir la meilleure idée pour votre entreprise sociale, il est important, dès le départ, de créer une longue liste d'idées commerciales par le biais d'un processus de remue-méninges impliquant les parties prenantes, l'équipe et d'autres parties intéressées (par exemple, des clients ou des fournisseurs potentiels). Un bon brainstorming se concentre sur la quantité et la créativité des idées.

Voici quelques questions qui peuvent stimuler les idées dans le cadre du processus de brainstorming:

- En quoi êtes-vous déjà bon ?
- Qui bénéficie ou pourrait bénéficier des services/produits que vous fournissez ?
- Que se passe-t-il sur le marché ?
- Que font les concurrents ?
- Quelle est la valeur ajoutée de votre service/produit ?
- Quels sont les principaux besoins de vos clients potentiels ?

Les approches de la génération d'idées peuvent être les suivantes:

- Un produit innovant - c'est la meilleure solution, mais très souvent ce n'est qu'une adaptation et une amélioration d'un produit existant. Pour développer un nouveau produit/service, vous devez trouver une niche dans un marché existant.
- Reproduction - vous devez examiner d'autres produits/services et, s'ils répondent à un besoin non satisfait dans votre communauté/région/pays, il peut être intéressant d'envisager de les reproduire.
- Franchise (y compris la franchise sociale) - acheter une franchise signifie que vous achetez le droit d'utiliser une marque ou un concept commercial spécifique qui a déjà été testé. Les franchises ont un taux d'échec plus faible car la plupart des problèmes potentiels ont déjà été résolus.
- Marchés publics - au niveau de l'UE, il existe un marché public spécifique dédié aux entreprises sociales (contrats réservés ou marchés publics avec clauses sociales). La fourniture de services aux agences du secteur public représente un bon marché pour une entreprise, mais vous devez examiner le type de services requis par les marchés publics.



Co-funded by
the European Union

6. Prenez une décision

À ce stade, vous devez prendre une décision sur deux aspects principaux : l'**idée commerciale que vous allez développer et le type d'entreprise sociale que vous allez créer**. Grâce au processus de brainstorming, vous avez probablement beaucoup plus d'idées que vous pouvez analyser en profondeur et développer dans un plan d'affaires. Il est maintenant important de réduire le nombre d'idées en évaluant le potentiel commercial de l'idée et ses chances de réussite.

Pour évaluer la valeur de votre idée d'entreprise, vous devez vous poser les questions suivantes :

Cette idée a-t-elle un potentiel commercial ?

Le produit/service répond-il à un problème important pour le client ?
Sont-ils prêts à payer ?

Votre idée présente-t-elle un avantage concurrentiel ?

Quel est le montant de l'investissement nécessaire ?

Est-il difficile d'entrer sur le marché ?

Quelle est la taille du marché ?





Etude de Marché



La réalisation d'une étude de marché pour une entreprise sociale implique plusieurs étapes pour comprendre les besoins, les préférences et les comportements du public cible, ainsi que le paysage concurrentiel et les conditions générales du marché.

Voici une approche détaillée de la réalisation d'une étude de marché efficace pour une entreprise sociale.



Co-funded by
the European Union

1. Définir les objectifs de l'étude

Définissez clairement ce que vous souhaitez apprendre de votre étude de marché. Il peut s'agir de comprendre les besoins spécifiques de votre population cible, d'évaluer la demande pour votre produit ou service, d'identifier les obstacles potentiels à l'adoption et d'évaluer le paysage concurrentiel.

2. Identifier le public cible

Déterminez qui sont vos bénéficiaires et clients cibles. Cela implique de définir les facteurs démographiques (âge, sexe, revenu, éducation), les facteurs géographiques (urbain, rural, régions spécifiques) et les facteurs psychographiques (valeurs, attitudes, style de vie).

3. Recherches Secondaires

Recueillir les données et informations existantes auprès de sources fiables afin de comprendre l'environnement du marché. Il s'agit notamment de/

Des rapports sur l'industrie : Accédez aux rapports des sociétés d'études de marché, des ONG et des agences gouvernementales.

