



Favoriser l'entrepreneuriat vert et social
dans l'enseignement scolaire grâce à un
environnement d'entreprise virtuel

GROUPE DE TRAVAIL NO 3
**Programme «L'entrepreneuriat virtuel
pour un monde durable»**



Table des matières

Introduction.....	5
Groupes cibles	6
Objectifs d'apprentissage pour les étudiants.....	7
1. Fondamentaux de l'entrepreneuriat.....	9
1.1. Aperçu	9
Objectifs d'apprentissage.....	9
1.2. Introduction à l'esprit d'entreprise	11
1.2.1. Concept et perspective historique	11
1.2.2. Principaux trains entrepreneuriaux et Mindset	14
1.3. Rôles et responsabilités dans l'entrepreneuriat	17
1.3.1. En tant que propriétaires d'entreprises et salariés.....	17
1.3.2. Études de cas: Parcours entrepreneuriaux divers.....	19
1.4. Lignes directrices pour les discussions interactives	23
1.4.1. Sujets de débat structurés en classe	23
1.4.2. Activités de groupe et exercices de réflexion	25
2. L'esprit d'entreprise pour une planète plus verte	27
2.1. Aperçu	27
Objectifs d'apprentissage.....	28
2.2. Durabilité dans les entreprises.....	29
2.2.1. Principes de l'entrepreneuriat durable	31
2.2.2. Éthique environnementale et entreprises	33
2.3. Modèles d'entreprise verts	36
2.3.1. Études de cas sur des entreprises vertes prospères	39
2.3.2. Activités en classe: Conception d'un plan d'entreprise vert.....	41
2.4. Pratiques et innovation respectueuses de l'environnement	46
2.4.1. Activités en classe: D'Idea à un produit/service respectueux de l'environnement.....	48
3. L'entrepreneuriat au service du changement social	57
3.1. Aperçu	57
Objectifs d'apprentissage.....	57
3.2. Introduction à l'entrepreneuriat social	59

3.2.1. Questions sociales et solutions commerciales.....	62
3.2.2. Comment être un entrepreneur social?.....	63
3.3. Concevoir le changement social.....	70
3.3.1. Atelier: Identifier les problèmes sociaux et les solutions.....	70
3.3.2. Jeu de rôle: Négocier les défis de l'entrepreneuriat social	74
3.3.3. Projets d'apprentissage en service: Planification et mise en œuvre	77
4. Esprit d'entreprise inclusif	84
4.1. Aperçu	84
Objectifs d'apprentissage.....	85
4.2. L'esprit d'entreprise dans des contextes divergents	86
4.2.1. Types d'obstacles et de barrières.....	86
4.2.2. Surmonter les obstacles liés au genre, à l'origine géographique et socio-économique	92
4.3. Autonomisation par l'intermédiaire de l'entreprise	98
4.3.1. Activités en classe: Renforcer la confiance et les compétences entrepreneuriales	101
4.3.2. Apprentissage par les pairs: Partage des expériences et des stratégies.....	108
5. Activités de simulation de l'entrepreneuriat social vert pour l'essor.....	111
5.1. Génération et développement des idées des entreprises	113
5.1.1. Brainstorming Sessions for Creative Ideas (sessions de réflexion pour les idées créatives)	113
Étapes du processus de génération d'idées.....	114
Modèle de plan d'action	116
Méthodes de Brainstorming Business Ideas	118
A peu de conseils pour réfléchir à de nouvelles idées commerciales.....	129
5.1.2. Construire un modèle commercial Canvas.....	129
Modèle d'entreprise Canvas	134
5.2. Études de marché et planification.....	136
5.2.1. Outils et techniques d'analyse de marché	136
5.2.2. Élaboration d'un plan d'entreprise fiable	140
Modèle de plan d'entreprise.....	143
5.3. Mise en œuvre et gestion	145
5.3.1. Jeu de rôle: Gestion d'une activité virtuelle.....	145
Techniques et approches	145
Mise en œuvre pratique.....	147
5.3.2. Exercices décisionnels: Scénarios réels	155
5.4. Analyse des incidences sociales et environnementales.....	158



5.3. Organisation d'un événement de préparation.....	163
Modèle de brai	166
5.4. Amener les entreprises virtuelles à la vie	168
Références	170

Licence «Creative Commons»



CC BY-NC 4.0

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Cette licence exige que les réutilisateurs accordent un crédit au créateur. Il permet aux réutilisateurs de distribuer, de remélanger, d'adapter et de mettre à profit le matériel sous n'importe quel support ou format, à des fins non commerciales uniquement.



Introduction

Bienvenue dans le programme «L'entrepreneuriat virtuel pour un monde durable», un programme éducatif pionnier conçu pour donner les moyens d'agir à la prochaine génération d'entrepreneurs. Ce programme d'études fait partie intégrante du projet «Green and Social StartUps», qui vise à intégrer les principes fondamentaux de l'entrepreneuriat avec un engagement profond en faveur de la durabilité et de la responsabilité sociale.

Dans le paysage mondial qui évolue rapidement, la nécessité de pratiques commerciales innovantes, respectueuses de l'environnement et socialement responsables est plus pressante que jamais. Notre monde est confronté à des défis sans précédent, notamment le changement climatique, les inégalités sociales et un environnement économique en mutation rapide. Pour relever ces défis, nous devons cultiver une nouvelle race d'entrepreneurs — des personnes non seulement dotées de compétences entrepreneuriales fondamentales, mais aussi profondément adaptées aux implications éthiques, environnementales et sociales de leurs projets.

Ce programme est structuré en deux parties principales: le cadre théorique et l'application pratique. La partie théorique comprend quatre modules complets, chacun conçu pour fournir aux étudiants une compréhension nuancée de l'esprit d'entreprise dans le contexte des défis sociétaux et environnementaux actuels. Ces modules sont les suivants:

- 1. Fondamentaux de l'entrepreneuriat:** Jeter les bases d'une compréhension de l'esprit d'entreprise, y compris de son importance dans le monde moderne et de l'état d'esprit essentiel à la réussite.
- 2. L'esprit d'entreprise pour une planète plus verte:** Mettre l'accent sur la manière dont les efforts entrepreneuriaux peuvent s'aligner sur la durabilité environnementale et la promouvoir, en s'attaquant à des questions cruciales telles que le changement climatique et la conservation écologique.
- 3. L'entrepreneuriat au service du changement social:** Étudier le rôle de l'entrepreneuriat dans le changement social, résoudre les problèmes communautaires et promouvoir l'équité sociale.
- 4. Esprit d'entreprise inclusif:** L'objectif est de donner à divers groupes, y compris ceux qui se trouvent dans des circonstances défavorisées, les moyens de s'engager dans des activités entrepreneuriales.

La partie pratique, la section intitulée «Activités de simulation de l'entrepreneuriat social vert pour l'Europe», est une expérience immersive dans laquelle les élèves appliquent leurs connaissances théoriques. À cet égard, ils idéaliseront, développeront et géreront les entreprises virtuelles, en mettant l'accent sur la résolution des problèmes environnementaux et sociaux. Cette approche pratique renforce non seulement l'apprentissage, mais crée également un sentiment d'impact réel et de responsabilité.

Notre programme va au-delà de la formation traditionnelle aux entreprises. Il vise à favoriser l'esprit critique, la créativité, la résolution de problèmes et les compétences en matière de prise de décision éthique. En intégrant ces compétences avec une compréhension approfondie de la durabilité et de la responsabilité sociale, nous préparons les étudiants non seulement à la réussite des entreprises, mais aussi à des rôles de chef de file pour créer un monde plus juste, plus durable et plus prospère. Il est nécessaire de façonner un avenir où la réussite des entreprises et la gestion sociale/environnementale ne sont pas seulement compatibles, mais aussi synergiques et se renforçant mutuellement.

Groupes cibles

Les **enseignants** constituent un groupe cible essentiel pour le programme «L'entrepreneuriat virtuel pour un monde durable». En tant qu'éducateurs et facilitateurs, ils jouent un rôle essentiel dans la concrétisation du contenu du programme. Le programme est conçu pour doter les enseignants d'un large éventail de ressources, y compris des activités et des plans de cours complets, des supports pédagogiques interactifs et des outils d'évaluation. Ces ressources sont adaptées pour aider les enseignants à transmettre efficacement des concepts complexes d'entrepreneuriat, de durabilité et de responsabilité sociale d'une manière qui trouve un écho avec les étudiants et les associe. Le programme soutient également les enseignants dans leur développement professionnel, en leur offrant de nouvelles perspectives et méthodes d'enseignement, notamment en intégrant les questions du monde réel à l'apprentissage en classe. Il encourage les enseignants non seulement à transmettre des connaissances, mais aussi à inspirer, guider et encadrer les étudiants dans l'exploration et la compréhension du rôle de l'entrepreneuriat dans la réponse aux défis mondiaux contemporains.

Partenaires de projet

6



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

Les élèves, en particulier ceux du milieu et du lycée, sont les premiers bénéficiaires du programme «L'entrepreneuriat virtuel pour un monde durable». Ce programme vise à éclairer et à mobiliser les étudiants en les présentant aux fondamentaux de l'esprit d'entreprise sous l'angle de la gestion environnementale et de la responsabilité sociale. Il est structuré de manière à stimuler leur curiosité, leur créativité et leurs capacités de pensée critique, en les encourageant à s'interroger et à proposer des solutions aux problèmes du monde réel. En participant à ce programme, les étudiants devraient acquérir non seulement des connaissances théoriques sur l'entrepreneuriat, mais aussi des compétences pratiques et un fondement éthique solide, qui sont essentiels dans le monde actuel, en rapide évolution et interconnecté. La combinaison de l'apprentissage théorique et de l'application pratique du programme est conçue pour être accessible et attrayante pour les étudiants issus d'horizons divers, ce qui garantit l'inclusion et l'égalité des chances en matière d'apprentissage pour tous.

Objectifs d'apprentissage pour les étudiants

En couvrant l'ensemble des ressources et activités éducatives, les étudiants:

- ✓ Comprendre les principes de base et la dynamique de l'entrepreneuriat, y compris son rôle et son impact dans l'économie et la société.
- ✓ Cultiver un état d'esprit d'entreprise, caractérisé par la créativité, l'innovation, la résilience et la capacité d'adaptation, ainsi qu'une approche proactive de la résolution de problèmes et de l'identification des opportunités.
- ✓ Comprendre l'importance de la durabilité dans les entreprises et apprendre comment les activités entrepreneuriales peuvent contribuer à la conservation de l'environnement et aux pratiques durables.
- ✓ Mieux comprendre le concept et le rôle de l'entrepreneuriat social dans la prise en compte des questions sociales, y compris des études de cas sur des initiatives couronnées de succès.
- ✓ Reconnaître les défis et les possibilités d'entrepreneuriat parmi les groupes sous-représentés et défavorisés, en favorisant l'empathie et l'inclusivité dans les pratiques commerciales.

Partenaires de projet

7





LOT 3: Programme «L'entrepreneuriat virtuel pour un monde durable»



Co-funded by
the European Union

- ✓ Développer des compétences entrepreneuriales pratiques, telles que l'idéation, la planification des affaires, l'analyse de marché et l'exécution d'idées commerciales.
- ✓ Renforcer l'esprit critique et les capacités de résolution de problèmes, en appliquant ces compétences pour évaluer les scénarios d'entreprise, les questions de durabilité et les projets pratiques.
- ✓ Améliorer les compétences en matière de communication et de collaboration dans le cadre d'une entreprise, en mettant l'accent sur le travail en équipe et le développement du leadership efficaces.
- ✓ Comprendre les implications éthiques des décisions des entreprises et l'importance de la responsabilité sociale dans l'esprit d'entreprise.
- ✓ Appliquer les connaissances théoriques à des scénarios concrets, en évaluant l'impact social et environnemental des activités entrepreneuriales.

En réalisant ces objectifs, les étudiants seront bien préparés non seulement à des projets entrepreneuriaux, mais aussi à une citoyenneté responsable au sein d'une communauté mondiale. En d'autres termes, ils seront dotés des outils et de l'état d'esprit nécessaires pour créer, innover et diriger de manière harmonieuse à la réussite des entreprises et à la gestion sociale et environnementale.

Partenaires de projet

8



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

1. Fondamentaux de l'entrepreneuriat

1.1. Aperçu

Ce module est méticuleusement conçu pour fournir aux étudiants une base solide sur les principes et pratiques essentiels de l'esprit d'entreprise. Le module vise à favoriser l'esprit d'entreprise et à fournir les compétences nécessaires pour identifier et exploiter efficacement les débouchés commerciaux.

Pendant toute la durée de ce module, les étudiants s'intéresseront à toute une série de sujets critiques, notamment la définition de l'esprit d'entreprise, les caractéristiques personnelles d'un entrepreneur, le rôle d'un entrepreneur, les relations entre le propriétaire d'entreprise et ses employés, etc. Le programme met l'accent sur la création de valeur par l'innovation et fournit des informations sur la complexité du lancement et du maintien d'une entreprise propre, tant théorique que pratique.

L'approche pédagogique combine des cadres théoriques et des applications pratiques, en utilisant des conférences, des études de cas, des projets collaboratifs et des avis d'experts. Cette méthodologie multidimensionnelle permet aux étudiants non seulement de comprendre les fondements théoriques des fondamentaux de l'entrepreneuriat, mais aussi d'acquérir des compétences pratiques et une expérience réelle.

À l'issue de ce module, les étudiants seront équipés d'une boîte à outils complète pour la réussite entrepreneuriale, que leur objectif soit de créer leur propre entreprise, de rejoindre une jeune entreprise ou de stimuler l'innovation au sein d'une organisation existante. Les étudiants sont invités à participer à ce parcours intellectuel, afin de transformer les aspirations entrepreneuriales en entreprises réalisables et durables.

Objectifs d'apprentissage

D'ici à la fin de ce module, les étudiants pourront:

- ✓ Définir l'esprit d'entreprise et reconnaître son importance dans l'économie moderne.
- ✓ Faire la distinction entre les différents types d'entreprises et leur impact sur la société.
- ✓ Identifier et cultiver des traits et des compétences personnels essentiels à la réussite de l'esprit d'entreprise.

Partenaires de projet

9





LOT 3: Programme «L'entrepreneuriat virtuel pour un monde durable»



Co-funded by
the European Union

- ✓ Démontrer sa capacité à penser de manière créative et innovante.
- ✓ Décrivez les rôles et responsabilités clés des entrepreneurs dans le développement des entreprises.
- ✓ Évaluer la relation entre les chefs d'entreprise et leurs employés, en mettant l'accent sur l'efficacité de la direction et de la direction.
- ✓ Obtenir des informations sur la complexité du lancement et du maintien d'une entreprise d'un point de vue tant théorique que pratique.
- ✓ Utiliser la réflexion stratégique pour relever les défis et saisir les opportunités dans le parcours entrepreneurial.
- ✓ Participer à des études de cas et à des projets collaboratifs pour appliquer les connaissances théoriques dans des scénarios concrets.
- ✓ Tirer parti des connaissances spécialisées pour améliorer la compréhension pratique et les compétences entrepreneuriales.

Partenaires de projet

10



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

1.2. Introduction à l'esprit d'entreprise

Le concept d'entrepreneuriat consiste à recenser et à saisir les possibilités de créer et de développer de nouvelles entreprises. Historiquement, l'esprit d'entreprise a stimulé la croissance économique et l'innovation, depuis les premières voies commerciales jusqu'à la révolution industrielle et aux jeunes pousses technologiques d'aujourd'hui. Les principaux traits entrepreneuriaux comprennent la résilience, la créativité et la volonté de prendre des risques calculés. Les entrepreneurs doivent avoir un état d'esprit de croissance, apprendre en permanence et s'adapter à l'évolution de la situation. Ils se caractérisent souvent par leur passion, leur persistance et leur capacité à inspirer et à diriger les autres. Les entrepreneurs réussis concilient la pensée visionnaire et l'exécution pratique, en relevant les défis à relever pour transformer les idées en entreprises durables.

1.2.1. Concept et perspective historique

Il existe de nombreuses définitions de l'esprit d'entreprise. L'une des principales citations est donnée par Shane et Venkataraman (2000), qui ont déclaré que l'esprit d'entreprise était «comment, par qui et avec quels effets les possibilités de créer de futurs biens et services sont découvertes, évaluées et exploitées. (p. 218)»

Ratten (2023) classe les définitions de l'entrepreneuriat en fonction du type d'entrepreneuriat. Le tableau suivant présentera plusieurs types ainsi que des définitions de l'esprit d'entreprise.

Tableau 1: Définitions des types de navires d'hébergement

Type	Définition	Source
Artisan	personnes qui produisent et vendent des produits ou des services ayant une valeur artistique distincte résultant d'un degré élevé de saisie manuelle	Ratten (2022)
Base de la pyramide	Est défini comme l'esprit d'entreprise des personnes à faibles revenus ou à faible niveau de ressources.	Ratten (2023)
Sociétés	processus par lequel une personne ou un groupe de personnes, en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou encourage le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation;	Sharma et Chrisman (1999)

Bâtiments	le processus d'utilisation de méthodes artisanales pour fabriquer des produits et des services	Ratten (2022)
Créatif	tout type de comportement commercial qui se fait de manière inventive et différente	Ratten (2023)
Culturel	l'activité commerciale présentant un lien culturel	Ratten (2023)
Numérique	sous-catégorie d'entrepreneuriat dans laquelle tout ou partie de ce qui serait physique dans les environnements traditionnels a été numérisé sur la base de l'utilisation de médias et de technologies numériques	Elia et al. (2020)
Éducation	une activité entrepreneuriale innovante impliquant le secteur de l'éducation	Ratten (2023)
Écosystème entrepreneurial	ensemble d'acteurs entrepreneuriaux, y compris des clients et fournisseurs potentiels, des universités et des centres de recherche, des opérateurs sociaux et culturels, des institutions et des décideurs politiques, de grandes entreprises, des jeunes pousses et des entrepreneurs innovants, des experts et des professionnels, des investisseurs et un réservoir de personnes talentueuses	Elia et al. (2020)
Environnemental	activité entrepreneuriale proactive intégrant une forme d'initiative en faveur du bien-être environnemental	Ratten (2023)
Famille	esprit d'entreprise au sein d'un groupe de personnes ayant une forme de lien	Ratten (2023)
Femme	les femmes qui créent une entreprise, participent aux décisions de gestion et détiennent la majorité de l'entreprise	Ratten (2017)
Frugal	un trait individuel reflétant sa préférence générale pour a) conserver des ressources et b) appliquer une logique économique à l'acquisition de ressources (c'est-à-dire évaluer le coût d'opportunité des ressources nouvellement acquises)	Michaelis et al. (2020)
Sexe	activité commerciale innovante fondée sur le sexe de l'entrepreneur	Ratten (2023)
Gouvernementale	politique et procédure gouvernementales fondées sur l'innovation entrepreneuriale	Ratten (2023)
Santé	prise de risques et innovation dans le secteur des entreprises de santé	Ratten (2023)
Patrimoine	esprit d'entreprise impliquant une sorte d'élément du patrimoine	Ratten (2023)
Immigrant	esprit d'entreprise impliquant des personnes nées en dehors de leur pays de résidence	Ratten (2023)
International	une combinaison de comportements innovants, proactifs et à risque qui traversent les frontières nationales et visent à créer de la valeur au sein des organisations	McDougall & Oviatt (2000)

Minorité	entreprise indépendante gérée par une personne qui n'est pas typique de la société ordinaire et qui peut donc être décrite par l'adjectif minoritaire	Dana & Vorobeve (2021)
Pauvreté	aide aux entrepreneurs à faibles revenus	Ratten (2023)
Petite entreprise	activité commerciale innovante impliquant des entreprises de moins de 50 salariés	Ratten (2023)
Social	un processus consistant en une utilisation innovante et une combinaison de ressources pour explorer et exploiter les possibilités, qui vise à catalyser le changement social en répondant de manière durable aux besoins fondamentaux de l'homme.	Mair et Marti (2004)
Sport	une organisation sportive agissant de manière innovante dans un contexte commercial	Ratten (2010)
Durable	l'esprit d'entreprise qui intègre une perspective à long terme des changements économiques, sociaux et environnementaux.	Ratten (2023)
Technologique	activités commerciales innovantes dans le domaine de la technologie	Ratten (2023)
Financement à risque	fonds dépensés pour des investissements dans de nouvelles entreprises	Ratten (2023)

Sources: Adaptation des auteurs selon Ratten (2023)

L'esprit d'entreprise, indépendamment de la définition spécifique, présente plusieurs caractéristiques communes. Il s'agit de recenser et d'exploiter les possibilités de créer de la valeur au moyen de produits, de services ou de processus innovants. Les entrepreneurs prennent des risques importants pour exploiter ces possibilités, en investissant souvent leurs propres ressources. La créativité et l'innovation sont essentielles, car les entrepreneurs s'efforcent de résoudre des problèmes ou de répondre aux besoins de manière unique. En outre, l'esprit d'entreprise nécessite de solides compétences en matière de leadership et de gestion pour construire et développer une entreprise. Les entrepreneurs doivent être adaptables, capables de surmonter l'incertitude et résilients face aux défis. En fin de compte, l'esprit d'entreprise vise à réaliser la croissance économique et à contribuer au développement de la société.

1.2.2. Principaux trains entrepreneuriaux et Mindset

Il existe une approche théorique expliquant, à travers plusieurs théories de l'entrepreneuriat, quels sont les principaux traits, mentalités et facteurs de motivation de l'entrepreneuriat (Raimi, 2015):

- **Théorie économique classique:** La théorie considère l'entrepreneuriat comme un catalyseur et un moteur pour tous les autres facteurs de production, en particulier la terre, la main-d'œuvre et le capital. Elle met l'accent sur la «fonction économique» de l'esprit d'entreprise, qui consiste à prendre des risques et à gérer l'incertitude en produisant des biens ou en achetant des biens en vue de leur revente afin de générer des bénéfices. Disons a inventé le terme «entrepreneur» pour décrire un **individu créatif et discernant, un prévisionniste, un innovateur, un évaluateur de projet et un preneur de risques**. Ces qualités uniques placent les entrepreneurs au centre de la théorie économique. La croissance économique durable repose sur la présence d'entrepreneurs.
- **Théorie économique néo-classique:** La théorie néo-classique met en évidence la **connaissance, l'innovation et la créativité** en tant que moteurs essentiels de l'esprit d'entreprise dans le système de marché. Lorsque ces éléments se combinent, ils conduisent au développement de nouveaux produits, procédés, technologies, marchés et entreprises, dans le but de faire passer l'économie d'un équilibre statique à un stade plus avancé qui favorise la croissance économique. Ce processus dynamique est connu sous le nom de «destruction créative de Schumpeter».
- **Théorie de Kirzner:** Contrairement à la théorie néo-classique de la destruction créative, la théorie de Kirzner adopte une approche différente. Elle assimile l'esprit d'entreprise à la **«vigilance» ou au potentiel cognitif** — la capacité de reconnaître et de tirer parti des opportunités économiques sur le marché. Les bénéfices ou les rendements financiers sont considérés comme une récompense de cette vigilance diligente affichée par les entrepreneurs.
- **Théorie fondée sur l'opportunité:** Peter Drucker et Howard Stevenson ont affiné le concept de vigilance de Kirzner et la destruction créative de Schumpeter dans la théorie fondée sur l'opportunité. Drucker a fait valoir que les **entrepreneurs ne faisaient qu'exploiter les possibilités changeantes au sein de l'environnement**, tandis que Stevenson a souligné **que les entrepreneurs étaient les mieux placés pour saisir les opportunités économiques** en raison de leurs ressources, un trait qui les distingue des autres dans le système de marché.

- **Théorie du capital humain:** La théorie s'appuie fondamentalement sur le travail de Schultz, qui caractérise l'entrepreneur comme un **type de capital humain qui stimule le changement sociétal grâce à l'expérience et aux compétences**. Il préconise que l'éducation, la formation, l'acquisition de compétences et le renforcement des capacités soient essentiels à la croissance économique, à l'activité entrepreneuriale et au progrès technologique. Par conséquent, l'investissement dans le capital humain est considéré comme un investissement précieux pour stimuler la productivité.
- **Théorie du trait de la personnalité:** Cette théorie psychologique postule que certaines personnes possèdent des traits ou des qualités innés qui leur permettent de réussir leurs efforts entrepreneuriaux. Pour devenir des entrepreneurs prospères, ces caractéristiques — telles que l'**optimisme, l'énergie mentale, la sensibilisation aux opportunités, la créativité et l'innovation, les compétences en matière de gestion, l'esprit d'entreprise, le travail acharné, l'intégrité, le leadership visionnaire, la compétitivité et un zèle pour l'amélioration continue** — doivent être émulées ou apprises.
- **Locus de la théorie du contrôle:** Cette théorie psychologique suggère que le succès ou l'échec des activités entrepreneuriales est influencé par les capacités personnelles (lieu de contrôle interne) et par le niveau de soutien externe reçu d'autres acteurs (lieu de contrôle externe). Les personnes ayant un **lieu de contrôle interne élevé** pensent qu'elles peuvent façonner des événements de la vie à leur avantage, tandis que celles qui ont un locus de contrôle externe pensent que les forces extérieures telles que la chance, le hasard ou le destin, qui échappent au contrôle humain, dictent des événements de la vie.
- **Théorie de la nécessité d'obtenir des résultats:** Cette théorie met en évidence une relation entre la nécessité d'obtenir des résultats et le développement économique par l'activité entrepreneuriale. Elle suggère que les efforts entrepreneuriaux **motivés par la nécessité d'atteindre les objectifs contribuent à la croissance économique**. À l'inverse, les individus sont motivés à poursuivre des aspirations entrepreneuriales en raison de leur désir d'être couronnés de succès.
- **Théorie de la prise de risque:** La théorie considère l'esprit d'entreprise comme un état d'esprit qui encourage les individus à **prendre des risques modérés ou calculés, ce qui peut entraîner des**

avantages ou des pertes. Le flux potentiel d'avantages sert de récompense pour assumer des risques et des responsabilités importants. Les individus s'engagent dans les risques liés à l'esprit d'entreprise, principalement en raison des opportunités économiques disponibles.

- **Théories sociologiques:** Les théories montrent que le désir de devenir entrepreneur ou de faire preuve d'un comportement entrepreneurial et d'actions orientées vers l'entreprise est influencé **de manière significative par les conditions socio-économiques, culturelles et environnementales d'un individu.** En substance, les conditions économiques et les cultures sociales actuelles stimulent l'esprit d'entreprise dans la société en façonnant les attitudes et les convictions des citoyens, qui influencent ensuite leurs opinions, leur comportement et leurs perceptions entrepreneuriales. Des universitaires ont expliqué ces influences socioculturelles et environnementales sur l'esprit d'entreprise par des concepts tels que la méthode de développement social, l'effet Schumpeter et l'effet désespéré/réfugié.
- **Théories anthropologiques:** Ces théories suggèrent que l'esprit d'entreprise est principalement **influencé par des facteurs culturels**, dont l'intensité varie selon quatre pôles: distance de pouvoir, individualisme par rapport au collectivisme, masculinité et fémininité, et évitement de l'incertitude. En substance, les cultures favorisent des pôles d'entrepreneuriat distincts, dans lesquels certaines cultures font naturellement preuve d' **un individualisme élevé, d'une faible absence d'incertitude, d'une faible distance de pouvoir et d'une masculinité élevée** qui motivent l'esprit d'entreprise.

En résumé, les entrepreneurs possèdent un ensemble de traits distinctifs et un état d'esprit unique qui sont à l'origine de leur réussite. Les principaux traits sont la créativité, l'innovation, la résilience et un sens aigu de la vision. Les entrepreneurs sont capables d'identifier et de saisir les opportunités, faisant souvent preuve de niveaux élevés d'optimisme et d'énergie mentale. Il s'agit de preneurs de risques qui saisissent l'incertitude, en tirant parti de leurs ressources et de leurs compétences en matière de gestion pour relever les défis. Un esprit concurrentiel et un engagement en faveur d'une amélioration continue sont également au cœur de leur approche. Cet état d'esprit, caractérisé par une attitude proactive et un lieu de contrôle interne, permet aux entrepreneurs d'influencer leur environnement et d'atteindre leurs objectifs, contribuant en fin de compte à la croissance économique et au progrès social.

1.3. Rôles et responsabilités dans l'entrepreneuriat

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les rôles et les responsabilités sont divers et essentiels à la réussite. Les entrepreneurs identifient et saisissent les débouchés commerciaux, souvent au moyen de solutions innovantes. Ils prennent des risques et gèrent les ressources, y compris les finances, le personnel et le temps, pour construire et développer leurs projets. La planification stratégique et la prise de décision sont des responsabilités essentielles, étant donné que les entrepreneurs fixent des objectifs et conçoivent des méthodes pour les atteindre. Ils dirigent et motivent les équipes, favorisant ainsi un environnement de travail productif et dynamique. En outre, les entrepreneurs doivent s'adapter à l'évolution des conditions du marché et des besoins de leurs clients, en veillant à ce que leurs activités restent compétitives. En fin de compte, ils stimulent la croissance économique et contribuent au progrès sociétal par leurs efforts entrepreneuriaux.

1.3.1. En tant que propriétaires d'entreprises et salariés

Les chefs d'entreprise ont été confrontés à la rétorsion dans laquelle les salariés poussent l'entreprise vers la réussite. Par conséquent, ils ont défini les étapes suivantes à suivre (Raghava, 2021):

Créer une culture conviviale sur le lieu de travail au sein de l'organisation — les entrepreneurs considèrent ses employés comme des partenaires et sont extrêmement importants pour nous. Les salariés contribuent à la croissance et à la durabilité d'une entreprise de la même manière que les clients ont généré des revenus. Pour ce faire, il est important que les entrepreneurs entretiennent une culture favorable et axée sur la famille. Il est conclu que les pressions et le stress excessifs n'étaient pas les meilleurs motivateurs du travail. Les travailleurs du savoir doivent être traités avec respect et décence, appréciés pour leurs idées et leurs contributions, et aidés à le faire. Les personnes employées sont les meilleures personnes à proposer des méthodes de travail plus efficaces et de meilleure qualité. Par conséquent, il est essentiel de mettre en place des systèmes garantissant que notre lieu de travail bénéficie véritablement d'une atmosphère conviviale. Certaines des pratiques qui peuvent être mises en œuvre pour créer une culture conviviale sur le lieu de travail sont le bureau ouvert, où tous les employés peuvent se rendre dans les bureaux des directeurs, une maison ouverte régulière (une fois

par semaine) avec des employés aléatoires, des sorties d'équipe, des célébrations annuelles de la journée dont la constitution s'étalait sur quelques semaines, des services de conseil, une culture du travail en équipe et le partage, en encourageant les gens à partager leurs connaissances et leur expérience, etc. Becoming cordial avec les employés, manifestant leur intérêt pour leur travail et donnant suite à leurs recommandations — dont beaucoup étaient cruciales — n'a eu aucun frais.

Poursuivre l'excellence opérationnelle et la croissance grâce à l'éducation continue — Les entrepreneurs travaillent dans le domaine de la connaissance. Les entreprises qui traitent de la connaissance ont besoin d'une procédure dans laquelle les employés conservent un niveau actuel de connaissances dans le domaine, les compétences et le développement de la personnalité. Tous les entrepreneurs doivent s'efforcer de créer une organisation d'apprentissage en mettant en œuvre des procédures favorisant l'échange d'informations entre les équipes. Les employés devraient être motivés pour s'inscrire à des cours en ligne et obtenir d'autres qualifications, qu'elles soient générales ou spécifiques à leur ligne de travail. La valeur première qui devrait être soulignée par l'entrepreneur est le développement personnel de chacun de ses employés.

Être un citoyen d'entreprise responsable et éthique — les entrepreneurs devraient toujours s'efforcer d'être des citoyens d'entreprise de qualité et de restituer à la communauté autant qu'ils étaient en mesure de le faire, compte tenu de leur taille. Qu'il s'agisse d'utiliser des ressources financières (comme c'est le cas dans de nombreuses catastrophes naturelles auxquelles ils peuvent contribuer à la fois individuellement et en tant qu'entreprise) ou de permettre aux travailleurs de prendre du temps pour participer à des activités de proximité. Il est important que la personne qui effectue le travail (en notre cas, le travailleur de la connaissance) comprenne réellement comment améliorer un processus ou fournir de meilleurs services et, à ce titre, elle devrait avoir la possibilité d'avoir une incidence significative sur l'entreprise. Cette contribution devrait être reconnue et récompensée.

La création d'une culture conviviale sur le lieu de travail est essentielle pour la croissance et la durabilité d'une entreprise. Les entrepreneurs doivent considérer les salariés comme des partenaires et les traiter avec respect, décence et appréciation. Les pressions et le stress excessifs ne sont pas des motivateurs efficaces; il est au contraire essentiel de favoriser un environnement favorable et axé sur la famille. Des pratiques telles que des bureaux ouverts, des maisons ouvertes régulières, des sorties d'équipe et une culture du travail en équipe et du partage des connaissances peuvent y contribuer. En

devenant cordialement avec les salariés, en manifestant leur intérêt pour leur travail et en agissant sur la base de leurs recommandations, les entrepreneurs peuvent créer une atmosphère véritablement amicale qui renforce la productivité et l'innovation.

1.3.2. Études de cas: Parcours entrepreneuriaux divers

ADI Dassler — Adidas

Certaines des principales marques d'aujourd'hui ont commencé avec des origines modestes, et le fondateur d'Adidas, Adolf «Adi» Dassler, illustre ce parcours. Dassler a commencé sa carrière dans la salle de lavage de sa mère dans une petite ville bavaroise en Allemagne. Il a commencé à concevoir et à fabriquer des chaussures dans le but de créer les meilleures chaussures de sport pour les athlètes. Bien qu'il y ait de nombreux fabricants de chaussures à l'époque, Dassler s'est distingué en demandant aux athlètes un retour d'information sur leurs préférences en matière de chaussures, leurs points de douleur et leurs opinions sur ses dessins ou modèles initiaux. Ce retour d'information précieux a permis à Dassler de développer une chaussure d'athlétisme très appréciée, ce qui a permis d'obtenir de la crédibilité lorsqu'il a enregistré «Adi Dassler Adidas Sportschuhfabrik» en 1949 à l'âge de 49 ans. La même année, la première chaussure comportant les trois bandes emblématiques Adidas a été enregistrée. La vision de Dassler de produire des chaussures supérieures pour les athlètes a été validée en 1954 lorsque l'équipe nationale allemande de football a remporté la finale de la Coupe du monde contre la Hongrie portant des clefs Adidas. Le site web d'Adidas indique que cette victoire extraordinaire s'est inversée dans le monde entier pendant des décennies, en cédant Adidas et son fondateur en tant que noms proéminents dans le football. Depuis lors, Adidas est devenue une marque mondiale renommée pour des vêtements d'athlétisme de qualité. L'histoire de Dassler souligne l'importance d'écouter les clients au sujet de leurs aspirations, de leurs besoins et de leurs défis. «La clé du succès de ADI Dassler était une touche personnelle: Il s'est entretenu avec les athlètes, a écouté attentivement et a constamment cherché des améliorations ou des innovations pour répondre à leurs besoins», déclare le site web d'Adidas. «Dès le départ, les meilleurs athlètes ont confiance à Adidas et à son fondateur».

Steve Jobs — Apple

Il souligne les expériences formatrices et les obstacles qui façonnent les entrepreneurs qui réussissent. Grandir avec des ressources limitées ou dans des circonstances difficiles favorise souvent la résilience et les ressources, caractéristiques cruciales de l'esprit d'entreprise. Par exemple, les contraintes financières peuvent stimuler une réflexion innovante et des stratégies de démarrage efficaces. De même, les difficultés personnelles ou les échecs passés enseignent des enseignements essentiels en matière de persévérance et d'adaptabilité. Ces premiers défis jouent un rôle déterminant dans le développement d'instincts entrepreneuriaux et dans la capacité à gérer l'incertitude. Les entrepreneurs qui considèrent ces expériences comme des possibilités d'apprentissage acquièrent une perspective distincte qui alimente leur progression dans leurs projets. Dans l'industrie technologique dynamique, Apple est réputée pour son innovation continue. Le succès de l'entreprise repose sur un esprit d'entreprise axé sur l'amélioration continue et la réflexion prospective. Apple adopte des technologies de rupture, remet en question les normes du secteur et donne la priorité à la conception centrée sur l'utilisateur. En favorisant une culture de la créativité et de la prise de risques, ils ont introduit des produits transformateurs qui redéfinissent les marchés. Les entrepreneurs peuvent tirer des enseignements de l'approche d'Apple en restant à l'avant-garde des tendances, en adoptant le changement et en donnant la priorité à l'expérience des utilisateurs. La réussite passe par de l'agilité, une réflexion de grande ampleur et un rehaussement constant des limites des possibilités.

Ole Christiansen — Lego

Lego a été fondé par Ole Christiansen au début du 20e siècle en tant que fabricant de jouets en bois. Après un incendie d'atelier dévastateur, l'entreprise s'est concentrée uniquement sur les jouets en plastique, introduisant la brique Lego aujourd'hui célèbre dans les années 1950. Ces briques entrelacées, brevetées par Ole et son fils Godtfried, ont servi de base au système de jeu innovant de Lego. Lego a connu une croissance significative dans les années 1980 et au début des années 1990. La brique Lego polyvalente est devenue une pierre angulaire dans les ménages, adossée à la fois aux enfants et aux adultes pour ses possibilités infiniment créatives. Le succès de l'entreprise a été amplifié par l'expansion des parcs à thèmes, des jeux vidéo, des émissions télévisées et des marchandises, telles que les vêtements et les montres. L'expansion de Lego dans divers produits a entraîné une augmentation du nombre de formes et de couleurs de briques Lego. Si cela a élargi l'expérience Lego,

Partenaires de projet

20



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

il a également entraîné des complexités et des coûts accrus dans la gestion de la production et de la chaîne d'approvisionnement. À la fin des années 1990, face à la concurrence croissante et à l'externalisation de l'industrie, Lego a rencontré des difficultés financières. Sous la direction de Jorgen Knudstorp, la stratégie de redressement de Lego est un exemple exemplaire de restructuration des entreprises et de réorientation stratégique. Confrontée à des pertes financières croissantes et à des inefficacités opérationnelles, Knudstorp et son équipe ont élaboré et mis en œuvre une approche globale visant à rétablir la rentabilité et à garantir un succès à long terme.

