

CAHIER DES CHARGES **REFERENCEMENT DE PRESTATAIRES**

JOURNEES COLLECTIVES PROJETS EN PRE-INCUBATION ET EN INCUBATION 2022 / 2023 ALTER'INCUB

Référence de la consultation : jcoll_22/23

Porté par l'Union Régionale des Scop Occitanie Pôle Méditerranée (association loi 1901), l'action Alter'Incub bénéficie du soutien de fonds européens (FEDER ou FSE) et de la Région Occitanie Pyrénées-Méditerranée. Dans le cadre de sa procédure d'achat interne, et pour être en conformité avec les exigences liées à ces financements publics,, l'Union Régionale des Scop Occitanie - Pôle Méditerranée réalise une mise en concurrence dès qu'elle doit choisir un nouveau prestataire.

LE CONTEXTE

1. L'accompagnement de porteurs de projets en incubation : Le dispositif ALTER'INCUB

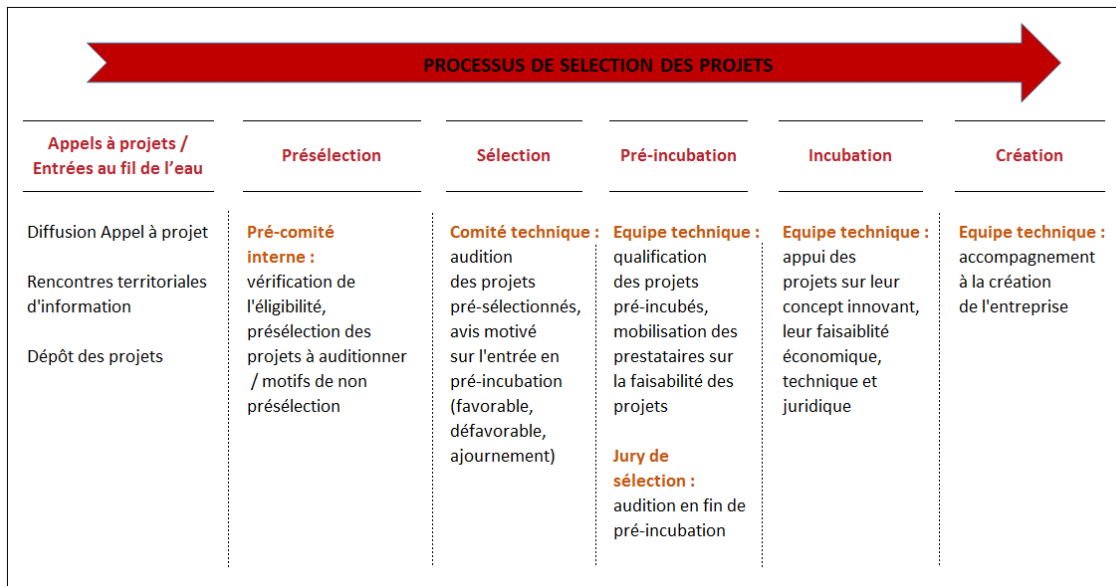
Alter'Incub est un incubateur régional d'innovation sociale de la Région Occitanie Pyrénées-Méditerranée (Aude, Gard, Hérault, Lozère, Pyrénées-Orientales). Porté par l'Union Régionale des Scop Occitanie Pôle Méditerranée, il accompagne la création d'entreprises socialement innovantes pleinement ancrées dans le champ économique, mais dédiées à l'intérêt collectif, au plus près des besoins liés à l'évolution de notre société (environnement, tourisme, santé, TIC, services à la personne, consommation, habitat ...). Par l'implication des territoires, des filières ou de la recherche en sciences humaines et sociales, Alter'Incub vise le développement de nouvelles filières d'activités, basé sur la coopération et la synergie de compétences multiples.

La démarche d'accompagnement des porteurs de projets

Alter'Incub est un révélateur, un facilitateur et un accélérateur de projets à partir d'un accompagnement mixant :

- Un volet pédagogique, fondé sur un accompagnement « sur-mesure », individuel ou collectif, en particulier sur les aspects économiques, financiers, organisationnels intégrant les composantes de l'innovation sociale.
- Un volet scientifique, grâce à un partenariat scientifique organisant l'appui au développement du projet d'entreprise sur ses dimensions d'innovation sociale en mobilisant les ressources de la Recherche.
- Un « moyen » d'accès aux ressources locales d'accompagnement.