Recherches universitaires : Recherchez des études et des documents liés à votre problème social.

Données publiques : Utilisez des données provenant de sources publiques telles que les rapports de recensement, les statistiques de santé et les indicateurs économiques.

4. Recherches Primaires

Mener des recherches primaires pour recueillir des informations de première main spécifiques à votre entreprise sociale. Les méthodes utilisées sont les suivantes :

Enquêtes et questionnaires

Concevez des enquêtes avec un mélange de questions ouvertes et fermées.

Distribuez-les en ligne par le biais d'e-mails, de médias sociaux ou de plateformes d'enquête, et hors ligne par le biais d'une distribution en personne ou d'un courrier postal.

Entretiens

Menez des entretiens individuels avec des bénéficiaires potentiels, des clients et des parties prenantes clés.

Utilisez des formats structurés ou semi-structurés pour mieux comprendre leurs besoins, leurs défis et leurs perceptions.

Groupes de discussion

Organisez des discussions avec de petits groupes de votre public cible.

Facilitez les discussions pour explorer les attitudes, les croyances et les réactions à la solution que vous proposez.

Observations sur le terrain

Visitez des communautés ou des lieux où votre public cible vit ou se rassemble.

Observez les comportements, les interactions et les conditions environnementales pour mieux comprendre le contexte.

6. Analyse des données

Compilez et analysez les données recueillies dans le cadre des recherches secondaires et primaires. Recherchez des modèles, des tendances et des informations qui vous permettront de mieux comprendre le marché et les besoins de votre public cible. Analyse quantitative : Utilisez des outils statistiques pour analyser les données numériques, en identifiant les tendances et les corrélations.

Analyse qualitative : Effectuez une analyse thématique pour identifier les thèmes communs et les enseignements tirés des entretiens et des réponses aux questions ouvertes des enquêtes.

7. Valider les résultats

Vérifiez l'exactitude et la fiabilité des résultats de votre recherche. Pour ce faire, vous pouvez recouper différentes sources de données, mener des études de suivi et demander l'avis des parties prenantes et des experts.

8. Élaborer des idées et des stratégies

Traduire les résultats de la recherche en informations exploitables. Élaborer des stratégies qui s'alignent sur les objectifs de votre entreprise sociale, par exemple :
Conception de produits/services : Adaptez vos offres pour répondre aux besoins et préférences spécifiques identifiés dans votre étude.

Marketing et sensibilisation : Élaborer des messages marketing ciblés et des stratégies de sensibilisation en fonction des comportements et des préférences de votre public.

Partenariats et collaborations : Identifiez les partenaires potentiels qui peuvent vous aider à développer et à renforcer l'impact de votre entreprise sociale.

9. Suivi et évaluation continus

L'étude de marché est un processus continu. Surveillez en permanence le marché, recueillez des informations en retour et évaluez l'efficacité de vos stratégies. Ajustez votre approche en fonction des nouvelles connaissances et de l'évolution des conditions du marché.

En suivant ces étapes, vous pourrez réaliser une étude de marché complète qui constituera une base solide pour développer une entreprise sociale prospère qui répondra à des besoins réels et aura un impact durable.

En savoir plus sur les études de marché: <https://www.linkedin.com/advice/0/what-key-market-trends-opportunities-social-enterprises>

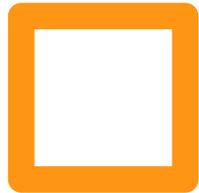


Comment élaborer un plan d'entreprise

Canevas d'entreprise sociale



Une fois que vous avez décidé quelle idée d'entreprise vous souhaitez développer, il est temps de procéder à une évaluation détaillée et de créer un plan d'affaires.



Nous vous recommandons un outil plus facile et plus intéressant pour l'élaboration d'un plan d'affaires : le canevas de modèle d'entreprise sociale (Osterwalder&Pigneur, 2010).