Jack Ma — AliExpress

Jack Ma se distingue comme l'un des entrepreneurs les plus influents de l'histoire de la Chine. Son charisme et son approche visionnaire ont suscité une attention mondiale. Mais comment un professeur d'anglais est-il devenu l'un des principaux chefs d'entreprise chinois? Dans cette nouvelle série d'anciens étudiants, nous mettons en lumière les diplômés les plus influents de CKGSB, dont beaucoup dirigent désormais des sociétés de licorne — des entreprises privées dont la valeur s'élève à 1 milliards de dollars ou plus. Selon CB Insights, première plateforme d'informations actualisées sur les entreprises privées d'un milliard de dollars dans le monde, la Chine a produit 217 sociétés de licorne entre 2017 et 2021. Les anciens étudiants de CKGSB sont à la tête de 39 (18 %) de ces entreprises. Il s'agit notamment de 35 entreprises créées ou cofondées par des diplômés de CKGSB et de 4 entreprises dans lesquelles les anciens étudiants occupent des fonctions telles que président, PDG ou président. En 1999, Jack Ma est retourné dans sa ville natale de Hangzhou pour lancer Alibaba. À partir d'un appartement partagé avec 18 amis, cette entreprise transformerait à terme le paysage du commerce électronique. Le modèle commercial de Jack Ma pour Alibaba était à la fois simple et novateur. Au lieu de facturer aux acheteurs, Alibaba a imposé des cotisations aux vendeurs, ce qui a permis à de nombreuses petites et moyennes entreprises de prospérer. Après avoir mis en place un marché stable entre entreprises (B2B) en Chine, Ma s'est tournée vers le marché client à client (C2C). En 2003, il a lancé Taobao, une filiale d'Alibaba qui a fourni une plateforme permettant aux entrepreneurs et aux petites entreprises d'atteindre les consommateurs chinois. Taobao a dépassé les concurrents comme eBay en ne facturant pas de frais de transaction, mais en générant des recettes provenant de la publicité en ligne. La croissance d'Alibaba a été rapide. En 2003, reconnaissant le potentiel des paiements en ligne, Ma a fondé Alipay, un service de paiement tiers. En 2005, Yahoo a acquis une participation de 40 % dans Alibaba et, en 2007, la société a levé 1,7 milliards de dollars dans



le cadre de son offre publique initiale à Hong Kong. En 2007, Taobao avait capté une part de marché de 67 % et obtenu son statut de licorne. L'OPI d'Alibaba en septembre 2014 est devenue la plus importante de l'histoire des États-Unis, ce qui a permis de lever 21,8 milliards de dollars. À cette époque, Alipay a été rebaptisé «groupe Ant», devenant la plus grande société chinoise de paiement numérique et de marché monétaire, desservant plus d'un milliard d'utilisateurs. En 2020, Alibaba a contribué à hauteur de 3 milliards de CNY à la lutte contre l'épidémie de COVID-19 en Chine. En outre, la Fondation Jack Ma et la Fondation Alibaba ont fait don de 200 millions de RMB en fournitures de prévention des épidémies, y compris des kits de test et des masques pour le visage. Forbes a reconnu Jack Ma comme l'entrepreneur le plus caritatif de la Chine en 2020.



1.4. Lignes directrices pour les discussions interactives

Dans les sections suivantes, des instructions pour un débat structuré en classe et des activités de groupe sur l'esprit d'entreprise seront présentées.

1.4.1. Sujets de débat structurés en classe

Diviser les élèves en trois groupes et leur donner des instructions sur la manière de mener le débat. Deux groupes débattront des participants. À l'issue du débat, les équipes continueront de défendre leurs attitudes d'une manière plus générale en guise de conclusion. Le troisième groupe sera l'électeur et, à la majorité des voix, il décidera quel groupe remportera le débat sur la création d'entreprises.

Étape 1: Donner 10 minutes à deux groupes d'étudiants pour rédiger une liste d'arguments favorables à l'esprit d'entreprise et à l'esprit d'entreprise en tant que carrière. Un groupe doit rédiger des arguments favorables, tandis que le deuxième groupe doit rédiger des arguments.

Étape 2: Deux équipes choisiront qui présentera leurs arguments. D'autres membres de l'équipe offriront des perspectives et des recommandations différentes en vue d'une discussion en classe plus engagée et organisée.

Étape 3: Présentation de l'avis du groupe

Équipe One — 10 minutes — Présentation de «Pro/positive» ou «Arguments for» entreprise

Équipe deux — 10 minutes — Présentation de l'entreprise «Con/négatif» ou «Arguments contre»

Étape 4: Période de discussion des équipes — 5 minutes

Cette période est utilisée par les équipes pour préparer leurs réponses aux arguments avancés par l'équipe opposée.

Étape 5: Réponse du groupe aux arguments du groupe opposé

Équipe One — 5 minutes — Réponse ou réfutation de «Pro/positive» ou «Arguments for» entreprise

Équipe Deux — 5 minutes — Réponse ou réfutation de «Con/négatif» ou «Arguments contre» une entreprise

Étape 6: Discussion sur l'ensemble du groupe — 5 minutes

À l'issue du débat, les deux groupes formuleront des observations finales sur les raisons pour lesquelles leur avis et leurs arguments devraient gagner. Ils parleront de manière plus générale de l'esprit d'entreprise et de l'esprit d'entreprise en tant que carrière.

Étape 7: Pour déterminer quelle équipe a fourni les arguments les plus convaincants, le troisième groupe d'étudiants votera. 10 minutes

Conseils pour les instructeurs (éducateurs):

- Informez les élèves que l'objectif des débats en classe n'est pas de déterminer qui remporte ou perd, mais plutôt de déterminer dans quelle mesure une équipe se prépare et présente son point de vue à d'éventuels partisans du point de vue opposé d'une entreprise.
- Établir des règles et des lignes directrices pour aider les étudiants à se préparer à la discussion.
- Leur donner un délai pour se préparer à l'argument et préciser comment ils doivent présenter leurs éléments de preuve.
- Permettre aux étudiants sans débat de faire office de juges afin de leur apprendre à évaluer objectivement les performances de leurs collègues.
- Décider si les étudiants qui ne sont pas en débat pourront ou non voter.
- Donner aux élèves accès à des supports qui leur enseigneront les débats et la manière dont ils sont structurés.
- Pour aider les étudiants à mieux comprendre la procédure, réfléchissez à l'accueil d'un entrepreneur.
- Il pourrait être judicieux de charger les élèves de rédiger des «documents de prise de position» succincts sur la manière dont ils se sentent sur le processus de débat et sur la manière dont leur équipe a pu parvenir à un accord sur ces questions.
- Enquêter sur les affaires controversées, tendancieuses et suscitant la réflexion d'entrepreneurs réussis afin de promouvoir des discussions animées et animées en classe. Lorsque les élèves font valoir un sujet auquel ils peuvent être liés, ils sont plus susceptibles d'être authentiques.

Partenaires de projet

24



- Le jour du débat, passez à la procédure de débat précédemment définie et effectuez toutes les recherches ou clarifications nécessaires.
- Avant le début du débat, préparer les grilles de notation et les remettre au troisième groupe composé d'électeurs.
- Laissez aux enfants autant de liberté que vous le pouvez au début de l'argumentation.
- À l'issue du débat, diriger une discussion en classe et fournir un compte rendu du processus.
- Si le débat est «chaud» et que les élèves commencent à plaider plutôt qu'à débattre, un plan de sauvegarde est prêt.

1.4.2. Activités de groupe et exercices de réflexion

Un modérateur de classe devrait organiser une discussion entre les élèves sur le projet entrepreneurial et l'état d'esprit d'un entrepreneur.

Chaque étudiant doit obtenir un document contenant les questions de réflexion présentées ci-dessus et rédiger des notes succinctes de présentation pour toutes les réponses.

À l'étape suivante, les élèves devraient exprimer leur avis sur chaque question.

Le modérateur de classe doit prendre des notes et, à la fin de la session, il doit formuler des observations finales.

Questions à débattre par les étudiants et les modérateurs de classe:

1. Réfléchissez à un moment où vous vous sentez **passionné par une vision ou une idée**. Comment cette passion a-t-elle influencé vos actions et décisions, et quel a été son impact sur votre réussite ou votre croissance?
2. Prenez en considération une situation dans laquelle **vous avez adopté l'innovation pour résoudre un problème ou répondre à un besoin (c'est-à-dire un besoin du marché)**. Comment votre volonté de pousser les frontières et de rechercher des solutions uniques a-t-elle influencé les résultats, et quels enseignements avez-vous tirés de cette expérience?
3. Réfléchissez à un cas où vous avez **anticipé et traité avec succès les besoins de certaines personnes (c'est-à-dire des clients) avant même qu'ils ne les reconnaissent**. Comment cette approche centrée sur le client a-t-elle influencé votre relation avec le client et le succès global de votre produit ou service?
4. Pensez à un **échec important que vous avez rencontré** dans le voyage de votre étudiant (c'est-à-dire l'esprit d'entreprise). Comment avez-vous transformé ce revers en une

occasion d'apprentissage et comment cela a-t-il influencé vos stratégies et résultats ultérieurs?

5. Réfléchissez à un moment où **vous avez construit ou fait partie d'une équipe talentueuse**. Comment la diversité des compétences et des passions des membres de l'équipe a-t-elle contribué à la collaboration et à l'innovation, et quel impact cela a-t-il eu sur la réalisation de vos objectifs?
6. Rappelez un cas lorsque vous avez **simplifié un produit ou un service complexe** afin de le rendre plus accessible. Comment cette simplification a-t-elle eu une incidence sur votre base d'utilisateurs et votre succès global, et quels sont les défis auxquels vous avez été confronté dans le processus?
7. Réfléchissez à un moment où vous avez **poursuivi l'excellence et refusé de vous installer pour la médiocrité** dans votre travail. Comment cette poursuite sans relâche de la perfection a-t-elle conduit à une amélioration continue, et quels ont été les résultats ou les avantages du maintien de normes aussi élevées?

2. L'esprit d'entreprise pour une planète plus verte

2.1. Aperçu

Ce module comprend des techniques et des pratiques sur la manière dont l'entrepreneuriat peut contribuer à la durabilité, à la prise en compte de l'environnement naturel et à la lutte contre le changement climatique.

À aucun autre moment de l'histoire moderne, les défis environnementaux n'ont été si intenses. L'environnement est en crise. La préoccupation toujours croissante à l'échelle mondiale face au changement climatique, à l'épuisement des ressources naturelles, à la désertification, à la perte de biodiversité et à la pollution des ressources en eau a insufflé le dilemme du «développement ou de l'environnement». La protection de l'environnement figure parmi les priorités de la politique européenne et mondiale et joue également un rôle important dans l'élaboration de la plupart des politiques nationales en faveur du développement durable.

Cette tentative pourrait être définie comme un processus à plusieurs niveaux qui vise à créer et à exploiter des opportunités entrepreneuriales qui découlent de vides environnementaux, de défaillances du marché ou de débouchés commerciaux. L'idée d'offrir des solutions entrepreneuriales aux problèmes écologiques crée de la valeur économique et environnementale, ce qui, par conséquent, crée des avantages économiques et non économiques pour la société et l'environnement. On pourrait dire que les entrepreneurs durables exercent leurs activités dans l'optique du profit, du bien social et de la protection de l'environnement.

Les études qui existent dans le domaine de l'entrepreneuriat durable se sont principalement concentrées sur les défis auxquels sont confrontées les jeunes pousses et les petites entreprises actives dans le secteur écologique. Par exemple, les éco-entrepreneurs sont confrontés à des défis en matière d'innovation, de manière remarquable par rapport aux grandes entreprises qui reçoivent un financement économique (Demirel et al., 2019; Schick et al., 2002).

Ainsi, grâce à ce module, les étudiants apprendront à créer et à gérer une entreprise durable qui vise à intégrer l'éthique environnementale dans les entreprises.



Objectifs d'apprentissage

D'ici à la fin de ce module, les étudiants pourront:

- ✓ Définir la durabilité telle qu'elle s'est développée au fil des ans.
- ✓ Examiner plusieurs problèmes écologiques de différents points de vue pour comprendre leurs complications.
- ✓ Apprendre à recenser les problèmes écologiques critiques auxquels il est possible de remédier au moyen d'initiatives en faveur des entreprises vertes.
- ✓ Reconnaître le rôle de l'entrepreneuriat dans la réalisation des progrès accomplis.
- ✓ Mettre en œuvre des outils et des compétences commerciaux pour planifier et mettre en œuvre des projets d'entrepreneuriat vert.
- ✓ Encourager la réflexion créative afin de mettre au point des solutions innovantes aux problèmes sociaux.
- ✓ Participer à des projets qui apportent une expérience pratique en orientant l'apprentissage scolaire vers des questions réelles.
- ✓ Accroître les talents pour collaborer au sein des groupes et des partenaires.



2.2. Durabilité dans les entreprises

Entrepreneuriat

Un entrepreneur est défini comme une personne qui prend une idée initiale et développe une entreprise autour de celle-ci, dirige l'entreprise en prenant le risque de son succès ou de son échec. Certains commentateurs proposent une définition plus large qui intègre toute personne qui crée et gère une entreprise, tandis que d'autres suggèrent qu'un entrepreneur est une personne qui innove et dirige dans un certain domaine. Des préoccupations éthiques se posent quant à la question de savoir si la recherche et l'accumulation de bénéfices sont conformes aux principes et aux valeurs éthiques si le profit est généré par des pratiques qui exploitent ou nuisent aux individus ou aux communautés. Les entrepreneurs verts peuvent être classés en quatre grands types selon deux dimensions: Recherche de profit contre mission sociale et jeunes entreprises par rapport aux entreprises établies. Chaque type d'entrepreneur vert a des incitations et des résultats souhaités différents (Nikolaou, et al., 2018).

Durabilité

La durabilité, en tant que concept, a évolué en réponse à divers défis environnementaux, sociaux et économiques. Les premières sociétés humaines, les sociétés traditionnelles pratiquaient souvent une vie durable par nécessité, en s'appuyant sur les ressources naturelles d'une manière qui a permis leur reconstitution. Les pratiques telles que la chasse et la collecte, la rotation des cultures et la conservation de l'eau étaient courantes. De grandes surfaces forestières étaient utilisées à des fins agricoles ou avaient été défrichées pour la création d'établissements. Les forêts ont été dégradées et modifiées. L'utilisation intensive en tant que source d'énergie et à des fins de construction avait disparu des forêts de croissance complètement anciennes. Les arbres ont été coupés depuis des décennies sans être restaurés.

Hans Carl von Carlowitz a été le premier à formuler de manière exhaustive le concept de durabilité dans le secteur forestier. En 1713, il a rédigé un guide sur la culture d'arbres indigènes, une compilation des connaissances en matière de gestion forestière à l'époque, le célèbre essai «Sylvicultura Oeconomica». Il a été publié il y a près de 300 ans à Leipzig.

Carlowitz suggère une utilisation prudente du bois. Il a décrit le bois «aussi important que le pain quotidien». Des recommandations pratiques ont été combinées à des descriptions de variétés d'arbres

utiles afin de garantir une solution à long terme pour faire face au manque de bois. Il fait remarquer qu'il est possible de parvenir à un équilibre entre la plantation, la culture et la récolte des arbres et que les avantages peuvent être exploités de manière continue et permanente.

La révolution industrielle a marqué une évolution importante vers l'industrialisation et l'urbanisation, entraînant une croissance économique rapide, mais aussi une dégradation de l'environnement et des inégalités sociales. L'utilisation accrue des combustibles fossiles, la déforestation et la pollution sont devenues des préoccupations majeures.

Le mouvement de conservation (de la fin du 19e au début du 20e siècle) a vu le jour en réponse à l'épuisement des ressources naturelles et à la perte de biodiversité. Les conservateurs ont plaidé en faveur de la protection des zones sauvages, des parcs nationaux et des habitats de la faune sauvage, tandis que le Mouvement pour l'environnement a pris de l'ampleur au milieu du 20e siècle, alimenté par des inquiétudes quant à la pollution, à la destruction des habitats et à la santé publique. Des événements clés tels que la publication du «printemps silencieux» de Rachel Carson (1962) et la première Journée de la Terre en 1970 ont contribué à sensibiliser aux questions environnementales.

Le concept de développement durable a pris de l'importance à la fin du 20e siècle, à la suite de la publication du rapport Brundtland par la Commission mondiale de l'environnement et du développement en 1987. Le développement durable a été défini comme «un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins». Accords et initiatives internationaux: Les Nations unies ont joué un rôle central dans la promotion de la durabilité grâce à des initiatives telles que le sommet de la Terre à Rio de Janeiro (1992), qui a conduit à l'adoption de l'Agenda 21 et à l'établissement de la convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (CCNUCC). Les accords ultérieurs tels que le protocole de Kyoto (1997) et l'accord de Paris (2015) visaient à lutter contre le changement climatique et à promouvoir le développement durable à l'échelle mondiale. À mesure que les pressions sur l'environnement s'intensifient, les sociétés cherchent à s'attaquer à un mode de vie plus durable. La demande de produits et de services verts augmente et les marchés mondiaux recherchent des entreprises et des technologies respectueuses du climat. Par exemple, l'accord de Paris a permis de dégager des possibilités d'investissement estimées à 23 milliards de dollars américains sur les marchés émergents entre 2016 et 2030 (IFC 2016).

Au cours des dernières décennies, le rôle joué par les entreprises dans la promotion de la durabilité a été de plus en plus reconnu. De nombreuses entreprises ont adopté des pratiques de durabilité dans le cadre de leurs efforts en matière de responsabilité sociale des entreprises, notamment des engagements visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre, à conserver les ressources et à soutenir le développement communautaire.

Progrès dans le domaine de la science et de la technologie en matière de durabilité: Les progrès de la science et de la technologie ont contribué à notre compréhension de la durabilité et ont apporté des solutions innovantes aux défis environnementaux. Des domaines tels que les énergies renouvelables, la chimie verte, l'agriculture durable et l'économie circulaire sont apparus pour promouvoir des pratiques et des systèmes plus durables.

Tout au long de l'histoire, la durabilité a été un concept évolutif, façonné par l'évolution des contextes sociaux, économiques et environnementaux. Aujourd'hui, il s'agit d'une approche globale du développement qui vise à trouver un équilibre entre prospérité économique, équité sociale et gestion de l'environnement dans l'intérêt des générations actuelles et futures.

2.2.1. Principes de l'entrepreneuriat durable

La durabilité des entreprises désigne la pratique consistant à mener des opérations d'une manière qui réponde aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.

Principaux aspects de la durabilité dans les entreprises	
Développement durable	Transparence et obligation de rendre des comptes
Durabilité sociale	Innovation et collaboration
Viabilité économique	Autonomisation et bien-être des travailleurs
Participation des parties prenantes	Engagement des clients et création de valeur
L'économie circulaire	Conformité réglementaire et gestion des risques

Les entreprises s'efforcent de réduire au minimum leur incidence sur l'environnement en réduisant la consommation de ressources, en réduisant au minimum la pollution et les déchets, en préservant l'énergie et l'eau et en protégeant la biodiversité. Il peut s'agir d'adopter des sources d'énergie renouvelables, de mettre en œuvre des technologies vertes et d'optimiser les chaînes

d'approvisionnement afin de réduire au minimum les émissions de carbone et d'autres polluants environnementaux.

Les entreprises reconnaissent leur incidence sur la société et s'efforcent de créer des résultats sociaux positifs pour les travailleurs, les communautés et les autres parties prenantes. Il peut s'agir de garantir des pratiques de travail équitables, de promouvoir la diversité et l'inclusion, de soutenir les communautés locales et d'investir dans l'éducation, les soins de santé et les programmes de protection sociale.

Les entreprises durables visent à assurer la viabilité économique à long terme tout en créant de la valeur pour les actionnaires, les salariés et la société dans son ensemble. Il peut s'agir de trouver un équilibre entre les objectifs financiers à court terme et les objectifs stratégiques à long terme, d'investir dans l'innovation et les possibilités de croissance et d'adopter des modèles d'entreprise qui génèrent des rendements positifs tout en réduisant au minimum les risques et les externalités.

Une entreprise durable collabore activement avec un large éventail de parties prenantes, notamment des salariés, des clients, des fournisseurs, des investisseurs, des gouvernements et des communautés. Ils cherchent à comprendre et à répondre aux besoins, aux préoccupations et aux attentes de ces parties prenantes, en renforçant la confiance et en favorisant des relations mutuellement bénéfiques.

Les entreprises adhèrent aux principes de l'économie circulaire, qui vise à réduire au minimum les déchets et à optimiser l'utilisation efficace des ressources en concevant des produits, des procédés et des systèmes qui permettent de réutiliser, de recycler ou de régénérer les matériaux à la fin de leur cycle de vie. Il peut s'agir d'adopter des pratiques telles que la reconception des produits, le remanufacturement et le recyclage en circuit fermé.

Les entreprises durables font preuve de transparence en ce qui concerne leurs performances environnementales, sociales et économiques, communiquent des informations pertinentes aux parties prenantes et se tiennent responsables de leurs actions. Il peut s'agir de rendre compte des principaux indicateurs de durabilité, tels que les émissions de carbone, l'utilisation de l'énergie, les indicateurs relatifs à la diversité et à l'inclusion, et les efforts d'engagement de la communauté.

Les entreprises considèrent l'innovation et la collaboration comme des moteurs de la durabilité. Ils investissent dans la recherche et le développement de nouvelles technologies, de nouveaux produits

Partenaires de projet

32



et de nouveaux modèles d'entreprise qui promeuvent la durabilité, et collaborent avec d'autres entreprises, gouvernements, ONG et établissements universitaires pour relever des défis complexes en matière de durabilité. Elles sont conformes aux lois, réglementations et normes applicables en matière de performance environnementale, sociale et économique, et intègrent des considérations de durabilité dans les processus de gestion des risques. Il peut s'agir de réaliser des analyses d'impact environnemental et social, de recenser et d'atténuer les risques et de veiller au respect des normes et des bonnes pratiques du secteur.

Une entreprise durable donne la priorité à la santé, à la sécurité et au bien-être de ses employés, en reconnaissant que des employés engagés et motivés sont essentiels pour atteindre les objectifs de durabilité. Il peut s'agir d'offrir des possibilités de développement professionnel, de promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et de favoriser une culture de l'inclusion, de la collaboration et de l'innovation.

Les entreprises durables dialoguent avec leurs clients afin de comprendre leurs préférences et priorités en matière de durabilité, et elles innovent pour créer des produits, des services et des expériences qui apportent de la valeur tout en réduisant au minimum les incidences environnementales et sociales. Il peut s'agir d'intégrer des principes de conception durable, d'offrir des solutions de remplacement respectueuses de l'environnement et d'informer les clients sur les avantages de la durabilité.

En intégrant la durabilité dans tous les aspects de leurs activités, les entreprises peuvent créer une valeur à long terme pour les parties prenantes, réduire les risques, renforcer la réputation et contribuer à un avenir plus durable et plus équitable pour la société et la planète.

2.2.2. Éthique environnementale et entreprises

L'éthique environnementale dans les entreprises porte sur les responsabilités morales des entreprises à l'égard de l'environnement. Elle englobe les considérations éthiques, les obligations morales et les responsabilités que les entreprises devraient prendre en considération lorsqu'elles prennent des décisions ayant une incidence sur le monde naturel. La durabilité, la responsabilité sociale, la collaboration, la transparence, la gestion environnementale, l'innovation et les technologies vertes constituent des points clés en ce qui concerne l'intersection entre l'éthique environnementale et les entreprises.

Éthique environnementale et entreprises	
Ressources naturelles	Collaboration
La responsabilité sociale.	Systèmes de management environnemental
Biodiversité	Concept de gestion
Innovation	Amélioration continue

Les entreprises devraient adopter le concept de gestion, en reconnaissant qu'elles ont la responsabilité de veiller à l'environnement et de le protéger pour les générations futures. Cela implique une gestion judicieuse des ressources naturelles, la réduction au minimum de la pollution et des déchets et la préservation de la biodiversité, en adoptant le principe de précaution, qui veut que les États prennent des mesures préventives dans les situations où il existe une incertitude scientifique quant aux incidences potentielles d'une activité particulière sur l'environnement. Cela encourage les entreprises à internaliser les coûts environnementaux de leurs activités et à adopter des pratiques plus propres et plus durables.

De nombreuses entreprises adoptent des initiatives en matière de responsabilité sociale des entreprises (RSE) qui incluent des objectifs et des engagements environnementaux et intègrent des considérations environnementales dans les initiatives en matière de responsabilité sociale des entreprises. Il peut s'agir de réduire les émissions de gaz à effet de serre, de préserver l'eau et l'énergie, de réduire au minimum les déchets, de soutenir les efforts de conservation de l'environnement et d'investir dans des projets dans le domaine des énergies renouvelables. Les programmes de RSE démontrent l'engagement d'une entreprise en faveur de l'éthique environnementale.

Les entreprises devraient mettre en œuvre des systèmes de management environnemental (SME) tels que la norme ISO 14001 afin d'identifier, de surveiller et de gérer systématiquement les risques et les opportunités environnementaux au sein de l'organisation. Ils devraient également procéder à des évaluations du cycle de vie afin d'évaluer les incidences environnementales des produits et des processus, depuis l'extraction des matières premières jusqu'à l'élimination. Ces informations peuvent être utilisées pour recenser les possibilités d'amélioration et faire des choix plus durables.

La collaboration avec d'autres entreprises, agences gouvernementales, ONG et établissements universitaires facilite la résolution collective des problèmes environnementaux et la promotion de politiques et de réglementations qui soutiennent la protection et la durabilité de l'environnement aux niveaux local, national et mondial.

La transparence en ce qui concerne la performance et les incidences environnementales, la divulgation d'informations pertinentes aux parties prenantes et la possibilité pour celles-ci de prendre des décisions en connaissance de cause.

L'éthique environnementale peut stimuler l'innovation dans les entreprises, conduisant au développement de nouvelles technologies et pratiques plus respectueuses de l'environnement. Investir dans l'innovation, la recherche et le développement de nouvelles technologies et pratiques peut réduire les incidences sur l'environnement et promouvoir la durabilité. Il peut s'agir notamment des technologies liées aux énergies renouvelables, de la chimie verte, de l'agriculture durable et des solutions d'économie circulaire. Les entreprises qui accordent la priorité à l'éthique environnementale peuvent investir dans la recherche et le développement de technologies vertes ou collaborer avec d'autres organisations pour trouver des solutions durables aux défis environnementaux.

S'efforcer d'améliorer constamment les performances environnementales, en fixant des objectifs et des objectifs ambitieux, en suivant les progrès accomplis et en réexaminant et en actualisant régulièrement les politiques, stratégies et pratiques en matière d'environnement. En intégrant l'éthique environnementale dans les activités commerciales, les entreprises peuvent réduire au minimum les incidences négatives sur l'environnement, contribuer à la transition vers une économie plus durable et créer une valeur à long terme tant pour la société que pour les actionnaires.

Partenaires de projet

35



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

2.3. Modèles d'entreprise verts

Les modèles économiques écologiques sont conçus pour donner la priorité à la durabilité environnementale tout en restant économiquement viables. Ces modèles intègrent des pratiques respectueuses de l'environnement dans divers aspects des opérations commerciales, notamment la conception des produits, les processus de fabrication, la gestion de la chaîne d'approvisionnement et la participation des clients. Outre les efforts du secteur privé, les politiques gouvernementales sont essentielles à une transition écologique. Anderson (1998) identifie le secteur des entreprises, la consommation et la politique gouvernementale comme les principales forces du système économique et les facteurs déterminants pour la protection de l'environnement. Des mesures gouvernementales sont nécessaires pour réduire les dommages environnementaux et garantir la santé publique, le développement des marchés et l'écologisation des technologies et des services. Même lorsque ces politiques sont menées à bien, l'investissement dans le développement de nouvelles technologies peut être coûteux et risqué pour les entreprises en phase de démarrage. Comme dans d'autres domaines, des mesures spécifiques du train de mesures en matière d'innovation pourraient s'avérer nécessaires pour remédier aux défaillances du marché qui entravent le développement et la diffusion de nouvelles technologies vertes.

Modèles économiques écologiques	
L'économie circulaire	Emballages verts et réduction des déchets
Économie du partage et produit en tant que service	Réduction des émissions de carbone
Chaînes d'approvisionnement durables	Produits locaux et biologiques
Efficacité énergétique et énergies renouvelables	Agriculture durable

Économie circulaire: Les entreprises adoptent un modèle d'économie circulaire, qui vise à réduire au minimum les déchets et à optimiser l'utilisation efficace des ressources en concevant des produits et des procédés permettant de réutiliser, de recycler ou de régénérer les matériaux. Il peut s'agir de proposer des produits fabriqués à partir de matériaux recyclés, de mettre en œuvre des programmes de reprise pour les produits en fin de vie ou de refabriquer des produits pour prolonger leur durée de vie.

L'économie du partage et le produit en tant que service (PaaS): Au lieu de vendre purement et simplement des produits, les entreprises les proposent comme un service qui encourage la durabilité, la réparabilité et la réutilisation. Par exemple, les entreprises peuvent louer des panneaux solaires, des appareils économes en énergie ou des véhicules électriques à des clients, en fournissant des services d'entretien et de mise à niveau dans le cadre du service. Les entreprises facilitent le partage ou la location de biens et de services entre particuliers ou entreprises, en réduisant le besoin de propriété et en promouvant le partage des ressources. Par exemple, les services de covoiturage, les programmes de partage de vélos et les espaces de travail en commun.

Chaînes d'approvisionnement durables: Les entreprises accordent la priorité à la durabilité tout au long de leurs chaînes d'approvisionnement en s'approvisionnant en matériaux auprès de fournisseurs respectueux de l'environnement, en réduisant les émissions dues aux transports et en réduisant au minimum les déchets et la pollution. Il peut s'agir de nouer des partenariats avec des fournisseurs qui adhèrent aux normes environnementales et sociales, de mettre en œuvre des solutions d'emballage durables et d'optimiser la logistique afin de réduire les émissions de carbone.

Efficacité énergétique et énergies renouvelables: Les entreprises se concentrent sur l'amélioration de l'efficacité énergétique et la transition vers des sources d'énergie renouvelables afin de réduire leur empreinte carbone et leurs coûts énergétiques. Il peut s'agir d'investir dans des technologies économes en énergie, telles que l'éclairage LED et les systèmes de bâtiment intelligents, et d'installer la production d'énergie renouvelable sur site, comme les panneaux solaires ou les éoliennes.

Emballages verts et réduction des déchets: Les entreprises adoptent des solutions d'emballage durables, telles que des matériaux biodégradables, des emballages compostables ou des conteneurs réutilisables, afin de réduire au minimum les incidences sur l'environnement. Elles mettent également en œuvre des stratégies de réduction des déchets, telles que la réduction des sources, le recyclage et le compostage, afin de réduire au minimum les déchets envoyés dans les décharges.

Compensation des émissions de carbone et réduction des émissions: Les entreprises compensent leurs émissions de carbone en investissant dans des projets qui réduisent ou séquestrent les gaz à effet de serre, tels que le reboisement, les énergies renouvelables ou le captage du méthane. Elles mettent également en œuvre des mesures visant à réduire les émissions en interne, telles que l'amélioration

de l'efficacité énergétique, l'optimisation de la logistique des transports et l'encouragement de la télécommande.

Produits locaux et biologiques: Les entreprises se concentrent sur l'approvisionnement local en produits et/ou sur l'utilisation d'ingrédients biologiques afin de réduire l'impact environnemental et de soutenir les économies locales. Il peut s'agir de nouer des partenariats avec les agriculteurs et les producteurs locaux et de promouvoir les certifications biologiques et du commerce équitable. Cela peut réduire considérablement l'utilisation de l'énergie et des ressources, réduire les émissions de carbone et, dans le même temps, augmenter le bénéfice de l'entreprise, étant donné que le bénéfice est le gain financier obtenu après déduction de tous les coûts, y compris les charges d'exploitation, du produit total.

Agriculture durable: Il convient de faire particulièrement référence à l'agriculture durable. Le secteur primaire peut également offrir de nombreuses possibilités de mettre en œuvre des méthodes plus écologiques. L'agriculture durable offre une approche globale de la production alimentaire qui concilie la gestion environnementale, la viabilité économique et la responsabilité sociale. En adoptant des pratiques agricoles durables et en soutenant les politiques qui favorisent l'agroécologie et l'agriculture régénérative, nous pouvons œuvrer en faveur d'un avenir plus vert et plus durable pour les générations à venir.

Les pratiques agricoles durables réduisent au minimum l'utilisation d'intrants synthétiques tels que les engrais chimiques, les pesticides et les herbicides, qui peuvent polluer le sol, l'eau et l'air. En recourant à des techniques telles que la rotation des cultures, la culture de couverture et la lutte intégrée contre les ennemis des cultures, l'agriculture durable réduit la dégradation de l'environnement et favorise la santé des sols, la conservation de l'eau et la biodiversité. Il convient de mentionner en particulier la pollinisation et la protection des pollinisateurs. Les entreprises mettent en œuvre des mesures de conservation de l'eau et promeuvent des pratiques agricoles durables afin de réduire au minimum l'utilisation de l'eau, de préserver la qualité de l'eau et de protéger les écosystèmes. Il peut s'agir d'utiliser des systèmes d'irrigation goutte à goutte, de mettre en œuvre des techniques de récolte des eaux de pluie et de réduire les cultures à forte intensité d'eau.

Les entreprises sensibilisent les clients et les parties prenantes à l'importance de la durabilité environnementale et plaident en faveur de politiques et d'initiatives qui promeuvent une économie

verte. Il peut s'agir de lancer des campagnes de sensibilisation, de soutenir les organisations environnementales et de participer à des associations sectorielles axées sur la durabilité. En adoptant des modèles commerciaux écologiques, les entreprises peuvent réduire leur empreinte environnementale, améliorer leur réputation, attirer des clients respectueux de l'environnement et contribuer à un avenir plus durable pour la société et la planète.

2.3.1. Études de cas sur des entreprises vertes prospères

Plusieurs entreprises vertes prospères ont vu le jour ces dernières années, tirant parti de la demande croissante de produits et de services respectueux de l'environnement. Ces entreprises démontrent que la rentabilité et la durabilité peuvent aller de pair, incitant d'autres entreprises à adopter des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Ces exemples illustrent la diversité des approches et les incidences importantes que les entreprises vertes peuvent avoir dans différents secteurs. En mettant l'accent sur les technologies innovantes, en garantissant les investissements et en s'engageant dans des partenariats stratégiques, ces entreprises ouvrent la voie vers un avenir plus durable.

Nespresso

Les initiatives de Nespresso en matière de durabilité couvrent divers aspects de ses activités, de l'approvisionnement responsable et du recyclage à la conservation de l'environnement et au développement communautaire. Bien qu'il puisse y avoir des défis persistants et des domaines d'amélioration, l'engagement de Nespresso en faveur de la durabilité reflète une tendance plus large des entreprises à adopter des pratiques commerciales plus responsables sur le plan environnemental et social. Nespresso s'est engagée à s'approvisionner en grains de café de manière responsable. Ils travaillent directement avec les producteurs de café dans le cadre de leur programme AAA Sustainable QualityTM, qui vise à améliorer la qualité du café, la productivité agricole et les moyens de subsistance des agriculteurs tout en promouvant des pratiques agricoles durables. Ce programme fournit une assistance technique, une formation et un soutien financier aux agriculteurs, en les aidant à mettre en œuvre des méthodes agricoles respectueuses de l'environnement et à améliorer leurs conditions sociales et économiques.

Tesla, Inc.

Tesla est un grand constructeur de véhicules électriques fondé par Elon Musk en 2003. La mission de l'entreprise est d'accélérer la transition mondiale vers une énergie durable. Les voitures électriques de Tesla ont gagné en popularité en raison de leur technologie innovante, de leurs capacités à longue portée et de leur conception dorsale. Outre les véhicules électriques, Tesla produit des panneaux solaires et des solutions de stockage de l'énergie, offrant une gamme complète de produits visant à réduire la dépendance à l'égard des combustibles fossiles.

Patagonie

Cette marque de vêtements d'extérieur est réputée pour son engagement en faveur de la durabilité environnementale. La Patagonia utilise des matériaux recyclés dans ses produits, défend les causes environnementales et met en œuvre des pratiques commerciales durables dans l'ensemble de ses activités. Le programme «Worn Wear» de l'entreprise encourage les clients à acheter des produits usagés, prolongeant la durée de vie de leurs engins et réduisant les déchets. L'accent mis par l'entreprise sur la durabilité a résisté aux consommateurs, ce qui a favorisé à la fois la fidélité à la marque et la rentabilité.

Groupe IKEA

IKEA, le détaillant suédois de meubles, a adopté la durabilité en tant que principe fondamental de son modèle commercial. L'entreprise s'est fixé des objectifs ambitieux en matière de durabilité, notamment en s'approvisionnant pour la totalité de son bois à partir de sources plus durables ou recyclées d'ici à 2020 et en devenant positive sur le plan climatique d'ici à 2030. IKEA a investi dans les énergies renouvelables, l'éclairage et les appareils économes en énergie et les pratiques forestières durables. En outre, IKEA propose des programmes de recyclage et de reprise pour ses produits, encourageant les clients à réduire les déchets et à prolonger le cycle de vie des meubles.

Unilever

Unilever joue depuis longtemps un rôle de premier plan dans le domaine de la durabilité des entreprises. Le plan pour un mode de vie durable de l'entreprise vise à dissocier sa croissance de son empreinte environnementale tout en augmentant son incidence sociale positive. Unilever a réalisé d'importants progrès en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre, d'amélioration de

l'utilisation efficace de l'eau et de promotion de l'approvisionnement durable. Par exemple, en 2020, 67 % des matières premières agricoles d'Unilever étaient issues de sources durables.

Toutes les études de cas susmentionnées montrent que l'intégration de la durabilité environnementale dans les pratiques commerciales peut conduire à un succès à long terme, notamment à une amélioration des performances financières, à une meilleure réputation de marque et à une incidence positive sur la société.

2.3.2. Activités en classe: Conception d'un plan d'entreprise vert

L'éducation à l'entrepreneuriat vert ne devrait pas s'inscrire dans le cadre du processus traditionnel, mais s'appuyer sur une approche fondée sur la pratique, en utilisant une sélection de pratiques, parmi lesquelles le jeu, l'empathie, la création et l'expérimentation. Les grandes lignes proposées pour une telle activité comprennent une introduction à Green Business et une séance de réflexion sur l'élaboration du plan d'entreprise, qui doivent être prises en compte par l'analyse du marché, les projections financières, les plans de durabilité et d'exploitation, ainsi que la gestion des risques. La conception d'un plan d'entreprise vert peut être une activité attrayante et éducative en classe qui combine des éléments d'entrepreneuriat, de durabilité environnementale et d'esprit critique.