Le processus de sélection des projets :



On distingue deux phases dans le processus d'accompagnement :

La pré-incubation

D'une durée maximale de 4 mois, l'objectif est d'évaluer les projets sélectionnés et d'analyser leurs conditions de faisabilité :

- Adéquation équipe / projet et capacité à mener le projet
- Existence ou non d'un marché porteur
- Modèle économique et rentabilité potentielle
- Capacité à lever les financements nécessaires au projet
- Absence de contraintes techniques, juridiques, réglementaires ou capacité à les lever

A l'issue de cette période, les projets sont auditionnés par le jury d'Alter'Incub qui statue sur l'opportunité de les faire rentrer en phase d'incubation.

L'incubation

D'une durée de 12 mois, l'objectif est de faire évoluer les projets jusqu'à la création de l'entreprise. A ce titre, les porteurs de projet bénéficient de :

- Un appui technique et méthodologique
- Un appui-conseil individualisé pour la mobilisation des moyens indispensables à la formalisation et la consolidation de leur projet
- Une mise en réseau de partenaires complémentaires : laboratoires, collectivités, financeurs...
- Des temps collectifs de formation et de mutualisation d'expériences
- Un accompagnement à la recherche de financements directs ou indirect
- La recherche de solutions d'hébergement du projet, ...

L'OBJET DE LA CONSULTATION

Cette consultation porte sur le référencement de prestataires devant réaliser des missions qui répondent aux besoins identifiés par l'équipe d'Alter'Incub pour la mise en œuvre du **programme des journées collectives 2022-2023** auprès de projets en phase de pré-incubation et d'incubation.

Inscrites comme l'une des spécificités de l'accompagnement d'Alter'Incub, les journées collectives sont des temps collectifs de formation, d'échanges de pratiques, de mutualisation d'expériences.

L'accompagnement collectif permet de faire travailler les projets incubés sur plusieurs thèmes incontournables dans la création d'entreprises innovantes socialement.

Ce travail collectif s'appuie sur les regards croisés des porteurs de projet, celui d'Alter'Incub et celui d'un consultant externe. Les journées collectives sont particulièrement importantes pour la cohésion du groupe d'incubés, l'enrichissement mutuel entre porteurs de projets et la constitution d'un premier réseau de partage d'expérience.

L'aisance relationnelle des intervenants et la capacité à animer un groupe de manière participative en favorisant les regards croisés est une compétence indispensable pour pouvoir candidater à la consultation. La connaissance des spécificités des projets en innovation sociale (Alter'Incub) est indispensable.

Le fait de bien connaître les spécificités de l'ESS, son écosystème régional, ses statuts spécifiques (notamment coopératifs) constitue également un atout important.

A noter que le prestataire référencé pourra être mobilisé dans le cadre d'un séminaire stratégique entre partenaires de l'écosystème régional ou national de l'Innovation Sociale.

Les **10 lots** présentés ci-dessous permettront aux prestataires de se positionner sur la base de leurs compétences et expertises.

4 lots pour la période de pré-incubation

Les supports de l'intervenant devront être communiqués avant l'intervention et seront obligatoirement chartés dans un gabarit (masque, logo, ...) fourni par ALTER'INCUB. Ils resteront la pleine et entière propriété de l'intervenant.

LOT 1. ACCOMPAGNEMENT STRATEGIE ET MARKETING (2 JOURS)

Ce lot portera sur la mise en place d'une formation (2x1 jour) permettant à Alter'Incub d'évaluer les projets pré-incubés et pour les porteurs de projet l'accompagnement à la construction globale de la stratégie du projet d'entreprise, au travers de :

- la détermination du positionnement stratégique de la future entreprise (vis-à-vis de l'environnement concurrentiel, l'identification des partenariats stratégiques à mettre en œuvre...);
- l'identification des besoins en expertise et études de marché (documentaire, macro et/ou par un segment) et d'études d'opportunité, avec l'identification de barrières à l'entrée, la détermination des tickets d'entrée, etc.;
- l'élaboration d'une offre pertinente et performante, lien entre l'entreprise et son marché (du marketing à l'action opérationnelle); la détermination des Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)
- la validation, consolidation et/ou construction du ou des modèles économiques les plus adaptés.