Il s'agit d'un diagramme composé de douze blocs représentant les éléments fondamentaux d'une entreprise sociale.



Co-funded by
the European Union

Il est important de remplir chaque bloc dans cet ordre :

Segments : Bénéficiaires - décrivez les principaux bénéficiaires de votre entreprise sociale. Il existe deux types de bénéficiaires : les clients qui achètent vos produits/services et les autres personnes qui peuvent en bénéficier sans payer. En général, une entreprise sociale a des bénéficiaires qui ne paient rien, mais qui sont essentiels au modèle d'entreprise ;

Segments : Clients - ce bloc définit les groupes de personnes ou d'organisations que votre entreprise vise à atteindre et à servir. Afin de mieux satisfaire vos clients, vous devez les regrouper en segments distincts sur la base de différents critères : besoins, types de comportement, compétences, préoccupations, etc. La segmentation de la clientèle est très importante car elle vous fournit des informations pour développer vos produits, vos canaux de distribution, etc.

Selon Osterwalder&Pigneur (2010), il existe certaines situations dans lesquelles les groupes de clients doivent être considérés comme des segments distincts :

Leurs besoins nécessitent et justifient une offre distincte ;

Ils sont atteints par des canaux de distribution différents ;

Ils nécessitent différents types de relations ;

Ils ont une rentabilité sensiblement différente ;

Ils sont prêts à payer pour des aspects différents de l'offre.

SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

<p>KEY RESOURCES</p> <p>What resources will you need to run your activities? People, finance, access?</p>	<p>KEY ACTIVITIES</p>	<p>TYPES OF INTERVENTION 2</p> <p>What is the format of your intervention? Is it a workshop? A service? A product?</p>	<p>SEGMENTS 1</p> <p>Who benefits from your intervention? Beneficiary</p>	<p>VALUE PROPOSITION 3</p> <p>User Value Proposition</p> <hr/> <p>Impact Measures</p>
<p>PARTNERS + KEY STAKEHOLDERS</p> <p>Who are the essential groups you will need to involve to deliver your programme? Do you need special access or permissions?</p>	<p>What programme and non-programme activities will your organisation be carrying out?</p>	<p>CHANNELS 6</p> <p>How are you reaching your users and customers?</p>	<p>Customer 4</p> <p>Who are the people or organisations who will pay to address this issue?</p>	<p>How will you show that you are creating social impact?</p> <hr/> <p>Customer Value Proposition 5</p> <p>What do your customers want to get out of this initiative?</p>
<p>COST STRUCTURE</p> <p>What are your biggest expenditure areas? How do they change as you scale up?</p>		<p>SURPLUS</p> <p>Where do you plan to invest your profits?</p>	<p>REVENUE</p> <p>Break down your revenue sources by %</p>	



Types d'intervention - décrit le type de produit qui fournira la valeur.

Les questions qui peuvent vous aider à définir l'intervention sont les suivantes :

- Quel est le format de votre intervention ?
- S'agit-il d'un atelier ?
- D'un service ?
- D'un produit ?

Proposition de valeur : Propositions de valeur sociale - Pour les entreprises sociales, vous devez également prendre en compte les éléments suivants Mesures d'impact (Comment allez-vous montrer que vous créez un impact social ?)

Proposition de valeur : Proposition de valeur pour les clients - définit l'ensemble des produits et services qui créent de la valeur pour un segment de clientèle spécifique.

Cette proposition de valeur est la principale caractéristique d'un produit/service qui satisfait les besoins/intérêts du client.

C'est pour cette valeur que les clients choisissent votre produit/service. Lorsque vous définissez la proposition de valeur de votre idée d'entreprise, il est important de réfléchir aux questions suivantes :

- Quelle valeur apportez-vous au client ?
- Quel problème résolvez-vous pour le client ?
- Quels sont les besoins des clients auxquels vous répondez ?
- Quels ensembles de produits et de services offrons-nous à chaque segment de clientèle ?