L'une des taxonomies les plus répandues et les plus utilisées dans le domaine de l'apprentissage, qui aborde les concepts susmentionnés (connaissances, compétences, attitudes), est la typologie des objectifs éducatifs proposée par Bloom et al. (1956). La taxinomie de bloom est un cadre utilisé pour classer les buts, objectifs et activités éducatifs en niveaux de complexité et de spécificité. Il se compose de six niveaux, passant d'une maîtrise de l'ordre inférieur à une capacité de pensée supérieure:

1. Mémoriser
2. Compréhension
3. Appliquer
4. Analysant
5. Évaluer
6. Créer

En participant à cette activité en classe, les étudiants acquerront une expérience précieuse en matière d'entrepreneuriat, d'esprit critique et de durabilité environnementale, tout en développant des compétences pratiques en matière de planification et de présentation d'entreprise.

Étape 1. Mémoriser

Commencer l'activité par une brève introduction aux concepts d'entreprise verte, y compris l'importance de la durabilité environnementale, l'approche fondée sur la triple ligne de fond (personnes, planète, profit) et des exemples d'entreprises vertes prospères.

Cartes clignoières	Utilisez des «flashcards» pour rappeler des faits, des termes et des concepts de base (écologie, durabilité, esprit d'entreprise).
Quiz	Réaliser de courts quiz axés sur la mémoire factuelle.
Établissement de listes	Demandez aux élèves d'énumérer des points clés à partir d'un cours ou d'un matériel de lecture.
Exercice de mise en correspondance	Créer des exercices de mise en correspondance des termes et de leurs définitions.

Étape 2. Compréhension

En résumé:	Les élèves résument un texte ou une leçon sur des sujets connexes (changement climatique, consommation de ressources, déchets, durabilité) dans leurs propres mots.
Discussions de groupe	Faciliter les discussions de groupe au cours desquelles les élèves expliquent les concepts les uns aux autres. Diviser les étudiants en petits groupes et les encourager à réfléchir à des idées pour les entreprises vertes. Encourager la créativité et l'innovation et rappeler aux étudiants de prendre en considération les aspects environnementaux, sociaux et économiques de leurs idées commerciales.
Sessions de la Q & IER	Organiser des séances de questions-réponses afin de garantir la compréhension.
Résumer	Demandez aux élèves de résumer des paragraphes ou des sections d'un texte.

Étape 3. Appliquer

Une fois que les groupes ont sélectionné une idée d'entreprise, ils élaborent un plan d'entreprise détaillé. Donner une vue d'ensemble de l'idée d'entreprise et de son impact environnemental et social potentiel.

Dépannage	Présenter des problèmes environnementaux réels qui pourraient constituer une opportunité commerciale. Élaborer un plan de durabilité qui décrit la manière dont l'entreprise réduira au minimum les incidences sur l'environnement, préservera les ressources et contribuera au bien-être social.
Simulations/ Rôle à Jouer	Utiliser des activités de jeu de rôle pour mettre en pratique les connaissances dans des scénarios simulés. Élaborer des profils détaillés tels que le directeur général, le directeur financier, le directeur du marketing et les participants externes. Détailler les opérations quotidiennes de l'entreprise, y compris les processus de production, la gestion de la chaîne d'approvisionnement et l'utilisation des ressources.
Activités du laboratoire	Mener des expériences dans le cadre desquelles les élèves appliquent des théories à des expériences pratiques (recyclage, économie circulaire).
Études de cas	Analyser les études de cas des entreprises vertes.

Étape 4. Analyst

Mener des recherches sur le marché cible, y compris les besoins des clients, les concurrents et les tendances du marché liées à la durabilité. Décrivez le produit ou service vert proposé, en mettant en évidence ses avantages pour l'environnement et ses points de vente uniques.

Comparer et contracter	Faire en sorte que les élèves comparent deux concepts ou idées.
Cartographie de l'esprit	Utilisez des cartes conceptuelles pour décomposer un concept en ses composantes.

Débats	Organiser des débats au cours desquels les élèves doivent analyser différents points de vue.
Analyse des données	Fournir des ensembles de données permettant aux élèves d'analyser et d'interpréter les résultats. Décrire les stratégies de commercialisation et de vente visant à promouvoir l'activité écologique, y compris la marque, la publicité et les canaux de distribution. Recenser les risques et les défis potentiels auxquels sont confrontées les entreprises vertes et élaborer des stratégies pour les atténuer.

Étape 5. Évaluer

Exprimer clairement la mission et la vision de l'entreprise verte, en insistant sur son engagement en faveur de la durabilité. Préparer des projections financières, y compris des prévisions de recettes, des coûts de démarrage, des dépenses de fonctionnement et des sources potentielles de financement.

Examens par les pairs	Faciliter les examens par les pairs des missions dans le cadre desquelles les élèves évaluent mutuellement le travail de l'autre.
Évaluation par Rubric-Based	Faire en sorte que les élèves évaluent le travail à l'aide d'une rubrique détaillée.
Essais critiques	Attribuer des essais critiques dans le cadre desquels les élèves doivent évaluer un argument ou un travail.
Projets du groupe	Faire participer les étudiants à des projets de groupe qui les obligent à critiquer leurs contributions respectives.

Étape 6. Créer

Récit créatif	Encourager les élèves à rédiger des histoires ou des essais qui synthétisent leur apprentissage.
Présentations multimédias	Faire en sorte que les élèves créent des présentations ou des vidéos pour démontrer leur compréhension. Une fois les plans d'entreprise achevés, chaque groupe présente-t-il son idée d'entreprise verte à la classe.

	Encourager les étudiants à expliquer les avantages environnementaux et sociaux de leur entreprise, ainsi que son potentiel de réussite financière.
Retour d'information et discussion	Après chaque présentation, faciliter une discussion au cours de laquelle les élèves peuvent donner leur avis et poser des questions sur les plans d'entreprise écologiques. Encourager les critiques constructives et proposer des améliorations.
Réflexion	Conclure l'activité par une séance de réflexion au cours de laquelle les élèves peuvent discuter de ce qu'ils ont appris de l'expérience. Les inciter à réfléchir aux défis et aux possibilités liés à la conception d'un plan d'entreprise vert, ainsi qu'à l'importance de la durabilité dans l'esprit d'entreprise.

2.4. Pratiques et innovation respectueuses de l'environnement

Les pratiques respectueuses de l'environnement et l'innovation vont de pair pour favoriser la durabilité dans divers secteurs. Les mécanismes de soutien aux entrepreneurs dans ces secteurs constituent une motivation financière essentielle pour adopter l'éco-innovation, créant ainsi une plus grande sécurité sur le marché pour les jeunes pousses vertes (Ball & ampKittler, 2019).

Secteurs des pratiques écologiques et de l'innovation		
Agriculture durable	Énergies renouvelables	Transport
L'économie circulaire	Gestion des déchets	Gestion de l'eau
Traçabilité	Matériaux de construction	Chimie verte

Pratiques agricoles durables: L'innovation agricole joue un rôle crucial dans la promotion de pratiques respectueuses de l'environnement telles que l'agriculture biologique, l'agroforesterie et l'agriculture régénérative. Des techniques telles que l'agriculture de précision, l'agriculture verticale et l'hydroponique permettent une utilisation efficace des ressources telles que l'eau et les terres tout en réduisant au minimum les intrants chimiques et la dégradation des sols.

Technologies des énergies renouvelables: L'innovation dans les technologies liées aux énergies renouvelables, telles que l'énergie solaire, éolienne et hydroélectrique, a considérablement réduit la dépendance à l'égard des combustibles fossiles et contribué à atténuer le changement climatique. Les progrès réalisés dans le domaine de l'efficacité des panneaux solaires, de la conception des éoliennes et des solutions de stockage de l'énergie ont rendu les énergies renouvelables plus rentables et modulables.

Matériaux de construction écologiques: Le secteur de la construction a vu le développement de matériaux de construction respectueux de l'environnement qui réduisent la consommation d'énergie et l'incidence sur l'environnement. Parmi les innovations figurent des matériaux durables tels que le bambou, l'acier recyclé et le bois régénéré, ainsi que des matériaux d'isolation, de fenêtres et de toiture économes en énergie.

Solutions pour l'économie circulaire: Les innovations dans l'économie circulaire favorisent l'utilisation efficace des ressources et la réduction des déchets en concevant des produits et des procédés qui permettent la réutilisation, le recyclage ou la régénération des matériaux. Il s'agit notamment d'initiatives telles que la reconception des produits en vue du démontage, du remanufacturage et du

recyclage en circuit fermé, ainsi que des plateformes numériques pour le partage des ressources et des matériaux.

Solutions de mobilité intelligente: L'innovation dans le domaine des transports a conduit au développement de solutions de mobilité intelligente qui réduisent les émissions et les embouteillages. Il s'agit notamment des véhicules électriques, des véhicules autonomes, des services de covoiturage et des systèmes de transport multimodal qui encouragent la marche, le vélo et le transit public.

Technologies de gestion des déchets: Les technologies avancées de gestion des déchets, telles que la digestion anaérobie, le compostage et la conversion des déchets en énergie, contribuent à détourner les déchets organiques des décharges et à réduire les émissions de gaz à effet de serre. Les innovations en matière de recyclage et de valorisation des matériaux permettent également la valorisation de ressources précieuses provenant des flux de déchets.

Technologies de conservation de l'eau: L'innovation dans les technologies de conservation de l'eau contribue à remédier à la pénurie d'eau et à promouvoir des pratiques de gestion durable de l'eau. Il s'agit notamment de systèmes d'irrigation intelligents, d'appareils et d'installations économes en eau, ainsi que de technologies de recyclage et de dessalement de l'eau.

Chimie verte: Le domaine de la chimie verte est axé sur la mise au point de solutions de substitution respectueuses de l'environnement aux procédés et produits chimiques traditionnels. Parmi les innovations figurent les matériaux biosourcés, les solvants non toxiques et les procédés de nettoyage et de fabrication respectueux de l'environnement qui réduisent au minimum la pollution et les déchets.

Traçabilité et transparence de la chaîne d'approvisionnement: La technologie des chaînes de blocs permet une plus grande transparence et traçabilité dans les chaînes d'approvisionnement, facilitant ainsi l'approvisionnement éthique et les pratiques de production durables. En fournissant des enregistrements immuables des transactions et des origines des produits, la chaîne de blocs aide les consommateurs à faire des choix éclairés et à tenir les entreprises responsables de leurs incidences environnementales et sociales.

Plateformes collaboratives d'innovation: Les plateformes collaboratives d'innovation rassemblent diverses parties prenantes, notamment des entreprises, des gouvernements, des universités et de la

société civile, afin de créer conjointement des solutions durables aux défis environnementaux complexes. Ces plateformes favorisent le partage des connaissances, la collaboration intersectorielle et l'action collective en faveur d'objectifs communs de durabilité.

Agriculture durable et pollinisation: Il convient de faire particulièrement référence à la pollinisation. L'agriculture durable et la pollinisation sont étroitement liées. La pollinisation pourrait être décrite comme la procédure qui rend la planète verte et cette relation devrait être mise en évidence.

Mettre en évidence les relations entre l'agriculture durable et la pollinisation	
Importance de la pollinisation	Observation des pollinisateurs
Démonstration apicole	Voyages sur le terrain

Si possible, faire en sorte qu'un apiculteur local puisse visiter la salle de classe et faire la démonstration des techniques apicoles. Les étudiants peuvent s'informer sur le cycle de vie des abeilles, sur l'importance des abeilles mellifères en tant que pollinisateurs et sur le rôle de l'apiculture dans l'agriculture durable.

Ces activités associent les étudiants à des expériences d'apprentissage pratique qui approfondissent leur compréhension de la relation entre l'agriculture durable et la pollinisation. En favorisant la curiosité et la sensibilisation à ces sujets, les étudiants peuvent devenir des défenseurs de la gestion environnementale et de la préservation de la biodiversité.

En encourageant l'innovation et en adoptant des pratiques respectueuses de l'environnement, les entreprises et les organisations peuvent réduire leur empreinte environnementale, améliorer leur efficacité opérationnelle et créer de la valeur tant pour la société que pour la planète.

2.4.1. Activités en classe: D'Idea à un produit/service respectueux de l'environnement

Les activités en classe sur les pratiques respectueuses de l'environnement peuvent être adaptées à différents niveaux de grade, à différents sujets et à différents objectifs d'apprentissage, et peuvent donner aux élèves les moyens de devenir des responsables de l'environnement informés et actifs. En présentant l'entrepreneuriat vert aux étudiants, nous leur offrons la capacité de comprendre le problème et de trouver des solutions. Ensemble, ces pratiques aident les étudiants à développer leurs compétences en matière de réflexion et d'action entrepreneuriales afin de créer, de trouver et

d'exploiter les possibilités offertes par un certain problème commercial et environnemental. Il ne s'agit là que de quelques idées à lancer.

Activités en classe sur les pratiques respectueuses de l'environnement	
Examens des déchets	Consommation d'énergie — empreinte carbone
Projets de jardinage	Voyages sur le terrain
Ateliers sur le recyclage	Débats sur l'environnement
Campagnes environnementales	Manifestations et campagnes communautaires

Examens des déchets: Apprentissage pratique! Créer des activités interactives telles que des analyses des déchets, dans le cadre desquelles les élèves analysent les types et les quantités de déchets produits dans leur école. Cela peut sensibiliser aux habitudes de consommation et à l'importance de la réduction des déchets.

Projets de jardinage: Créer un jardin scolaire où les élèves peuvent s'informer sur l'agriculture durable, le compostage et l'importance de la biodiversité. Ils peuvent planter des espèces indigènes, entretenir le jardin et observer l'interconnexion des écosystèmes. Les étudiants peuvent rechercher des espèces végétales indigènes qui attirent des pollinisateurs tels que les abeilles, les papillons et les oiseaux. Ensuite, ils conçoivent et planifient un jardin de pollinisateurs pour leur école ou leur communauté. Cette activité informe les étudiants de l'importance des pollinisateurs dans l'agriculture et de la manière dont la plantation d'espèces indigènes peut soutenir la biodiversité et la santé des écosystèmes.

Défisen matière de conservation de l'énergie: Organiser les défis en matière de conservation de l'énergie lorsque les étudiants se font concurrence pour réduire la consommation d'énergie dans les salles de classe et les espaces communs. Ils peuvent suivre l'utilisation de l'énergie, mettre en œuvre des stratégies d'économie d'énergie et en apprendre davantage sur l'impact environnemental de la consommation d'énergie.

Ateliers sur le recyclage et la mise à niveau: Accueillir des ateliers sur le recyclage et la valorisation, au cours desquels les élèves apprennent le processus de recyclage, la manière de trier correctement les matières recyclables et les moyens créatifs de réutiliser les matériaux. Les encourager à créer des projets artistiques ou des articles fonctionnels à partir de matériaux recyclés.

Débats et discussions sur l'environnement: Faciliter les débats ou les discussions sur des questions environnementales telles que le changement climatique, la déforestation ou la pollution. Encourager les étudiants à rechercher et à présenter différentes perspectives, en favorisant la pensée critique et les compétences en matière de communication.

Domaines Trips to Eco-Friendly Sites: Organiser des voyages sur le terrain vers des sites respectueux de l'environnement tels que des centres de recyclage, des installations d'énergie renouvelable ou des zones protégées. Cela offre des expériences d'apprentissage pratique et expose les étudiants à des exemples concrets de durabilité en action.

Événements de nettoyage communautaire: Coordonner les événements de nettoyage des communautés au cours desquels les étudiants et les enseignants collaborent pour nettoyer les déchets dans les parcs, les plages ou les quartiers locaux. Il en résulte un sentiment de bonne gestion environnementale et de responsabilité civique, tout en esthétisant la communauté.

Campagnes environnementales: Lancer des campagnes environnementales au sein de la communauté scolaire afin de sensibiliser et de promouvoir des comportements respectueux de l'environnement. Il pourrait s'agir d'initiatives telles que «Mondis sans viande» pour réduire la consommation de viande, «Turn Off the Light» pour conserver l'énergie, ou «Bring Your own Bottle» pour réduire les déchets plastiques.

Orateurs et experts invités: Inviter des orateurs et des experts invités dans le domaine de la durabilité à partager leurs connaissances et leurs expériences avec les étudiants. Cela fournit des informations et une inspiration précieuses et expose les étudiants à des parcours professionnels potentiels dans le domaine des sciences de l'environnement, de la conservation ou de la durabilité.

Apprentissage par projet: Associer les étudiants à des activités d'apprentissage fondées sur des projets, dans le cadre desquelles ils recherchent et élaborent des solutions aux défis environnementaux réels. Il pourrait s'agir de concevoir des produits respectueux de l'environnement, de lancer des campagnes de sensibilisation ou de proposer des changements politiques pour traiter les questions environnementales.

Les activités en classe sur les pratiques respectueuses de l'environnement peuvent avoir de nombreux avantages pour les étudiants, les éducateurs et l'environnement. Transformer les idées en produits ou

services respectueux de l'environnement peut être une activité passionnante et éducative en classe qui encourage la créativité, l'esprit critique et la sensibilisation à l'environnement. Les questions environnementales, le changement climatique et le développement durable sont quelques-unes des préoccupations les plus pressantes de notre époque. Une esquisse suggérée d'une telle activité commence par une introduction à l'innovation respectueuse de l'environnement et comprend, entre autres, une séance de réflexion, des recherches de marketing, un plan de durabilité, un retour d'information et une discussion. Les études de cas pédagogiques doivent inclure une note pédagogique (Caffrey et al., 2020). En termes d'impact, elles sont importantes car elles contribuent à faire entrer le sujet dans la classe.

Exemple d'activité en classe — Concevoir un produit respectueux de l'environnement

En participant à cette activité en classe, les étudiants acquerront une expérience précieuse dans la production d'idées, l'innovation, la durabilité et l'esprit d'entreprise, tout en développant des compétences pratiques en matière de planification, de conception et de présentation de projets.

Matériaux nécessaires:

- Panneaux d'affichage ou grandes feuilles en papier
- Marqueurs, crayons colorés et autres matériaux de dessin
- Matériaux recyclés (carton, bouteilles en plastique, décapages de tissu, etc.)
- Ciseaux, colles et ruban
- Ordinateurs/tablettes avec accès à l'internet à des fins de recherche
- Documents sur les concepts de durabilité

La durée: 2 à 3 périodes de classe (45 à 60 minutes chacune)

Instructions:

Jour 1: Introduction aux produits respectueux de l'environnement

Introduction à la durabilité (15 minutes)

Commencez par une brève conférence sur la durabilité et la raison pour laquelle elle est importante. Discuter du concept des 3 R: Réduire, réutiliser, recycler. Montrer des exemples de produits

Partenaires de projet

51



respectueux de l'environnement, tels que des bouteilles d'eau réutilisables, des emballages biodégradables et des gadgets à énergie solaire.

Session de réflexion (30 minutes)

- Diviser les étudiants en petits groupes (3 à 4 étudiants par groupe).
- Donnez des fiches de réflexion et demandez à chaque groupe de réfléchir aux produits communs qu'ils utilisent quotidiennement et à la manière dont ceux-ci pourraient être rendus plus respectueux de l'environnement.
- Les encourager à prendre en considération les matériaux, la consommation d'énergie et la réduction des déchets.

Sélection des idées (15 minutes)

Chaque groupe présente ses trois idées principales à la classe. Faciliter la discussion et aider chaque groupe à choisir une idée à développer.

Jour 2: Recherche et conception

Phase de recherche (30 minutes)

Permettre aux étudiants d'utiliser des ordinateurs/tablettes pour rechercher des matériaux, des principes de conception et des produits écologiques existants similaires à leurs idées. Demandez-leur de prendre en considération le cycle de vie de leur produit, de la production à l'élimination.

Phase de conception (30 minutes)

Fournir des panneaux d'affichage et du matériel de dessin. Chaque groupe crée une conception détaillée de son produit, y compris des croquis, une liste de matériaux et la manière dont il sera utilisé. Encouragez-les à réfléchir à l'image de marque et à l'emballage, en veillant à ce qu'ils soient respectueux de l'environnement.

Jour 3: Présentation et retour d'information

Création du prototype de produit (30 minutes)

En utilisant des matériaux recyclés, chaque groupe crée un prototype simple de son produit. Il pourrait s'agir d'un modèle ou d'un prototype fonctionnel en fonction de la complexité de leur idée de produit.

Préparation de la présentation (15 minutes)

Les groupes préparent une brève présentation (3 à 5 minutes) expliquant leur produit, ses avantages et la manière dont il contribue à la durabilité. Ils devraient également discuter de tous les défis auxquels ils ont été confrontés au cours du processus de conception.

Présentations et retour d'information (15 minutes)

Chaque groupe présente son produit à la classe. Après chaque présentation, la classe et l'enseignant fournissent un retour d'information constructif, en mettant l'accent sur les points forts et les domaines à améliorer.

Réflexion (15 minutes)

Discuter de ce que les élèves ont appris de l'importance des produits respectueux de l'environnement et de la durabilité. Réfléchir à la manière dont ils peuvent appliquer ces principes dans leur vie quotidienne.

Évaluation

- Participation et travail d'équipe lors des phases de réflexion et de conception.
- Créativité et caractère pratique de la conception du produit.
- Qualité et clarté de la présentation.
- Engagement lors des séances de retour d'information et de réflexion.

Activité d'extension

Organiser une foire écologique à l'échelle de l'école où les élèves peuvent présenter leurs produits respectueux de l'environnement à d'autres classes, enseignants et parents. Inviter des entrepreneurs locaux ou des experts en durabilité à juger les projets et à fournir un retour d'information supplémentaire.

Cette activité permet non seulement d'éduquer les élèves à la durabilité, mais aussi de leur donner les moyens de réfléchir de manière créative et critique à la résolution de problèmes réels. Introduction à

l'éco-innovation: Démarrer l'activité par une introduction au concept d'innovation respectueuse de l'environnement et à son importance pour relever les défis environnementaux. Discuter d'exemples de produits et de services respectueux de l'environnement et de leurs effets positifs sur l'environnement.

Conception d'un service respectueux de l'environnement

Séance de réflexion: Diviser les étudiants en petits groupes et leur donner l'occasion de réfléchir à des idées pour des services respectueux de l'environnement. Encourager les étudiants à réfléchir de manière créative et à prendre en considération différents aspects de la durabilité, tels que l'efficacité énergétique, la réduction des déchets et la conservation des ressources.

Élaboration d'idées: Une fois que les groupes auront sélectionné un concept, les faire évoluer leurs idées en plans détaillés pour des services respectueux de l'environnement. Cela devrait inclure:

Description du service	Définir clairement le service respectueux de l'environnement, y compris ses caractéristiques, ses avantages et le public cible.
Avantages pour l'environnement:	Expliquer comment le service contribue à la durabilité environnementale, comme la réduction des émissions de carbone, la conservation des ressources ou la réduction au minimum des déchets.
Conception et innovation	Décrivez les aspects innovants du service, tels que les nouveaux matériaux, technologies ou processus qui renforcent sa compatibilité écologique.
Études de marché	Étudier le marché cible, les concurrents et les préférences des consommateurs en matière de durabilité afin d'éclairer les stratégies de développement et de commercialisation des produits.
Modèle commercial	Décrire le modèle commercial permettant de commercialiser le service respectueux de l'environnement, y compris les flux de revenus, les canaux de distribution et les stratégies de tarification.
Plan de développement durable	Élaborer un plan de durabilité qui décrit la manière dont l'entreprise réduira au minimum les incidences sur l'environnement.
Présentation du pas	Faire en sorte que chaque groupe présente son produit ou service respectueux de l'environnement à la classe. Les étudiants devraient

	communiquer les avantages environnementaux, les caractéristiques innovantes et le potentiel commercial de leurs idées. Encourager la créativité et des compétences de communication efficaces au cours des présentations.
Retour d'information et discussion	Après chaque présentation, faciliter une discussion au cours de laquelle les élèves peuvent donner leur avis et poser des questions sur les services respectueux de l'environnement. Encourager les critiques constructives et proposer des améliorations.
Réflexion et prochaines étapes	Conclure l'activité par une séance de réflexion au cours de laquelle les élèves peuvent discuter de ce qu'ils ont appris de l'expérience. Encourager les étudiants à étudier la possibilité de concrétiser leurs idées et à explorer les possibilités de développement ou de mise en œuvre ultérieures.

Exemples de produits et services respectueux de l'environnement

Bouteilles d'eau réutilisables: Les bouteilles d'eau réutilisables fabriquées à partir de matériaux tels que l'acier inoxydable, le verre ou le plastique sans BPA contribuent à réduire les déchets plastiques à usage unique. Ils encouragent les gens à recharger et à réutiliser leurs bouteilles au lieu d'acheter des bouteilles d'eau en plastique jetables, réduisant ainsi la pollution plastique.

Panneaux solaires: Les panneaux solaires exploitent l'énergie solaire pour produire de l'électricité, ce qui constitue une alternative renouvelable et durable aux combustibles fossiles. En installant des panneaux solaires dans des habitations ou des entreprises, les particuliers peuvent réduire leur dépendance à l'égard de l'électricité du réseau et réduire leur empreinte carbone.

Produits de substitution à base de viande végétale: Les produits de substitution à base de viande d'origine végétale, tels que les burgers, les saucisses et les fruits à coque fabriqués à partir d'ingrédients tels que le soja, la protéine de pois ou les champignons, offrent une option plus durable que la viande conventionnelle. Ces produits ont généralement une incidence moindre sur l'environnement en termes d'utilisation des terres, de consommation d'eau et d'émissions de gaz à effet de serre.

Services de compostage: Les services de compostage collectent les déchets organiques des ménages ou des entreprises et les transforment en compost riche en nutriments. Cela détourne les déchets organiques des décharges, où ils produiraient du méthane, un puissant gaz à effet de serre. Le compost peut alors être utilisé pour enrichir la santé des sols et favoriser la croissance végétale.

Sacs de chasse réutilisables: Les sacs à provisions réutilisables fabriqués à partir de matériaux durables tels que le tovas ou le plastique recyclé contribuent à réduire la consommation de sacs en plastique à usage unique. En apportant des sacs réutilisables à l'épicerie ou au marché, les consommateurs peuvent réduire au minimum les déchets plastiques et soutenir les pratiques durables.

Fournisseurs d'énergie verte: Les fournisseurs d'énergie verte proposent de l'électricité produite à partir de sources renouvelables telles que l'énergie éolienne, solaire, hydroélectrique ou géothermique. En choisissant un plan pour l'énergie verte, les consommateurs peuvent soutenir l'expansion des infrastructures d'énergie renouvelable et réduire leur empreinte carbone.

Services de partage de vélos et de trottinettes: Les services de partage de vélos et de trottinettes offrent des possibilités de transport pratiques et respectueuses de l'environnement pour les voyages de courte durée dans les zones urbaines. En utilisant ces services au lieu de conduire ou de prendre un service de voirie automobile, les particuliers peuvent réduire la congestion du trafic et la pollution atmosphérique.

3. L'entrepreneuriat au service du changement social

3.31. Aperçu

Ce module examine le domaine en expansion rapide de l'entrepreneuriat social, un sous-ensemble de l'entrepreneuriat axé sur l'élaboration et la mise en œuvre de solutions pour répondre aux besoins sociaux. Contrairement à l'entrepreneuriat traditionnel, qui est souvent axé sur la maximisation des profits, l'entrepreneuriat social se concentre sur la création de valeur sociale et la réponse aux besoins à long terme de la société, tels que l'alimentation, l'hébergement, l'éducation et les soins de santé.

Ce module explore les différents aspects de l'entrepreneuriat social, qui touche à de nombreux domaines différents. Il examine différentes définitions de l'entrepreneuriat social et la manière dont nous pouvons l'utiliser pour créer des avantages pour les individus et la société. Un autre volet important du module consiste à apprendre les caractéristiques et les pratiques des entrepreneurs sociaux qui réussissent, qui sont souvent appelés agents du changement et qui introduisent de nouvelles solutions aux problèmes sociaux qui doivent être résolus. Le matériel couvre à la fois les aspects théoriques et pratiques, les étudiants s'engageant dans la communauté et participant à des projets de résolution de problèmes.

Les étudiants apprendront les défis et les avantages de la création et de la gestion d'entreprises sociales qui visent à améliorer le bien-être des communautés, à lutter contre les injustices sociales et à garantir la durabilité environnementale pour les générations futures. Cela donnera aux étudiants les connaissances dont ils ont besoin pour intégrer des objectifs commerciaux et sociaux afin de créer des modèles d'entreprise efficaces et durables.

Objectifs d'apprentissage

D'ici à la fin de ce module, les étudiants pourront:

- ✓ Définir l'entrepreneuriat social et le différencier de l'entrepreneuriat traditionnel.
- ✓ Reconnaître le rôle de l'entrepreneuriat social pour relever les défis de société.
- ✓ Apprendre à identifier les problèmes sociaux urgents qui peuvent être abordés au moyen de solutions entrepreneuriales.

- ✓ Analyser divers problèmes sociaux sous de multiples angles afin de comprendre leur complexité.
- ✓ Utiliser des outils et des techniques d'entreprise pour planifier et exécuter des projets d'entrepreneuriat social.
- ✓ Encourager la réflexion créative afin de mettre au point des solutions innovantes aux problèmes sociaux.
- ✓ Participer à des projets d'apprentissage du service qui apportent une expérience pratique dans l'application des connaissances en classe à des problèmes réels.
- ✓ Développer les compétences de direction nécessaires pour orienter les initiatives sociales.
- ✓ Renforcer les capacités de collaboration au sein des équipes et avec les partenaires communautaires.

3.2. Introduction à l'entrepreneuriat social

Qu'est-ce que l'entrepreneuriat social?

Ces dernières années, l'entrepreneuriat social, qui est une sous-discipline de l'entrepreneuriat, a fait l'objet d'une attention croissante de la part des universitaires de l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat social est un domaine nouveau, mais en pleine croissance, qui concerne de nombreux secteurs différents, tels que l'innovation, la technologie, les politiques publiques, le développement communautaire, les mouvements sociaux et les organisations à but non lucratif.

La compréhension de l'entrepreneuriat social commence par ses définitions, qui varient considérablement. Bien que de nombreuses définitions partagent des similitudes, il semble qu'il existe de nombreuses manières de définir l'entrepreneuriat social. Certaines de ces définitions sont assez similaires, mais chacune se concentre sur différents aspects de l'entrepreneuriat social et tente de le définir sur la base de ces aspects. Il se peut que différentes disciplines s'intéressent à l'examen des avantages individuels et sociaux de l'entrepreneuriat social sous différents angles.

L'entrepreneuriat social consiste à reconnaître, évaluer et exploiter les possibilités qui créent de la valeur sociale, c'est-à-dire les besoins fondamentaux et de longue date de la société, et non la richesse personnelle ou actionnaire. L'idée de valeur sociale n'a guère de rapport avec le profit. Il s'agit de répondre à des besoins fondamentaux et de longue date, tels que la fourniture de nourriture, d'eau, d'abris, d'éducation et de services médicaux à ceux qui en ont besoin (Austin, et al., 2006).

Les principaux objectifs de l'entrepreneuriat social sont de réduire la pauvreté et l'analphabétisme, d'améliorer le bien-être des communautés, de lutter contre les injustices sociales et de protéger l'environnement pour les générations futures. En utilisant leurs compétences et leurs ressources, les entrepreneurs sociaux peuvent avoir un impact considérable sur la société. En d'autres termes, l'entrepreneuriat social consiste à utiliser les compétences des entrepreneurs pour créer de la valeur sociale, plutôt que de se contenter de gagner de l'argent. Ils le font souvent parce qu'ils sont dirigés par une mission sociale et qu'ils sont disposés à travailler dur. Un entrepreneur social est une personne qui a une véritable passion pour faire la différence, et qui a également la discipline, l'innovation et la détermination à réussir dans le monde des affaires.

Alors, qui est un entrepreneur social?

La plupart des chercheurs parlent de ce qui fait un grand entrepreneur social et de ce qu'ils devraient être. Robert Theobald est l'un des premiers à définir l'entrepreneuriat social. Il affirme qu'ils sont des «agents du changement» qui prennent des risques pour présenter de nouvelles idées aux personnes, aux groupes et aux organisations. Il examine également l'entrepreneuriat social dans une perspective large, en soulignant que la prise de risques et le fait d'être innovant sont des caractéristiques essentielles des entrepreneurs sociaux.

Leadbeater et Goss (1998) soulignent que l'entrepreneuriat social est une action axée sur la communauté. Ils suggèrent que les entrepreneurs sociaux sont les personnes qui travaillent dans des communautés dans le besoin ou des organisations de volontariat créatives pour contribuer à répondre aux besoins de la communauté en utilisant des ressources qui seraient sinon gaspillées.

Glancey et McQuaid (2000) suggèrent que les entrepreneurs sociaux sont innovants et utilisent des ressources sous-utilisées dans la manière dont d'autres personnes les définissent. Selon eux, les entrepreneurs sociaux proposent de nouvelles solutions aux problèmes sociaux et utilisent les ressources d'une manière qui profite à la communauté locale. En outre, cette définition indique que les entrepreneurs sociaux peuvent travailler dans tous les secteurs, y compris le gouvernement ou les entreprises à but non lucratif.

Bornstein (2004) déclare qu'un entrepreneur social est une personne qui fait la différence. Il développe de nouvelles idées pour résoudre les principaux problèmes et travaille toujours jusqu'à ce qu'ils atteignent leurs objectifs.

Lorsque vous examinez réellement les différentes définitions d'un entrepreneur social, il apparaît clairement que les chercheurs évaluent de différentes manières les traits de caractères, les domaines de travail, les objectifs et les résultats de l'entrepreneuriat social. Par conséquent, nous disposons d'un large éventail de définitions de ce qu'est un entrepreneur social. Si vous prenez en compte toutes ces définitions, il semble qu'un entrepreneur social devrait être un innovateur, disposé à prendre des risques, créatif, attentif aux problèmes sociaux, capable de trouver des solutions durables aux problèmes sociaux, au travail difficile et aux compétences.

En résumé, il existe quatre grandes différences entre l'entrepreneuriat social et d'autres formes d'entrepreneuriat. Entrepreneurs sociaux (Bacq & Janssen, 2011):

1. conduite par une mission. Ils sont tous en mesure de remplir leur mission d'impact social sur ceux qui en ont le plus besoin.
2. agir en tant qu'entrepreneurs par une combinaison de caractéristiques qui la distinguent des autres types d'entrepreneurs (voir tableau 1).
3. opérer au sein d'organisations entrepreneuriales dotées d'une forte culture de l'innovation et de l'ouverture.
4. Travailler avec des organisations indépendantes qui planifient et mettent en œuvre des stratégies en matière de revenus; L'idée est d'apporter la valeur sociale voulue tout en restant financièrement indépendante. Pour ce faire, il convient de combiner des activités sociales et des activités à but lucratif afin de devenir autosuffisantes, de réduire la dépendance à l'égard des dons et des financements publics et d'accroître le potentiel d'accroissement de la valeur sociale proposée.

Tableau 1. Caractéristiques distinctives et communes des entrepreneurs à but lucratif et sociaux (Abu-Saifan, 2012)

Caractéristiques distinctives des entrepreneurs à but lucratif	Caractéristiques communes des deux types	Caractéristiques distinctives des entrepreneurs sociaux
Résultats élevés Porteur de risque Organisateur Esprit de stratégie Créateur de valeur Holistique Arbateur	Innovateur Dédié Preneur d'initiative Leader Alerte d'opportunité Persistant Engagé	Chef de mission Émotionnellement chargé Agent de changement Responsable de l'opinion Créateur de valeur sociale Alerte sociale Gestionnaire Visionnaire Hautement responsable

3.2.1. Questions sociales et solutions commerciales

Il est possible de dire que quiconque peut devenir entrepreneur. Chaque individu apprend l'esprit d'entreprise en acquérant une expérience tout au long de la vie et développe ses compétences entrepreneuriales en développant les compétences adéquates. Dans ce cas, si un individu souhaite devenir entrepreneur, la première étape consiste à obtenir la formation adéquate pour l'aider à acquérir et à développer les compétences entrepreneuriales nécessaires.

Dans la même direction, devenir entrepreneur social commence par l'éducation, tout comme toute carrière. Lorsque vous étudiez des sujets tels que le commerce, l'économie et les sciences sociales, vous n'avez pas seulement connaissance de l'argent et des marchés; vous apprenez à identifier les problèmes dans notre société et à explorer les moyens de les résoudre. Par exemple, l'apprentissage de l'économie peut vous aider à comprendre pourquoi certaines communautés ont moins de ressources, et étudier les sciences sociales peut vous apprendre sur les défis auxquels différents groupes sont confrontés.

Toutefois, l'éducation ne consiste pas seulement à se tenir en classe. L'expérience du monde réel est tout aussi importante. Il s'agit notamment de s'engager dans la communauté, par exemple en faisant du bénévolat dans des refuges locaux, en participant à des travaux de nettoyage de l'environnement ou en participant à des clubs scolaires axés sur le service à la collectivité. Ces expériences vous ont permis de voir en premier lieu les questions sur lesquelles vous avez appris en classe, en vous donnant une idée plus claire de ce qui doit être fait et de la manière dont vous pouvez vous aider.

Disposant de connaissances et d'une expérience, vous pouvez alors appliquer des techniques commerciales pour résoudre ces problèmes sociaux. Par exemple, vous pouvez créer une petite entreprise qui construit des logements abordables à partir de matériaux durables, contribuant ainsi à lutter contre le sans-abrisme tout en protégeant l'environnement. Une autre idée est de créer une entreprise qui vend des fournitures scolaires, où, pour chaque article vendu, une autre est donnée à un enfant dans le besoin.

De nombreux jeunes entrepreneurs ont trouvé des moyens innovants d'utiliser les entreprises pour le bien social. Prenez, par exemple, l'histoire d'un adolescent qui a créé une entreprise pour fabriquer des pailles métalliques réutilisables afin de réduire les déchets plastiques. Cette petite étape contribue non seulement à l'environnement, mais aussi à la sensibilisation à la pollution.

Partenaires de projet

62



Un autre jeune entrepreneur a mis en place une plateforme en ligne qui relie les excédents alimentaires des restaurants aux banques alimentaires locales, en veillant à réduire le gaspillage alimentaire et à faire en sorte que davantage de personnes reçoivent les repas dont elles ont besoin.

3.2.2. Comment être un entrepreneur social?

Aujourd'hui, nos communautés locales et mondiales sont confrontées à de nombreuses questions sociales complexes. Ces questions ont besoin de personnes créatives et incitées pour trouver de nouveaux moyens de produire des effets positifs et durables. Les entrepreneurs sociaux sont des personnes qui peuvent repérer des problèmes au sein des communautés et créer des entreprises qui génèrent des bénéfices tout en s'attaquant à ces problèmes et en soutenant le changement social. Les entrepreneurs sociaux sont donc très enthousiastes. Ils sont passionnés de faire la différence. Ils ne se soucient pas seulement du profit.