Cet accompagnement se décline sur 2 journées distinctes, l'une consacrée à la stratégie prévue en pré-incubation, de même que la deuxième journée sur le marketing.

1^{ère} journée sur la stratégie : Définitions et méthodes pour aborder la stratégie et l'analyse stratégique du projet :

- Impulser une démarche prospective et définir les axes de développement de son activité
- Penser la stratégie d'entreprise jusqu'à sa déclinaison marketing à moyen terme
- Être capable, demain, de faire face à ce type de problématique seul ou avec son équipe et ses partenaires
- Elaborer son cadre de référence
- Partager un cas concret identifié parmi les porteurs de projets

2^{ème} journée sur le marketing : La démarche marketing et l'élaboration d'une offre pertinente et performante :

- Identifier ses domaines d'activité stratégiques
- Segmenter son marché
- Le mix marketing
- Partager un cas concret identifié parmi les porteurs de projets

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective, il apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...). Dans le cas d'une approche participative, le plus souvent privilégiée, il aura un rôle d'animation et de capitalisation, garantissant avant tout la bonne avancée du processus. Il devra aider à l'analyse et à la prise de décision.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée et qualité d'animation de groupe,
- Compétences techniques, expérience et références en : positionnement stratégique et marketing, accompagnement & évaluation de projet en phase de construction.

LOT 2. FONDAMENTAUX DU MODELE ECONOMIQUE ET PLAN DE FINANCEMENT (2 ,5 JOURS)

Ce lot portera sur la mise en place d'une formation de deux journées offrant à Alter'Incub la possibilité d'évaluer les projets pré-incubés et pour les équipes projet, un premier niveau de compréhension et d'outillage sur la question du modèle économique, destinée aux porteurs de projets en phase de pré-incubation et couvrant ainsi tous les niveaux de compréhension économique et financière, au travers :

- de l'examen des **modèles de revenus** des futures entreprises (ventes de produits et services, prestations, licences, abonnements, droits d'entrée, robin des bois, ...) ;
- d'apports techniques et méthodologiques sur **les mécanismes financiers, modèle économique** et les grands équilibres (exploitation, rentabilité, point mort, marges, structure financière, trésorerie, principes de modèle économique des entreprises classiques et innovantes...) ;
- de la **construction prévisionnelle détaillée du Chiffre d'Affaires** et du réalisme sur les capacités du projet à atteindre les objectifs, mais également du chiffrage des investissements et leur traduction dans un plan de financement et de son corollaire, **le compte d'exploitation prévisionnel**.
- de la mise en évidence des éléments clés relatifs au **montage financier** d'un projet d'entrepreneuriat en innovation sociale, et des incidences de ce type de projet (à travers son statut, ses finalités, son mode de fonctionnement) sur le modèle économique par rapport à celui d'une entreprise « classique » ;
- de l'accompagnement au montage technique d'un **plan de financement** justement calibré
- de l'évaluation du ou des modèles économiques les plus adaptés aux projets des participants.

Cet accompagnement pourra se réaliser selon plusieurs modes d'intervention, si possible combinés pour rendre la formation concrète et interactive :

- 1^{ère} journée : Apports techniques et méthodologiques, avec l'illustration concrète des éléments de modèle économique par la présentation de cas pratiques (coopération entre le consultant et les porteurs de projet)
- 2^{ème} journée : Formation-action sous forme d'un atelier où chaque participant travaille individuellement sur son projet pour mettre en application les outils et méthodes évoqués lors de la première journée. L'équipe d'Alter'Incub pourra venir en appui du formateur lors de cette journée.

½ journée sera consacrée au travail préparatoire sur chaque projet par le consultant

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective, il apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...). Dans le cas d'une approche participative, le plus souvent privilégiée, il aura un rôle d'animation et de capitalisation, garantissant avant tout la bonne avancée du processus. Il devra aider à l'analyse et à la prise de décision.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée et qualité d'animation de groupe,
- Compétences techniques, expérience et références dans les domaines mentionnés ci-dessous : modèles économiques dans l'économie sociale et solidaire et l'innovation sociale, éléments financiers et grands équilibres (exploitation, rentabilité, structure financière, trésorerie, principes de modèle économique des entreprises classiques et innovantes...), accompagnement et évaluation de projet en phase de construction.