Canaux de communication - présente les **canaux de communication** et de distribution qu'une entreprise utilise pour offrir une proposition de valeur à ses clients. Ils représentent les points de contact des clients avec vos produits/services et sont très importants. Ces canaux visent à : sensibiliser les clients aux produits/services de l'entreprise ; aider les clients à évaluer la proposition de valeur ; permettre aux clients d'acheter les produits/services ; fournir une assistance aux clients.

Les principales questions qui vous aideront à définir les canaux sont les suivantes :

- Comment atteignez-vous vos bénéficiaires et vos clients ?
- Comment une entreprise communique-t-elle avec ses segments de clientèle et les atteint-elle pour leur présenter une proposition de valeur ?

Flux de revenus - représente l'argent qu'une entreprise sociale génère à partir de chaque segment de clientèle. Il en existe deux types :

- 1) les revenus de transaction résultant de paiements uniques effectués par les clients et
- 2) les revenus récurrents résultant de paiements continus effectués pour fournir une proposition de valeur aux clients ou pour fournir une assistance à la clientèle après l'achat.

Pour établir les flux de revenus, vous devez répondre à la question suivante : Pour quelle valeur chaque segment de clientèle est-il réellement prêt à payer ? Vous devez ensuite fixer vos mécanismes de prix.

Ressources clés - présente les actifs clés nécessaires au fonctionnement de l'entreprise sociale. Vous devez décrire les ressources dont vous aurez besoin pour mener à bien vos activités - ressources humaines, financières, physiques,

Pour de plus amples informations sur cet outil et des instructions sur la manière de l'utiliser, veuillez consulter le site suivant

<https://www.socialbusinessmodelcanvas.com/>

Vidéo: <https://www.youtube.com/watch?v=l8nwNcCfyig>

Activités clés - décrit ce qu'une entreprise sociale doit faire pour que l'entreprise fonctionne. Pour cela, vous devez mentionner les activités programmatiques et non programmatiques que votre organisation réalisera.

Partenaires et principales parties prenantes - définit le réseau de fournisseurs et de partenaires nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise sociale. Quels sont les groupes essentiels que vous devrez impliquer pour mettre en œuvre votre programme ? Avez-vous besoin d'un accès ou d'autorisations spéciales ?

Structure des coûts - décrit tous les coûts encourus pour faire fonctionner un modèle d'entreprise. Quels sont vos principaux postes de dépenses ? Comment évoluent-ils au fur et à mesure que vous vous développez ?

Excédent - décrit où vous prévoyez d'investir vos bénéfices.





Gestion d'un SFSC ou d'un SEED



En tant qu'entrepreneur social, la gestion d'une chaîne d'approvisionnement alimentaire courte (SFSC) ou d'un développement d'entreprise socialement engagée (SEED) implique de comprendre les défis et les opportunités uniques que ces modèles présentent. Voici un guide détaillé sur la manière de gérer efficacement ces deux modèles :



Co-funded by
the European Union

Gestion d'une chaîne d'approvisionnement alimentaire courte (SFSC)



Les SFSC s'attachent à réduire la distance entre les producteurs et les consommateurs de denrées alimentaires, en mettant l'accent sur la production locale, la durabilité et l'engagement communautaire.

1. Comprendre le modèle SFSC

Approvisionnement local : Identifiez les agriculteurs et les producteurs locaux qui respectent vos normes de durabilité et de qualité.

Ventes directes : Facilitez les ventes directes par le biais de marchés de producteurs, de magasins locaux, de plateformes en ligne ou de programmes d'agriculture soutenue par la communauté (ASC).

Transparence : Assurez la transparence de la chaîne d'approvisionnement, en fournissant aux clients des informations sur l'origine de leurs aliments et sur les pratiques utilisées.

2. Établir des relations solides

Producteurs : Développez des relations solides et de confiance avec les agriculteurs et les producteurs locaux. Proposez des prix équitables et soutenez les pratiques durables.

Consommateurs : Engagez-vous auprès de vos clients par le biais de campagnes d'éducation et de sensibilisation aux avantages des systèmes alimentaires locaux et durables.