Toutefois, il n'est pas facile de devenir un entrepreneur social. Pour réussir, vous n'avez pas besoin d'une grande idée. Si vous souhaitez changer le monde et faire de l'argent, vous devez planifier votre voyage. Voici quelques étapes importantes que toute personne souhaitant devenir un entrepreneur social prospère devrait suivre.

Tout commence par une **déclaration de mission claire**. En d'autres termes, vous devez décider qui vous souhaitez aider, où et comment vous souhaitez les aider. En plus de qui, vous devez être tout aussi clair sur le problème que vous souhaitez résoudre pour ce public cible (groupe cible) par l'intermédiaire du service ou du produit que votre organisation proposera. Afin de trouver le bon problème que vous rencontrez, vous devez bien sûr prendre en considération vos propres préférences, vos talents naturels, vos atouts, vos compétences professionnelles et votre éducation, ainsi que les ressources dont vous disposez. Réfléchissez à quelques questions simples pour vous aider à commencer. Que voulez-vous faire? Comment le faire? À qui s'adressez-vous? Quelle sera votre valeur? Quelles sont les valeurs et les principes qui vous guident? Ces questions vous aideront à créer votre déclaration de mission.

Une prochaine étape importante consiste à **rechercher le domaine/la direction** sur lequel vous avez choisi de se concentrer. Vous devez comprendre autant que possible le paysage de l'entreprise sociale dans lequel vous souhaitez exercer votre activité, ainsi que les acteurs qui dirigent et changent le monde. Il n'est pas nécessaire de réinventer la roue. Si vous constatez qu'un entrepreneur

social fait précisément ce que vous souhaitez accomplir, utilisez-le comme motivation et comme carburant pour développer votre propre offre ciblée. Les bonnes pratiques existantes peuvent toujours être utilisées pour améliorer et faire évoluer nos efforts.

Vous avez entre vos mains un outil qui peut vous aider. Google est votre ami ici pour trouver une pléthore d'informations pertinentes, d'exemples, de bonnes pratiques, ainsi que de ceux que vous pourriez considérer comme des concurrents ou des collaborateurs. Prenez en considération ce qui suit: si vous souhaitez participer à une entreprise/organisation que vous souhaitez fournir, que chercheriez-vous en ligne? Quels termes exacts utiliseriez-vous? Pensez à votre client ou bénéficiaire idéal, puis recherchez l'internet à travers cette optique. Cet exercice vous aidera à voir votre projet du point de vue de ceux que vous cherchez à aider, en veillant à ce que vos efforts soient ciblés et efficaces.

En outre, n'oubliez pas l'importance de se connecter aux réseaux professionnels. Participez à des forums d'entrepreneuriat social, à des groupes LinkedIn et à des associations locales ou nationales. Ces groupes accueillent souvent des ressources précieuses et des possibilités de mise en réseau qui peuvent fournir des conseils et un soutien à mesure que vous développez votre projet. Comprendre qui sont les membres et les types d'entreprises sociales qu'ils gèrent vous donnera un aperçu des normes et des attentes au sein du secteur.

En outre, envisagez de participer à des conférences et à des séminaires sectoriels qui concernent votre domaine d'intérêt. Ces événements sont une formidable occasion d'apprendre auprès d'experts assaisonnés, d'être exposés à de nouvelles idées et de rencontrer des tuteurs potentiels qui peuvent proposer des conseils pratiques, voire même des partenariats.

Maintenant que vous connaissez suffisamment d'informations, vous êtes prêt à **concevoir votre propre offre unique**. Cela vous aiderait beaucoup à réfléchir à ce qui distingue votre entreprise sociale. Comment faire quelque chose de différent de ce que d'autres font déjà? Plus vous décrivez en détail ce que vous souhaitez faire et comment vous envisagez de le faire, plus votre entreprise sociale sera distinctive.

L'utilisation de notes collantes pour réfléchir et affiner vos idées pour une entreprise sociale peut être un outil efficace. Écrivez un mot clé sur chaque note collante qui reflète un aspect essentiel des objectifs de votre projet. Placez ces notes sur des surfaces visibles, telles que des murs ou des fenêtres, où vous pouvez les réorganiser en fonction de l'évolution de vos idées.

Au fur et à mesure que vous avancez, adaptez continuellement vos notes collantes afin de refléter de nouvelles idées et orientations pour votre entreprise. Mettez l'accent sur ce qui fait ressortir votre initiative ou sur la manière dont elle répond spécifiquement aux besoins de votre communauté cible. Réfléchissez à l'angle ou à la valeur unique que vous pouvez apporter au paysage existant.

Il n'est pas nécessaire que votre concept soit totalement unique, vous pouvez réfléchir à la manière dont vous pouvez améliorer ou compléter le travail d'autres personnes déjà présentes dans l'espace. La collaboration avec des organisations établies pourrait ouvrir de nouvelles voies d'impact que vous n'avez pas envisagées auparavant. Cette approche contribue non seulement à combler les lacunes, mais s'appuie également sur les points forts des efforts actuels, ce qui pourrait entraîner des changements et des réussites plus importants.

Toutefois, il est important de garder à l'esprit que l'entrepreneuriat social ne se limite pas à réaliser un profit. Il s'agit également de créer un impact social positif. C'est la raison pour laquelle il est judicieux d' **utiliser des indicateurs d'impact social** parallèlement à des indicateurs commerciaux classiques, tels que le profit, pour mesurer vos progrès. Ces mesures vous aideront à évaluer l'efficacité de vos initiatives et à communiquer efficacement les résultats à vos parties prenantes.

Concilier votre mission sociale avec vos objectifs commerciaux est souvent délicat, mais c'est l'une des choses les plus gratifiantes d'être un entrepreneur social. En plaçant votre mission sociale au cœur de ce que vous faites et en l'utilisant comme un point de vente unique, vous pouvez vous assurer que vous atteignez vos objectifs sociaux et commerciaux.

N'oubliez pas que la voie vers une carrière dans l'entrepreneuriat social est un parcours progressif, et non une destination. Il faut beaucoup de dévouement, d'enthousiasme et d'engagement fort en faveur de l'impact social. Tout au long de la procédure, il est bon de continuer à apprendre et à s'adapter aux nouvelles informations. Cela vous aide à vous développer personnellement et à améliorer la réussite de votre entreprise.

Bien entendu, vous ne devez pas vous engager seul dans ce voyage passionnant. Contactez les membres de l'équipe pour **obtenir un retour d'information et un soutien**. Un membre de l'équipe ne doit pas nécessairement être un partenaire ou un employé; ils peuvent simplement soutenir sans relâche votre projet axé sur la mission. Cette personne peut être un membre de la famille, un ami, voire un partenaire commercial qui encourage et soutient constamment vos efforts.

Le fait d'avoir quelqu'un dans votre coin qui croit en ce que vous essayez d'accomplir peut fournir des encouragements et des conseils inestimables au fur et à mesure que vous progressez. En outre, la création d'un réseau de ces supporters peut élargir vos ressources et vos perspectives, renforçant ainsi votre capacité à réussir.

Pour recueillir un soutien externe, contactez les personnes qui sont déjà dans votre vie et votre carrière et que vous considérez comme des mentors et des conseillers de confiance. Ou bien il peut s'agir de certains concurrents et partenaires que vous avez rencontrés lorsque vous avez effectué des recherches dans ce domaine, ou de membres d'associations professionnelles pertinentes que vous avez prises en considération. Il pourrait également s'agir de soulèvements partageant les mêmes valeurs qui souhaitent également faire la différence ou qui l'ont déjà fait.

Les membres du groupe sont des personnes auxquelles vous pouvez échanger librement et ouvertement des idées et demander un retour d'information et des conseils. Les personnes qui ont été dans vos chaussures auparavant et qui peuvent vous aider à réussir, en ouvrant idéalement leurs réseaux et leurs ressources tout au long de la voie pour vous faire avancer.

Présentez votre déclaration de mission à vos supporters et vos mentors et découvrez simplement ce qu'ils pensent. Vous devez avoir une peau épaisse lorsque vous le faites, car certains peuvent être très sévèrement critiques à votre égard. N'oubliez pas que les membres de votre équipe ont probablement de bonnes intentions et veulent que vous réussissiez.

Il est certainement essentiel d' **élaborer un modèle d'entreprise clair et détaillé** pour votre entreprise sociale. Un modèle d'entreprise sert de modèle qui décrit la manière dont votre entreprise générera des recettes. Examinez la portée de vos services ou produits. Prévoyez-vous d'opérer à petite échelle et de desservir directement les clients sur votre territoire en tant que propriétaire individuel? Ou envisagez-vous d'étendre vos activités, d'engager du personnel et d'atteindre un public plus large afin de maximiser l'impact?

Définissez clairement les objectifs financiers de votre entreprise sociale. Déterminer le montant des recettes nécessaires pour soutenir l'opération, compenser vous-même et tout salarié, et éventuellement permettre une croissance future. Quel modèle d'entreprise vous permettra d'atteindre la rentabilité souhaitée?

En outre, pensez à qui paiera vos services ou produits. Les bénéficiaires directs de votre entreprise seront-ils ceux qui payeront, ou mettez-vous en œuvre un modèle dans lequel un groupe de clients payera et un autre avantage? Par exemple, TOMS Shoes utilise un modèle «un pour un», dans lequel les acheteurs financent des chaussures gratuites pour les personnes dans le besoin, une approche répandue dans l'entrepreneuriat social.

Un autre modèle est observé dans les entreprises de microcrédit, où les bénéficiaires eux-mêmes sont des clients qui remboursent des prêts assortis d'intérêts. Ces intérêts couvrent non seulement le coût des prêts, mais génèrent également des bénéfices et financent d'autres activités de prêt.

Une fois que vous aurez sélectionné le modèle d'entreprise le plus adapté à votre entreprise sociale, envisagez de partager et de tester votre modèle dans le cadre de concours locaux pour les entreprises sociales. Ces événements peuvent offrir un retour d'information essentiel et des possibilités d'affiner votre approche, en veillant à ce que votre modèle d'entreprise soit le plus efficace possible.

Une fois que vous aurez calculé le montant dont vous aurez besoin pour lancer votre organisation/entreprise, vous devrez alors **rechercher des sources de financement**. Vous devrez réfléchir à différentes manières de lever les fonds nécessaires pour démarrer.

Vous pourriez envisager quelques options. Par exemple, vous pouvez contracter un prêt commercial si vous pouvez ou peut-être utiliser vos propres économies pour financer votre projet. Une autre possibilité consiste à demander aux amis et à la famille s'ils peuvent vous prêter de l'argent, ou à rechercher des investisseurs qui souhaitent aider les jeunes entreprises comme le vôtre.

Le financement participatif est une autre option. C'est sur ces sites que vous utilisez des sites tels que Kickstarter ou Indiegogo pour demander à beaucoup de personnes de petites sommes d'argent pour soutenir votre projet. Gardez à l'esprit que le financement participatif fonctionne le mieux si vous avez beaucoup de personnes qui connaissent votre projet et qui veulent l'aider, de sorte qu'il pourrait ne pas générer beaucoup d'argent si vous n'avez pas encore un grand groupe de partisans.

Quelle que soit la manière dont vous choisissez d'obtenir un financement, assurez-vous que les personnes qui vous donnent de l'argent comprennent et soutiennent ce que vous souhaitez faire de votre projet. Il est important qu'ils se soucient de vos objectifs et pas seulement de l'argent.

En outre, outre ce qui a déjà été mentionné, vous devez élaborer un **plan d'action détaillé** et, bien entendu, s'y tenir tout au long de votre parcours entrepreneurial. Un plan d'action efficace non seulement jette les bases d'une approche structurée du lancement et du développement de votre projet social, mais sert également d'outil dynamique qui guide vos décisions et actions quotidiennes.

Lors de l'élaboration de votre plan d'action, commencez par définir des objectifs clairs et réalisables. Par exemple, si votre entreprise sociale vise à améliorer l'alphabétisation, votre plan d'action pourrait inclure des tâches spécifiques telles que la mise en place de partenariats avec les écoles, la conception de matériel pédagogique et la programmation de sessions de formation pour les volontaires. Chaque objectif devrait comporter un ensemble correspondant d'activités, de parties responsables et de délais.

Indiquez des étapes qui marquent des phases importantes du développement de votre projet, telles que l'achèvement des cycles de financement initiaux, le lancement d'un programme pilote ou l'obtention d'un nombre spécifique de bénéficiaires. Joignez des indicateurs de performance clés (ICP) à ces étapes afin de mesurer les progrès accomplis et de veiller à ce que vos actions donnent les résultats souhaités.

Fixez des intervalles réguliers (par exemple, mensuels ou trimestriels) pour examiner l'état d'avancement de votre plan d'action. Cet examen vous permet d'adapter votre stratégie en fonction des retours d'information, des difficultés ou des changements sur le marché. C'est également l'occasion de célébrer les réalisations qui préservent la motivation de votre équipe.

Ventiler autant que possible les tâches quotidiennes ou hebdomadaires. Par exemple, au lieu d'une tâche vague telle que «travail sur le marketing», préciser «projet de publication de blog pour la manifestation d'alphabétisation à venir» ou «mettre à jour les médias sociaux avec les exemples de réussite d'ateliers récents».

Anticipez les risques ou obstacles potentiels qui pourraient faire échouer votre plan. Prévoyez des stratégies d'urgence pour faire face aux risques critiques, tels que les déficits de financement ou les retraits de partenariats, afin de vous permettre d'orienter rapidement votre projet et de faire avancer votre projet.



Décrivez clairement les ressources (temps, argent, personnel) allouées à chaque activité. Cela contribue à prévenir les pénuries de ressources et garantit que les tâches essentielles bénéficient d'un soutien adéquat pour réussir.

En rendant votre plan d'action aussi détaillé et structuré que possible, vous définissez non seulement une voie claire à suivre, mais aussi un cadre capable de s'adapter à l'évolution des besoins de votre entreprise sociale. Cette approche globale est essentielle pour faire de votre vision une réalité tangible et efficace.



3.3. Concevoir le changement social

3.3.1. Atelier: Identifier les problèmes sociaux et les solutions

Lorsque vous enseignez des élèves à résoudre des problèmes sociaux, c'est fondamentalement la même chose que de les enseigner pour résoudre des problèmes dans d'autres matières telles que les mathématiques. L'enseignant peut commencer par montrer aux élèves chaque partie du processus de résolution des problèmes sociaux, puis le répéter souvent.

Examinons de plus près la manière dont nous apprenons à résoudre les problèmes sociaux. La résolution de problèmes sociaux est un processus cognitivo-comportemental qui nous aide à traiter les questions sociales. Ce processus comporte cinq étapes principales (education.ufl.edu, n.d.):

1. Reconnaître le problème: Déterminer le problème qui doit être résolu.
2. Description du problème: La dénomination et la description du problème.
3. Produire des solutions: Trouver plusieurs solutions possibles au problème.
4. Évaluation des solutions et mise en œuvre de la solution retenue: Examiner chaque solution possible pour déterminer quelle est la meilleure solution pour résoudre le problème, puis la mettre en pratique.
5. Évaluation du résultat: Vérifier si le problème a été résolu ou non. Si tel est le cas, il n'est pas nécessaire de le faire à nouveau. Si ce n'est pas le cas, ou si quelque chose d'autre arrive, vous devrez peut-être commencer.

Toutefois, gardez à l'esprit qu'il peut être difficile de s'affranchir de la complexité des problèmes sociaux: de l'évaluation de leur impact à des intérêts sociétaux concurrents, la compréhension de ces préoccupations nécessite une attention particulière. Voici quelques-unes des raisons pour lesquelles il est difficile d'enquêter sur les problèmes sociaux (O'Donoghue, n.d.):

- Perspectives multiples: des personnes variées peuvent avoir des idées variées sur ce qui constitue un problème de société, qui peut être influencé par leurs valeurs, leurs expériences et leurs origines.
- Facteurs multiples: Les problèmes sociaux peuvent avoir plusieurs racines et causes, de sorte qu'il est difficile de déterminer la ou les causes principales du problème.

- Nature dynamique: les problèmes sociaux sont souvent émotionnels et fluctuent dans le temps, ce qui rend difficile la description et le suivi clairs de tout changement.
- Le manque de données: Certains problèmes sociaux peuvent être difficiles à comprendre et à caractériser en raison d'un manque de données ou de recherches.
- Subjectivité: Certains problèmes sociaux sont subjectifs et susceptibles d'être interprétés, de sorte qu'il est difficile de les caractériser d'une manière universellement convenue.

Un atelier sur la résolution des problèmes sociaux

Le présent guide est destiné à aider les enseignants à organiser un atelier de résolution des problèmes sociaux axé sur les idées de l'entrepreneuriat social. L'atelier vise à donner aux élèves les moyens d'agir en améliorant leur compréhension des défis sociaux et leur capacité à concevoir et à mettre en œuvre des solutions innovantes. Les enseignants sont encouragés à utiliser tous les supports du présent document, ainsi que d'autres éléments livrables du projet Green & Social StartUps, afin d'améliorer l'expérience de l'atelier.

Étape 1: Définir les objectifs

Avant de commencer à organiser l'atelier, vous devez fixer des objectifs clairs et mesurables. Il peut s'agir:

- Sensibiliser davantage les étudiants aux questions sociales tant au niveau local qu'au niveau mondial.
- Développer l'esprit critique et les compétences créatives en matière de résolution de problèmes.
- Introduire les étudiants dans les fondamentaux de l'entrepreneuriat social.
- Encourager les étudiants à réfléchir à des solutions durables et efficaces aux problèmes du monde réel.

Étape 2: Préparer le matériel de l'atelier

Collecte à l'avance de tous les matériels nécessaires pour assurer un déroulement fluide de l'atelier. Cela comprend:

- Contenu éducatif sur l'entrepreneuriat social (fourni par le projet Green & Social StartUps).
- Études de cas mettant en évidence le succès des entreprises sociales (fournies par le projet Green & Social StartUps).

Partenaires de projet

71



- Des outils de réflexion tels que des notes collantes, des marqueurs et des tableaux blancs.
- Ressources numériques, y compris l'accès aux ordinateurs, aux projecteurs et à l'internet pour la recherche et les présentations.

Étape 3: Organisation de l'atelier

Il est possible de recourir à l'organisation suivante des principaux points de l'atelier. Bien entendu, l'enseignant peut apporter tout changement, par exemple en organisant toutes les phases en 1 jour ou en les divisant en plusieurs jours, en modifiant les durées suggérées, en ajoutant d'autres activités pertinentes ou en supprimant certaines des activités proposées.

- **Introduction à l'entrepreneuriat social** (30 minutes):

Commencer par une introduction de base à ce qu'est l'entrepreneuriat social. Utiliser des exemples du projet Green & Social StartUps pour illustrer les entreprises prospères et leur impact.

- **Identification des problèmes sociaux** (45 minutes):

Guider les étudiants dans l'identification des problèmes sociaux urgents. Cette session devrait comprendre des discussions sur la raison pour laquelle ces questions existent et leur importance, en encourageant les étudiants à réfléchir en profondeur aux racines de ces problèmes.

- **Séance de réflexion** (1 heure):

Animer une séance de réflexion dynamique au cours de laquelle les élèves peuvent proposer des solutions initiales aux problèmes abordés. Encouragez-les à penser de manière créative et à réfléchir à la faisabilité de leurs idées.

- **Travaux de groupe** (1 heure):

Faire en sorte que les étudiants forment de petites équipes pour élaborer un plan d'entreprise préliminaire (un modèle figure à la section 5.1.2, et il est également téléchargé en tant que document modifiable distinct sur le site web de notre projet) ou une proposition de projet qui aborde l'un des problèmes sociaux recensés. Ils devraient prendre en considération des

aspects tels que la mission, le public cible, les produits ou services potentiels et les finances de base.

- **Présentation et retour d'information (1 heure):**

Chaque groupe présente son plan d'entreprise ou sa proposition de projet à la classe. Fournir un retour d'information constructif sur chaque présentation, en examinant les forces, les faiblesses et les incidences potentielles des solutions proposées.

Conseils pour renforcer l'engagement

Une idée intéressante est d'inviter les entrepreneurs sociaux locaux à parler de leurs expériences. Leurs connaissances réelles fourniraient un apprentissage précieux et pourraient inciter les élèves à poursuivre leurs propres idées.

En outre, l'intégration d'activités interactives pourrait multiplier l'intérêt des étudiants. Vous pourriez par exemple inclure un jeu de rôle dans lequel les étudiants assument différents rôles dans une entreprise sociale hypothétique pour comprendre les différents aspects de la gestion d'une entreprise. D'autres idées pour organiser un jeu de rôle figurent dans la sous-section suivante.

En outre, les jeux de résolution de problèmes sont assez amusants car vous pouvez créer des scénarios que les élèves doivent suivre, simulant la résolution de problèmes réels dans des contextes sociaux. Une autre activité intéressante consiste à organiser un événement de présentation (un modèle figure à la section 5.3 et est également téléchargé en tant que document modifiable distinct sur notre site web du projet). Ici, les élèves présentent leurs idées à des investisseurs virtuels (enseignants ou parents, par exemple) pour mener une communication convaincante et améliorer leurs propositions.

Vous pouvez également rechercher et distribuer des ressources supplémentaires aux étudiants qui souhaitent explorer l'entrepreneuriat social au-delà de l'atelier. Inclure la littérature, les ressources en ligne et des informations sur les événements et les concours à venir.

Bien entendu, il est toujours utile de maintenir l'interaction avec les étudiants après l'atelier afin d'aider ceux qui souhaitent développer davantage leurs projets. Proposer des sessions supplémentaires ou un coaching individuel pour les élèves passionnés.

3.3.2. Jeu de rôle: Négocier les défis de l'entrepreneuriat social

Les exercices de jeu de rôle sont une méthode pédagogique efficace, notamment pour illustrer la complexité et le caractère dynamique de la gestion d'une entreprise sociale. Cet exercice invite les étudiants à jouer le rôle des différentes parties prenantes d'une entreprise sociale, en confrontant et en négociant des solutions à toute une série de défis. Les scénarios sont conçus pour développer des compétences critiques telles que la négociation, la communication et la réflexion stratégique, tout en mettant en évidence l'équilibre entre le maintien d'une entreprise rentable et la réalisation d'objectifs sociaux.

L'objectif principal de ce rôle est de plonger les étudiants dans les défis pratiques liés à la gestion d'une entreprise sociale. Elle vise à améliorer leurs compétences en matière de résolution de problèmes et à encourager une réflexion innovante face aux dilemmes sociaux, économiques et éthiques.

Étape 1: Préparation

- **Créer des profils de caractères et des scénarios:** Élaborer des profils détaillés pour les différentes parties prenantes impliquées dans une entreprise sociale, telles que le directeur général, le directeur financier, le directeur du marketing, la liaison entre les communautés et les parties prenantes externes telles que les investisseurs et les dirigeants locaux.
- **Scénarios de difficulté de conception:** créer plusieurs scénarios de défis auxquels les entreprises sociales peuvent être confrontées. Il pourrait s'agir notamment de pénuries de financement, de dilemmes éthiques, de désaccords entre les parties prenantes, de perturbations de la chaîne d'approvisionnement et de réactions de la communauté.
- **Distribuer du matériel:** Fournir aux élèves des profils de caractères et des informations générales sur leurs rôles et les défis à relever pour les préparer au jeu de rôle.

Étape 2: Implémentation

Là encore, les instructions suivantes sont suggérées et l'enseignant peut apporter tout changement qu'il souhaite.

- **Introduction au scénario (30 minutes):**

L'atelier devrait commencer par une brève introduction au contexte de l'entrepreneuriat social et une vue d'ensemble des scénarios. Chaque étudiant, ou groupe d'étudiants, se voit

Partenaires de projet

74



attribuer un caractère et dispose d'un temps pour examiner son profil et les défis auxquels il sera confronté. Cette phase de préparation est essentielle car elle ouvre la voie au jeu de rôle, ce qui permet aux étudiants d'habiter pleinement leur rôle.

- **Séance de jeu de rôle (1 heure 30 minutes):**

Note d'information: Chaque étudiant passe en revue les objectifs, les motivations et les ressources de son caractère. Ils préparent leur stratégie pour atteindre leurs objectifs dans le cadre du scénario.

Interaction: Les élèves entrent dans le jeu de rôle, interagissent avec d'autres personnages pour négocier des solutions aux défis présentés. Encouragez-les à utiliser des tactiques de dialogue, de persuasion et de négociation.

Défis: Introduire de nouveaux défis inattendus au moyen de «cartes d'événement» auxquelles les élèves doivent répondre spontanément, ce qui accroît la complexité du processus de négociation.

Exemples de cartes d'événement:

- Désactivation technologique: Une nouvelle technologie a été publiée qui pourrait rendre votre produit actuel obsolète. Négociez avec les développeurs de technologies pour innover ou pivoter votre ligne de produits.
- Concurrence sur le marché: Un concurrent a lancé un produit similaire à un prix inférieur. Définissez une stratégie avec votre équipe de marketing afin d'améliorer votre proposition de valeur ou de reconsidérer votre stratégie en matière de prix.
- Question de la propriété intellectuelle: Une autre société affirme que votre nouveau produit enfreint son brevet. Discuter avec des conseillers juridiques afin de négocier un règlement ou d'explorer des solutions de conception alternatives.
- Désignation inattendue: Un membre clé de l'équipe démissionne inopinément à une phase critique du développement des produits. Négocier avec les membres de l'équipe restants pour redistribuer les responsabilités et discuter des incitations à respecter le délai du projet.

- Étape du financement: Vos investisseurs ont fixé une étape cruciale qui doit être franchie au cours du trimestre suivant pour débloquer le prochain cycle de financement. Planifier et mettre en œuvre des stratégies pour atteindre ce jalon.
- Violation des données: Les données sensibles sur les entreprises ont été piratées, ce qui a mis en péril la confiance des clients. Travailler avec PR et IT pour gérer les retombées et rassurer les parties prenantes.
- Partenariat Dilemma: Un partenaire potentiel peut accroître votre réseau de distribution, mais son éthique est discutable. Décider s'il y a lieu de s'associer et comment atténuer toute préoccupation éthique.
- Paraphe communautaire: La communauté locale s'est déclarée préoccupée par le fait que votre projet profite davantage aux parties prenantes externes qu'à la population locale. Organiser une réunion de la mairie pour répondre à ces préoccupations et réaligner les objectifs de votre projet sur les besoins de la communauté.
- Défis à relever: Vous avez la possibilité d'étendre votre solution à une autre région, mais les douanes et réglementations locales diffèrent considérablement. Élaborez un plan pour adapter vos opérations à ces nouvelles conditions sans compromettre votre mission sociale.
- Financement des projets sociaux: Le financement public de votre principal projet social a été réduit. Négocier d'autres solutions de financement ou réduire les opérations de manière durable.
- Recul de la durabilité: Un fournisseur de matériaux respectueux de l'environnement cesse ses activités. Adressez-vous à de nouveaux fournisseurs sans compromettre vos valeurs environnementales.
- Modifications législatives: La nouvelle législation augmente les coûts liés à l'emploi de travailleurs à temps partiel, qui représentent la majeure partie de votre main-d'œuvre. Élaborer une stratégie pour faire face à l'augmentation des coûts tout en maintenant la stabilité de la main-d'œuvre.

- **Compte rendu et réflexion (1 heure):**

Partenaires de projet

76



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

Conclure l'exercice par une séance de retour d'information au cours de laquelle vous pouvez fournir des informations sur les techniques de négociation et les processus décisionnels de chaque groupe. Demandez aux étudiants de réfléchir à la manière dont leurs décisions sont alignées sur la mission sociale de l'entreprise et à ce qu'ils auraient pu faire différemment. Débattre des implications réelles de leurs stratégies et de l'importance de trouver un équilibre entre les besoins des entreprises et les objectifs sociaux. Cette phase finale est essentielle pour renforcer les enseignements de l'atelier et faire en sorte que les élèves puissent appliquer ces connaissances dans des contextes réels.

3.3.3. Projets d'apprentissage en service: Planification et mise en œuvre

L'apprentissage en service est défini au sens large comme une forme d'enseignement expérimental dans laquelle la fourniture effective d'un service à la communauté est intégrée dans le programme d'études. L'apprentissage en service comporte deux éléments clés: engagement avec la communauté (service) et réflexion sur cet engagement (apprentissage) (Preradovic, 2015). Ces éléments doivent être mis en balance avec l'attente que les étudiants s'engagent dans une activité de service organisée répondant à des besoins communautaires identifiés et qu'ils réfléchissent à l'activité de service d'une manière qui leur permette de mieux comprendre le contenu du cours, une appréciation plus large du sujet et un sens accru de la responsabilité sociale (Bringle & Hatcher, 1995).

En résumé, l'apprentissage des services est un moyen de combiner les objectifs universitaires et les services de proximité. Les enseignements sur les questions communautaires pertinentes sont combinés avec le contenu des cours existants afin de rendre l'apprentissage plus attrayant et plus pertinent. Dans le même temps, les étudiants acquièrent une expérience pratique en menant des projets de services pour traiter les questions communautaires et susciter des changements positifs.

Par conséquent, les projets d'apprentissage des services constituent un excellent moyen d'enseigner aux étudiants les valeurs de l'entrepreneuriat social. En menant des projets qui combinent apprentissage et service à la collectivité, non seulement les étudiants apprennent à apprendre des aliments de base et développent certaines compétences, mais ils apprennent également à comprendre comment ils peuvent faire la différence dans la société. Ces projets permettent aux étudiants d'utiliser leurs connaissances universitaires pour résoudre des problèmes réels, ce qui les aide à se sentir responsables et à s'engager auprès de la société.

Pour mettre en œuvre efficacement des projets d'apprentissage des services sur l'entrepreneuriat social, les enseignants devraient d'abord élaborer une méthodologie organisée. Commencez par sélectionner des objectifs importants des programmes d'études qui répondent à des défis sociaux réels. Ensuite, entreprendre des actions de sensibilisation de la communauté afin de former des partenariats avec des groupes locaux prêts à participer à des projets qui font progresser leur mission tout en offrant aux enfants des possibilités d'apprentissage.

Une étape nécessaire consiste à coconcevoir l'initiative avec des étudiants et des partenaires communautaires. Il s'agit notamment de fixer des objectifs clairs, de définir les responsabilités et de déterminer les ressources nécessaires. Il est essentiel de veiller à ce que les projets puissent être réalisés dans les limites des délais et des compétences des élèves, tout en étant réellement utiles à la communauté.

En outre, les enseignants devraient organiser des sessions de réflexion pendant et après le projet. Ces réflexions permettent aux étudiants de mettre en relation leurs expériences avec des principes plus étendus de l'entrepreneuriat social, ce qui favorise un apprentissage plus approfondi et un développement personnel. En outre, les évaluations devraient être intégrées dans le projet afin de mesurer à la fois les acquis d'apprentissage et l'impact social réalisé.

Examinons plus en profondeur la manière dont un enseignant peut organiser des projets d'apprentissage de services, tout en présentant des idées de projets intéressantes sur l'entrepreneuriat social.

Étape 1: Intégration des programmes et définition des objectifs

La première étape consiste à intégrer l'apprentissage au service dans le programme. Les enseignants devraient recenser les domaines du programme actuel qui peuvent naturellement intégrer des concepts d'entrepreneuriat social. Il pourrait s'agir de sujets tels que les études sociales, l'économie ou les sciences de l'environnement. L'objectif est de trouver des synergies entre le contenu éducatif et les activités de services pratiques qui répondent aux besoins de la communauté.

Étape 2: Partenariat communautaire et conception de projets

Partenaires de projet

78



Un apprentissage efficace des services nécessite la mise en place de partenariats avec des organisations locales actives dans les domaines sociaux concernés. Les enseignants peuvent contacter des organisations à but non lucratif, des entreprises locales et des agences gouvernementales pour discuter d'une éventuelle collaboration. Il est essentiel de concevoir des projets qui non seulement aident ces organisations à atteindre leurs objectifs, mais qui s'alignent également sur les objectifs en matière d'éducation. Par exemple, si l'accent est mis sur la conservation de l'environnement, le partenariat avec un parc local ou un jardin communautaire peut offrir des possibilités pratiques aux étudiants.

Étape 3: Définition de l'engagement et du rôle des étudiants

Une fois le cadre du projet défini, associer les étudiants au processus de planification. Cela favorise l'appropriation et renforce leur motivation. Attribuer des rôles en fonction des besoins du projet et des points forts des élèves — certains pourraient travailler sur des activités sur le terrain, d'autres sur la collecte de données ou l'établissement de rapports sur le projet. Par exemple, dans le cadre d'un projet d'aide à un abri local pour les animaux, certains étudiants pourraient gérer des circuits alimentaires, tandis que d'autres pourraient mettre en place des campagnes de sensibilisation.

Étape 4: Plan d'action et allocation des ressources

Élaborer un plan d'action détaillé décrivant chaque phase du projet, y compris le calendrier, les ressources requises et les responsabilités spécifiques des étudiants (un modèle est disponible à la section 5.1.1 et il est également téléchargé en tant que document modifiable distinct sur le site web de notre projet).

Veiller à ce que le plan soit réaliste, en tenant compte de la charge de travail universitaire des étudiants et des ressources disponibles. Il peut s'agir de programmer des activités pendant les heures scolaires ou de les intégrer dans des séances de classe spécifiques.

Étape 5: Exécution et apprentissage sur le terrain

Exécuter le projet conformément au plan d'action. Les enseignants devraient superviser et soutenir les étudiants et faciliter les possibilités d'apprentissage dans ce domaine. Par exemple, dans le cadre d'un projet visant à améliorer les taux de recyclage locaux, les étudiants pourraient organiser des

ateliers éducatifs pour les membres de la communauté, apprendre et enseigner des pratiques durables en même temps.

Étape 6: Réflexion et évaluation

Des sessions de réflexion régulières sont essentielles. Elles peuvent être structurées sous la forme de discussions de groupe, d'essais individuels ou de présentations dans lesquelles les élèves analysent leurs expériences, l'impact de leur travail et son lien avec leurs études. Cette réflexion contribue à approfondir leur compréhension de l'entrepreneuriat social et de son impact. Évaluer à la fois les résultats du projet et l'apprentissage des étudiants afin de mesurer la réussite et les domaines à améliorer.

Étape 7: Établissement de rapports et célébration

Conclure le projet par un rapport formel que les élèves peuvent présenter à la communauté scolaire et aux parties prenantes externes. Cela devrait décrire ce qui a été réalisé et les acquis d'apprentissage. La célébration du projet reconnaît non seulement le travail acharné des élèves, mais aussi la sensibilisation aux questions sociales abordées.

Projets d'apprentissage de service sur l'entrepreneuriat social

- **Initiative respectueuse de l'environnement:** Dans le cadre de ce projet, les étudiants dialoguent avec les entreprises locales pour encourager le passage du plastique à des solutions d'emballage biodégradables et respectueuses de l'environnement. Le projet commence par des étudiants qui recherchent d'autres matériaux d'emballage et identifient des fournisseurs locaux. Ils mènent ensuite des contacts avec les propriétaires d'entreprises locales, en présentant les avantages du passage à des options durables, non seulement pour l'environnement, mais aussi pour attirer des consommateurs respectueux de l'environnement. Des ateliers ou des présentations pourraient être organisés pour démontrer l'efficacité et les implications en termes de coûts de ces solutions de remplacement. Les étudiants pourraient également lancer un programme de reconnaissance qui félicite publiquement les entreprises qui s'engagent en faveur de pratiques respectueuses de l'environnement, en encourageant une participation plus large de la communauté.

- **Campagne d'éducation financière:** Les étudiants pourraient organiser une série d'ateliers visant à améliorer la culture financière dans les zones défavorisées. Pour ce faire, il faudrait d'abord mener des enquêtes ou des groupes de réflexion afin d'identifier les besoins spécifiques de la communauté, qu'il s'agisse de budgétisation, d'épargne ou de compréhension du crédit. Le programme de ces ateliers serait conçu de manière à être accessible et pratique, en veillant à ce qu'il soit pertinent pour la vie quotidienne des participants. Les étudiants pourraient s'associer à des experts financiers locaux ou à des banques qui pourraient souhaiter participer au programme ou le parrainer. Ce projet permettrait non seulement d'améliorer les compétences financières des membres de la communauté, mais aussi de fournir aux étudiants une expérience réelle en matière d'enseignement et d'organisation.
- **Une technologie au service des biens:** Dans le cadre de ce projet, les étudiants collectent, réaménagent et redistribuent des ordinateurs usagés aux personnes âgées et aux jeunes défavorisés. L'initiative commence par un outil de collecte de matériel, suivi d'une période au cours de laquelle les élèves travaillent à la rénovation des équipements et à l'apprentissage des compétences techniques dans le processus. Une fois que le matériel est en place, les élèves élaborent des programmes de formation pour enseigner les compétences informatiques de base, la sécurité sur l'internet et la manière d'utiliser les ressources en ligne. Ce projet contribue à combler la fracture numérique et ouvre de nouvelles perspectives aux bénéficiaires, tandis que les étudiants acquièrent une expérience technique et éducative précieuse.
- **Sensibilisation sociale:** Ce projet est axé sur la sensibilisation et la promotion de solutions aux problèmes sociaux locaux tels que le sans-abrisme ou la santé mentale. Les étudiants mèneraient des recherches pour comprendre les causes et les effets du problème choisi, puis élaboreraient une campagne multidimensionnelle pour y remédier. Il pourrait s'agir notamment d'organiser des débats publics, de mettre en place des stands d'information lors d'événements communautaires et de lancer une campagne de sensibilisation sur les médias sociaux. Le projet pourrait également consister à travailler avec des ONG ou des agences

gouvernementales locales, en fournissant une plateforme permettant aux étudiants d'influencer les politiques ou de diriger les efforts communautaires.

- **Projet sur le patrimoine culturel:** Les étudiants entreprennent un projet de documentation et de préservation du patrimoine culturel local, qui pourrait inclure des histoires orales, des pratiques traditionnelles, la cuisine locale ou l'artisanat. Il peut s'agir de mener des entretiens avec des personnes âgées de la communauté ou des détenteurs culturels, de rechercher des archives locales, voire de créer des documents visuels ou écrits sur des objets culturels. L'objectif final peut être de créer des archives numériques ou des expositions physiques qui rendent ce patrimoine accessible à la communauté au sens large et aux générations futures. En plus de contribuer à préserver des connaissances culturelles importantes, ce projet développera les compétences des étudiants en matière de recherche et de gestion de projets.
- **Programme d'avocats communautaires dans le domaine de la santé:** Les étudiants peuvent œuvrer à l'amélioration des résultats en matière de santé dans les communautés mal desservies en organisant des examens de santé, des cours de fitness et des ateliers sur la nutrition. Ce projet peut collaborer avec des cliniques de santé et des salles de sport locales afin de fournir des ressources et une expertise. L'objectif serait de doter les résidents des connaissances et des outils nécessaires pour préserver leur santé, réduisant ainsi les disparités en la matière.
- **Initiative pour un développement urbain durable:** Créer un projet qui associe les étudiants à la création et à l'entretien de jardins urbains dans des espaces mis à disposition par des entreprises locales ou des zones municipales. L'objectif serait de promouvoir la production alimentaire locale et les pratiques de vie durables.