LOT 3. POSTURE ECONOMIQUE et COMMERCIALE DE L'ENTREPRENEUR (1 JOUR)

Le lot 3 est une formation d'une journée qui doit permettre à Alter'Incub d'évaluer les projets pré-incubés et aux participants en pré-incubation d'acquérir les bases sur la posture commerciale que doit adopter l'entrepreneur :

Comment conduire et piloter son projet dans la perspective de soutenir un modèle économique rentable ? Comment conduire et piloter son projet en étant concentré très tôt plus sur la vente de celui-ci (le projet en amont et les produits et services en aval) = l'entrepreneur market man – woman plutôt qu'uniquement sur la réalisation de sa production = l'entrepreneur product man – woman ? Comment parler vrai sur la compatibilité de la rentabilité, de l'efficacité commerciale avec les objectifs sociaux et environnementaux du projet ?

C'est quoi la posture commerciale de l'entrepreneur ? Comment communiquer et convaincre sur son projet ? en interne et en externe ? Comment échanger régulièrement sur la cohérence et la faisabilité du modèle économique ? Comment mobiliser toutes ses parties prenantes ? Comment mettre en œuvre un leadership dans une démarche participative (tous vendeurs autour du projet) ? Réussir le projet entrepreneurial avec mon collectif et la capacité de mon collectif à le vendre ? Quel degré d'investissement personnel et collectif ?

- apporter des éléments de base sur la posture commerciale du dirigeant, et les décliner ensuite par des moments d'interactions (cas pratiques) avec les projets, pour évaluer à la suite de cette journée les aptitudes de manager commercial des porteurs de projet.
- la construction identitaire et la posture commerciale d'entrepreneur collectif d'un projet innovant.
- l'acquisition de techniques de cohésion et de mécanismes de la collaboration efficace au sein d'une équipe projet ou avec ses parties prenantes.

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective, il apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...) et veillera à structurer une partie de son intervention autour de **situations concrètes** que les participants souhaitent améliorer dans leur propre équipe projet (ou avec leurs parties prenantes).

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée et qualités d'animation de groupe,
- Compétences techniques, expérience et références en : management et coach de dirigeant de l'ESS, coaching commercial, pilotage économique d'un projet, leadership, coopération entre les personnes et les équipes.

LOT 4. CO-CONSTRUIRE ET AJUSTER SON OFFRE AVEC SES CLIENTS ET PARTIES PRENANTES (1 JOUR)

Le lot 4 est une formation d'une journée qui doit permettre à Alter'Incub d'évaluer les projets pré-incubés et aux participants en pré-incubation d'acquérir les bases sur la dynamique collective :

Comment établir de manière détaillée sa proposition de valeur ? En quoi est-elle distinctive ? Comment identifier les bénéfiques clients ? Comment identifier les résistances ? Comment tester la proposition de valeur avec les parties prenantes ? Comment ajuster sa proposition de valeur pour aboutir à un projet commun ? Comment s'assurer de la bonne appropriation du projet par l'ensemble des parties prenantes ? Comment co-construire le projet ? Tout en conservant l'âme du projet sur son impact social et/ou environnemental ?

Cet accompagnement pourra se réaliser selon plusieurs modes d'intervention, si possible combinés pour rendre la formation concrète et interactive :

- des apports méthodologiques et techniques (clés de lecture, outils pour faciliter la création de l'animation de leur collectif, etc.) ;
- des illustrations concrètes ;
- des échanges avec les participants sur les conditions de mise en œuvre sur leur propre projet (bons réflexes et bonnes postures).

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective, il apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...) et veillera à structurer une partie de son intervention autour de **situations concrètes** que les participants souhaitent améliorer dans leur propre équipe projet.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée et qualités d'animation de groupe,
- Compétences techniques, expérience et références en : définition d'une proposition de valeurs ; construction d'un argumentaire commercial amont (projet) et aval (produits et services) ; techniques de co-construction ; postures des aller-retours avec le marché et les parties prenantes.