3. Logistique et opérations

Distribution efficace : Mettre en place une logistique efficace pour le transport des marchandises des producteurs aux consommateurs, en minimisant l'impact sur l'environnement.

Gestion des stocks : Mettez en place des systèmes robustes de gestion des stocks afin de suivre les niveaux de stocks, de réduire le gaspillage et de garantir la fraîcheur des produits.

Contrôle de la qualité : Mettez en place des mesures de contrôle de la qualité afin de maintenir des normes élevées en matière de sécurité alimentaire et de qualité.



Co-funded by
the European Union

4. Marketing et engagement communautaire

Marketing local: Utilisez les médias locaux, les médias sociaux et les événements communautaires pour promouvoir votre CSF.

Programmes éducatifs: Proposez des ateliers et des visites de fermes pour sensibiliser les consommateurs à l'agriculture durable et à une alimentation saine.

Rétroaction des clients: Recueillez régulièrement les commentaires de vos clients et tenez-en compte pour améliorer votre offre et la satisfaction de vos clients.

5. Gestion financière

Contrôle des coûts: Surveillez de près les coûts afin de maintenir la rentabilité tout en garantissant une rémunération équitable aux producteurs.

Financement et subventions: Recherchez des possibilités de financement et des subventions visant à soutenir les systèmes alimentaires locaux et les initiatives de développement durable.



Gérer le développement d'une entreprise socialement engagée (SEED)



SEED se concentre sur le développement d'entreprises qui sont non seulement financièrement durables, mais qui créent également une valeur sociale en répondant aux besoins de la communauté.

1. Définir votre mission sociale

Une **vision claire**: Établissez une vision et une mission claires qui décrivent vos objectifs sociaux et l'impact que vous souhaitez obtenir.

Implication des parties prenantes: Impliquez les parties prenantes, y compris les membres de la communauté, dans la définition et l'affinement de votre mission afin de vous assurer qu'elle répond à des besoins réels.

2. Élaborer un modèle d'entreprise durable

Sources de revenus: Identifiez diverses sources de revenus pour assurer la viabilité financière, telles que les ventes, les subventions, les dons et les partenariats.

Mesure de l'impact social: Mettez en place un cadre pour mesurer et rendre compte de votre impact social, en utilisant des paramètres qui reflètent votre mission.

3. Constituer une équipe solide

Recrutement: Embauchez des personnes qui sont passionnées par votre mission et qui possèdent les compétences et l'expertise nécessaires.

Formation: Proposez une formation continue et des opportunités de développement afin de doter votre équipe des compétences nécessaires pour atteindre vos objectifs.

Culture: Favorisez une culture de collaboration, d'innovation et de responsabilité sociale au sein de votre organisation.

4. Engagement communautaire et partenariats

Partenariats locaux: Collaborez avec des organisations, des entreprises et des agences gouvernementales locales pour renforcer votre impact.

Implication de la communauté: Engagez la communauté par le biais de processus participatifs, en veillant à ce que leurs voix soient entendues et leurs besoins pris en compte.

Plaidoyer: Plaidez en faveur de politiques et de pratiques qui soutiennent l'entreprise sociale et le développement communautaire.



5. Gestion financière et opérationnelle

Planification financière: Élaborer un plan financier détaillé comprenant la budgétisation, les prévisions et la gestion des risques financiers.

Efficacité opérationnelle: Mettre en œuvre des processus opérationnels efficaces afin de maximiser les ressources et de minimiser les gaspillages.

Utilisation de la technologie: Tirer parti de la technologie pour améliorer les opérations, suivre l'impact et améliorer la communication avec les parties prenantes.

6. Marketing et sensibilisation

Image de marque: Développez une marque forte qui reflète votre mission et vos valeurs.

Raconter des histoires : Utilisez la narration pour communiquer votre impact et susciter un engagement émotionnel de la part de votre public.

Marketing numérique: Utilisez les outils de marketing numérique et les médias sociaux pour atteindre un public plus large et créer une communauté autour de votre cause.



