

Social Business Award

par



En partenariat avec



Pour une Suisse romande innovante et durable

QUESTIONNAIRE CONCOURS SBA

Association NiceFuture
Lausanne - Enclave du Bois Genoud 36
Route du Bois Genoud 36 - 1023 Crissier
www.nicefuture.com

Association Social Business Models
Rue du Bicentenaire 14
1304 Cossonay
www.socialbusinessmodels.ch

G21 SWISSTAINABILITY FORUM 2015
QUESTIONNAIRE CONCOURS SOCIAL BUSINESS

1. Fiche signalétique

1.1 Fiche signalétique du projet/organisation¹	
Nom du projet/organisation	
Domaine d'activités	<input type="checkbox"/> Agriculture <input type="checkbox"/> Consulting <input type="checkbox"/> Aménagement <input type="checkbox"/> Finance <input type="checkbox"/> Création d'organisations en milieu rural <input type="checkbox"/> Microfinance <input type="checkbox"/> Environnement <input type="checkbox"/> Education <input type="checkbox"/> Energie <input type="checkbox"/> Emploi <input type="checkbox"/> Mobilité <input type="checkbox"/> Santé <input type="checkbox"/> Produits de consommation <input type="checkbox"/> Autre:
Phase du projet/organisation	<input type="radio"/> Conception de l'idée <input type="radio"/> Décollage <input type="radio"/> Maturation du projet <input type="radio"/> Envol <input type="radio"/> Création/implantation
Modèle économique (prévu ou existant)	<input type="checkbox"/> Subventions / donations <input type="checkbox"/> Autofinancé <input type="checkbox"/> Contrats publics de prestations <input type="checkbox"/> Autre : <input type="checkbox"/> Capital externe
Répartition approximative de l'impact	<input type="checkbox"/> Economique ___% <input type="checkbox"/> Environnemental ___% <input type="checkbox"/> Social ___%
Région(s) géographique(s) de l'impact majeur	
Statut juridique (prévu ou existant)	<input type="checkbox"/> Association <input type="checkbox"/> Individuelle / collectif <input type="checkbox"/> Coopérative <input type="checkbox"/> Sàrl <input type="checkbox"/> Fondation <input type="checkbox"/> S.A.
Adresse	

¹ Le terme "organisation" est utilisé dans ce document pour désigner tout regroupement, formel et de droit privé, de personnes poursuivant ensemble des objectifs sociétaux et/ou environnementaux en primeur sur les objectifs économiques. On y trouvera aussi bien des mouvements associatifs et coopératifs, que des entreprises sociales, des entreprises de l'économie sociale et solidaire, des organisations non gouvernementales - ONG, des "not for profit organisations - NFPO", etc.

Le terme « projet » est utilisé lorsqu'il existe l'intention de créer une organisation, venant d'un regroupement informel de personnes.

Code postal, ville	
Téléphone(s) / Fax	
Adresse(s) email	
Site internet	
1.2 Personne de contact du projet/organisation, équipe	
Nom, prénom	
Adresse Code postal, ville	
Téléphone / Portable	
Adresse email	
Fonction (optionnel)	
1.3 Equipe et modèle de gouvernance	
1.4 Compétences spécifiques	

Lieu et date:

Signature:

2. Modèle d'affaires social

<p>2.1 Contexte</p>	<p>Instructions pour le contexte ²</p> <p><i>Clarifiez dans quel contexte votre organisation ou projet d'organisation se situe, non seulement sa localisation géographique, mais décrivez-le aussi en termes de tendances qui peuvent vous influencer positivement ou négativement. C'est en quelque sorte la description de votre "terrain de jeu".</i></p>
<p>2.2 Opportunité et publics cibles</p>	<p>Instructions pour les opportunités et publics cibles:</p> <p><i>Décrivez les opportunités que vous avez observées dans le contexte de votre (future) organisation, les caractéristiques des publics cibles concernés et leurs besoins de résolution de problèmes ou d'amélioration de situation, autant sociale qu'environnementale.</i></p> <p><i>Expliquez ce que vos publics cibles peuvent faire ou être si ces besoins sont satisfaits.</i></p>
<p>2.3 Offre de prestations</p>	<p>Instructions pour l'offre de prestations:</p> <p><i>Définissez votre offre de produits et services pour répondre aux besoins de vos publics cibles, comment elles y répondront (proposition de valeur), leurs caractéristiques innovantes et leurs avantages concurrentiels.</i></p> <p><i>Profitez-en pour définir leur positionnement, ainsi que celui de votre organisation, en relation aux divers facteurs clés de succès vis-à-vis de vos publics cibles</i></p>
<p>2.4 Impacts recherchés</p>	<p>Instructions pour les impacts recherchés:</p> <p><i>Décrivez, au-delà des besoins et de l'offre de prestations, les impacts directs et indirects que vous cherchez à obtenir pour vos publics cible.</i></p> <p><i>Vous pouvez considérer les impacts indirects comme conséquences des impacts directs.</i></p>

² Après avoir répondu à tous les points, vous pouvez supprimer la colonne des instructions