6 lots pour la période d'incubation

Les supports de l'intervenant devront être communiqués avant l'intervention et seront obligatoirement chartés dans un gabarit (masque, logo, ...) fourni par ALTER'INCUB. Ils resteront la pleine et entière propriété de l'intervenant.

LOT 5. LES FONDAMENTAUX DE LA COMPTABILITE ET DE LA GESTION D'ENTREPRISE (1 JOUR)

Pendant la phase de pré-incubation les porteurs de projet ont travaillé sur les fondamentaux du modèle économique (et donc initiés aux bases de la gestion) et ont pu découvrir les principaux statuts juridiques (ils se sont peut-être positionné sur leur futur statut). En prenant en compte si besoin les spécificités statutaires (Association, Scop, Scic, SAS, SARL, ...), cette journée collective doit permettre de :

- Se préparer au lancement de la future entreprise dans sa partie « gestion »
- Mieux travailler avec son futur expert-comptable (comprendre ce qui se passe !)
- Comprendre les grands principes d'élaboration du bilan et du compte de résultat
- Analyser globalement un bilan et un compte de résultat
- Découvrir les principaux outils de gestion comme les SIG (soldes intermédiaires de gestion), le seuil de rentabilité, les marges, le prix de revient, ...
- Etudier les éléments clés de la rentabilité de l'entreprise

Deux grandes parties devront être abordées (contenu non exhaustif et indicatif)

Analyser des documents comptables (pour la future entreprise)

- Définir le statut fiscal et social du ou des futurs dirigeants
- Clarifier la fiscalité de la future entreprise
- Clarifier le principe et le rôle de la comptabilité générale
- Présenter les documents de la chaîne comptable (journaux, grands livres, balances, ...)
- Aborder les amortissements et les dotations aux amortissements

Analyser l'activité et la rentabilité de la future entreprise

- Procéder au calcul et commentaires des ratios de gestion (SIG)
- Le calcul du coût de revient
- Les charges variables et les charges fixes
- Le prix de revient horaire
- Gérer sa trésorerie prévisionnelle et le BFR

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée ;
- Compétences techniques, expérience et références dans les domaines mentionnés ci-dessus création.

LOT 6. MARKETING OPERATIONNEL (3 JOURS)

Après plusieurs mois de maturation, les projets entrent dans une phase opérationnelle de lancement de l'activité ou d'expérimentation. Pour les porteurs de projets, les premières questions liées à la stratégie de marketing opérationnel **sur leur offre de produits et services** deviennent essentielles.

La prestation consiste donc en l'animation d'une journée collective sur le thème du marketing opérationnel :

- Quelle **stratégie de prix** (prix de revient, prix de marché, prix psychologique, politique différenciée en fonction des canaux et des segments, en fonction des services associés, comment argumenter et justifier le prix, comment faire payer les clients, ...)
- **Quelle stratégie de distribution** (canaux physiques, canaux digitaux) quels mix canaux en fonction de l'offre et des segments de clientèle, quels modes de gestion des paiements et de livraison, quelle stratégie d'implantation, de prescripteurs, de distributeurs sous-traitants, ...
- **Quelle stratégie d'offre** (largeur et profondeur de la gamme de produits et services), quel packaging et design de service, quelle expression de la proposition de valeur, ...
- **Quelle stratégie de communication** : Les bases d'une stratégie de communication opérationnelle multicanal (Objectif, cible, message, media, support), marketing direct, marketing relationnel, ... ; en B2C et BtoB, B.A.O, Salons, évènements et relations presse, comment construire des messages percutants et convaincants, ...

L'objectif de cette séquence est de préparer les porteurs de projet à VENDRE leurs solutions en utilisant les meilleurs mix pour conquérir des clients (construire son territoire de notoriété et préparer le terrain de l'action commerciale) ! avec des budgets restreints !

Cet accompagnement pourra se réaliser selon plusieurs modes d'intervention, si possible combinés pour rendre la formation concrète et interactive :

- des apports méthodologiques et techniques (premiers outils de communication, bonnes pratiques, etc.) ;
- des illustrations concrètes avec des mises en pratique (formation/action) ;
- des échanges avec les participants sur les conditions de mise en œuvre sur leur propre projet.
- La troisième journée se déroulera en décalé (2 mois après la seconde journée) pour échanger en regards croisés sur les premiers retours d'expérience terrain de chaque projet (réussites, échecs, enseignements, partage, ...) et apporter des conseils rectificatifs.