Apprentissage et adaptation continus

SFSC et SEED ont besoin d'un apprentissage et d'une adaptation continus pour rester efficaces et répondre à l'évolution des besoins et des contextes. Restez informé des meilleures pratiques, des tendances émergentes et des nouvelles opportunités dans votre domaine grâce à :

Le **développement professionnel**: Participez à des ateliers, des conférences et des sessions de formation.

Le **réseautage**: Rejoignez des réseaux et des associations d'entrepreneurs sociaux pour partager vos connaissances et collaborer.

La **recherche**: Recherchez en permanence et mettez en œuvre des pratiques innovantes pour améliorer votre impact et votre efficacité.

En vous concentrant sur ces domaines, vous pouvez gérer efficacement une chaîne d'approvisionnement alimentaire courte ou le développement d'une entreprise socialement engagée, créant ainsi une valeur durable pour votre communauté et au-delà.



LE FINANCEMENT



1. Sources traditionnelles de financement

Les subventions

Subventions gouvernementales : Recherchez les subventions offertes par les autorités locales, régionales et nationales qui soutiennent les entreprises sociales et les projets communautaires.

Subventions des fondations : De nombreuses fondations accordent des subventions aux entreprises sociales. Recherchez des fondations dont les missions correspondent à votre projet.

Subventions pour les organisations à but non lucratif : Explorez les subventions disponibles pour les organisations à but non lucratif si votre entreprise sociale dispose d'une branche à but non lucratif.

Prêts

Microprêts : Trouvez des organisations qui proposent des microprêts adaptés aux petites entreprises sociales.

Prêts aux entreprises sociales : Certaines banques et institutions financières proposent des programmes de prêts spéciaux pour les entreprises sociales, souvent à des conditions avantageuses.

Concours et récompenses

Concours pour les entreprises sociales : Participez à des concours qui offrent des prix de financement pour des idées d'entreprises sociales innovantes.

Concours de plans d'affaires : Soumettez votre plan d'affaires à des concours qui récompensent les idées entrepreneuriales par un soutien financier.



Co-funded by
the European Union

LE FINANCEMENT



2. Le crowdfunding

Le crowdfunding consiste à collecter de petites sommes d'argent auprès d'un grand nombre de personnes, généralement par l'intermédiaire de plateformes en ligne.

Il existe différents types de crowdfunding :

Le crowdfunding basé sur les récompenses

Plateformes: Kickstarter, Indiegogo.

Approche: Offrez des récompenses (comme des produits, des services ou des expériences exclusives) aux donateurs en échange de leur soutien.

Stratégie: Créez une campagne convaincante avec une histoire claire, des visuels attrayants et des récompenses bien définies. Faites la promotion de votre campagne par l'intermédiaire des médias sociaux, du marketing par courriel et des réseaux personnels.

Le crowdfunding basé sur les dons

Plateformes: GoFundMe, Crowdrise.

Financement par actions

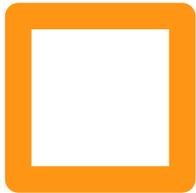
Plateformes: SeedInvest, Crowdcube, StartEngine.



Co-funded by
the European Union



Marketing et publicité : Comment vendre l'histoire du produit ? Comment vendre la valeur des entreprises sociales ?



Il est prouvé que la narration a un impact considérable sur notre prise de décision. Il est psychologiquement prouvé que les clients prennent leurs décisions d'achat en se basant principalement sur leurs émotions, le raisonnement logique venant en second lieu.



Co-funded by
the European Union

➤ Vendre l'histoire du produit :

- Connaître son public :

Comprendre les besoins, les désirs et les motivations de votre public vous aidera à adapter votre histoire pour qu'elle trouve un écho auprès d'eux.

- Mettez en évidence le problème :

Identifiez le problème que votre produit résout et expliquez pourquoi il est pertinent pour votre public.

- Présentez la solution :

Montrez comment votre produit répond spécifiquement au problème et comment il peut avoir un impact positif sur la vie des gens.