Les étudiants pourraient également organiser des sessions éducatives à l'intention des membres de la communauté sur les avantages du jardinage urbain, sur la manière de démarrer leurs propres jardins et sur l'importance de la durabilité en milieu urbain.



- **Jeunesse Mentorship and Entrepreneurship Hub:** Élaborer un programme de mentorat dans le cadre duquel les étudiants sont associés à de jeunes entrepreneurs locaux afin de fournir des orientations, des ressources et un soutien pour créer leur propre entreprise. Ce projet pourrait comprendre des ateliers sur la planification commerciale, le marketing et la gestion financière afin de favoriser l'esprit d'entreprise chez les jeunes locaux. Le projet pourrait aboutir à une «journée tournée» au cours de laquelle les jeunes entrepreneurs présentent leurs plans d'entreprise aux chefs d'entreprise locaux et aux investisseurs potentiels.



4. Esprit d'entreprise inclusif

4.1. Aperçu

Cette section présente les types d'obstacles qui peuvent apparaître dans la manière de créer leur propre entreprise. L'entrepreneuriat est un moteur essentiel de la croissance économique, de l'innovation et du développement sociétal, offrant aux individus la possibilité de transformer des idées en entreprises prospères, de créer des emplois et de contribuer positivement à leurs communautés. Toutefois, la voie de la réussite entrepreneuriale est souvent entravée par une série d'obstacles et d'obstacles. Ces défis peuvent varier considérablement en fonction de facteurs tels que le sexe, le handicap, la situation géographique, le handicap, la situation financière et le niveau d'expérience, chacun présentant des obstacles uniques pour les candidats entrepreneurs.

Pour les femmes entrepreneurs, les défis liés au genre peuvent aller des normes et attentes sociétales à un accès limité au financement et au mentorat. Dans les zones rurales, les entrepreneurs sont souvent confrontés à des difficultés uniques, notamment des infrastructures inadéquates, un accès limité aux marchés et une pénurie de ressources. Malgré leurs capacités financières, certaines personnes rencontrent des obstacles non financiers, tels que des obstacles réglementaires, un manque de connaissances commerciales et des réseaux insuffisants. Les personnes handicapées qui aspirent à devenir entrepreneurs sont confrontées à des problèmes d'accessibilité, à des discriminations et à un manque de services de soutien sur mesure. En outre, les personnes qui n'ont pas d'expérience professionnelle préalable peuvent être confrontées à la complexité de la création et de la gestion d'une entreprise, confrontées à de fortes courbes d'apprentissage et à un manque de confiance.

Il est essentiel de reconnaître et de comprendre ces divers obstacles pour créer des écosystèmes favorables à l'entrepreneuriat inclusif. En relevant ces défis, nous pouvons construire un paysage entrepreneurial plus équitable et plus dynamique, en veillant à ce que toutes les personnes, quels que soient leur sexe, leur localisation, leur situation financière, leur handicap ou leur expérience, aient la possibilité de prospérer et de réussir.

Objectifs d’apprentissage

D’ici à la fin de ce module, les étudiants pourront:

- ✓ recenser et comprendre divers obstacles
- ✓ analyser les défis liés au genre
- ✓ évaluer les obstacles à l’entrepreneuriat rural
- ✓ comprendre les obstacles non financiers et financiers
- ✓ examiner les défis pour les entrepreneurs handicapés
- ✓ relever les défis pour les entrepreneurs inexpérimentés
- ✓ élaborer des stratégies et des politiques inclusives
- ✓ apprendre à résoudre les problèmes émergents

En atteignant ces objectifs d’apprentissage, les étudiants peuvent être mieux armés pour comprendre et relever les défis multiples de l’entrepreneuriat, en favorisant un environnement plus inclusif et plus favorable à tous les entrepreneurs.

Partenaires de projet

85



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l’Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l’auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l’Union européenne ou de l’Agence exécutive européenne pour l’éducation et la culture (EACEA). Ni l’Union européenne ni l’EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

4.2. L'esprit d'entreprise dans des contextes divergents

4.2.1. Types d'obstacles et de barrières

L'esprit d'entreprise est souvent célébré comme une voie vers l'innovation, la croissance économique et l'épanouissement personnel. Toutefois, de nombreux entrepreneurs aspirants sont confrontés à toute une série d'obstacles susceptibles d'entraver leurs progrès. Ces obstacles présentent de multiples facettes et peuvent être influencés par des facteurs tels que le sexe, la situation géographique, les ressources financières, le handicap et l'expérience. Ce chapitre vise à recenser et à comprendre les différents obstacles à l'entrepreneuriat, en fournissant des informations sur la manière dont ils affectent les différents groupes et sur les mesures qui peuvent être prises pour réduire leur impact. Une personne qui a l'intention de gérer sa propre entreprise devrait être consciente des obstacles existants, mais ne devrait pas être découragée par elle, mais apprendre à les surmonter et à les gérer.

Obstacles liés au genre

Les attentes sociétales et les rôles traditionnels entre les hommes et les femmes peuvent avoir une incidence significative sur les aspirations et les opportunités entrepreneuriales. Les femmes, par exemple, sont souvent confrontées à des stéréotypes qui remettent en question leur capacité à diriger et à gérer des entreprises. Ces biais peuvent limiter leur accès aux réseaux, aux mentors et aux investisseurs.

En fonction du pays et de l'attitude de la société à l'égard des femmes, les femmes ont un développement professionnel plus facile ou plus difficile. L'entrepreneuriat féminin peut être défini comme «une femme confiante, innovante et créative capable de parvenir à son autonomie économique, individuellement ou en collaboration, génère des possibilités d'emploi pour d'autres en lançant, créant et gérant l'entreprise en suivant le rythme de sa vie personnelle, familiale et sociale» (Sharma, 2013).

Les femmes entrepreneurs rencontrent souvent plus de difficultés pour obtenir des financements que leurs homologues masculins. Cela peut être dû à des perceptions biaisées des investisseurs, ainsi qu'à un manque de garanties et d'antécédents en matière de crédit. Les femmes sont également plus susceptibles de bénéficier de prêts plus modestes et de taux d'intérêt plus élevés.

Si l'on compare les niveaux de stress entre les hommes et les femmes entrepreneurs, Parasuraman et Simmers (2001) ont constaté que les femmes subissent un stress plus important en raison du déséquilibre entre la vie familiale et la vie professionnelle. Ce déséquilibre est exacerbé par l'absence de liens professionnels et par le temps limité qu'ils peuvent consacrer à leurs entreprises en raison de leurs multiples fonctions. Fasci et Valdez (1998) ont découvert que de nombreuses femmes ont commencé leurs entreprises à partir de leur foyer afin de parvenir à un équilibre entre vie professionnelle et vie privée, bien que cela se traduise souvent par une baisse des revenus. La responsabilité de la conciliation des obligations professionnelles et familiales incombe de manière disproportionnée aux femmes. Cela peut limiter le temps et l'énergie qu'ils peuvent consacrer à leurs activités commerciales, ce qui a une incidence sur leur croissance et leur durabilité. En outre, plusieurs chercheurs ont étudié l'association des femmes entrepreneurs et divers facteurs influençant leurs niveaux de stress et leurs résultats commerciaux.

Par rapport aux hommes en ce qui concerne l'acquisition de ressources financières, les femmes qui estiment avoir une plus grande probabilité de réussite dans les entreprises à faible croissance et à faible intensité de capital choisissent souvent des ressources financières provenant de leurs réseaux plutôt que des sources formelles. Étant donné que les femmes entrepreneurs peuvent éprouver des difficultés à concurrencer les hommes pour attirer des ressources essentielles (comme les salariés et les fournisseurs) au moyen d'incitations financières, elles ont tendance à se concentrer sur l'attraction et l'établissement de relations en adoptant des pratiques différentes et améliorées en matière de ressources humaines.

Barrières géographiques

Traditionnellement, les zones rurales se caractérisent par des activités économiques spécifiques fondées sur les ressources, telles que l'agriculture et la sylviculture, ainsi que par des espaces ouverts tels que les terres humides et les montagnes. Les zones rurales peuvent également être définies sur la base des caractéristiques sociospatiales, y compris les densités de population et la proximité avec les grandes villes. Les approches récentes définissent toutefois davantage le «rural» comme une construction sociale, en mettant l'accent sur la manière dont les citoyens poursuivent et incarnent un idéal rural dans leur vie quotidienne. Toutefois, l'espace rural ne se limite plus aux activités agricoles et à l'utilisation des terres, mais est étendu aux activités multisectorielles.

Les petites et moyennes villes intégrées dans leur arrière-pays rural sont adaptées à l'inclusion dans les zones rurales (Labrianidis, 2003). Les caractéristiques spécifiques de la ruralité — telles que les petits marchés du travail et de la production et les infrastructures moins développées par rapport aux environnements urbains — limitent les structures d'opportunités disponibles. En outre, l'offre d'entrepreneurs potentiels désireux de relever les défis et de saisir les opportunités dans les zones rurales n'est pas garantie. De nombreuses personnes susceptibles d'assumer des rôles entrepreneuriaux sont souvent les premières à migrer vers des zones urbaines plus attrayantes. Par conséquent, le principal défi économique pour les zones rurales est la manière dont un petit nombre d'entrepreneurs peuvent s'adapter à leur environnement extérieur et en exploiter les caractéristiques.

Les entrepreneurs des zones rurales ont souvent du mal à avoir un accès limité à des ressources essentielles telles que l'internet à haut débit, des transports fiables et des infrastructures modernes. Ces limitations peuvent entraver leur capacité à fonctionner efficacement et à atteindre des marchés plus larges.

Les entrepreneurs ruraux peuvent éprouver des difficultés à se connecter aux réseaux d'entreprises, aux mentors et aux services de soutien qui sont généralement plus accessibles dans les zones urbaines. Cet isolement peut entraîner un manque de connaissances critiques, de soutien et de possibilités de collaboration.

La clientèle plus petite et moins diversifiée dans les zones rurales peut restreindre les débouchés commerciaux pour les entrepreneurs. Cela peut rendre difficile le développement des entreprises et la réalisation d'une croissance durable.

Obstacles financiers

L'obtention d'un financement initial est un défi commun à de nombreux entrepreneurs. Faute de capitaux suffisants, il peut être difficile de créer et de développer une entreprise. Les prêteurs traditionnels ont souvent besoin de garanties et d'un solide historique de crédit, ce qui fait défaut à de nombreux nouveaux entrepreneurs. La richesse du fondateur est intrinsèquement liée au succès de l'entreprise, créant un réseau financier imbriqué si des systèmes adéquats ne sont pas mis en place.

De nombreux entrepreneurs aspirants ne disposent pas de la culture financière nécessaire pour gérer efficacement leurs finances, créer des budgets réalistes et élaborer des plans d'entreprise viables.

Cela peut conduire à de mauvaises décisions financières et à une défaillance des entreprises. Les entreprises doivent souvent emprunter de l'argent périodiquement, que ce soit pour combler les écarts temporaires de trésorerie, acheter des matières premières ou saisir les possibilités de croissance ou d'expansion. Plutôt que d'attendre que le besoin de financement apparaisse, il est plus prudent de planifier et de garantir le financement à l'avance.

L'une des règles financières cardinales régissant la gestion d'une entreprise est que les finances commerciales et personnelles doivent toujours être séparées. La combinaison des finances des entreprises et des finances personnelles peut entraîner plusieurs défis financiers. Premièrement, elle complique le suivi des flux de trésorerie, car il devient difficile de faire la distinction entre les dépenses personnelles et les revenus et dépenses professionnels. Ce manque de clarté peut entraver l'exactitude de l'information financière et de la planification financière.

Obstacles rencontrés par les personnes handicapées

Les entrepreneurs handicapés peuvent être confrontés à des obstacles physiques qui entravent leur capacité à accéder aux lieux de travail, aux événements de mise en réseau et à d'autres environnements liés aux entreprises. Des aménagements inadéquats peuvent limiter leur capacité à participer pleinement aux activités entrepreneuriales.

Les préjugés et les idées fausses concernant les capacités des personnes handicapées peuvent créer des obstacles importants. Ces biais peuvent affecter leur capacité à obtenir des financements, à gagner des clients et à établir des partenariats. La création d'une entreprise en tant que personne handicapée peut également représenter un défi unique. Malgré la prise de conscience croissante de l'inclusion et de la diversité des personnes handicapées sur le lieu de travail, les entrepreneurs handicapés continuent de se heurter à des obstacles uniques qui peuvent entraver leurs efforts pour créer ou exploiter une entreprise prospère. Parmi ces obstacles figurent les obstacles physiques et sociaux, la discrimination systémique et le manque d'accès aux financements et aux ressources. Ils peuvent également être victimes de stigmatisation et de discrimination de la part de clients, d'investisseurs ou de partenaires potentiels. Les personnes handicapées s'engagent principalement pour les besoins de survie parce qu'elles ont moins de revenus et des dépenses plus élevées en raison de leur handicap, ainsi que de leurs besoins de réalisation personnelle (Martínez-León, et al., 2019).

Les défis financiers constituent un obstacle important pour les entrepreneurs handicapés, reflétant les difficultés plus larges rencontrées par tous les individus pour accéder aux ressources nécessaires (Martínez-León et al., 2019). Les entrepreneurs handicapés sont confrontés à des obstacles financiers distincts en raison de plusieurs facteurs, dont l'accès limité aux sources de financement traditionnelles, l'augmentation des coûts liés aux aménagements et aux technologies d'assistance, ainsi que les pratiques discriminatoires en matière de prêt et d'investissement.

Il est particulièrement difficile pour les entrepreneurs handicapés de disposer de ressources financières adéquates. Les prêteurs traditionnels et les investisseurs peuvent être réticents à accorder des crédits ou des financements en raison des risques perçus liés à des handicaps ou du manque de connaissance des technologies adaptatives et des exigences en matière d'accessibilité. Cette réticence résulte souvent de préjugés et de malentendus sur les capacités des personnes handicapées dans les contextes commerciaux.

En outre, les coûts supplémentaires liés aux aménagements et aux technologies d'assistance nécessaires aux entrepreneurs handicapés peuvent peser sur des ressources financières limitées. Ces dépenses comprennent des modifications des espaces de travail, des équipements spécialisés et des hébergements de transport, qui contribuent toutes à augmenter les coûts de démarrage et de fonctionnement.

Il existe souvent un manque de services de soutien et de ressources sur mesure pour les entrepreneurs handicapés. Il s'agit notamment de programmes de formation accessibles, de possibilités de financement et de mentorat qui répondent à leurs besoins et défis spécifiques.

Obstacles à l'expérience

De nombreux nouveaux entrepreneurs ne disposent pas de connaissances et d'une expérience commerciales essentielles. Il peut s'agir notamment de comprendre la dynamique du marché, les exigences réglementaires et les pratiques de gestion efficaces. À leur insu, ils peuvent avoir du mal à gérer la complexité de la gestion d'une entreprise. Une expérience au sein d'un secteur spécifique peut être cruciale pour la réussite entrepreneuriale. Ceux qui n'ont pas d'expérience du secteur peuvent avoir du mal à comprendre les tendances du marché, les besoins des clients et les paysages compétitifs.

Le mentorat peut fournir des orientations et un soutien précieux aux nouveaux entrepreneurs. Toutefois, l'accès à des mentors expérimentés n'est pas toujours facilement accessible, en particulier pour les personnes qui ne sont pas bien connectées au sein des milieux d'affaires.

Il est essentiel de comprendre les différents obstacles à l'entrepreneuriat pour mettre au point des systèmes et des politiques de soutien efficaces qui favorisent une croissance économique inclusive. En reconnaissant ces obstacles et en y remédiant, nous pouvons créer un paysage entrepreneurial plus équitable qui permette aux individus de tous horizons de réussir. Les efforts devraient se concentrer sur l'amélioration de l'accès aux ressources, la fourniture d'un soutien ciblé et la remise en question des préjugés sociétaux pour faire en sorte que l'entrepreneuriat reste une voie viable et gratifiante pour tous.

Barrières culturelles

Les obstacles culturels à l'entrepreneuriat sont les différences de normes, de valeurs, de pratiques et d'attentes culturelles entre les groupes ou les régions. Ces obstacles affectent la manière dont les entreprises opèrent et sont perçues sur différents marchés. Par exemple, une stratégie commerciale ou une pratique commerciale couronnée de succès dans un contexte culturel peut ne pas fonctionner dans un autre en raison de normes sociales et de comportements différents des consommateurs. Ces différences peuvent avoir une incidence sur la manière dont les entreprises communiquent, négocient, gèrent et servent les clients.

Il est essentiel de surmonter ces obstacles culturels pour les entrepreneurs qui cherchent à étendre leur activité à différents lieux géographiques ou qui travaillent dans des environnements multiculturels. Des malentendus ou des inadéquations dans les attentes peuvent entraîner des conflits, des occasions manquées et potentiellement nuire à la réputation d'une marque. En outre, les obstacles culturels peuvent également avoir une incidence sur la dynamique d'équipe et la collaboration au sein d'une entreprise, en particulier au sein d'équipes diverses où des perspectives culturelles variables peuvent soit enrichir, soit compliquer la prise de décision et l'innovation. Il est essentiel de reconnaître et de respecter ces différences au moyen de stratégies éclairées et de pratiques commerciales adaptatives pour surmonter ces obstacles, assurer une communication efficace, promouvoir un environnement de travail harmonieux et réussir les entreprises sur un marché mondial. Cela implique de comprendre les normes culturelles, les valeurs et les attentes des citoyens dans les régions où ils

ont l'intention d'agir. Par exemple, les pratiques commerciales qui sont acceptables dans un pays peuvent être gelées dans un autre en raison de différences culturelles en matière de communication, de négociation ou de formalités. Effectuez une étude de marché approfondie afin de comprendre les nuances culturelles susceptibles d'avoir une incidence sur votre entreprise. Il s'agit notamment de préférences en matière de style de communication, de comportement d'achat et d'attentes en matière de services. Comprendre ces aspects peut vous aider à adapter votre modèle d'entreprise afin de mieux répondre aux préférences et aux attentes locales. L'adaptation de vos produits ou services aux cultures locales peut considérablement améliorer l'acceptation par le marché. Il peut s'agir de modifier les stratégies de commercialisation, d'adapter les caractéristiques des produits, voire de modifier votre modèle commercial afin de garantir la compatibilité culturelle. Par exemple, les chaînes alimentaires mondiales adaptent souvent leurs menus pour refléter les cuisines et les préférences alimentaires locales.

4.2.2. Surmonter les obstacles liés au genre, à l'origine géographique et socio-économique

La création d'une entreprise peut être à la fois passionnante et impressionnante, en particulier lorsqu'elle est confrontée à une multitude d'obstacles potentiels qui peuvent sembler insurmontables. Les stéréotypes sexistes, les contraintes géographiques, les restrictions financières, les défis liés au handicap, le manque d'expérience et les différences culturelles ne sont que quelques-uns des obstacles auxquels les aspirants entrepreneurs peuvent être confrontés. Toutefois, chacun de ces obstacles représente également une opportunité pour la croissance et l'innovation. En adoptant des stratégies ciblées, en cultivant la résilience et en utilisant les ressources et les réseaux disponibles, vous pouvez relever efficacement ces défis. Nous examinons ci-dessous des tactiques spécifiques et des solutions créatives qui vous permettront de surmonter ces obstacles et d'ouvrir la voie à une carrière entrepreneuriale réussie et épanouissante.

Surmonter les obstacles liés au genre dans votre parcours entrepreneurial

Les obstacles liés au genre peuvent avoir une incidence significative sur vos ambitions, mais une approche proactive peut aider à les surmonter. Étudier les recherches et les études de cas qui mettent en évidence les réussites et les stratégies des femmes entrepreneurs qui ont réussi à relever ces défis.

Ces connaissances peuvent fournir des stratégies exploitables, telles que des compétences de négociation ou des moyens de présenter efficacement vos propositions à des groupes d'investisseurs principalement masculins.

Créer et/ou participer activement à des réseaux qui soutiennent les femmes dans les entreprises. Ces réseaux offrent plus qu'un simple mentorat: ils peuvent offrir la possibilité de collaborer sur des projets, de partager des ressources et d'avoir accès aux investisseurs désireux de soutenir les entreprises dirigées par des femmes. La participation à des ateliers et séminaires sur le leadership et le développement de l'esprit d'entreprise, souvent organisés par ces réseaux, peut considérablement renforcer vos compétences et votre confiance.

Participer à des concours destinés à promouvoir les femmes dans les entreprises. Ces activités et connexions contribueront non seulement à améliorer vos compétences en matière de plan d'entreprise et de présentation, mais vous exposeront également à un public qui peut ouvrir des portes à l'exposition médiatique, au mentorat et même au financement. Le fait de gagner ou même de participer à de tels événements peut accroître la crédibilité et la visibilité de votre entreprise.

Naviguer dans les obstacles géographiques en tant qu'entrepreneurs futurs

Vous pouvez facilement exploiter le potentiel de la technologie pour surmonter les limites géographiques. Utiliser des stratégies de marketing numérique pour atteindre facilement un public mondial. Il s'agit notamment de créer une boutique en ligne intégrée, d'utiliser les stratégies SEO pour accroître la visibilité et d'associer les clients au moyen de contenus réguliers sur les plateformes de médias sociaux.

En outre, vous pouvez former des alliances locales pour plaider en faveur de l'amélioration des infrastructures commerciales dans votre région. Collaborer avec d'autres entreprises locales pour promouvoir des améliorations telles que l'amélioration de la connectivité internet ou des services de transport. Ces améliorations profitent non seulement à votre entreprise, mais aussi à l'économie locale.

Profitez de l'unicité locale en transformant l'isolement géographique en point de vente. Par exemple, si votre entreprise est située dans une zone rurale, faites la promotion de vos produits en tant qu'offres uniques qui ne peuvent être trouvées dans les centres urbains, telles que les biens fabriqués à la main,

l'artisanat local ou les produits biologiques. Cette approche peut créer un marché de niche et attirer des clients à la recherche d'expériences ou de produits authentiques et traditionnels.

Faire face aux obstacles financiers en marche

Développer et améliorer vos compétences financières au moyen de formations ciblées: suivre des cours de gestion financière, comprendre les fondements des fonds propres et de l'endettement, apprendre à gérer les flux de trésorerie et relever les défis financiers auxquels sont confrontées les jeunes pousses. Ces connaissances sont essentielles lorsqu'il s'agit de s'adresser aux investisseurs, car vous devrez expliquer comment leur argent sera utilisé et le retour sur investissement escompté.

Envisagez le bootstrapping comme un moyen de démarrer et de développer votre entreprise. Cette méthode consiste à réduire au minimum vos frais généraux et à trouver des moyens rentables d'opérer jusqu'à ce que l'entreprise soit autonome par ses propres flux de trésorerie. Utiliser des outils de gestion, de marketing et de communication gratuits ou peu coûteux. Vous trouverez une multitude d'outils en ligne gratuits ou peu coûteux, ce qui vous permet d'économiser de l'argent par rapport au recrutement d'un expert.

Vous pouvez également explorer les possibilités de financement communautaire. Par exemple, des manifestations locales de financement participatif dans le cadre desquelles des membres de la communauté soutiennent des entreprises qui apportent une valeur ajoutée à la région. En outre, vous devriez envisager des options de microfinancement disponibles par l'intermédiaire de banques locales ou de plateformes en ligne spécialisées dans l'octroi de petits prêts aux entrepreneurs.

Surmonter les obstacles mis en place par les entrepreneurs handicapés

En tout état de cause, il est important de donner la priorité à l'accessibilité dans tous les aspects de votre entreprise. Depuis des lieux physiques accessibles aux utilisateurs de fauteuils roulants, jusqu'à votre site web et à des ressources en ligne faciles à utiliser pour les personnes malvoyantes ou malentendantes. Les technologies telles que les lecteurs d'écran, les interfaces text-to-vocal et adaptatives peuvent faire une énorme différence dans la manière dont vous dirigez votre entreprise.

L'une des plus utiles que vous pouvez faire est de rechercher des subventions et un soutien financier spécifiquement conçus pour les propriétaires d'entreprises handicapées.

Ces fonds peuvent vous aider à couvrir les coûts supplémentaires liés à l'accessibilité de votre entreprise ou à l'achat d'équipements spéciaux. La mise en réseau avec des organisations axées sur les droits des personnes handicapées et l'entrepreneuriat peut vous conduire à de telles possibilités de financement.

En outre, si vous êtes atteint d'un handicap, vous êtes bien conscient des difficultés que vous rencontrez quotidiennement. Vous pouvez donc tirer parti de ces expériences négatives et sensibiliser au potentiel des entrepreneurs handicapés en organisant des ateliers, en prenant la parole lors d'événements et en maintenant une présence active en ligne. Cela permet non seulement de changer les perceptions sociales, mais aussi d'encourager d'autres entrepreneurs handicapés à franchir le pas et à lancer leur propre entreprise.

Comblar les lacunes en matière d'expérience dans l'entrepreneuriat

Pour surmonter les problèmes et les difficultés liés au manque d'expérience, vous pouvez rechercher et établir une relation avec un mentor ayant de l'expérience dans le secteur que vous entrez sur le marché. Cette personne peut non seulement fournir des conseils et des conseils fondés sur des expériences réelles, mais aussi offrir des possibilités de mise en réseau et éventuellement vous présenter aux investisseurs ou aux partenaires.

En outre, il est toujours judicieux d'acquérir une expérience directe dans le secteur par le biais de stages, de postes à temps partiel ou de volontariat avant d'entreprendre un voyage d'entreprise. Cette expérience pratique est inestimable, car elle vous donne des informations sur les défis et les exigences de l'industrie et vous aide à développer des compétences pratiques qui vous aideront à gérer votre propre entreprise.

Bien entendu, vous devez toujours vous tenir au courant des dernières tendances et technologies de votre industrie en participant à des ateliers, des séminaires et des foires commerciales pertinentes. Ces événements offrent également de grandes possibilités de se mettre en réseau avec les chefs d'entreprise et les clients potentiels, ce qui peut déboucher sur des partenariats et de nouveaux débouchés commerciaux.

Surmonter les obstacles culturels

Adopter un état d'esprit intégré qui tienne compte à la fois de votre propre culture d'entreprise et de la culture de votre marché cible est le meilleur moyen de surmonter les différences culturelles. Cette approche consiste à trouver un terrain d'entente dans lequel vos pratiques commerciales et vos attentes culturelles locales se recoupent, créant une synergie qui respecte les normes culturelles tout en maintenant votre identité de marque.

Gardez toujours à l'esprit que la culture est dynamique et que ce qui fonctionne aujourd'hui peut ne pas fonctionner demain. Maintenir un état d'esprit d'apprentissage continu et être prêt à s'adapter au fur et à mesure de l'évolution des cultures. Il peut s'agir de se tenir au courant des tendances culturelles grâce à des recherches en cours ou à un retour d'information de la part de clients et de partenaires locaux.

Lors de l'entrée sur un nouveau marché, travailler avec des entreprises ou des consultants locaux qui ont une connaissance approfondie du paysage culturel. Plutôt que d'imposer votre modèle d'entreprise existant, collaborer pour élaborer des approches respectueuses de la culture et commercialement viables. Cette approche collaborative non seulement facilite l'entrée sur le marché, mais peut également améliorer la réputation et l'acceptation de votre marque.

Enfin, la mise en place d'une équipe diversifiée sur le plan culturel peut fournir des informations et des idées qui préviennent les erreurs culturelles. Les membres de l'équipe issus d'horizons différents peuvent offrir des perspectives que vous n'avez peut-être pas prises en considération, ce qui conduit à des décisions plus éclairées et à un environnement commercial inclusif.

Pour conclure cette sous-section, il est important de noter que la mise en œuvre de ces mesures stratégiques visant à surmonter les obstacles à l'esprit d'entreprise nécessite une approche proactive, une résilience et une volonté de s'adapter et d'apprendre en permanence. En participant activement aux réseaux, en utilisant la technologie, en améliorant la culture financière et en promouvant l'inclusivité et l'accessibilité, vous non seulement ouvrirez la voie à votre propre succès, mais contribuerez également à un paysage commercial plus équitable et plus dynamique. À l'heure où vous entamez ce voyage, n'oubliez pas que chaque défi que vous rencontrez constitue un précédent pour les futurs entrepreneurs, contribuant ainsi à ouvrir la voie à d'autres.



Saisissez ces possibilités de grandir, de diriger et d'innover, sachant que vos efforts pour surmonter ces obstacles permettront non seulement de réaliser vos rêves entrepreneuriales, mais aussi d'inspirer et de permettre aux autres de faire de même. Avec détermination et avec les bonnes stratégies, vous pouvez transformer les obstacles potentiels en tremplin vers l'excellence des entreprises et un impact significatif dans votre communauté et au-delà.



4.3. Autonomisation par l'intermédiaire de l'entreprise

La préservation du partage de l'esprit d'entreprise, qui occupe une place importante parmi les compétences du 21^e siècle, a été mise en évidence dans l'environnement éducatif. Tout en enseignant l'esprit d'entreprise aux étudiants, il est inévitable d'enseigner les compétences recherchées par des personnes appelées entrepreneurs. À la suite des enquêtes que nous avons menées dans le WP2, ces compétences ont été combinées dans certaines catégories. Ci-dessous, nous avons énuméré les compétences les plus élémentaires:

Prise de risque/cours	Compétences de résolution des problèmes
Créativité et innovation	Capacité de persuasion
Capacités de communication	Ouverture aux innovations et à l'apprentissage
Être patient	Confiance en soi

Les caractéristiques susmentionnées montrent également que la caractéristique la plus importante qui détermine le statut d'entrepreneur d'une personne est des caractéristiques individuelles. L'environnement en classe comprend également de nombreux étudiants présentant des caractéristiques individuelles différentes. Pour cette raison, il est très important, pour l'inclusion, que les activités à mener en classe soient d'une qualité ou d'une variété qui soutiendront des caractéristiques individuelles différentes.

Les caractéristiques auxquelles les individus sont nés ou les caractéristiques qui leur sont transmises par le biais de leur culture et de l'environnement dans lequel elles évoluent peuvent parfois se transformer en obstacles à l'activité entrepreneuriale. Par exemple, en Turquie, il est un fait que les hommes créent plus d'entreprises que les femmes. Les observations montrent que les entreprises créées par des femmes entrepreneurs sont relativement plus petites et que leur tendance à la croissance est faible. En raison des rôles entre les hommes et les femmes, les femmes sont souvent exposées à la discrimination dans la vie des affaires et sont particulièrement empêchées d'occuper des postes d'encadrement supérieur (Günesektors et mer ekerdil, 2021). À la suite de son étude, Güven (2022) a constaté que le rapport entre la population bien formée et la population totale et la densité de population ont une incidence sur l'esprit d'entreprise.

En d'autres termes, l'environnement social dans lequel se trouvent les individus peut constituer une occasion de soutenir les activités entrepreneuriales d'un individu, mais il peut également s'agir d'une situation désavantageuse.

Lors de l'examen d'études menées auprès de personnes handicapées, un autre groupe défavorisé, il a été révélé que les problèmes physiques dus au handicap, les attitudes discriminatoires à l'égard des personnes handicapées, les problèmes liés à l'accès physique et le manque de soutien de l'État ont une incidence sur les activités entrepreneuriales (Durak, 2021).

Un autre facteur qui affecte l'esprit d'entreprise d'une personne est celui des facteurs financiers. Lorsque des éléments financiers sont mentionnés, il peut être trompeur de penser uniquement au capital. Il est également important que l'entrepreneur dispose de connaissances financières et d'une culture financière en ce qui concerne l'évaluation des risques qu'il peut prendre. Le fait de ne pas disposer d'une formation suffisante en matière de connaissances financières et de culture financière désavantage également l'individu en termes de qualités entrepreneuriales. En d'autres termes, à mesure que les niveaux de culture financière, de connaissances financières et d'attitudes financières diminuent, la tendance des individus à prendre des risques et la tolérance à l'égard de l'incertitude diminuent également (Kiran et Bozkurt, 2020).

Cette section comprend diverses activités en classe qui peuvent être utilisées pour véhiculer l'esprit d'entreprise dans des situations défavorisées. L'enseignement de l'entrepreneuriat aux étudiants défavorisés est une initiative importante susceptible d'améliorer leurs conditions économiques et sociales. Voici quelques étapes et méthodes qui peuvent être suivies dans ce processus:

1. **Réalisation d'une analyse des besoins:** La détermination des besoins et des intérêts des étudiants défavorisés rend le programme éducatif plus efficace. Cette analyse permet de déterminer quelles sont les matières et les compétences prioritaires.
2. **Utilisation de matériaux et méthodes éducatifs appropriés:** La formation à l'entrepreneuriat devrait inclure des applications pratiques ainsi que des connaissances théoriques. Les élèves peuvent être en mesure d'expérimenter l'apprentissage en utilisant des cours interactifs, des ateliers et des simulations.
3. **Modèles de rôle et programmes de mentorat:** Offrir la possibilité de rencontrer des entrepreneurs qui réussissent et d'entendre leurs histoires peut inspirer les élèves.

En outre, grâce à des programmes de mentorat, les étudiants peuvent bénéficier d'un soutien de la part de mentors.

4. **Collaborations et mise en réseau:** En établissant des collaborations avec des entreprises locales, des ONG et des établissements d'enseignement, les étudiants peuvent avoir accès à un réseau de soutien plus large. Ces réseaux sont importants pour accéder aux ressources et aux possibilités.
6. **Offrir une expérience pratique:** Des possibilités telles que les programmes de stage, le travail sur projet et la création de microentreprises peuvent être offertes pour permettre aux étudiants d'acquérir une expérience professionnelle réelle. Ces expériences les aident à développer leurs compétences entrepreneuriales.
7. **Éducation à l'éducation financière:** Dans le cadre de la formation à l'esprit d'entreprise, il convient d'enseigner les compétences de base en matière de gestion financière. Des sujets tels que la budgétisation, le calcul des coûts et la planification financière peuvent être couverts.
8. **Créer un environnement d'apprentissage supportif:** Il est important de créer un environnement d'apprentissage dans lequel les élèves peuvent s'exprimer, ne pas avoir peur de commettre des erreurs et partager librement leurs pensées créatives.
9. **Esprit d'équipe et compétences en matière de leadership:** Une formation devrait également être dispensée sur le travail en équipe et les compétences de direction requises pour réussir l'esprit d'entreprise. Cela peut être encouragé par des projets de groupe et des collaborations.
10. **Utilisation des technologies et compétences numériques:** Aujourd'hui, les compétences numériques sont très importantes pour l'esprit d'entreprise. Les étudiants devraient être formés à des sujets tels que l'utilisation des technologies de base, le marketing numérique et le commerce électronique.
11. **Accroître la motivation et la confiance en soi:** L'organisation d'activités qui renforceront la motivation et la confiance en soi des étudiants défavorisés leur permet de prendre des mesures plus audacieuses en faveur de l'esprit d'entreprise.

Ces méthodes peuvent aider les étudiants défavorisés à révéler leur potentiel de réussite dans le domaine de l'entrepreneuriat et à leur offrir un avenir durable.

4.3.1. Activités en classe: Renforcer la confiance et les compétences entrepreneuriales

Activité 1:

Matériel: Feuille de travail — Évaluer moi-même

- ✓ La feuille de calcul «J'évalue moi-même» est distribuée aux élèves (vous la trouverez ci-dessous).
- ✓ «Chers étudiants, nous évaluerons aujourd'hui vos caractéristiques en termes d'expérience entrepreneuriale. Nous avons tous des caractéristiques différentes qui nous rendent spécifiques. Si ces caractéristiques nous permettent d'accomplir plus facilement certaines tâches, elles peuvent nous amener à rencontrer des difficultés dans d'autres. Maintenant, dans les feuilles de calcul que je vous ai fournies, je veux que vous réfléchissiez à vos propres caractéristiques et identifiez vos atouts qui vous aideront à devenir entrepreneur et vos faiblesses qui vous mettront en péril pour devenir entrepreneur. Ensuite, je veux que vous remplissiez vos fiches de travail en examinant les conditions qui vous entourent et en identifiant les menaces qui peuvent vous empêcher de devenir entrepreneur et les possibilités qui vous aideront.» Les instructions sont lues à l'intention des élèves.
- ✓ Les élèves disposent de 15 minutes pour remplir les feuilles de travail.
- ✓ Après 15 minutes, les étudiants volontaires partagent leur analyse SWOT avec la classe.

Une fois le partage terminé, les questions suivantes sont posées à tous les étudiants:

1. Pensez-vous avoir suffisamment de forces pour devenir entrepreneur?
2. Existe-t-il des moyens de modifier les caractéristiques que vous jugez faibles pour devenir entrepreneur?
3. S'il n'est pas possible de modifier vos faiblesses, pensez-vous qu'il existe des personnes/institutions dont vous pouvez obtenir un soutien en ce qui concerne ces aspects?

À la fin de la manifestation, il est partagé avec les étudiants que les jeunes entrepreneurs peuvent rencontrer certains problèmes au cours de leur esprit d'entreprise, en raison de leurs caractéristiques individuelles ou de l'environnement dans lequel ils vivent, mais qu'il est possible de les surmonter.

Les suggestions visant à aider les jeunes entrepreneurs à surmonter ces problèmes peuvent être présentées comme suit:

- L'un des plus grands problèmes des entrepreneurs est de trouver des capitaux. Il convient d'éviter d'emprunter pour trouver du capital et d'étudier les programmes d'incitation/de soutien publics.
- Lors de la création d'une entreprise, il convient de procéder à une analyse SWOT en ce qui concerne l'entreprise à créer, à l'instar du travail que nous faisons aujourd'hui. Une étude de marché devrait également être incluse dans cette analyse.
- Vous ne disposez peut-être pas de toutes les connaissances et compétences nécessaires pour le poste que vous avez l'intention d'exercer. Par conséquent, la collaboration/la formation d'une équipe avec des personnes qui possèdent ces connaissances et ces compétences réduira votre charge et vous conduira à la réussite.
- Bien que vous puissiez gérer votre entreprise dans le cadre d'une collaboration, il est important d'avoir une culture financière afin de maîtriser les étapes financières de votre entreprise. Vous pouvez suivre des cours/formations qui vous aideront à améliorer la culture financière.
- Dans le monde d'aujourd'hui, il est possible de créer un marché mondial pour vous-même grâce à la technologie (commerce électronique). De cette manière, vous pouvez réaliser des bénéfices importants avec moins de capitaux. Pour cela, il suffit d'accroître vos connaissances et votre expérience technologiques et de devenir un citoyen de la culture numérique.