<p>2.5 Moyens de production</p>	<p>Instructions pour les moyens de production:</p> <p><i>Expliquez comment vous allez produire vos prestations, où et avec quelles ressources:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Processus de production et de support, activités-clés</i> • <i>Infrastructure, locaux, équipements</i> • <i>Matière première, consommables, services de tiers</i> • <i>Ressources humaines, compétences-clés</i> • <i>Logistique interne, approvisionnement, stockage</i> • <i>Flux des revenus et structure des coûts</i> <p><i>Partenaires, fournisseurs, financeurs...</i></p>
<p>2.6 Distribution</p>	<p>Instructions pour la distribution:</p> <p><i>Citez vos modes et canaux de distribution de vos prestations pour leurs publics cibles (magasin, conciergerie, livraison à domicile...).</i></p> <p><i>Dites aussi quel est le mode de relation que vous aurez avec vos publics cibles (personnalisé, self-service, e-commerce...).</i></p>
<p>2.7 Marketing, communication, promotion et vente</p>	<p>Instructions pour le marketing, communication, promotion et vente:</p> <p><i>Décrivez comment vous abordez votre marché, réalisez son étude, communiquez institutionnellement ou avec vos publics cibles, par quels canaux et supports.</i></p> <p><i>Mentionnez aussi comment vous établissez votre stratégie de prix, faites la promotion de vos prestations et réalisez les ventes.</i></p>

3. Stratégie

<p>3.1 Etat des lieux</p>	<p>Instructions pour l'état des lieux:</p> <p><i>Décrivez votre situation en relation au contexte dans lequel se situe votre organisation, la phase dans laquelle vous vous trouvez (étude, lancement, consolidation, perte de vitesse, redressement...).</i></p>
----------------------------------	--

<p>3.2 Analyse SWOT</p>	<p>Instructions pour l'analyse SWOT:</p> <p><i>Construisez votre analyse SWOT - forces, faiblesses, opportunités et menaces en l'argumentant par les analyses précédentes des facteurs clés de succès, de la concurrence et des tendances du contexte.</i></p> <p><i>Montrez comment vos forces peuvent vous aider à profiter des opportunités et comment vous pourrez contourner les menaces en améliorant vos faiblesses.</i></p>
<p>3.3 Vision du futur et stratégie</p>	<p>Instructions pour la vision du futur et la stratégie:</p> <p><i>Parlez de la vision que vous avez pour votre organisation, dans son contexte, lui aussi projeté dans un futur relativement lointain (10 à 20 ans). Montrez autant la taille du défi, que la possibilité de l'atteindre.</i></p> <p><i>Déclinez ensuite cette vision en orientations stratégiques et objectifs à long, moyen et court termes.</i></p>
<p>3.4 Plans d'action et projets</p>	<p>Instructions pour les plans d'actions et projets:</p> <p><i>Déclinez vos objectifs à court et moyen terme en plan intégré d'action pour les atteindre et en projets individuels. Dressez un tableau des projets avec au minimum pour chacun :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>L'objectif à atteindre</i> • <i>Le délai à respecter</i> • <i>Le budget à allouer</i> • <i>Les ressources humaines et matérielles</i> • <i>Le planning et le contrôle³</i>

4. Finances

<p>4.1 Hypothèses et scénarios retenus</p>	<p>Instructions pour les finances:</p> <p><i>En cohérence avec les flux de revenus et la structure des coûts mentionnés auparavant,</i></p>
---	--

³ Un échéancier des principales étapes et dates de l'implantation de l'organisation, ou des actions pour son décollage, ou encore des projets, devrait figurer en principe dans les annexes.

<p>4.2 Chiffres clés</p>	<p><i>établisiez les projections financières, de préférence pour les trois années à venir. Vous pouvez utiliser les scénarios résultant de votre analyse des tendances. Votre plan financier doit tenir compte de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>L'évolution des ventes ou prestations ;</i> • <i>L'évolution des recettes ;</i> • <i>L'évolution des charges directes ;</i> • <i>L'évolution des charges fixes ;</i> • <i>Les investissements ;</i> • <i>Les apports financiers nécessaires, leur remboursement et le paiement des intérêts ;</i> • <i>La trésorerie.</i> <p><i>Vous pouvez ne présenter ici que quelques-unes de vos hypothèses de scénarios et quelques chiffres clés, annexant éventuellement des tableaux prévisionnels de trésorerie plus complets dans les annexes.</i></p>
---------------------------------	--

5. Nos besoins / nos manques

<p>5.1 Matériels</p>	<p>Instructions pour vos besoins:</p> <p><i>Présentez vos besoins, c'est-à-dire ce qui vous manque, pour permettre à votre (future) organisation de cheminer vers sa vision du futur.</i></p> <p><i>Soyez clair et précis, tout en indiquant comment vous comptez "remercier" vos interlocuteurs de l'intérêt qu'il auront porté à votre présentation.</i></p>
<p>5.2 Infrastructure</p>	
<p>5.3 Equipements</p>	
<p>5.4 Force de travail / compétences</p>	
<p>5.5 Services / prestations externes</p>	
<p>5.6 Finances</p>	