- Créez un lien émotionnel :

Partagez des expériences personnelles ou des histoires qui créeront un lien émotionnel entre votre public et votre produit.

- Utilisez des éléments visuels :

Incorporez des tactiques de narration visuelle, telles que des images ou des vidéos, pour donner vie à l'histoire de votre produit.

- Expliquez les avantages :

Mettez en avant les avantages de votre produit et expliquez comment il se distingue des produits similaires sur le marché.

➤ Vendre la valeur des entreprises sociales :

- Expliquer la mission sociale :

Expliquer la mission sociale : articuler clairement le problème social auquel l'entreprise s'attaque et l'impact qu'elle vise à avoir.

- Souligner l'impact social :

Mettez en évidence l'impact social : présentez l'impact social mesurable que l'entreprise a déjà produit, ainsi que son potentiel d'impact futur.

- Mettez en évidence les avantages économiques :

Mettez l'accent sur la manière dont le soutien à une entreprise sociale profite à l'économie, par exemple en créant des emplois ou en générant des revenus.

- Montrez la transparence et la responsabilité :

Démontrez comment l'entreprise est transparente dans ses opérations et ses finances, et comment elle est tenue responsable de sa mission sociale.

- Partager les réussites :

Partagez les histoires de ceux qui ont bénéficié du produit ou du service de l'entreprise sociale, y compris des témoignages personnels ou des études de cas.

- Collaborez avec des organisations partageant les mêmes idées :

Établissez des partenariats avec d'autres organisations qui partagent une mission sociale similaire afin d'amplifier le message de la valeur de l'entreprise sociale.

Exemples du pouvoir de la narration :

The Girl Effect : The Girl Effect est un mouvement mondial qui vise à autonomiser les filles et les jeunes femmes. Il utilise la narration pour communiquer l'impact de son travail et inspirer l'action. Dans cette vidéo, ils utilisent une histoire puissante pour montrer comment l'investissement dans les filles peut changer le monde.

<https://girleffect.org/>

Patagonia : Patagonia est une entreprise de vêtements de plein air socialement responsable qui s'engage en faveur de la durabilité environnementale. Elle utilise la narration pour communiquer ses valeurs et sa mission. Dans cette vidéo, ils racontent comment ils ont commencé et pourquoi ils se sont engagés à avoir un impact positif sur l'environnement.

<https://www.patagonia.com/our-footprint/>

A large white speech bubble with a black outline and a drop shadow, set against a solid yellow background. The bubble contains the text "Storytelling is the best Marketing" in a bold, black, sans-serif font.

Storytelling
is the best
Marketing

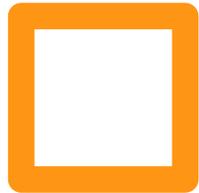




Communication



Les entrepreneurs sociaux doivent communiquer leur impact et leur marque de manière efficace pour attirer les clients et les investisseurs. Les outils de marketing et d'image de marque tels que la publicité dans les médias sociaux et la narration peuvent aider les entrepreneurs sociaux à créer et à communiquer une histoire de marque authentique et convaincante qui trouve un écho auprès des clients et des investisseurs.



**Co-funded by
the European Union**

1. Les médias sociaux :

Les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram peuvent être utilisées pour créer un buzz autour d'une entreprise sociale et pour entrer en contact avec des clients, des partenaires et des investisseurs potentiels.

2. Places de marché en ligne :

Les places de marché en ligne comme Etsy et Amazon Handmade permettent aux entrepreneurs sociaux de vendre leurs produits à un public plus large, d'atteindre de nouveaux clients et de développer leur marque.

3. Plates-formes d'apprentissage en ligne :

Les plateformes d'apprentissage en ligne comme Udemy et Coursera peuvent fournir aux entrepreneurs sociaux les compétences et les connaissances dont ils ont besoin pour lancer et développer leur entreprise. Les programmes d'éducation et de formation permettent aux entrepreneurs sociaux d'acquérir les compétences et les connaissances nécessaires au développement et à la gestion d'entreprises sociales prospères. Ces programmes couvrent divers aspects de l'entrepreneuriat, notamment le marketing, la gestion financière et l'évaluation de l'impact. Ils peuvent être proposés par des universités, des organisations à but non lucratif et des pépinières d'entreprises.