Feuille de travail: Évaluation de Myself

MES ATOUTS	MES FAIBLESSES
OPPORTUNITÉS	MENACES

Activité 2: Simulation de l'esprit d'entreprise

Objectif: Enseigner aux étudiants la gestion des entreprises et les processus décisionnels.

Matériel: Papier, crayon, ordinateur (si un logiciel de simulation est disponible).

- ✓ Les étudiants sont divisés en petits groupes et chaque groupe crée sa propre entreprise favorable à la nature ou apportant une solution à un problème social (par exemple, l'emploi des femmes).
- ✓ Ils choisissent le type d'entreprise (par exemple café, magasin, prestataire de services).
- ✓ Ils déterminent les prix du capital de démarrage, des produits ou des services, les coûts et les autres détails du plan d'affaires pour l'entreprise.
- ✓ Chaque groupe gère son activité et prend des décisions (par exemple, budget publicitaire, salaires des salariés, prix des produits) pendant une certaine période (par exemple, 4 semaines).
- ✓ La situation financière des groupes est évaluée chaque semaine et les résultats de leurs décisions sont analysés.

Résultats de cette activité:

- Les étudiants sont confrontés à des processus de gestion d'entreprise et de prise de décision.
- Les compétences des étudiants en matière financière et de réflexion stratégique s'améliorent.

Activité 3: Projet d'étude de marché

Objectif: Enseigner aux élèves l'analyse du public cible et les processus de développement de produits/services.

Matériel: Formulaires d'enquête, accès à l'internet.

- ✓ Les étudiants se divisent en groupes et choisissent un produit ou service spécifique (ils préfèrent que ce produit ou service soit respectueux de l'environnement et/ou un produit/service qui apporte des solutions à des problèmes sociaux).
- ✓ Ils mènent des études de marché afin de déterminer le public cible de ce produit ou service.
- ✓ Ils préparent et réalisent des enquêtes afin de comprendre les besoins et les attentes du public cible.
- ✓ Ils analysent les résultats de l'enquête et améliorent leurs produits ou services.
- ✓ Ils présentent les résultats en classe et reçoivent un retour d'information.

Résultats de cette activité:

- Les étudiants acquièrent des compétences en matière d'études de marché et d'analyse de données.
- La réflexion axée sur le client et les compétences en matière d'innovation augmentent.

Activité 4: Créer une mini-entreprise

Objectif: Fournir aux étudiants une expérience professionnelle réelle.

Matériel: Le capital de démarrage (qui peut être fourni par l'école ou les sponsors), le matériel nécessaire pour le produit ou le service.

- ✓ Les étudiants se divisent en petits groupes et chaque groupe crée une petite entreprise (par exemple, stand limonade, vente d'articles fabriqués à la main).
- ✓ Ils préparent un plan d'affaires pour l'entreprise (coûts, prix, public cible, stratégie de marketing).
- ✓ Ils vendent leurs produits ou services pendant une période déterminée (par exemple 1 semaine).
- ✓ Elles analysent les résultats des ventes et évaluent leur rentabilité.
- ✓ Ils partagent et discutent de leurs expériences en classe.

Résultats de cette activité:

- Les étudiants acquièrent de l'expérience dans le monde réel.
- Les relations avec les clients, les ventes et les compétences en marketing s'améliorent.
- Les étudiants (en particulier ceux qui sont économiquement défavorisés) évaluent les moyens d'accéder au capital.

Activité 5: Foire des affaires

Objectif: Permettre aux étudiants de communiquer avec les chefs d'entreprise, les associations et les organisations non gouvernementales.

Dans le monde d'aujourd'hui, où l'individualisation se développe rapidement, la confiance est devenue l'un des plus grands besoins. Disposer d'un environnement leur permettant d'obtenir un soutien, en particulier au début du voyage et face à des situations difficiles, donnera de la force aux entrepreneurs. C'est pourquoi il est essentiel que les entrepreneurs créent un environnement dans lequel ils peuvent faire confiance avant que leur entreprise ne échoue. Pour l'entrepreneur à la recherche de capitaux pour son idée d'entreprise, des relations efficaces priment désormais sur l'argent. La raison pour laquelle de nombreuses personnes du monde des affaires adhèrent à des associations professionnelles et à des organisations non gouvernementales est: rencontrer, coopérer et produire des projets bénéfiques pour la société (Belen, 173).

- ✓ Des représentants des chefs d'entreprise, des associations et des organisations non gouvernementales environnantes sont invités à l'école et un salon des affaires est organisé au sein de l'école.
- ✓ Les étudiants rencontrent des employeurs et des représentants participants et écoutent leurs histoires entrepreneuriales.
- ✓ Ils collectent des cartes de visite auprès des participants en fonction de leurs propres intérêts et capacités.

Résultats de cette activité:

- Les enseignants peuvent créer un environnement axé sur la collaboration pour la réussite.

4.3.2. Apprentissage par les pairs: Partage des expériences et des stratégies

Activité 1:

- ✓ Les étudiants sont répartis en groupes de deux ou trois selon la taille de la classe.
- ✓ En rencontrant des femmes entrepreneuses autour d'elles, elles recueillent des informations sur les caractéristiques générales de ces institutions et sur les problèmes qu'elles rencontrent dans la vie des affaires.
- ✓ Dans le cours suivant, un chef de file de chaque groupe partage les informations qu'il a recueillies en classe.

Ensuite, les questions suivantes sont posées aux élèves:

1. À quoi ont-ils été attentifs lors du partage du travail à accomplir au sein du groupe?
2. Comment ont-ils atteint les femmes entrepreneuses qui les entourent?
3. Quels ont été les problèmes les plus difficiles pour eux dans le cadre de cette activité? Comment ont-ils surmonté les difficultés qu'ils ont rencontrées?

Résultats de cette activité:

- Les étudiants travaillent en équipe et coopèrent.
- Recueillir des informations sur les problèmes auxquels les femmes sont confrontées dans le monde des affaires.
- Évaluer les méthodes qu'ils utilisent pour résoudre les problèmes qu'ils rencontrent.

Activité 2:

- ✓ Les étudiants sont répartis en groupes de trois ou quatre selon la taille de la classe. S'il y a des étudiants présentant différents domaines de handicap, il est veillé à ce qu'ils ne fassent pas partie du même groupe.
- ✓ Les étudiants sont invités à créer une enquête via des formulaires Google à appliquer aux entrepreneurs qui créent et gèrent leur propre entreprise dans leur environnement immédiat.
- ✓ Lors de la création et de la mise en œuvre de cette enquête, l'importance de répartir les tâches en fonction des caractéristiques individuelles des étudiants au sein du groupe est soulignée.
- ✓ Ils peuvent bénéficier de différents types d'enquêtes dans le cadre de l'étude.

Dans le cadre de cette enquête;

- Les caractéristiques qu'un entrepreneur devrait posséder,
- Les avantages de la création de votre propre entreprise pour une personne,
- Les difficultés rencontrées par une personne lors de la création de sa propre entreprise,
- Comment accéder aux capitaux nécessaires pour établir votre entreprise?
- Il est partagé avec les élèves qu'ils peuvent répondre à des questions sur les connaissances antérieures de l'entrepreneur sur son travail.

Après la gestion des enquêtes, les questions suivantes sont posées aux élèves:

1. Comment ont-ils procédé au cours de l'exécution de cette activité?
2. Quels sont les défis auxquels ils ont été confrontés? Comment ont-ils surmonté ces défis?
3. Si l'on devait rassembler les facteurs qui influencent l'esprit d'entreprise dans certaines catégories, quelles seraient ces catégories?
4. Compte tenu des résultats des enquêtes, quels sont les facteurs qui influent sur l'esprit d'entreprise?
5. Les facteurs affectant l'esprit d'entreprise peuvent-ils être transformés en une situation dans laquelle la personne peut être avantageuse?
6. Existe-t-il des institutions et des organisations dans lesquelles un entrepreneur peut obtenir de l'aide pour surmonter des difficultés économiques?

Résultats de cette activité:

- Les étudiants travaillent en équipe et coopèrent.
- Recueillir des informations sur les caractéristiques des entrepreneurs.
- Recueillir des données sur un thème donné et analyser les données.
- Comprendre la relation entre les caractéristiques entrepreneuriales de l'individu et d'autres concepts.

5. Activités de simulation de l'entrepreneuriat social vert pour l'essor

Avec tous les documents susmentionnés sur le développement de l'esprit d'entreprise, de l'entrepreneuriat vert, de l'entrepreneuriat social et des modes d'inclusion au début et au cours du parcours entrepreneurial, voici un guide utile et détaillé contenant des instructions étape par étape sur la manière dont l'enseignant, en étroite coopération avec les étudiants, peut les aider à développer leur propre entreprise en simulant un cadre de la vie réelle.

Pour l'essentiel, l'enseignant pourra utiliser l'ensemble du matériel contenu dans le présent document. Toutefois, il est suggéré de commencer par les modules 1-4, qui traitent de la formation à l'esprit d'entreprise, à l'entrepreneuriat vert et à l'entrepreneuriat social et de surmonter les obstacles éventuels au parcours entrepreneurial. La première partie du présent document peut être l'occasion pour les étudiants d'explorer et de clarifier tous les concepts pertinents, tant dans un contexte théorique que dans un contexte pratique grâce aux activités participatives incluses. Ensuite, une fois que tous les concepts pertinents auront été explorés et que toutes les questions des élèves auront reçu une réponse, l'enseignant pourra utiliser le matériel contenu dans cette section, qui traite des activités de simulation dans un contexte éducatif autour de l'entrepreneuriat vert et social. Une fois encore, il est recommandé à l'enseignant de suivre l'ordre proposé des sous-sections, car cela peut donner aux élèves une manière structurée de penser aux étapes qu'ils doivent franchir lorsqu'ils entament leur aventure entrepreneuriale.

Il convient de noter que le cadre de simulation ne vise pas à ouvrir une véritable entreprise. Il est évident qu'il n'est pas possible pour les étudiants de créer leur propre entreprise. Toutefois, l'application des procédures suivantes, avec l'enseignement parallèle de tous les modules susmentionnés, permet de simuler les conditions réelles du monde des affaires et la manière dont une personne qui souhaite ouvrir sa propre entreprise pense et agit, mais dans une version simplifiée et dans un contexte protégé, de manière à ce que tout puisse être compris par les élèves de l'enseignement primaire et secondaire, mais aussi par les enseignants du primaire et du secondaire qui n'ont pas de connaissances pertinentes. Ainsi, en commençant par la clarification des termes liés à l'esprit d'entreprise, à l'entrepreneuriat vert et social, en passant par des activités de réflexion visant à développer des idées pour les entreprises vertes et sociales, et se terminant par des suggestions sur



la manière de surmonter d'éventuels obstacles au cours du parcours entrepreneurial, les activités de formation pratique pour le développement d'entreprises virtuelles par les étudiants dans l'environnement scolaire protégé suivent. En suivant la séquence d'activités ci-dessous, les enseignants et les étudiants pourront acquérir une compréhension approfondie de l'état d'esprit et des processus initiaux nécessaires qu'un nouvel entrepreneur devrait adopter. Les activités suivantes comprennent à la fois des instructions détaillées et des modèles prêts à l'emploi utiles.



5.1. Génération et développement des idées des entreprises

5.1.1. Brainstorming Sessions for Creative Ideas (sessions de réflexion pour les idées créatives)

Vous avez déjà voulu savoir comment démarrer les entreprises les plus prospères? Il s'agit d'une chose simple: **pensée créative!** La génération d'idées est une méthode brillante et pratique que les entreprises utilisent pour générer des idées intelligentes et démarrer. C'est un laboratoire de créativité où de nouvelles idées peuvent vraiment se brasser! C'est l'ingrédient secret qui ajoute cette saveur particulière supplémentaire à la réussite commerciale!

Imaginez ce qui suit: vous êtes un entrepreneur cherchant à créer une entreprise. Vous pourriez avoir quelques idées vagues, mais pas de plan d'action solide. C'est là qu'intervient la réflexion entrepreneuriale. C'est un moyen de faire circuler vos jus créatifs et de générer une série d'idées en quelques minutes.

Il est utile d'avoir une compréhension de base de ce qu'il faut entendre par «brainstorming». Il s'agit d'un processus créatif par lequel une personne ou une équipe propose des solutions à un projet ou à un problème. La réflexion consiste souvent à dresser une liste d'idées, généralement au début d'un projet.

Dans ce cas, l'objectif est d'explorer les possibilités de créer une entreprise ou de renforcer une idée d'entreprise existante. Il s'agit de proposer de nombreuses idées susceptibles d'aboutir à des résultats. Le brainstorming est un mode de pensée qui vous permet de proposer de nombreuses idées sans craindre qu'elles soient bonnes ou non. L'objectif est de présenter le plus grand nombre possible d'idées et de choisir ensuite les meilleures idées plus tard.

Pourquoi tu peux faire un brainstorm Business Ideas

Le monde des entreprises est toujours en train de changer, il est donc très important que les entreprises restent à jour. L'un des moyens d'y parvenir est de réfléchir à la réflexion. Elle aide les entreprises et les entrepreneurs à suivre l'évolution du marché et à réfléchir à de nouveaux produits et services. Ils seront en mesure de repérer les chances de grandir et d'en tirer le meilleur parti, avant que les concurrents ne s'y rendent.

Qui plus est, le brainstorming vous permet de penser de nouvelles manières et de faire preuve de créativité avec des idées que vous n'envisagez normalement pas. Elle crée un espace dans lequel les idées circulent librement, encourageant l'innovation. Dans le cadre d'une équipe, il rassemble différents points de vue, ce qui donne des résultats assez impressionnants.

Les idées uniques que vous proposez au cours de la réflexion peuvent vous mettre à l'avant-garde du concours. Si vous continuez à innover, vous vous distinguerez sur des marchés dynamiques. Vous devez également être prêt à adopter de nouvelles tendances et à s'attaquer aux obstacles qui s'y opposent. Grâce à une approche proactive, vous pouvez repérer de nouvelles tendances avant toute autre personne et vous y adapter rapidement.

Votre idéologie commerciale est la clé pour repérer ces possibilités inexploitées sur le marché. Vous pourrez explorer de nouveaux domaines et de nouveaux groupes de clients, ainsi que d'éventuels partenariats qui pourraient passer inaperçus. La découverte de ces possibilités vous aidera à trouver de nouveaux moyens de faire les choses.

Il convient également de préciser que les tempêtes sont souvent en cours, et pas seulement des événements ponctuels. Ils encouragent une culture de croissance et d'amélioration continues. Lorsque vous réfléchissez régulièrement à des idées commerciales, cela vous permet de vous adapter et de vous engager à trouver de nouveaux moyens de faire les choses.

Étapes du processus de génération d'idées

Avant de commencer, n'oubliez pas qu'il y en a plus que de suivre une série d'étapes. **Il s'agit d'un processus créatif qui évolue au fil du temps.**

Maintenant, penchons-nous sur les spécificités de la manière dont vous pouvez stimuler l'innovation et obtenir de grands résultats pour votre entreprise:

1. Fixez votre objectif: Tout d'abord, déterminez exactement ce que vous souhaitez réaliser. Que vous essayez de résoudre un problème, de faire quelque chose de mieux ou de créer quelque chose de totalement nouveau, sachant que votre objectif vous aide à guider toutes vos idées.

2. Constituer une équipe: Réunissez un groupe d'amis qui apportent des compétences et des points de vue différents à la table. Une combinaison de personnes peut déboucher sur des idées et des moyens de faire plus intéressants, ce qui rend encore plus amusant l'élaboration de solutions froides.

3. Créer une zone de réflexion: Créez un endroit particulier où chacun se sent à l'aise en changeant ses idées. Il peut s'agir d'un coin de la salle de classe, voire d'une discussion sur l'ordinateur, où vous pouvez tous taper librement vos réflexions.

4. Think Up Lots of Ideas: Lorsque vous êtes en brainstorming, n'oubliez pas qu'il n'y a pas trop d'idée. Essayez de penser autant d'idées que possible. Aujourd'hui, il s'agit de la quantité, plus d'idées sont bonnes!

5. Travailler ensemble: De bonnes idées peuvent devenir de grandes valeurs lorsque vous les combinez avec des suggestions d'amis. Travailler ensemble permet de mélanger différentes idées pour présenter quelque chose d'étonnant.

6. Choisissez les meilleures idées: Après avoir réfléchi à de nombreuses possibilités, prenez du temps pour déterminer lesquelles sont les meilleures. Réfléchissez aux idées qui sont réalisables, pourrait faire la plus grande perplexité et vous aider réellement à atteindre votre objectif.

7. Faire en sorte que vos idées s'améliorent: Une fois que vous aurez sélectionné vos meilleures idées, il est temps de les améliorer encore. Planifiez les détails, pensez à ce qui pourrait se passer, et comment votre idée correspond à ce que vous essayez de réaliser.

8. Testez vos idées: Avant de montrer votre idée à tout le monde, essayez-la d'une petite manière. Demandez à quelques personnes ce qu'elles pensent afin que vous puissiez apporter des changements en cas de besoin. Cela contribue à faire en sorte que votre idée fonctionne et que d'autres pensent qu'elle est également fraîche.

9. Allez For It: Maintenant, vous êtes prêt à faire de votre idée une réalité. Gardez un œil sur la manière dont il se passe et soyez prêt à tresser les choses si nécessaire. C'est ainsi que vous apprenez et vous apprenez mieux.

10. Célébrer et apprendre: Lorsque vous avez fait de votre idée une réalité, prenez du temps pour célébrer avec votre équipe! Réfléchissez également à ce qui s'est bien passé et à ce que vous pourriez

faire mieux la prochaine fois. Apprendre de ce que vous avez fait vous aide à faire encore mieux à l'avenir.

Modèle de plan d'action

Pour organiser leurs idées et structurer leur approche, les élèves peuvent utiliser le modèle général suivant pour un plan d'action. Ce modèle les guidera en définissant le problème qu'ils souhaitent résoudre en créant une entreprise et en élaborant des stratégies pour y remédier efficacement. En utilisant une ou plusieurs des techniques suivantes, les étudiants peuvent veiller à ce que leur plan d'action soit complet, réfléchi et réalisable. Cette approche structurée aidera les étudiants à définir clairement leurs objectifs commerciaux, le public cible, les ressources nécessaires et les étapes prévues, en fournissant une base solide à leurs projets entrepreneuriaux.





About

Your Team's Name:

Project/Company Name:

Goal

Why

Motivation

Obstacles to overcome

Resources

Big Steps

Small Steps

Notes

Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)

 Co-funded by
the European Union



Méthodes de Brainstorming Business Ideas

1. Cartes de remue-ménages

Commencez par fixer un délai pour votre session de réflexion. Généralement, 15 à 60 minutes fonctionnent bien, en fonction de la complexité de la question en cause. Cela contribue à maintenir tout le monde motivé et sur la bonne voie.

Ensuite, définissez clairement l'objectif. Il est important que tout le monde sache exactement ce que nous essayons de réaliser et qu'il continue de discuter étroitement des moyens de résoudre ce problème particulier. Il est important de rester sur le sujet pour tirer le meilleur parti de votre temps ensemble.

Bien que vous soyez en brainstorming, il est important de veiller à ce que chacun accepte de s'abstenir de se juger ou de se critiquer mutuellement. Il s'agit notamment de commentaires négatifs et même d'un langage corporel négatif. Nous sommes ouverts à toutes les idées, qu'elles soient inhabituelles ou inhabituelles. En fait, demandez à chacun de partager ses pensées les plus créatives ou les plus mensongères — parfois les meilleures idées commencent à dire un peu crazies!

L'objectif est de présenter le plus grand nombre possible d'idées. Comme ils le disent, plus vous avez d'idées, plus vous aurez d'idées. Vous examinerez toutes les suggestions par la suite pour sélectionner les meilleures, de sorte que plus vous pouvez proposer d'autres idées, mieux.

Faire en sorte que chacun s'appuie sur les idées de l'autre. Il s'agit d'établir des liens et d'élargir les idées, ce qui peut déboucher sur des solutions plutôt inattendues et innovantes. Au lieu de dire «**mais**», qui pourrait arrêter la pensée de quelqu'un dans ses voies, utilisez «**et**» pour s'appuyer sur l'idée de quelqu'un d'autre. Cette manière de faire aide tout le monde à travailler ensemble et veille à ce que de nombreuses pensées et points de vue différents contribuent à améliorer les idées.



Il est judicieux de garder les choses visuellement. L'utilisation de diagrammes, de post-its ou d'autres supports visuels peut vraiment contribuer à faire vivre des idées. Ils permettent également à chacun de voir plus facilement les concepts de différentes manières, ce qui peut susciter encore plus d'idées.

Enfin, assurez-vous qu'une seule personne parle à la fois. Cela permet de maintenir la session sur la bonne voie et de montrer le respect des idées de l'orateur. Il est très important de vous assurer que vous obtiendrez des résultats solides lors de votre session de réflexion.

2. Réflexion sur le ciel bleu

Dans le cadre de cette méthode, les participants sont invités à diffuser leurs imaginations et à penser sans limites. Ils sont invités à visualiser des scénarios parfaits où tout est possible, en mettant l'accent sur la créativité et l'innovation. Cette stratégie souligne l'importance de générer une multitude d'idées, en encourageant les étudiants à penser de manière divergente et à adopter des concepts non conventionnels. L'accent n'est pas mis sur la faisabilité des idées dans un premier temps, mais sur le volume même des possibilités, en favorisant un environnement dans lequel l'innovation se développe en allant au-delà des limites habituelles. Les étudiants sont motivés pour explorer de nouveaux territoires et réfléchir de manière créative aux défis, ce qui en fait un excellent exercice pour développer les compétences en matière de résolution de problèmes et encourager un état d'esprit de croissance parmi les jeunes apprenants.

3. Premiers principes

Cette méthode de création d'idées consiste à décomposer un problème dans ses parties centrales, à examiner de manière critique les hypothèses et à élaborer des solutions à partir des bases. Les étapes essentielles sont les suivantes:

Déconstruction: Identifier et ventiler les éléments clés d'un problème ou d'un scénario.

Hypothèses de contestation: S'interroger de manière critique sur les croyances qui entourent le problème afin d'encourager de nouveaux points de vue.

Reconstruction: Mettre au point des solutions fondées sur les enseignements tirés de la réévaluation des aspects fondamentaux, qui débouchent souvent sur des résultats créatifs et innovants.

Cette approche améliore la compréhension approfondie des défis et stimule la résolution des problèmes inventive en élaborant des solutions fondées sur des vérités fondamentales. Elle est particulièrement efficace pour favoriser les compétences en matière de pensée analytique et créative, car elle incite les participants à regarder au-delà de la compréhension au niveau de la surface et à reconstruire des solutions à partir des principes fondamentaux.

4. Rôle à jouer

Cette stratégie de génération d'idées utilise le jeu de rôle pour aider les membres de l'équipe à adopter des perspectives uniques et à stimuler la créativité. Voici comment cela fonctionne:

Attribution de rôles: Chaque membre de l'équipe assume un rôle spécifique lié au problème ou au scénario en question. Ces rôles sont définis de manière à englober différents points de vue dans le contexte du défi.

Adoption en perspective: Les participants s'engagent pleinement dans leur rôle, en adhérant aux pensées, aux points de vue et aux émotions qui les accompagnent. Cette immersion profonde permet de voir le problème sous de nouveaux angles.

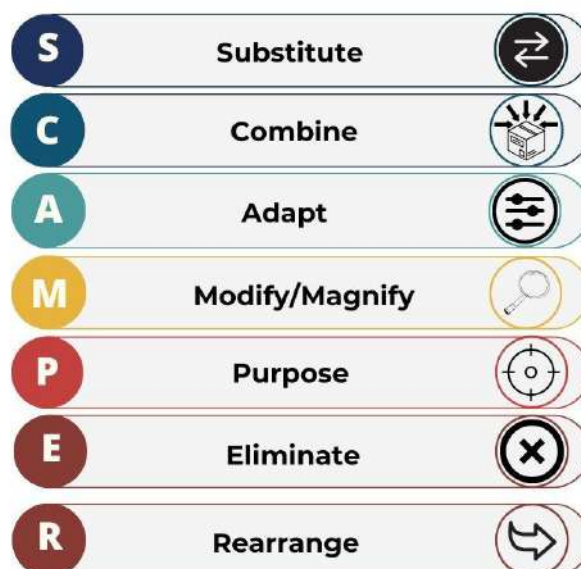
Dialogue interactif: Au fur et à mesure que les membres de l'équipe interagissent et discutent dans le cadre de leurs rôles, ils commencent naturellement à découvrir de nouvelles idées et idées. Ce processus débouche souvent sur des solutions créatives et non conventionnelles qui pourraient ne pas s'inscrire dans une séance de réflexion traditionnelle.

Extraction de réflexion et d'innovation: Après le jeu de rôle, tout le monde se réunit pour réfléchir à l'expérience et identifier les idées innovantes qui ont émergé. Cette étape est cruciale pour traduire le jeu de rôle imaginaire en solutions exploitables.

Le jeu de rôle encourage les participants à dépasser leurs modes habituels de pensée, en favorisant une approche vivante et expérimentale de la résolution des problèmes. En explorant différentes identités et points de vue, les membres de l'équipe peuvent découvrir des solutions inattendues, ce qui rend cette technique particulièrement efficace pour stimuler la créativité et la pensée dynamique dans les contextes de groupe.

5. Technique du clapet

Il s'agit d'un excellent moyen de modifier les idées, les concepts ou les processus existants. L'idée sous-jacente est d'apporter des modifications spécifiques à l'idée ou au processus actuel afin d'obtenir le meilleur résultat possible. Scclar est un acronyme qui désigne: Remplacer, combattre, adapter, modifier/agrandir, viser, éliminer/réduire au minimum et réorganiser/réorienter.



Chaque étape implique:

Suppléant: Pensez à échanger des parties d'une idée existante avec des solutions de remplacement pour enclencher différentes possibilités. Il peut s'agir de changements de matériaux, de méthodes ou même de résultats pour voir comment ces modifications peuvent offrir de nouvelles solutions. Vous pouvez demander «Que se passe-t-il si je remplace X par Y?».

Combiner: Prenez des éléments de différentes idées et les mélangez-les pour former une solution composite. Cette approche hybride peut intégrer les points forts de différents concepts, conduisant à des résultats innovants. Vous pouvez demander «Que se passe-t-il si je combine X et Y?».

Adapter: Adapter les idées actuelles afin de mieux répondre à des questions spécifiques. Les dispositifs ou processus de tweing peuvent mieux adapter les solutions aux besoins du problème. Vous pouvez demander «Que dois-je changer pour adapter le plan à un contexte différent?».

Modifier: Expérimenter la modification des caractéristiques physiques d'un idéal, telles que sa taille, sa forme ou sa couleur, afin d'explorer diverses versions et améliorations. Cela peut aider à visualiser de nouvelles possibilités et de nouvelles applications. Vous pouvez demander «Que puis-je modifier pour créer davantage de valeur sur ce plan?».

Autre finalité/utilisation: Envisager différentes applications ou utilisations pour une idée existante. La réaffectation d'un concept peut conduire à des innovations inattendues et étendre son utilité. Vous pouvez demander «Quelles autres utilisations le projet peut-il avoir?».

Éliminer: Rationaliser une idée en supprimant les éléments redondants ou non essentiels. Cette simplification conduit souvent à une solution plus efficace et plus ciblée. Vous pouvez demander «Que puis-je retirer du projet pour le rendre plus simple?».

Inversion/Réorganiser: Regardez l'idée sous un angle différent en inversant ses composants ou en réorganisant ses marches. Cela peut révéler des failles ou des possibilités cachées, en fournissant de nouvelles informations sur les améliorations potentielles. Vous pouvez demander «Comment repenser le plan pour le rendre plus efficace?».

Chacune de ces étapes encourage une refonte dynamique des idées actuelles, facilitant la résolution de problèmes créatifs en reconfigurant, affinant et réimaginant les concepts de différentes manières. Cette technique vous aide à réfléchir de manière nouvelle à votre projet. Chaque question vous amène à réfléchir plus profondément au problème et à envisager de nouvelles possibilités. Par exemple, si vous souhaitez faire une boussole de randonnée, vous pourriez vous demander «Que faire si j'ai utilisé des matériaux respectueux de l'environnement?».

6. Storyboarding («storyboarding»)

Un excellent moyen d'obtenir des idées est de créer une histoire visuelle. Dans le cadre de cette approche, l'équipe travaille ensemble pour créer une histoire visuelle qui montre comment l'idée se déroulera pas à pas. Cette cartographie visuelle vous permet de découvrir comment une idée se développe et évolue au fil du temps. Lorsque vous présentez un concept visuellement, il est plus facile pour l'équipe de collaborer, d'affiner et d'améliorer la clarté et l'impact des idées présentées. Cette technique transforme les réflexions abstraites en représentations visuelles tangibles, ce qui facilite la présentation d'idées créatives qui évoluent et deviennent plus concrètes grâce à l'effort collectif de construction d'un récit visuel commun.

7. Remise en question des hypothèses

Cette technique consiste à repenser et à remettre en question ce que vous savez pour trouver de nouvelles façons de regarder les choses. Au lieu d'accepter simplement les idées habituelles sur un

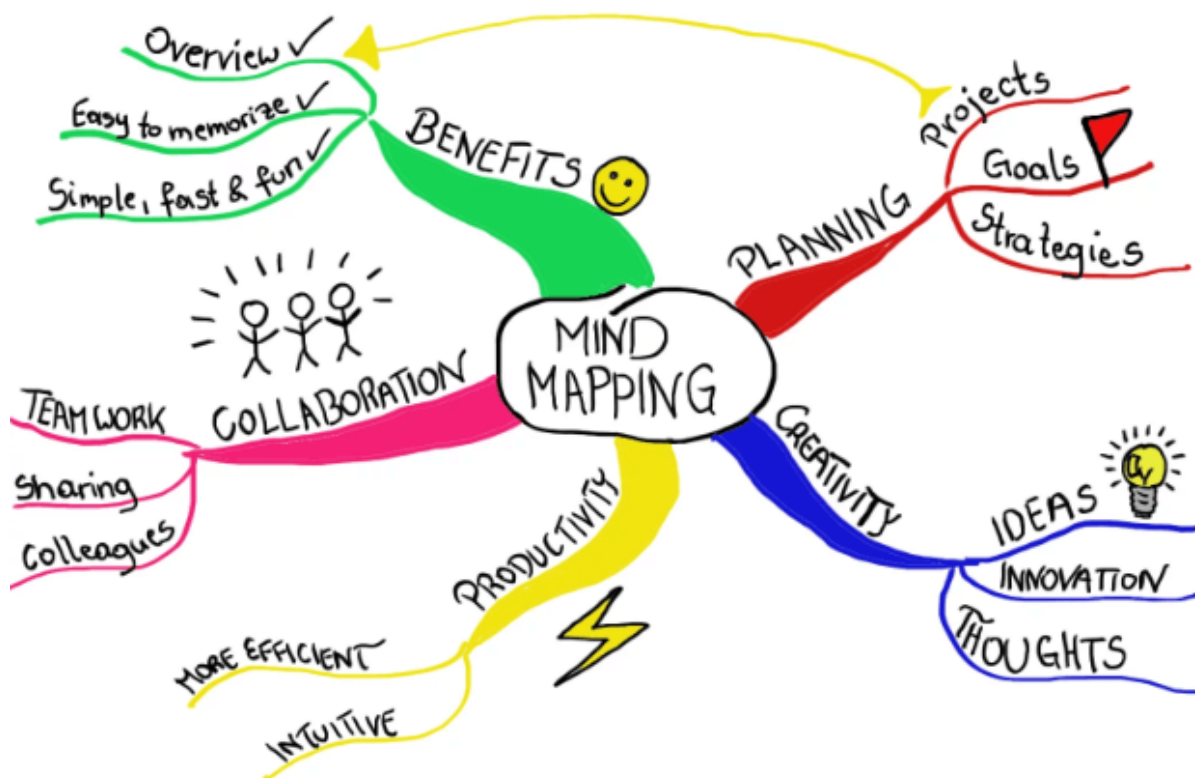
problème ou une situation, cette approche vous encourage à douter de ces idées et à les examiner de près. Lorsque vous contestez ces croyances, vous pouvez trouver de nouveaux moyens de voir les défis ou les problèmes et de trouver des solutions créatives. Ce changement de perspective vous aide souvent à voir ce que vous avez peut-être manqué. Le processus vous aide non seulement à mieux comprendre, mais aussi à penser de nouvelles manières.

8. Défi des idées

Cette méthode utilise un concours structuré pour amener des équipes ou des individus à penser de nouvelles manières. Dans cet environnement concurrentiel, les participants sont encouragés à proposer des solutions ou des idées pour relever un défi ou un objectif spécifique. Ils disposent d'un certain temps pour proposer et présenter leurs idées, ce qui leur permet de penser rapidement et de travailler dur. Grâce au concours, ils se propagent et pensent de nouvelles manières, ce qui donne lieu à de nombreuses idées différentes sur la manière de relever le défi. La technique «Idea Challenge» utilise l'enthousiasme de la concurrence pour faire en sorte que les gens soient créatifs, en les encourageant à penser en dehors de la boîte et à proposer des solutions originales dans les délais impartis.

9. Cartographie de l'esprit

Cette technique utilise une approche visuelle pour regrouper les idées autour d'un thème central. Elle commence par une idée principale, qui débouche ensuite sur d'autres concepts. Ces concepts sont ensuite divisés en sous-idées, qui sont complétées par des mots-clés. En utilisant différents éléments visuels, cette méthode crée une présentation non linéaire qui encourage la pensée créative et relie différentes idées. En tant qu'outil visuel, il aide les gens à penser de manière plus dynamique, ce qui facilite la présentation de nouvelles idées et la résolution de problèmes.



Pour créer une carte d'esprit, commencez par noter la solution que vous cherchez à développer ou le problème que vous cherchez à résoudre au centre de votre tableau blanc ou de votre morceau de papier. Par exemple, disons que votre objectif est de lancer une ligne de produits respectueuse de l'environnement. Écrivez «Produits respectueux de l'environnement» au centre.

Autour de cette idée centrale, ajoutez des termes ou des éléments connexes qui décrivent ce que vous devez prendre en considération. On peut citer, par exemple, les «matériaux durables», les «fournisseurs locaux» et les «emballages biodégradables».

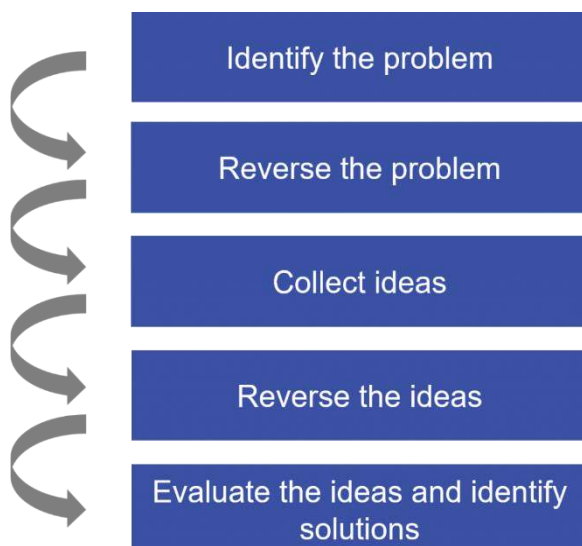
Une fois que vous avez mis en place la couche initiale de votre carte d'esprit, agrandir davantage en ajoutant une deuxième couche qui vous permet d'aborder chacun de ces aspects. Pour les «matériaux durables», vous pouvez ajouter des branches telles que «bambou» ou «plastiques recyclés». Près de «fournisseurs locaux», vous pouvez énumérer les entreprises locales potentielles ou les critères de sélection. Continuez à vous appuyer sur votre carte d'opinion en ajoutant davantage de couches qui détaillent d'autres actions, défis potentiels et solutions. Cette méthode décompose systématiquement la complexité de votre projet, ce qui vous permet de planifier de manière créative et efficace votre

approche du lancement d'une ligne de produits respectueuse de l'environnement. La cartographie conceptuelle est un excellent outil de déballage et d'organisation d'un projet, en particulier un projet qui pourrait sembler écrasant ou anodin dans un premier temps.

10. Sens inverse/Réverse

Cette manière de présenter des idées implique de penser consciemment à l'inverse de ce que vous pensez normalement ou faites pour susciter la créativité. Elle empêche les citoyens de dépasser les modes de pensée habituels. Lorsque les gens tentent de le faire, ils trouvent souvent des solutions inhabituelles et innovantes qui pourraient être manquées lorsque vous le pensez de la manière habituelle. Cette approche encourage un changement de perspective complet, conduisant souvent à de grandes idées et à de nouvelles stratégies de résolution des problèmes.

Disons que vous souhaitez promouvoir un nouveau produit ou service. En tant que marqueur, vous disposez de nombreux canaux différents que vous pouvez utiliser pour diffuser le mot. Mais vous ne savez peut-être pas où commencer. Lors de la réflexion inverse, vous pouvez décider d'éviter d'ajouter des liens vers la page d'accueil, de ne pas la publier sur les médias sociaux et de critiquer ses fonctionnalités.



Ensuite, vous étudierez l'inverse de ces stratégies afin de trouver d'excellents points de lancement pour votre campagne promotionnelle. Il s'agit d'intégrer le produit ou le service dans plusieurs publications de blog, de lancer une campagne Instagram autour de celui-ci et de mettre en évidence ses caractéristiques les plus captivantes. Cette approche offre une nouvelle perspective en flipsant les tactiques promotionnelles classiques, en veillant à ce que votre campagne se distingue et saisisse efficacement l'intérêt du public.

11. L'écoute sociale

L'idée est d'accorder une attention particulière aux plateformes en ligne afin de comprendre ce que les gens disent d'une marque, d'un produit ou d'une industrie. Il est très important pour les entreprises de garder un œil sur ce que les gens disent de leur marque, de leur produit ou de leur industrie sur différentes plateformes en ligne. Il s'agit notamment des médias sociaux, des forums, des blogs et d'autres communautés en ligne. Ils examinent ensuite l'état d'esprit général de ces conversations au moyen d'une analyse du sentiment. Cela les aide à comprendre ce que les clients pensent à eux, à leurs produits ou à leur industrie en général. Elle les aide également à déterminer ce dont leurs clients ont besoin ou souhaitent, et comment ils ont le sentiment des produits ou services qu'ils proposent. Grâce à ces connaissances, les entreprises peuvent modifier leurs stratégies afin de mieux s'aligner sur ce que leurs clients attendent d'elles.

12. Réflexion par analogie

Cette technique aide les gens à formuler des idées en établissant des liens entre des choses qui ne semblent normalement pas être liées. Les équipes commencent par examiner le défi ou l'idée sur lequel elles travaillent et réfléchir à des choses totalement différentes. Ensuite, elles apportent des informations et des solutions provenant de ces autres domaines dans le problème initial. L'utilisation de liens entre différents domaines de pensée aide les gens à trouver de nouvelles manières de voir les choses et les idées en établissant des liens avec les inconnus, élargissant ainsi la portée des solutions potentielles.

13. Six chauves-souris

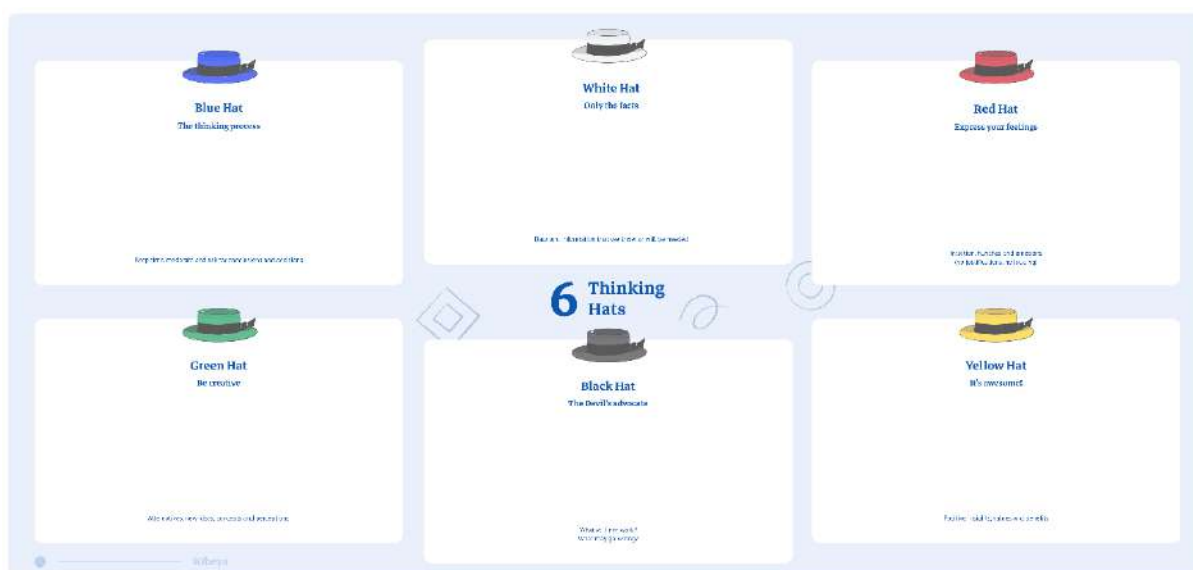
La méthode des «Six Thinking Hats» a été mise au point par Edward de Bono. Il offre une approche structurée de la réflexion et de la prise de décision au moyen d'un système unique de jeu de rôle.

Six perspectives: Cette technique consiste à assigner aux participants des «chapeaux» distincts, chaque chapeau symbolisant un mode de pensée différent: Blanc se concentre sur des faits objectifs, Red explore les émotions et les sentiments, Black examine les écueils potentiels, Yellow met l'accent sur les avantages et les avantages, Green est utilisé pour la pensée créative, et Blue supervise et organise le processus global de pensée.

Orientation séquentielle: En portant un chapeau à la fois, les participants peuvent se concentrer sur un aspect du problème ou de la décision. Cette approche séquentielle pourrait commencer par la collecte de données concrètes sous le chapeau blanc, avant d'explorer les effets émotionnels avec le hat rouge.

Réflexion fondée sur le rôle: Chaque chapeau dirige le processus de réflexion du porteur dans une direction spécifique, ce qui garantit un examen approfondi du sujet ou de la décision sous plusieurs angles. Cette approche fondée sur le rôle permet de découvrir différentes facettes d'un problème ou d'une opportunité.

Réduction des conflits: La méthode des «Six Thinking Hats» contribue à réduire les conflits personnels en structurant la communication autour de rôles de réflexion spécifiques plutôt que d'opinions personnelles. Cela favorise des discussions plus constructives et aboutit à des résultats décisionnels plus équilibrés et bien arrondis.



14. Approche de l'évolution des produits

Suivre les tendances du marché est un excellent moyen d'obtenir de nouvelles idées et de faire avancer le processus d'innovation. L'approche axée sur les tendances des produits consiste à veiller à ce que les stratégies de développement des produits correspondent à ce que les consommateurs veulent aujourd'hui et à l'avenir. Si les entreprises gardent leur doigt sur l'impulsion et se concentrent sur les clients, elles seront mieux à même de proposer de nouvelles idées et de s'adapter au marché en

constante évolution. Cette méthode aide les entreprises à rester pertinentes et compétitives en veillant à ce qu'elles améliorent toujours leurs produits en fonction des souhaits des consommateurs et de leur comportement.

15. Oui, et...

Cette technique est vraiment efficace dans les situations où vous travaillez avec d'autres, créant une atmosphère positive et encourageante qui aide les gens à penser de nouvelles manières.

Les participants commencent par dire «Oui» à des idées ou à des déclarations, en montrant qu'ils sont à leur bord. Ensuite, ils s'appuient sur la conversation en ajoutant de nouvelles idées ou informations («et»).

Cette approche donne à chacun le sentiment d'être soutenu, de sorte que les idées de chacun sont entendues. Elle encourage un flux harmonieux de pensées créatives, libres de discernement, afin de permettre aux citoyens d'échanger librement des idées et de proposer des solutions.

16. Les 5W et H

Les années 5 et la technique H constituent une stratégie de questionnement essentielle pour recueillir des informations détaillées et acquérir une compréhension approfondie de toute situation ou problème. Il s'agit d'examiner six questions essentielles:

OMS: Il s'agit de déterminer qui est impliqué, qu'il s'agisse d'individus ou de groupes, et de veiller à savoir qui sont les parties prenantes ou les participants dans le scénario.

Quoi: Cette question concerne tout le cœur de la question. Elle nous aide à définir clairement le sujet ou l'action au cœur de la discussion, en décrivant clairement ce qui se passe exactement.

Lorsque: Cela nous permet de déterminer précisément où se déroulent les événements et quelles sont les conditions physiques ou environnementales qui y sont présentes.

Quand: Le fait de savoir quand ou quand les événements se sont produits nous aide à comprendre la séquence et le lien de causalité.

Pourquoi: Demander pourquoi nous aide à comprendre les raisons qui sous-tendent les actions.

Comment: Demander comment nous aide à comprendre la mécanique ou les techniques utilisées.

A peu de conseils pour réfléchir à de nouvelles idées commerciales

En ce qui concerne la réflexion, il vaut mieux obtenir de nombreuses idées que quelques bonnes idées. Cela ne signifie pas que la qualité est peu importante, mais une baisse de la qualité à ce stade pourrait vous empêcher de présenter de nouvelles idées. Il suffit donc d'obtenir le plus grand nombre possible d'idées sur la table, car les meilleures idées s'afficheront plus loin.

Si vous souhaitez encourager une véritable ingéniosité et créativité, il est préférable de laisser les gens penser librement pendant la réflexion. Il s'agit de donner la parole à des idées délibérées et d'encourager les citoyens à penser de nouvelles manières. Parfois, les meilleures idées commerciales sont celles que vous n'attendez pas.

Il n'y a pas de mauvaises idées lors d'une session de réflexion. N'oubliez pas que découvrir l'idée d'entreprise parfaite est un processus dont vous devez avoir confiance. Penser à une idée qui pourrait ne pas fonctionner est une étape vers la recherche d'une telle idée. Si vous ne faites que forcer les idées les plus finies à sortir, vous serez bloqué. C'est la raison pour laquelle vous devriez réfléchir librement maintenant et réserver le jugement plus tard.

Dernier point, mais non des moindres, si vous le pouvez, il est toujours judicieux de réfléchir avec au moins une autre personne. Nous pensons tous différemment, il est donc utile d'obtenir la contribution de quelques équipes. Cela vous aide à explorer des idées dont vous pourriez ne pas penser seules.

5.1.2. Construire un modèle commercial Canvas

Une fois que vous avez décidé quel problème environnemental et/ou social vous cherchez à résoudre, choisissez le type et le contenu des activités de l'entreprise que vous souhaitez lancer et définissez clairement ses activités, il est essentiel d'évaluer la **durabilité** de votre modèle d'entreprise. C'est là que le modèle commercial s'avère inestimable.

Le modèle commercial est un cadre simple qui facilite la compréhension des plans d'affaires traditionnels. Il vous aide à identifier les parties les plus importantes de votre entreprise et à les afficher sur une page. Cela permet de voir plus facilement comment tout dans votre entreprise est connecté, de votre valeur à vos clients et comment vous faites de l'argent.

Plus précisément, le modèle commercial est un modèle structuré qui vous aide à obtenir toutes les informations importantes sur un modèle d'entreprise en un seul endroit. La proposition de valeur est au cœur du modèle commercial canvas. Il explique ce que fait votre produit pour les clients. Il s'agit de l'élément constitutif de votre modèle d'entreprise. Vous y trouverez de plus amples informations sur vos activités commerciales et sur vos clients cibles. Les entrées sur la toile sont des hypothèses similaires: compte tenu du marché et de vos clients, votre modèle d'entreprise peut-il fonctionner? L'utilisation de la toile vous aide à évaluer rapidement si votre idée d'entreprise est réalisable.

Il se compose de neuf éléments standard:

- Proposition de valeur
- Des partenaires essentiels
- Principales activités
- Ressources clés
- Segments de clients
- Relations avec la clientèle
- Canaux
- Structure des coûts
- Flux de recettes

La page est divisée en cases et elles sont toujours placées de la même manière. À gauche, ce sont les infrastructures commerciales, c'est-à-dire les partenaires, les activités et les ressources. À droite, ce sont des éléments liés au client, qui comprennent des segments, des relations et des canaux. En bas, on trouve des éléments liés à la finance, tels que les projections financières. Au centre, c'est la proposition de valeur qui lie tout le reste ensemble.

Qu'est-ce qui se passe dans chaque partie de votre modèle commercial?

Proposition de valeur

Que proposez-vous vos clients? Quel est le problème qui les aide à résoudre? Essayez de l'expliquer aussi clairement et brièvement que vous le pouvez (ne cherchez qu'une seule phrase!). C'est votre proposition de valeur. Il doit guider chaque partie de votre plan d'entreprise. Pensez à votre proposition de valeur comme votre étoile nord.

Partenaires clés

Il est rare que vous puissiez gérer vous-même chaque partie de votre entreprise. Vous aurez probablement besoin de l'aide d'autres acteurs, qu'il s'agisse de fournisseurs, de distributeurs ou d'autres types de partenaires. Par exemple, prenez en considération un stand limonade de quartier. Les enfants qui le dirigent ne cultivent pas leurs propres citrons; ils les achètent dans un magasin d'épicerie. Ils peuvent également utiliser une table et des pièges de leurs parents. Dans ce scénario, tant l'épicerie que les parents sont des partenaires clés.

Pour déterminer si quelqu'un est un partenaire clé, demandez simplement: L'entreprise pourrait-elle encore fonctionner sans elles? Si la réponse est «non» et que les choses se distinguent sans leur contribution, elles sont certainement un partenaire clé.

Principales activités

Les activités clés sont les actions que vous devez faire pour faire de votre proposition de valeur une réalité.

Revenons à l'exemple du stand citronnade. Que faut-il faire pour que le stand de la limonade fonctionne? Quelqu'un doit fabriquer la limonade, la servir aux clients et gérer l'argent. Ces tâches sont toutes des activités clés, car elles sont essentielles au fonctionnement du stand.

Pour déterminer si une activité est «essentielle», réfléchissez à la question de savoir si l'entreprise pourrait continuer à fonctionner si cette activité n'était pas réalisée. Si la réponse est «non», il s'agit alors d'une activité clé.

Ressources clés

Lorsque vous énumérez les ressources nécessaires à votre entreprise, pensez au-delà du seul matériel physique. Vous aurez également besoin de personnes (ressources humaines) pour obtenir de l'aide, des connaissances ou de l'expertise (ressources intellectuelles) et de l'argent (ressources financières) pour tout financer. Assurez-vous de prendre en considération tous ces types de ressources car elles sont toutes importantes pour aider votre entreprise à réussir.

Segments de clients

À qui créez-vous votre produit ou service? Par exemple, une personne travaillant sur un stand de limonade ne recherche probablement pas un produit conçu pour les ingénieurs logiciels.

Vos segments de clientèle comprennent toutes les personnes et toutes les entreprises qui bénéficieraient de ce que vous proposez. Pour mieux comprendre qui sont ces personnes, cela pourrait contribuer à créer un personnage d'acheteur, car il s'agit de descriptions détaillées de vos clients idéaux.

Relations avec la clientèle

Une fois que vous savez qui sont vos clients, l'étape suivante consiste à déterminer comment vous interagissez avec eux. Comment communiquerez-vous avec vos clients? Ont-ils besoin d'aide après avoir acheté quelque chose auprès de vous? Pour gérer cette situation de manière efficace, vous pouvez créer une carte de voyage client. Cet outil vous aide à visualiser l'expérience du client du début à la fin, ce qui vous permet d'identifier les interactions clés et de voir comment ces relations évoluent au fil du temps.

Canaux

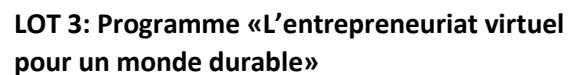
Réfléchissez à la manière dont vous prenez d'abord contact avec des clients potentiels. Vous les contactez-vous par l'intermédiaire des médias sociaux, de l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) ou peut-être lors de conférences? Ces méthodes que vous utilisez pour vous connecter sont appelées vos canaux. En règle générale, alors que les équipes de vente travaillent à l'établissement et au maintien des relations avec les clients, les équipes de marketing gèrent généralement les canaux.

Structure des coûts

La gestion de votre entreprise coûtera certainement plus cher que ce que vous attendiez. Vous devrez dépenser des fonds pour maintenir vos principales activités, ressources et partenariats. Il s'agit notamment de payer les salariés, d'acheter du matériel et d'autres dépenses. L'ensemble de ces coûts correspond à ce que vous appelez votre structure de coûts.

Flux de recettes

Bien entendu, l'objectif n'est pas seulement de dépenser de l'argent, mais aussi de le faire. Pour que votre entreprise soit couronnée de succès, vous devez gagner de l'argent. Vos flux de revenus sont les différents modes de versement de l'argent. Par exemple, vous disposez peut-être d'un service d'abonnement dans le cadre duquel les clients paient régulièrement, ou peut-être vous demandez une redevance unique pour votre produit ou service. Il est important d'identifier et de répertorier toutes les manières dont vous apportez de l'argent, car il est essentiel de disposer d'une planification financière claire et approfondie.



1 Modèle d'entreprise Canvas

2

Partenaires de projet



Le projet Erasmus + «Green & Social StartUps» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.



Business Model Canvas

ABOUT

Company Name:

Your slogan:

KEY PARTNERS

Who are our key partners?

KEY ACTIVITIES

What activities are needed for our value propositions?

VALUE PROPOSITIONS

What value do we deliver to the customer?

CUSTOMER RELATIONSHIPS

What kind of relationship do our customers want us to have with them?

CUSTOMER SEGMENTS

For whom are we creating value?

COST STRUCTURE

What are the main costs in our business?

REVENUE STREAMS

What price are customers willing to pay?

Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)



Co-funded by
the European Union

Partenaires de projet



5.2. Études de marché et planification

5.2.1. Outils et techniques d'analyse de marché

Après avoir analysé en profondeur votre idée d'entreprise, vous avez étudié des dimensions importantes à travers le modèle commercial Canvas, puis vous devez étudier en détail le marché sur lequel vous avez l'intention d'opérer. L'un des meilleurs moyens d'en apprendre davantage sur un marché est de procéder à une **analyse de marché**.

Une analyse de marché consiste à entrer réellement dans un marché spécifique et à l'étudier en profondeur. Il est assez courant que les entreprises procèdent à une analyse de marché avant de lancer un nouveau produit. Ils veulent savoir s'il fera bien sur ce marché ou s'il a besoin de quelques tweaks avant de commencer à le vendre aux particuliers. Ce type d'analyse peut également aider une entreprise à décider si c'est une bonne idée de commencer à faire des affaires sur un nouveau marché. Elle leur donne un recul sur la manière dont les choses y fonctionnent et sur ce que les entreprises font bien.

Pour effectuer une analyse de marché, vous pouvez examiner différents aspects du marché. Il s'agit notamment de vérifier qui y vit (données démographiques), quelles sont les autres entreprises dans l'espace (informations sur les concurrents) et comment ces entreprises font financièrement en comparant leur nombre à d'autres sur le même marché.

L'analyse de marché est vraiment utile pour les entreprises, car elle les aide à faire des choix intelligents quant à l'endroit où orienter leurs futurs efforts commerciaux et leurs stratégies de commercialisation. Par exemple, si une entreprise souhaite lancer un nouveau produit sur son marché actuel, l'analyse de marché peut les aider à déterminer le meilleur moyen de s'assurer que le produit fonctionne bien et qu'il est réellement en relation avec les clients. L'analyse de marché est également très importante pour les entreprises qui envisagent d'entrer sur un nouveau marché. Elle peut donner aux chefs d'entreprise une image claire de la manière dont leurs activités pourraient être menées en examinant les performances des concurrents sur ce marché. De cette manière, ils peuvent prendre des décisions éclairées, étayées par des données solides.

Il existe de nombreuses manières de le faire, de sorte que les entreprises peuvent choisir celle qui leur convient le mieux. Vous pouvez donc choisir quelle méthode vous souhaitez analyser le marché pour

votre idée commerciale. Vous pouvez même utiliser plus d'une méthode pour collecter autant d'informations que vous le pouvez!

1. Études de marché

Un moyen courant d'effectuer une analyse de marché est d'utiliser des enquêtes pour recueillir des informations. Les enquêtes sont un formidable outil permettant d'apprendre directement des clients sur leurs pensées et leurs expériences avec une entreprise ou un produit. Par exemple, une étude de marché peut s'interroger sur leur expérience d'achat, sur la facilité d'utilisation d'un produit ou sur leur degré de satisfaction avec leur achat. Il existe de nombreux types d'enquêtes qu'une entreprise peut mener, et chaque type fournit de nombreuses données qui peuvent être vraiment utiles. Voici quelques exemples d'enquêtes que vous pourriez utiliser pour analyser le marché:

- Enquêtes en présentiel
- Enquêtes par téléphone
- Enquêtes par courrier électronique
- Enquêtes en ligne
- Enquêtes par courrier électronique

2. Entretiens

Les entretiens personnels sont un autre moyen populaire de réaliser des analyses de marché, particulièrement utiles si vous essayez de lancer votre propre entreprise dans un environnement simulé comme nous le faisons. Lors d'un entretien personnel, une entreprise discute directement avec les consommateurs pour en savoir plus sur leurs pensées et leurs expériences. Ces entretiens durent généralement environ une heure et sont souvent enregistrés pour que vous puissiez y revenir et les écouter plus tard. Ils peuvent se produire en personne, par téléphone ou en ligne au moyen d'appels vidéo.

Au cours de ces entretiens, vous commencez généralement par une série de questions spécifiques que vous avez préparées à l'avance. En plus de ces questions, vous pourriez également poser des questions ouvertes qui n'ont pas de réponse fixe, ce qui permet aux gens de partager librement leurs pensées et leurs expériences.

Les entreprises ont recours à des entretiens personnels pour poser les mêmes questions à plusieurs consommateurs. Plus tard, ils examinent les réponses de chacun afin de repérer toute tendance ou tout modèle commun dans ce que les consommateurs disent. Cela permet de comprendre ce qui fonctionne bien et ce qui pourrait nécessiter un changement d'approche ou de produit.

3. Groupes de réflexion

Un groupe de réflexion est un autre outil efficace pour collecter simultanément des informations sur l'analyse de marché auprès de plusieurs consommateurs. Dans un groupe de réflexion, vous réunissez un groupe de consommateurs dans un endroit neutre et menez une discussion sur un produit ou un service spécifique. Cette configuration encourage les clients à partager ouvertement leurs opinions et à apprendre d'autres personnes qui pourraient avoir des expériences ou des points de vue similaires.

4. Observations des clients

Les observations des consommateurs vous aident à comprendre le comportement des clients. Cette méthode consiste à regarder les consommateurs lorsqu'ils achètent ou utilisent un produit. Vous pouvez recueillir des informations impartiales en formulant des observations parce que vous n'interagissez pas avec les clients. Cela vous montre ce que les gens font réellement, et non ce qu'ils disent faire. Cette situation est souvent influencée par leurs émotions ou ce que d'autres disent.

Les entreprises utilisent souvent la vidéo pour observer les clients dans un magasin. Ils regardent la manière dont les clients se déplacent, ce qu'ils achètent et même la fréquence à laquelle ils retournent des articles. Ils passent ensuite en revue les vidéos afin de repérer les modèles et les comportements qui les aident à comprendre leurs clients et à prendre des décisions commerciales plus intelligentes.

5. Essais au champ

Les essais sur le terrain vous aident à comprendre comment un nouveau produit va vendre sur le marché, en particulier lorsque vous lancez une entreprise. Cette méthode consiste à placer le nouveau produit dans quelques magasins pour voir ce que les clients pensent. Vous pouvez recueillir des informations utiles en regardant la manière dont le produit vend en situation réelle. Par exemple, vous pouvez savoir combien de personnes achètent le produit, quels types de clients sont intéressés, si votre prix est correct et si certaines parties du produit doivent être améliorées.

6. Participation aux médias sociaux

Le suivi des médias sociaux est un moyen moderne d'analyser le marché. Les médias sociaux sont de grande taille dans le monde entier, de nombreux utilisateurs parlant de produits et de marques sur différentes plateformes. Le suivi de la manière dont les personnes interagissent avec vos publications vous aide à voir quels sont les efforts de marketing qui fonctionnent et quels sont les produits qui les accompagnent. Ce retour d'information vous aide à planifier de futurs marketing et à voir ce que votre entreprise fait bien en ligne.

Pour suivre l'engagement sur les médias sociaux, vous pouvez consulter la section «Analytique» de vos comptes de médias sociaux. Cela montre combien de personnes interagissent avec vos publications, quels types d'utilisateurs sont les plus engagés et quelles plateformes de médias sociaux sont les plus à l'origine du trafic vers votre entreprise. Ces informations peuvent vous aider à entrer en contact avec votre public et à renforcer la présence en ligne de votre entreprise.

7. Analyse concurrentielle

L'analyse concurrentielle porte sur ce que font les autres entreprises, et non sur ce que les clients disent. Ce processus peut être technique et complexe, de nombreuses entreprises recrutant des experts pour le gérer, en particulier lors de la création d'une entreprise simulée. Une analyse concurrentielle consiste à examiner des produits ou des services similaires et la mesure dans laquelle les entreprises qui les vendent le font. Vous regardez dans quelle mesure ils vendent bien, quelles sont leurs forces et leurs faiblesses, et quelles stratégies elles utilisent, dont vous pourriez tirer des enseignements. Cela vous aide à déterminer comment vous pouvez vous distinguer et faire mieux que eux.

8. Analyse SWOT

Une analyse SWOT vous aide à comprendre votre entreprise, votre produit ou votre service. Vous pouvez l'utiliser pour identifier les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces liées à votre produit ou service. En d'autres termes, une analyse SWOT peut vous aider à voir où vous êtes contre le concours. Pour effectuer une analyse SWOT, vous avez établi un tableau comportant quatre sections: les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces.

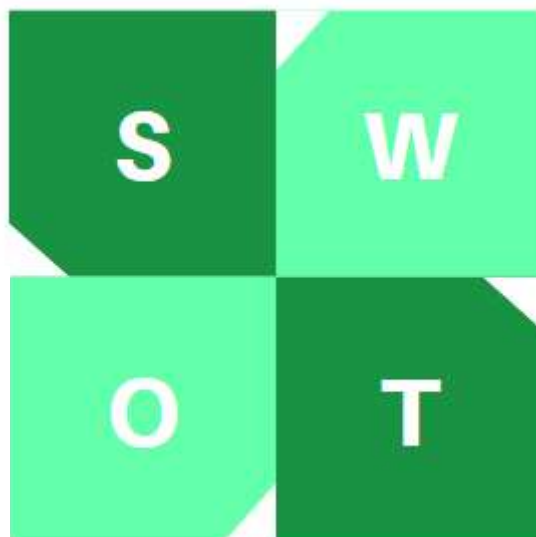
Vous remplissez chaque section avec des informations détaillées sur votre entreprise et vos concurrents. Cela vous aide à hiérarchiser les éléments et les stratégies.

Forces

Que faites-vous bien?
Qu'est-ce qui rend votre
produit/service spécial?

Opportunités

Quels sont vos objectifs?
Les demandes changent-elles?
Comment peut-elle être améliorée?



Faiblesses

Que pouvez-vous faire mieux?
Disposez-vous de ressources
suffisantes? Que peuvent
faire mieux que vous?

Menaces

Quels sont les obstacles?
Quels sont les facteurs
échappant à votre contrôle?

5.2.2. Élaboration d'un plan d'entreprise fiable

Maintenant que vous avez soigneusement réfléchi dans le cadre de vos activités commerciales et examiné certaines des questions clés, il est temps d'avancer dans l'élaboration d'un plan d'entreprise qui aborde clairement toutes les dimensions de votre entreprise.

En d'autres termes, un plan d'affaires est un document écrit qui décrit l'objet de votre activité, la manière dont il prévoit de faire de l'argent et qui est vos clients. Lorsque vous créez votre propre entreprise simulée, la création d'un plan d'entreprise peut vraiment vous aider à comprendre vos objectifs et à organiser vos démarches pour les atteindre. Vous pouvez également présenter votre plan d'entreprise aux investisseurs potentiels afin de prouver que vous avez mis en place un plan solide.

Mais n'oubliez pas que les plans d'affaires ne sont pas gravés dans la pierre; elles sont censées évoluer. En particulier pour les jeunes pousses, il est courant de mettre à jour votre plan d'entreprise, car vous en apprendrez davantage sur vos clients et sur les produits ou services dont ils ont réellement besoin. Cette flexibilité peut vous aider à adapter vos stratégies à mesure que votre entreprise se développe et change.

Nous savons que l'élaboration d'un plan d'entreprise peut sembler une tâche énorme, mais c'est un excellent moyen de faire passer vos idées sur papier et de commencer à les concrétiser, en particulier si vous êtes un étudiant qui essaie de lancer une entreprise simulée. Voici comment développer votre propre plan d'entreprise étape par étape:

1. Résumé

Commencez par un résumé. Pensez à ce qu'il s'agisse d'une sorte de instantané de l'ensemble de votre entreprise. Donnez un bref aperçu de ce que votre entreprise fait et de ce que vous souhaitez réaliser. Même s'il arrive en premier, il est généralement plus facile d'écrire cette dernière partie, une fois que vous aurez trouvé tous les détails.

2. Description des activités:

Fournissez ensuite une description détaillée de votre entreprise. Expliquez le type d'entreprise que vous créez, les produits ou services que vous proposez et ce qui rend votre entreprise unique. Pensez à ce que vous souhaitez que votre entreprise soit connue et quelles valeurs vous souhaitez défendre.

3. Analyse de marché:

C'est là que vous apprenez à connaître vos clients potentiels, vos concurrents et le marché dans son ensemble. Il est important de montrer que vous avez fait votre travail et de comprendre où votre entreprise s'insère sur le marché. Vous pouvez inclure des données sur la démographie des clients, les tendances du marché et l'analyse des concurrents.

4. Organisation et gestion:

Nous devons savoir comment votre entreprise sera structurée et qui la gérera. Cette partie doit contenir des informations sur la structure juridique de votre entreprise (par exemple, s'il s'agit d'une entreprise individuelle, d'une société de personnes ou d'une société). En outre, créer un organigramme qui indique qui est responsable de quoi. Si ce n'est que vous, expliquez comment vous prévoyez de gérer différentes tâches.

5. Ligne de service ou de produit:

Qu'est-ce que vous vendez ou proposez-vous? Fournissez des détails sur vos produits ou services. Expliquez les avantages de ce que vous proposez, détaillez le cycle de vie des produits et discutez des activités de recherche et de développement qui pourraient être pertinentes.

6. Stratégie de commercialisation et de vente:

Comment allez-vous attirer et retenir les clients? Cette section doit décrire vos stratégies d'entrée sur le marché, de tarification de vos produits ou services, de promotion de votre entreprise et de vente. Soyez précis sur les types d'outils de marketing que vous utiliserez, tels que les médias sociaux, les dépliants ou les campagnes de courrier électronique.

7. Demande de financement:

Si vous souhaitez obtenir un financement, précisez le montant dont vous aurez besoin au cours des cinq prochaines années et dans quel cas il sera utilisé. Indiquez si vous avez besoin d'emprunts ou de fonds propres, les conditions que vous souhaiteriez appliquer et la durée de votre demande de financement.

8. Prévisions financières:

Convaincre vos lecteurs que votre entreprise réussira financièrement. Fournir des projections financières qui incluent les comptes de résultat futurs, les bilans, les états des flux de trésorerie et les budgets des dépenses en capital. Si vous disposez de données de quelques mois de fonctionnement de l'entreprise ou d'entreprises antérieures, veuillez les inclure ici pour étayer vos projections.

9. Annexe:

Un appendice est facultatif, mais il est pratique de s'en tenir à toute pièce justificative pertinente. Vous pouvez inclure des reventes, des permis, des baux ou d'autres documents juridiques, en fonction de ce qui est pertinent pour votre plan.

Un plan d'entreprise vous aide à gérer votre entreprise et à montrer aux investisseurs ou prêteurs potentiels les raisons de son succès. Assurez-vous que vous êtes clair sur ce que vous dites et que vos objectifs sont réalistes. Ce plan peut changer au fur et à mesure de la croissance de votre entreprise. Vous pouvez donc y revenir et l'adapter facilement. Vous pouvez ainsi vous adapter aux changements et continuer à aller de l'avant.

Vous pouvez utiliser le modèle de plan d'entreprise suivant en créant un fichier contenant les sections suggérées et en essayant de répondre aux questions de chaque section.

Partenaires de projet

142



Modèle de plan d'entreprise

1. Synthèse

- Quel est le nom de votre entreprise?
- Quels produits ou services proposez-vous?
- Qu'est-ce que votre déclaration de mission?
- Quels sont vos buts et objectifs commerciaux?
- Qui sont les fondateurs et quel est leur parcours professionnel?

2. Description de l'entreprise

- Quel type de structure d'entreprise avez-vous choisi (entreprise individuelle, société en nom collectif, société en nom collectif)?
- Quels sont les besoins de votre entreprise?
- Pourquoi votre entreprise réussira-t-elle?
- Qui sont vos clients potentiels?
- Quel est votre modèle d'entreprise (comment allez-vous faire de l'argent)?

3. Analyse du marché

- Qui est votre marché cible (âge, lieu, sexe, niveau de revenu)?
- Quelles sont les tendances actuelles dans votre industrie?
- Qui sont vos concurrents? Quels sont leurs atouts et leurs points faibles?
- Quelle est votre part de marché potentielle?
- Comment vous différenciez-vous des concurrents?

4. Organisation et gestion

- Quelle est la structure organisationnelle de votre entreprise?
- Qui sont les principaux membres de l'équipe et quels sont leurs rôles?
- Quelle expérience pertinente chaque membre de l'équipe apporte-t-il à l'entreprise?
- Y a-t-il des conseillers ou des consultants?

5. Ligne de service ou de produit

- Quels sont les détails des produits ou services que vous envisagez de vendre?
- Quels sont les avantages de vos produits ou services pour le client?

Partenaires de projet

143



- Quel est le cycle de vie du produit?
- Disposez-vous de brevets ou de droits d'auteur?
- De futurs produits ou services sont-ils prévus?

6. Stratégie de commercialisation et de vente

- Comment allez-vous attirer et retenir les clients?
- Quelles sont vos stratégies de marketing et de promotion?
- Quelles tactiques de vente utiliserez-vous?
- Comment placerez-vous votre produit ou service sur le marché?
- Quels canaux utiliserez-vous pour atteindre vos clients (en ligne, avant de stocker, vente par correspondance)?

7. Demande de financement

- Quel montant de financement avez-vous besoin pour démarrer ou développer votre entreprise?
- À quoi utiliserez-vous le financement?
- Sur quelle période le financement sera-t-il utilisé?
- Êtes-vous à la recherche d'un financement par emprunt ou sur fonds propres?
- Quelles sont vos conditions de remboursement?

8. Prévisions financières

- Quelles sont vos prévisions de recettes pour les 1 à 5 prochaines années?
- Quelles sont vos prévisions de dépenses pour les 1 à 5 prochaines années?
- Inclure les comptes de résultat prévisionnels, les bilans, les états des flux de trésorerie et les budgets des dépenses en capital.
- Comment gèrerez-vous les flux de trésorerie afin de garantir la viabilité des activités commerciales?

9. Appendice

- Indiquez toute information supplémentaire qui contribue à soutenir votre plan d'entreprise.
- Ajouts possibles: reprise des principaux membres de l'équipe, accords juridiques, dessins techniques, matériel marketing, tableaux financiers détaillés.

5.3. Mise en œuvre et gestion

Maintenant que chacune de ces entreprises a été pleinement constituée, il est temps qu'elles mettent en œuvre leurs activités. Les enseignants et les étudiants peuvent mettre en œuvre les techniques et activités proposées ci-après afin de lancer l'interaction entrepreneuriale au sein des groupes et des entreprises concernées.

5.3.1. Jeu de rôle: Gestion d'une activité virtuelle

Le jeu de rôle est une méthode d'apprentissage efficace qui permet aux apprenants de tester leurs connaissances, leurs compétences et leurs aptitudes en résolvant des problèmes dans des situations spécifiques. Il s'agit d'un outil précieux pour améliorer la communication, la compréhension de concepts complexes et la prise de décision. Le jeu de rôle permet aux étudiants de tester leurs connaissances, leurs compétences et leurs aptitudes en résolvant des problèmes dans des situations concrètes. Elle permet également aux étudiants d'acquérir une expérience pratique dans un environnement sûr, en les préparant à des scénarios concrets. Qu'il s'agisse du service à la clientèle, des ventes, de la résolution des conflits ou de la formation au leadership, le jeu de rôle est un moyen d'inciter les étudiants à acquérir une expérience pratique dans un environnement sûr, en les préparant à des scénarios concrets (Gadson, 2024).

Techniques et approches

Le jeu de rôle peut être appliqué de différentes manières, et les techniques et approches utilisées peuvent être adaptées à différents contextes d'éducation ou de formation. Plus précisément:

1. Jeu de rôle structuré

Cette approche implique des rôles et des scénarios spécifiques prédéfinis par l'enseignant, qui joue le rôle de facilitateur. Chaque participant se voit attribuer un rôle qui s'accompagne d'un ensemble d'objectifs, d'informations générales et de défis potentiels auxquels il pourrait être confronté. Les scénarios sont conçus pour reproduire des situations réelles qui pourraient se produire sur le lieu de travail ou dans les interactions sociales. Cette méthode est un moyen efficace pour les étudiants d'exercer des compétences particulières telles que la négociation, les ventes ou les interactions entre services à la clientèle.

2. Jeu spontané

Le jeu de rôle spontané est un outil puissant pour évaluer et développer les compétences de réflexion rapide et la capacité d'adaptation. Contrairement à la pratique structurée de jeu de rôle, elle n'implique pas de scénarios ou de rôles prédéterminés. Au lieu de cela, les participants reçoivent une situation sur place et doivent réagir sans préparation préalable. Ce type de jeu de rôle est inestimable pour ceux qui doivent gérer des situations imprévues, telles que les services d'urgence ou les plaintes des clients.

3. Jeu de rôle inversé

Le jeu de rôle inverse est une technique qui permet aux participants d'aller en dehors de leurs zones de confort et d'explorer différents points de vue. Il s'agit d'un moyen efficace de gagner de l'empathie, ce qui est essentiel pour les rôles qui impliquent d'interagir avec d'autres et de fournir un excellent service à la clientèle. Imaginez qu'un dirigeant assume le rôle d'un employé ou d'un représentant du service à la clientèle qui joue un rôle de client insatisfait. De cette manière, les participants peuvent comprendre différents points de vue et développer les compétences nécessaires à l'établissement de relations solides et au service à la clientèle.

4. Jeu de circuits guidés

Cette méthode combine jeu de rôle et apprentissage réfléchissant guidé. Les participants étudient les rôles et les scénarios avec un minimum d'orientations de la part du facilitateur, qui dirige la discussion et l'exploration sans donner d'instructions directes. Cette approche encourage les apprenants à découvrir des comportements et des solutions grâce à leurs interactions et à leurs expériences dans le cadre du jeu de rôle, ce qui les aide à mieux comprendre et à se souvenir des enseignements qu'ils enseignent.

5. Jeu de rôles en plusieurs étapes

Le jeu de rôle en plusieurs étapes est une technique dans laquelle des scénarios se développent au fil du temps, souvent sur plusieurs sessions. Cela permet aux participants de jouer un rôle et de s'adapter à l'évolution de la situation dans la même histoire. Elle est particulièrement efficace pour une formation complexe qui nécessite de comprendre les conséquences à long terme et d'élaborer des stratégies au fil du temps.

6. Jeu de rôles en ligne

Les plateformes éducatives numériques étant devenues plus populaires, le jeu de rôle en ligne est devenu un excellent moyen d'apprendre. Les participants peuvent participer à des jeux de rôle par l'intermédiaire de forums, de vidéoconférences ou de logiciels spécialisés simulant des environnements virtuels. Le jeu de rôle en ligne permet aux élèves d'interagir de nouvelles manières et peut inclure des élèves de différents établissements et lieux, ce qui rend l'expérience encore plus riche.

7. Jeu de rôle de l'évaluation

Cette approche utilise le jeu de rôle pour évaluer les compétences, les capacités de prise de décision et la manière dont les élèves appliquent leurs connaissances dans une situation pratique. Les enseignants regardent le jeu de rôle et donnent un retour d'information sur la base de critères définis. Cette méthode est souvent utilisée dans le cadre de l'examen des performances.

Mise en œuvre pratique

L'exercice suivant vise à associer les étudiants à la gestion d'une entreprise virtuelle axée sur des initiatives écologiques ou sociales.

La durée: Environ 3 à 4 heures, idéalement organisées sur deux sessions de classe.

Matériaux nécessaires:

- Tableaux blancs et marqueurs.
- Ordinateurs avec accès à l'internet pour chaque groupe.
- Cartes de rôle détaillant les responsabilités (pour en savoir plus après la description de l'exercice).
- Fiches de scénario pour les conditions commerciales initiales (en savoir plus après la description de l'exercice).
- Formulaire de retour d'information pour les évaluations.