4. Les plateformes de crowdfunding :

Les plateformes comme Kickstarter et GoFundMe permettent aux entrepreneurs sociaux de collecter des fonds et de sensibiliser le public à leurs projets en présentant leurs idées et en offrant des récompenses à ceux qui les soutiennent.

Les 10 meilleures plateformes de crowdfunding en 2023

5. Espaces de co-working :

Les espaces de co-working offrent aux entrepreneurs sociaux un environnement de soutien où ils peuvent travailler, collaborer et réseauter avec d'autres entrepreneurs et des personnes partageant les mêmes idées.

6. Incubateurs et accélérateurs d'entreprises :

Les incubateurs et accélérateurs d'entreprises tels que Y Combinator et Start-Up Chile offrent aux entrepreneurs sociaux un mentorat, un financement et des ressources pour les aider à développer leur entreprise.

Ce que font vraiment les accélérateurs de startups (hbr.org)

7. Les plateformes de contenu généré par les utilisateurs :

Les plateformes permettent aux entrepreneurs sociaux de partager leurs histoires, de répondre aux questions et aux préoccupations, et d'asseoir leur crédibilité en tant qu'experts dans leurs domaines respectifs.²¹ Best UGC Platforms to Help Boost Your Content Marketing (influencermarketinghub.com)

8. Les communautés en ligne :

Les communautés en ligne telles que Reddit et Slack permettent aux entrepreneurs sociaux de se connecter avec d'autres personnes qui partagent leurs intérêts, d'échanger des idées, des ressources et du soutien.

VIDEO: <https://www.youtube.com/watch?v=NNtUmk-vAoI>
<https://www.youtube.com/watch?v=0xjabOFN6bo>

D'autres exemples :

- Ashoka, un réseau mondial d'entrepreneurs sociaux, fournit une plateforme permettant aux entrepreneurs sociaux de se connecter et de collaborer. - [Home | Ashoka | Everyone a Changemaker](#)
- Acumen, une organisation d'investissement d'impact à but non lucratif, investit dans des entrepreneurs sociaux qui s'efforcent de résoudre les problèmes liés à la pauvreté dans les pays en développement. [Acumen | Changing the Way the World Tackles Poverty](#)
- Le Skoll Centre for Social Entrepreneurship de l'Université d'Oxford propose un programme de MBA axé sur l'entrepreneuriat social. [Skoll Centre for Social Entrepreneurship | About | Oxford Saïd](#)



PLANNING

SEEDS

Ressources:

Social Economy in the European Union by CIRIEC (International Centre of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy) https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/12_368-gr3-env2.pdf

Policy Brief on Social Entrepreneurship by OECD: https://www.oecd.org/cfe/leed/social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20en_final.pdf

Policy brief on scaling the impact of social enterprises by OECD: <https://www.oecd-ilibrary.org/deliver/34ab6255-en.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fpaper%2F34ab6255-en&mimeType=pdf>

Integrated Human centered design training on social entrepreneurship by MATERAHUB Partners contributing Civitas, CLNR, Synthesis: <https://wegrowideas.eu/integrated-guide-and-toolkit/>

<https://entrecompeurope.eu/resources/#PracticalGuide>

<https://www.socialbusinessmodelcanvas.com/>

Photo source: www.canva.com



Co-funded by
the European Union



**PLANNING
SEEDS**



**Co-funded by
the European Union**

**FIND OUT MORE ON
TRAININGFORFOOD.EU/PLANNING-SEEDS**

OR FOLLOW US ON SOCIAL MEDIA



@PLANNING SEEDS

YOU CAN FIND ALL THE VIDEOS ON YOUTUBE



@TAMATNGO