Instructions de mise en place:

1. Formation de l'équipe et attribution du rôle:

Veiller à ce que chaque groupe agisse en tant qu'équipe de gestion d'une entreprise virtuelle distincte, basée sur les entreprises que les étudiants ont créées. L'entreprise pourrait soit se concentrer sur la vente de produits respectueux de l'environnement, soit sur la fourniture de services ayant une incidence sociale.

Attribuer des rôles spécifiques au sein de chaque groupe, en veillant à ce que tous les aspects d'une entreprise soient couverts: Directeur général, directeur du marketing, gestionnaire des opérations, représentant du service à la clientèle, responsable de la durabilité ou de l'impact social, et potentiellement gestionnaire financier pour le traitement des budgets et des prévisions.

2. Descriptions de rôle élargies:

- **PDG:** Supervise la stratégie globale et veille à l'alignement de l'équipe sur les objectifs de l'entreprise.
- **Responsable marketing:** Stratégies de marketing artisanales, gestion de la publicité et de l'engagement sur les médias sociaux.
- **Gestionnaire des opérations:** Gère la production, l'inventaire et la logistique, négocie avec les fournisseurs.
- **Représentant du service clientèle:** Gère les demandes et les retours d'information des clients et garantit des niveaux de satisfaction élevés.
- **Responsable de la durabilité/de l'impact social:** Guide la mission éthique de l'entreprise, propose des pratiques durables ou des programmes sociaux.
- **Gestionnaire financier:** Gère les comptes financiers, la budgétisation et les études de faisabilité économique.

3. Première note d'information:

Fournir à chaque équipe une fiche de scénario décrivant la situation actuelle de son entreprise, y compris les performances du marché, le retour d'information des clients et une liste des défis nécessitant des réponses stratégiques.

Flux d'activité:

1. Recherche et développement stratégique (60 minutes):

Chaque équipe étudie les pratiques efficaces et les tendances du marché liées à son type d'entreprise. Ils élaborent un plan stratégique pour relever les défis présentés dans leur scénario initial.

2. Simulation détaillée de la procédure de roulement (90 minutes):

Organiser des séances approfondies de jeu de rôle au cours desquelles les équipes sont confrontées à divers scénarios opérationnels simulés:

- **Crise de la chaîne d'approvisionnement:** Une pénurie soudaine de matériaux durables oblige les équipes à négocier avec de nouveaux fournisseurs ou à innover des solutions alternatives.
- **Défi du service à la clientèle:** Gérer un scénario dans lequel un lot de produits reçoit un retour d'information largement négatif, nécessitant un service immédiat à la clientèle et une gestion des relations publiques.
- **Lancement de la commercialisation:** Introduire une nouvelle gamme de produits et concevoir une campagne de marketing qui mette l'accent sur les avantages écologiques ou l'impact social du produit.
- **Dilemma FINANCIÈRE:** Remédier aux déficits financiers imprévus au moyen de mesures de réduction des coûts, de demandes de financement supplémentaires ou de pivots stratégiques.

Chaque membre agit en fonction de son rôle, prend des décisions et interagit avec des parties prenantes simulées telles que les clients, les fournisseurs et les médias.

3. Présentation de la stratégie et retour d'information par les pairs (60 minutes):

Les groupes présentent leurs stratégies commerciales et discutent de la manière dont ils ont géré les scénarios de jeu de rôle. Chaque groupe fournit un retour d'information sur les performances d'un autre groupe sur la base de la créativité, de l'alignement éthique et de la résolution de problèmes.

4. Compte rendu et réflexion (30 minutes):

Discutez des stratégies qui ont bien fonctionné, qui ont été moins efficaces, et des enseignements tirés des pratiques commerciales éthiques.

Évaluation:

Évaluer les équipes sur la base de la faisabilité et de la créativité de leurs stratégies commerciales, de l'efficacité de leurs interactions de rôle et de leur capacité à intégrer des préoccupations en matière de durabilité ou de société.

Extension:

Les élèves peuvent affiner leurs stratégies sur la base d'un retour d'information et simuler d'autres scénarios à l'aide d'un outil de simulation d'entreprise en ligne pour voir de manière dynamique les résultats de leurs décisions.

Cartes de rôle pour la simulation des activités virtuelles

Les cartes de rôle suivantes devraient être distribuées aux élèves avant le début de la simulation afin de leur permettre de se familiariser avec leurs tâches et responsabilités spécifiques. Encourager les étudiants à incarner pleinement leur rôle, étant donné que la compréhension et l'exercice de ces responsabilités seront essentiels à la réussite de leur activité virtuelle.

1. PDG (directeur général) — Responsabilités:

- Superviser la stratégie et les opérations commerciales globales.
- Prendre des décisions finales sur tous les aspects de l'entreprise.
- Diriger les réunions de l'équipe et veiller à ce que tous les services soient alignés sur les buts et les objectifs de l'entreprise.

- Représenter l’entreprise dans les communications externes et lors des réunions des parties prenantes.
- Surveiller la santé financière de l’entreprise et rechercher des possibilités de financement.

2. Responsable marketing — Responsabilités:

- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de commercialisation afin d’améliorer la notoriété de la marque et la part de marché.
- Gérer les campagnes publicitaires et assurer la coordination avec les médias.
- Superviser la présence sur les médias sociaux et les efforts de marketing numérique direct.
- Analyser les tendances du marché et adapter les stratégies de commercialisation en conséquence.
- Dialoguer avec les clients pour comprendre leurs besoins et leurs préférences.

3. Gestionnaire des opérations — Responsabilités:

- Gérer les opérations quotidiennes de l’entreprise.
- Superviser la production, la gestion des stocks et les opérations de la chaîne d’approvisionnement.
- Négocier avec les fournisseurs afin de garantir les meilleurs prix et conditions.
- Veiller à ce que toutes les opérations respectent les normes juridiques et environnementales.
- Mettre en œuvre des améliorations de l’efficacité dans l’ensemble des processus de production.

4. Représentant du service clientèle — Responsabilités:

- Traiter les demandes et les plaintes des clients.
- Fournir des informations détaillées sur les produits et les services aux clients.
- Maintenir un niveau élevé de satisfaction des clients grâce à un excellent service.
- Tenir un registre détaillé des interactions et des transactions avec les clients.

Partenaires de projet

151



- Analyser le retour d'information des clients et se coordonner avec d'autres équipes afin d'améliorer l'offre de produits.

5. Responsable de la durabilité ou de l'impact social — Responsabilités:

- Élaborer des stratégies pour intégrer des pratiques durables dans tous les aspects de l'entreprise.
- Assurer le suivi de l'impact social de l'entreprise et en rendre compte.
- Collaborer avec l'équipe opérationnelle pour s'assurer que les produits et les processus sont respectueux de l'environnement.
- Former les membres de l'équipe à la durabilité et à la responsabilité sociale.
- Dialoguer avec les organisations communautaires et les initiatives visant à renforcer l'impact social de l'entreprise.

6. Gestionnaire financier — Responsabilités:

- Gérer les comptes financiers et le budget de l'entreprise.
- Préparer des états financiers et des rapports.
- Analyser les données financières et fournir des informations sur la réduction des coûts et l'augmentation des recettes.
- Veiller au respect de la réglementation et des normes financières.
- Assister le directeur général dans la planification financière et la prise de décision.

Exemples de fiches de scénario pour les conditions commerciales initiales

Les scénarios suivants peuvent servir d'exemples et servir de toile de fond pour les activités de chaque groupe, en jetant les jalons des défis et des opportunités qu'ils rencontreront au cours de la simulation.

Scénario 1: Ligne d'habillement respectueuse de l'environnement

- **Contexte commercial:** Vous êtes l'équipe de gestion d'une start-up axée sur la production de vêtements durables et respectueux de l'environnement. Vos produits sont fabriqués à partir de coton biologique et de matériaux recyclés.
- **Situation actuelle:** L'entreprise est opérationnelle depuis un an et a gagné en popularité au niveau local. Toutefois, vous avez du mal à développer la production et à maintenir la rentabilité en raison des coûts élevés des matières premières.

- **Défis:**

Trouver des matériaux abordables et durables.

Le marché en expansion s'étend au-delà de la communauté locale.

Différencier votre marque sur un marché encombré.

Scénario 2: Gadgets Store alimenté par l'énergie solaire

- **Contexte commercial:** Votre entreprise est spécialisée dans les gadgets solaires, tels que les chargeurs, les luminaires et les petits appareils ménagers. Vous avez pour objectif de promouvoir des solutions plus propres en matière d'énergies renouvelables.
- **Situation actuelle:** Les ventes sont stables, mais la concurrence des grands fabricants d'électronique s'intensifie. Il est nécessaire d'innover pour rester pertinent et attrayant pour les consommateurs respectueux de l'environnement.

- **Défis:**

Innover les produits pour rester à l'avant-garde de la concurrence.

Sensibiliser les consommateurs aux avantages de l'énergie solaire.

Gérer les coûts tout en s'approvisionnant en composants solaires de haute qualité.

Scénario 3: Service de souscription d'aliments biologiques

- **Contexte commercial:** Vous exploitez un service d'abonnement à la nourriture biologique qui fournit des produits frais et d'autres produits biologiques directement aux portes des consommateurs.
- **Situation actuelle:** Si l'on s'intéresse de plus en plus aux denrées alimentaires biologiques, les problèmes logistiques liés à la distribution des denrées alimentaires et au maintien de la fraîcheur des produits ont une incidence sur la satisfaction des consommateurs.
- **Défis:**

Améliorer la logistique de la livraison des denrées alimentaires afin de garantir la fraîcheur des produits.

Approvisionnement en produits biologiques à un niveau modulable.

Construire une marque qui résonne aux consommateurs soucieux de la santé.

Scénario 4: Entreprise d'emballage réutilisable

- **Contexte commercial:** Votre entreprise produit des solutions d'emballage réemployables visant à réduire les déchets plastiques. Vos produits comprennent des sacs à provisions réutilisables, des conteneurs et des distributeurs rechargeables.
- **Situation actuelle:** La prise de conscience de la pollution par les plastiques suscite de l'intérêt pour vos produits, mais les concurrents plus importants disposant de plus de ressources constituent une menace pour votre part de marché croissante.
- **Défis:**

Concurrence avec des entreprises plus grandes et plus établies.

Encourager un plus grand nombre de consommateurs à passer à des options réutilisables.

L'innovation dans la conception des produits afin d'accroître l'attrait des consommateurs.

Scénario 5: Café des entreprises sociales

- **Contexte commercial:** Vous dirigez un café qui emploie des sans-abri et leur donne la possibilité de reconstruire leur vie. Le café sert le café bio, le café du commerce équitable et les pâtisseries d'origine locale.
- **Situation actuelle:** Le café est devenu un pôle communautaire, mais les coûts de fonctionnement sont élevés et le financement est limité. Vous devez trouver un équilibre entre la mission sociale et la viabilité financière.

- **Défis:**

Trouver un équilibre entre la mission sociale et la rentabilité.

Assurer un financement ou un parrainage continu.

Élargir la portée et l'influence du café au sein de la communauté.

5.3.2. Exercices décisionnels: Scénarios réels

Pour chaque scénario convenu, les étudiants devraient être répartis en groupes, chaque membre adoptant un rôle commercial différent ou une perspective de parties prenantes différente. Ils devraient utiliser les faits, la recherche et la pensée créative pour faire valoir leurs positions et œuvrer en faveur d'une décision de groupe. Chaque groupe devrait ensuite présenter sa décision et sa raison d'être à la classe, en mettant en évidence la manière dont il a établi un équilibre entre les différents facteurs et les résultats potentiels de la voie qu'il a choisie.

1. Mode durable Dilemma

- **État:** Votre marque de vêtements durables se félicite de l'approvisionnement éthique. Un fournisseur offre un rabais important sur le coton biologique, mais ses pratiques en matière de travail sont discutables.
- **Tâche:** Les étudiants doivent évaluer les implications de l'une ou l'autre décision: maintenir des normes éthiques ou réduire les coûts afin d'améliorer la rentabilité. Ils devraient analyser la manière dont chaque choix a une incidence sur la réputation de leur marque, la confiance des clients et la durabilité à long terme. Les élèves devraient débattre des avantages et des

inconvenients en groupes, en tenant compte de facteurs tels que la responsabilité éthique, la santé financière et la réaction potentielle des médias.

2. Expansion des énergies renouvelables

- **État:** Vous êtes propriétaire d'une entreprise d'installation de panneaux solaires ayant la possibilité de s'étendre considérablement en nouant un partenariat avec une plus grande entreprise connue pour ses pratiques environnementales moins nombreuses que les stellaires.
- **Tâche:** Les étudiants devraient évaluer les compromis entre une croissance rapide des entreprises et le respect des valeurs environnementales. Ils doivent examiner les stratégies envisageables pour atténuer les incidences négatives s'ils choisissent de s'associer et explorer d'autres possibilités de croissance s'ils décident de s'y opposer. Les étudiants peuvent jouer des scénarios de négociation afin d'étudier comment ils pourraient influencer les pratiques de l'entreprise au sens large.

3. Stratégie pour la croissance du café biologique

- **État:** Vous envisagez d'installer un deuxième site pour votre café organique dans une zone de premier plan qui ne dispose pas d'installations de recyclage et de compostage appropriées.
- **Tâche:** Les étudiants devraient analyser les pratiques de localisation par rapport aux pratiques en matière de durabilité. Ils peuvent explorer d'éventuels compromis, tels que l'investissement dans des solutions portables en matière de durabilité ou la négociation avec le propriétaire du bien en vue des modifications nécessaires. Ils devraient établir une liste de critères que le nouveau site doit remplir et proposer la manière dont ils pourraient adapter les opérations afin de les aligner sur leurs objectifs de durabilité.

4. Défi relatif à l'emballage des produits

- **État:** Un grand détaillant s'intéresse à vos pailles biodégradables, mais a besoin d'emballages non biodégradables à des fins de distribution.
- **Tâche:** Les élèves doivent débattre des implications de la modification de l'emballage de leur produit. Ils devraient rechercher et proposer d'autres matériaux d'emballage qui pourraient répondre aux exigences du détaillant sans compromettre les avantages environnementaux du

produit. En outre, ils peuvent mettre au point un argumentaire pour convaincre le détaillant des avantages de s'emparer d'emballages biodégradables.

5. Financement du commerce équitable

- **État:** Un investisseur est intéressé par votre secteur du café dans le secteur du commerce équitable, mais exige de couper les petits producteurs qui ne sont pas officiellement certifiés.
- **Tâche:** Les étudiants doivent tenir compte des implications éthiques et commerciales de l'exclusion des producteurs non certifiés. Ils devraient évaluer l'importance de la certification par rapport à l'incidence sur les petits producteurs et étudier les moyens d'inclure ces producteurs dans le mouvement du commerce équitable. Les exercices de jeu de rôle peuvent aider les étudiants à négocier avec des investisseurs potentiels pour trouver un compromis.

6. Risques liés au projet d'écotourisme

- **État:** Vous avez la possibilité de développer un lieu d'écotourisme susceptible d'avoir une incidence sur la faune et la flore sauvages locales.
- **Tâche:** Les étudiants devraient évaluer les incidences environnementales, économiques et sociales. Ils doivent réfléchir à la manière de réduire au minimum les dommages environnementaux tout en maximisant les avantages économiques. Ils devraient élaborer une évaluation des incidences sur l'environnement et proposer des pratiques touristiques durables qui protègent les espèces sauvages locales. Les discussions devraient porter sur la manière de dialoguer avec la communauté locale et d'intégrer ses besoins et ses préférences dans la planification du projet.

5.4. Analyse des incidences sociales et environnementales

Comme nous l'avons vu dans la dernière section, il y a beaucoup de risques et de choses à envisager lorsque vous dirigez une entreprise. Certains d'entre eux sont faciles à voir, tandis que d'autres sont plus difficiles à prévoir. L'évaluation et l'établissement de rapports sur les incidences sociales et environnementales d'une entreprise sont essentiels pour comprendre comment les activités d'une entreprise influent sur le monde qui l'entoure et pour s'aligner sur la demande croissante de responsabilité des entreprises.

Ce processus implique une analyse détaillée des résultats positifs et négatifs des activités d'une entreprise sur les communautés sociales et l'environnement. Les enseignants peuvent guider les étudiants dans cette exploration en les aidant à mettre en place des systèmes de suivi de divers aspects de leurs activités simulées. Il pourrait s'agir notamment de suivre l'utilisation des ressources, telles que l'eau et l'énergie, d'évaluer la production de déchets et d'évaluer les implications sociales de leurs pratiques commerciales, telles que l'engagement de la communauté et les possibilités d'emploi.

Afin de rendre cette analyse plus tangible pour les étudiants, ils peuvent être encouragés à créer des rapports sur la durabilité ou des déclarations d'impact social dans le cadre de leurs éléments livrables du projet. Ces rapports devraient mettre en évidence les méthodes utilisées pour collecter les données, les présenter dans un format compréhensible et interpréter ce que les données signifient en termes d'impact de l'entreprise. Les étudiants devraient également tenir compte des implications à long terme de leurs décisions commerciales et proposer des stratégies visant à atténuer les incidences négatives tout en améliorant les résultats positifs.

Par exemple, si l'activité virtuelle d'un étudiant implique la production de vêtements, il peut étudier la source de ses matériaux, les pratiques de travail dans les installations de fabrication et l'efficacité de ses méthodes de transport en termes d'empreinte carbone. Ils collecteraient des données sur ces éléments, éventuellement à l'aide d'enquêtes, de recherches ou d'ensembles de données hypothétiques, puis compileraient leurs conclusions dans un rapport. Ce rapport permettrait non seulement d'évaluer les pratiques actuelles, mais aussi de recommander des améliorations, telles que le passage à des tissus durables ou la mise en œuvre de pratiques commerciales équitables en matière de travail.

L'intégration de techniques et de pratiques pratiques dans l'apprentissage des élèves en matière d'évaluation et d'établissement de rapports sur les incidences sociales et environnementales des entreprises peut leur apporter des compétences et des connaissances tangibles. Voici quelques techniques et pratiques pertinentes que les étudiants peuvent mettre en œuvre:

1. **Calculs de l'empreinte carbone:** Enseigner aux étudiants comment calculer l'empreinte carbone d'une entreprise, ce qui implique de quantifier les émissions totales de gaz à effet de serre causées directement et indirectement par une entreprise. Les étudiants peuvent utiliser des calculateurs ou des formules en ligne qui rendent compte de la consommation d'énergie, des méthodes de transport et des processus de production de matériaux associés à leur activité virtuelle. Cette compétence pratique les aide à comprendre la charge environnementale des différentes activités commerciales et à étudier les moyens de réduire les émissions.

Questions auxquelles les étudiants doivent répondre:

- Quelle quantité d'électricité votre entreprise utilise-t-elle par mois (en kWh)?
 - Quel type de sources d'énergie sont utilisées dans vos activités (renouvelables ou non renouvelables)?
 - Combien de kilomètres vos activités commerciales impliquent-elles de voyager par véhicule chaque mois?
 - Quels types de véhicules sont utilisés pour les opérations commerciales (essence, diesel, électricité, par exemple)?
 - Estimez la quantité de déchets produits par votre entreprise chaque mois.
2. **L'analyse du cycle de vie (ACV):** Introduire les étudiants dans l'évaluation du cycle de vie, une technique utilisée pour évaluer les incidences environnementales associées à toutes les étapes de la vie d'un produit, de l'extraction des matières premières à la transformation des matières premières, à la fabrication, à la distribution, à l'utilisation, à la réparation et à l'entretien, ainsi qu'à l'élimination ou au recyclage. Les étudiants peuvent réaliser une ACV simplifiée pour un produit ou un service dans leur entreprise simulée afin de recenser les points névralgiques d'impact environnemental et les possibilités d'amélioration.

Questions auxquelles les étudiants doivent répondre:

Partenaires de projet

159



- Quelles sont les matières premières utilisées dans votre produit/service?
 - D'où proviennent ces matériaux?
 - Quel est le processus de fabrication de votre produit ou de prestation de service?
 - Comment votre produit est-il conditionné et distribué?
 - Quelle est la durée de vie attendue de votre produit ou service?
 - Comment le produit est-il éliminé ou mis fin au service?
3. **Audit de durabilité:** Guider les étudiants dans le processus de réalisation d'un audit de durabilité pour leurs activités virtuelles. Il s'agit notamment de revoir les pratiques commerciales afin de s'assurer qu'elles remplissent certains critères de durabilité, tels que l'efficacité énergétique, la réduction des déchets et les pratiques éthiques en matière de chaîne d'approvisionnement. Les étudiants peuvent créer des listes de contrôle fondées sur des normes commerciales durables et évaluer leurs pratiques commerciales au regard de ces critères.

Questions auxquelles les étudiants doivent répondre:

- Votre entreprise dispose-t-elle d'une politique d'efficacité énergétique?
 - À quelle fréquence examinez-vous vos fournisseurs en ce qui concerne les pratiques en matière de durabilité?
 - Votre entreprise dispose-t-elle d'un programme de recyclage?
 - Existe-t-il des initiatives en cours pour réduire l'utilisation de l'eau?
 - Les employés sont-ils formés aux pratiques en matière de durabilité?
4. **Analyse d'impact social:** Encourager les étudiants à analyser l'impact social de leur entreprise en tenant compte de facteurs tels que la création d'emplois, l'engagement communautaire et les contributions aux économies locales. Ils peuvent mener des enquêtes ou des entretiens hypothétiques avec des «parties prenantes» afin de recueillir des données sur la satisfaction des travailleurs, les avantages communautaires et tout problème social potentiel tel que les violations des droits du travail.

Questions auxquelles les étudiants doivent répondre:

Partenaires de projet

160



- Combien d'emplois votre entreprise a-t-elle créés?
- Quel pourcentage de votre main-d'œuvre provient de la communauté locale?
- Votre entreprise dispose-t-elle de programmes de sensibilisation communautaire?
- Comment assurez-vous des pratiques de travail équitables dans vos activités?
- Y a-t-il eu des plaintes concernant des questions sociales au sein de votre entreprise?

5. **Pratiques de passation de marchés durables:** Enseigner aux étudiants les marchés publics durables, ce qui implique de sélectionner des produits et des services qui sont produits et fournis de manière durable. Il s'agit notamment de considérations telles que l'approvisionnement éthique, l'achat de biens locaux et le choix de fournisseurs ayant des antécédents environnementaux et sociaux solides. Les étudiants peuvent élaborer des politiques de passation de marchés pour leurs entreprises simulées qui accordent la priorité à la durabilité.

Questions auxquelles les étudiants doivent répondre:

- Donnez-vous la priorité aux fournisseurs locaux lorsqu'ils prennent des décisions d'achat?
- Les produits/services que vous achetez sont-ils produits de manière durable?
- Évaluez-vous les pratiques environnementales et sociales de vos fournisseurs?
- À quelle fréquence réexaminez-vous vos politiques en matière de marchés publics?
- Avez-vous mis en place des critères pour sélectionner des produits durables?

6. **Activités de participation des parties prenantes:** Montrer aux étudiants comment dialoguer avec les parties prenantes — toute personne concernée par l'entreprise, y compris les clients, les salariés, les fournisseurs et les membres de la communauté. Les étudiants peuvent planifier et simuler des réunions avec les parties prenantes ou des forums communautaires où ils présentent leurs incidences commerciales et recueillir des retours d'information afin d'améliorer leurs pratiques.

Questions auxquelles les étudiants doivent répondre:

- Quelles sont les principales parties prenantes de votre entreprise?
- À quelle fréquence dialoguez-vous avec vos parties prenantes?

Partenaires de projet

161



- Quelles méthodes utilisez-vous pour associer les parties prenantes (enquêtes, réunions, forums)?
- Avez-vous reçu un retour d'information de la part des parties prenantes sur des questions environnementales ou sociales?
- Comment votre entreprise répond-elle aux commentaires des parties prenantes?

7. **Élaboration de rapports sur la durabilité:** Guider les étudiants dans le processus d'élaboration de rapports sur la durabilité, qui documentent et détaillent les effets environnementaux et sociaux de leurs activités commerciales au cours d'une certaine période. Ce rapport devrait inclure les données recueillies dans le cadre des activités susmentionnées, analysées et présentées de manière claire et professionnelle. Leur enseigne à fixer des objectifs d'amélioration sur la base de leurs conclusions, en créant un plan d'action qui définit des mesures spécifiques pour améliorer la durabilité de leur entreprise.

Questions auxquelles les étudiants doivent répondre:

- Quels indicateurs de performance clés (ICP) suivez-vous en matière de durabilité?
- À quelle fréquence prévoyez-vous de publier des rapports sur la durabilité?
- Qui est responsable de la compilation et de l'analyse des données sur la durabilité?
- Quels sont les objectifs que vous fixerez pour la prochaine période de référence sur la base des performances passées?
- Comment communiquerez-vous vos réalisations en matière de durabilité aux parties prenantes?

5.3. Organisation d'un événement de préparation

L'organisation d'une manifestation de présentation est un excellent moyen pour les étudiants de découvrir le processus réel de recherche de financements et de soutien à leurs projets entrepreneuriaux. En présentant leurs idées commerciales aux parents, aux membres de la communauté locale et aux parties prenantes, non seulement les étudiants acquièrent une expérience précieuse en matière de prise de parole en public, mais ils reçoivent également un retour d'information direct et peuvent obtenir des contributions financières symboliques pour faire avancer leurs projets.

Vous trouverez ci-dessous des instructions claires sur la manière d'organiser un événement préparatoire, suivies d'un modèle utile.

1. Configuration de l'événement:

- **Choisissez un lieu:** Organisez l'événement dans un cadre scolaire familier, tel que l'auditorium — salle d'événements, bibliothèque, ou une grande salle de classe qui peut accueillir facilement votre public. Assurez-vous que l'espace est bien acoustique et suffisamment de places assises.
- **Programmer l'événement:** Choisissez une date qui n'est pas en conflit avec d'autres événements ou examens scolaires. Envisagez une période qui permette une participation maximale de la communauté, peut-être en fin d'après-midi ou en début de soirée.

2. Préparation pour les étudiants:

- **Développement des entreprises:** Étant donné que les étudiants ont déjà développé leurs idées commerciales et mené des recherches sur des éléments critiques tels que l'analyse de marché, la démographie cible et les plans financiers, ils veillent à intégrer efficacement ces informations dans leurs sites.
- **Modèle de brai:** Fournir aux élèves un modèle structuré de présentation. Vous pouvez utiliser le modèle proposé ci-dessous. Ce modèle peut les guider sur la manière d'organiser leur présentation de manière logique et convaincante, y compris des sections pour présenter leur activité, expliquer le problème et la solution, mettre en évidence le potentiel du marché et détailler leur modèle d'entreprise.

- **Répétitions:** Encourager les étudiants à pratiquer leur terrain devant des pairs ou des enseignants afin de gagner la confiance et de recevoir un premier retour d'information. Cette pratique les aidera à affiner leur prestation et à anticiper les questions.

3. Au cours de l'événement:

- **Présentation du pitch:** Allouer un temps spécifique à chaque terrain, généralement de 5 à 7 minutes, suivi d'une séance de questions-réponses de 2 à 3 minutes avec le public. Cette structure maintient le bon déroulement de l'événement et laisse suffisamment de temps à chaque étudiant ou équipe pour présenter ses idées sans précipiter.
- **Mise en place de technologies:** Veiller à ce que tous les équipements technologiques nécessaires, tels que les projecteurs, les microphones et les haut-parleurs, fonctionnent correctement avant le début de la manifestation. Disposer d'un plan de sauvegarde en cas de problèmes techniques.

4. Encourager le soutien communautaire:

- **Contributions financières symboliques:** Au cours de la manifestation, mettre l'accent sur la possibilité pour les membres du public d'apporter des contributions financières symboliques pour soutenir les projets d'entreprise des étudiants. Ces contributions, bien que modestes, peuvent apporter une aide pratique et un élan motivant aux étudiants, en faisant preuve de croyance tangible dans leurs idées et leurs efforts.
- **Mécanisme de contribution:** Mettre en place un système simple et transparent de collecte des contributions. Il pourrait s'agir d'une zone désignée sur le lieu de réunion, dotée d'une boîte de collecte sécurisée où les membres du public peuvent quitter leurs contributions.
- **Prise en compte des contributions:** Veillez à ce que tous les contributeurs soient reconnus au cours de la manifestation, éventuellement avec une note de remerciement ou une mention lors des observations finales. Envisagez également d'envoyer des messages de remerciements personnalisés après l'événement ou de créer un «conseil des supporters» affiché dans l'école afin de reconnaître leur soutien en permanence.

5. Dialogue avec le public:

- **Formulaires de retour d'information:** Fournissez des formulaires de retour d'information au public à remplir après chaque présentation. Ces formulaires peuvent comprendre des questions relatives à la clarté de la présentation, à la viabilité de l'idée d'entreprise et à la mesure dans laquelle le terrain a été déterminant. Ce retour d'information est inestimable pour permettre aux élèves de comprendre l'impact de leur présentation et les domaines à améliorer.
- **Sessions interactives:** Laisser du temps à la mise en réseau après l'achèvement de tous les terrains. Cette session peut aider les élèves à dialoguer un sur un avec des membres du public, à discuter de leurs idées de manière plus détaillée et à attirer des supporters ou des mentors.

6. Activités postérieures à la manifestation:

- **Retour d'information sur le réexamen:** Encourager les élèves à examiner les retours d'information recueillis afin de recenser les points forts et les domaines à améliorer. Cette réflexion est cruciale pour leur apprentissage et leur développement continu dans le domaine de l'entrepreneuriat.
- **Certificat de participation:** Fournir des certificats à tous les participants afin qu'ils reconnaissent leurs efforts et encouragent leur esprit d'entreprise.



Modèle de brai



About

Your Team's Name:

Project/Company Name:

One-sentence Pitch - Slogan:

Call to Action!

Problem

Solution

Product/Service

Market Analysis

Why Us?

Investment

Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)

 Co-funded by
the European Union





About

Your Team's Name:

Project/Company Name:

One-sentence Pitch - Slogan:

Summarise your idea/project in one compelling sentence.

Call to Action!

End with a clear call to action or what you want from the audience.

Problem

Problem Statement:
Describe the problem you are addressing.

Relevance:
Explain why this problem is important and to whom.

Solution

Your Solution:
Outline how your idea/project solves the problem.

Product/Service

Short Description:
Present the product/service and its characteristics.

Market Analysis

Target Audience:
Define who will benefit from your solution.

Market Size:
Provide an overview of the market or audience size and potential for growth.

Why Us?

Unique Value Proposition:
Highlight what makes your solution unique and better than existing solutions.

Investment

What You Need:
Specify what you are going to need (funding, support, partnership, etc.).

Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194)


Co-funded by
the European Union

5.4. Amener les entreprises virtuelles à la vie

Après avoir mis en œuvre toutes les activités susmentionnées, le moment où les entreprises virtuelles sont transférées dans la vie réelle constitue une phase passionnante au cours de laquelle les étudiants peuvent tester leurs compétences entrepreneuriales et leurs idées commerciales dans un environnement réaliste. Pour faciliter cette transition, envisager d'organiser des foires et des marchés locaux où les étudiants peuvent exposer et vendre leurs produits ou proposer leurs services pour de petits jetons. Cette approche offre non seulement une expérience pratique en matière d'entreprise, mais permet également aux étudiants de dialoguer directement avec la communauté et de recevoir un retour d'information direct sur leurs offres.

Les élèves devraient être encouragés à créer une variété de biens qui peuvent être produits au niveau scolaire, tels que l'artisanat, les produits recyclés ou les services numériques. Les services pourraient inclure le tutorat, les performances artistiques ou la conception numérique. En mettant en place des cabines lors de foires scolaires ou de centres communautaires locaux, les élèves peuvent interagir avec de véritables clients, en pratiquant des compétences en matière de vente et de service à la clientèle qui sont essentielles pour tout entrepreneur.

En outre, l'organisation de journées d'information peut contribuer à promouvoir les services développés par les étudiants. Au cours de ces sessions, les élèves peuvent présenter leurs modèles commerciaux, discuter des avantages sociaux ou environnementaux de leurs services et dialoguer avec les participants au moyen de présentations et de manifestations en direct.

Afin de renforcer l'impact éducatif et social de ces activités, les bénéfices tirés de ces événements pourraient être donnés à des associations caritatives locales ou utilisés pour financer des projets communautaires. Cela permet non seulement d'enseigner aux étudiants l'importance de la responsabilité sociale, mais aussi de montrer comment les entreprises peuvent apporter une contribution positive au bien-être social.

En mettant en œuvre ces activités, les étudiants peuvent voir les résultats tangibles de leur travail acharné et de leur créativité, en acquérant confiance et expérience de la vie réelle dans la gestion d'une entreprise. Ce processus d'apprentissage expérimental est inestimable, car il permet non seulement de mieux comprendre la dynamique des entreprises, mais aussi de susciter un sentiment de réussite et d'implication de la communauté.

Partenaires de projet

168





Partenaires de projet

169



Le projet Erasmus + «Green & Social Startups» (no 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) est cofinancé par l'Union européenne. Les opinions et opinions exprimées ne sont toutefois que celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

Références

- Abu-Saifan, A. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 22-27.
- Anderson, A. (1998). Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneurs.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 373-403.
- Ball, C., & Kittler, M. (2019). Removing environmental market failure through support mechanisms: Insights from green start-ups in the British, French, and German energy sectors. *Small Business Economics*, 52(4), 831-844.
- Bloom, B. (1956). *Taxonomy of educational objectives: Book I: Cognitive domain*. New York: David McKay.
- Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (1995). A service-learning curriculum for faculty. *Michigan Journal of Community Service-Learning*, 112-122.
- Caffrey, E., Brady, L., Flynn, S., Higgins, J., McKenna, E. M., Newman, J., & Nolan, P. (2020). FoodCloud: Stimulating kindness towards making the world a fairer place – One step at a time. *International Review of Entrepreneurship*, 18(2), 279-306. (Teaching Note on pp. 307-336).
- Dana, L.-P., & Vorobeve, E. (2021). Understanding the term “minority entrepreneurship”. In T. M. Cooney (Ed.), *The Palgrave handbook of minority entrepreneurship* (pp. 15-32). Palgrave Macmillan.
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: New insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759-771.
- Donovan, C. (2021). 5 financial challenges faced by entrepreneurs. *Financial Planning*.
- Durak, H. (2021). A research to determine the problems faced by disabled individuals in their entrepreneurial activities (Unpublished master's thesis). Sakarya University Graduate School of Business Administration, Sakarya.
- education.ufl.edu. (n.d.). *Teaching students to solve social problems*. Retrieved from <https://education.ufl.edu/behavior-management-resource-guide/2015/01/16/teaching-students-to-solve-social-problems/>

- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.
- Eroğlu, N., & DüNDAR, Ş. (2021). *Secondary education entrepreneurship textbook*. Ministry of National Education Publications, Textbook Series.
- Fasci, M. A., & Valdez, J. (1998). A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1-7.
- Friedman, J. (1974; n.e. 2000). *Utopies réalisables*. Edition de l'éclat.
- Gadson, S. P. (2024, June 4). The power of role-play: Simulations in corporate training with Engageli. Retrieved from <https://www.engageli.com/blog/engaging-role-play-in-corporate-training-with-engageli>
- Güneş, E., & Şekerdil, R. (2021). An analysis of the status and progress of women entrepreneurs and managers in their entrepreneurial careers in Turkey. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 16(1), 15-30.
- Güven, O. (2022). Research of financial economic and social studies. *Journal of Finance Economics and Social Research*, 7(2).
- IFC. (2016). *Climate investment opportunities in emerging markets*. International Finance Committee.
- Kıran, F., & Bozkurt Çetinkaya, Ö. (2020). The relationship between financial literacy, risk-taking tendency, and tolerance to uncertainty: A research on Western Mediterranean entrepreneurs. *Eskişehir Osmangazi University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 15(3), 1203-1222.
- Labrianidis, L., Ferrao, J., Herdzina, K., Kalantaridis, C., Piasecki, B., & Smallbone, D. (2003). *The future of Europe's rural periphery*. Final report to the European Commission, 5th Framework Programme for Research, Technology, and Development Activities.
- Mair, J., & Marti, I. (2004). Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research (No. D/546). IESE Business School.
- Martínez-León, I., Olmedo-Cifuentes, I., & Nicolás-Martínez, C. (2019). Entrepreneurship of people with disabilities in Spain: Socioeconomic aspects. *Suma de negocios*, 10(SPE22), 42-50.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43, 902-908.
- Michaelis, T. L., Carr, J. C., Scheaf, D. J., & Pollack, J. M. (2020). The frugal entrepreneur: A self-regulatory perspective of resourceful entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105969.
- Nikolaou, I., Tasopoulou, K., & Tsarakis, K. (2018). A typology of green entrepreneurs based on institutional and resource-based views. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 111-132.

- O'Donoghue, J. (n.d.). Designing for social change: A quick guide. Retrieved from <https://makeiterate.com/designing-for-social-change-a-quick-guide/>
- Parasuraman, S., & Simmers, C. A. (2001). Type of employment, work-family conflict and well-being: A comparative study. *Journal of Organizational Behavior*, 22(5), 551-568.
- Prashar, S., Vijay, T. S., & Parsad, C. (2018). Women entrepreneurship in India: A review of barriers and motivational factors. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22(3), 206-219.
- Preradovic, N. (2015). Service-learning. In M. Peters (Ed.), *Encyclopedia of educational philosophy and theory*. Springer.
- Raghava, S. (2021). Strategy@Scope: Employee engagement—Key to client satisfaction. In *Basics of entrepreneurship* (Chapter 6, pp. 47-58). Sage.
- Raimi, L. (2015). Discourse analysis of entrepreneurship definitions and theories: Implication for strengthening academic research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(3), 368-388.
- Ratten, V. (2010a). Developing a theory of sport-based entrepreneurship. *Journal of Management & Organization*, 16(4), 557-565.
- Ratten, V. (2017). Gender entrepreneurship and global marketing. *Journal of Global Marketing*, 30(3), 114-121.
- Ratten, V. (2022). Artisan entrepreneurship: An overview. In V. Ratten, P. Jones, V. Braga, & E. Parra-López (Eds.), *Artisan entrepreneurship* (pp. 1-12). Emerald Publishing Limited.
- Ratten, V. (2022). Craft entrepreneurship: Future directions. In *Entrepreneurship in creative crafts* (pp. 101-116). Routledge.
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79-90.
<https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Schick, H., Marxen, S., & Freimann, J. (2002). Sustainability issues for start-up entrepreneurs. *Greener Management International*, 38(1), 59-70.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
<https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-28.
- Sharma, Y. (2013). Women entrepreneur in India. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(3), 9-14.



<https://www.niu.edu/citl/resources/guides/instructional-guide/classroom-debates.shtml>