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective. Le prestataire apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...). L'approche participative est à privilégier, le prestataire devant alors jouer un rôle d'animation et de capitalisation, garantissant avant tout la bonne avancée du processus. Il devra aider à l'analyse et à la prise de décision des participants par rapport à leur propre projet.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée,
- Compétences techniques, expérience et références dans les domaines mentionnés ci-dessus

LOT 7. STRATEGIE DIGITALE (3 JOURS)

Après plusieurs mois de maturation, les projets entrent dans une phase opérationnelle de lancement de l'activité ou d'expérimentation. Pour les porteurs de projets, les premières questions liées à la stratégie de marketing opérationnel multicanal se font jour : création de site WEB (les règles incontournables), choix et premières animations de ses réseaux sociaux, développer et fidéliser une communauté autour de son projet, augmenter la visibilité et la notoriété de son projet. A quoi sert une stratégie digitale et éditoriale et comment la développer ?

L'objectif de cette séquence est de préparer les porteurs de projet à VENDRE leurs solutions en utilisant les outils de communication pour conquérir des clients (construire son territoire de notoriété et préparer le terrain de l'action commerciale) ! avec des budgets restreints !

La prestation consiste donc en l'animation d'une journée collective sur le thème de la stratégie digitale :

- Les bases d'une stratégie de communication opérationnelle digitale (Objectif, cible, message, media, support) ; en B2C et BtoB
- Construire des messages percutants et convaincants sur ce type de médias (facteurs clés de succès, ..., ce qu'il ne faut pas faire, ...)
- Utiliser le digital en prospection et en vente
- Marketing viral : Utiliser efficacement les réseaux et les médias sociaux
- Augmenter votre visibilité sur les réseaux sociaux
- Trouver des relais sur la toile pour Booster votre projet
- Mesurer l'impact des actions digitales

Cet accompagnement pourra se réaliser selon plusieurs modes d'intervention, si possible combinés pour rendre la formation concrète et interactive :

- des apports méthodologiques et techniques (premiers outils de communication, bonnes pratiques, etc.) ;
- des illustrations concrètes avec des mises en pratique (formation/action) ;
- des échanges avec les participants sur les conditions de mise en œuvre sur leur propre projet.
- La troisième journée se déroulera en décalé (2 mois après la seconde journée) pour échanger en regards croisés sur les premiers retours d'expérience terrain de chaque projet (réussites, échecs, enseignements, partage, ...) et apporter des conseils rectificatifs.

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective. Le prestataire apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...). L'approche participative est à privilégier, le prestataire devant alors jouer un rôle d'animation et de capitalisation, garantissant avant tout la bonne avancée du processus. Il devra aider à l'analyse et à la prise de décision des participants par rapport à leur propre projet.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée,
- Compétences techniques, expérience et références dans les domaines mentionnés ci-dessus

LOT 8. TROUVER ET SIGNER SES PREMIERS CLIENTS (3 JOURS)

L'objectif de ce lot est de donner aux porteurs de projet une **méthodologie commerciale de prospection** et des outils **d'aptitude à la vente et à la négociation** et méthodes pour qu'ils soient « à l'aise » dans leurs relations commerciales en B2B et en BtoC, auprès des clients mais également des partenaires, et de les faire « pratiquer », mais également des outils **d'attitude pour la vente** afin d'augmenter leur taux de succès et d'optimiser leur endurance commerciale. La prestation consiste donc en l'animation de trois journées collectives sur le thème du commercial :

Sur la méthodologie commerciale :

- Préparer un ciblage opérationnel de prospection
- Recenser les outils commerciaux d'aide à la vente
- Adapter son argumentaire (mail, téléphonique, physique, digital, ...) aux cibles clients sélectionnées
- Etablir sa feuille de route de prospection et de suivi
- Tirer les conséquences d'un échec (s'y préparer)
- Se confronter aux fondamentaux de ce qui fait un bon commercial

Sur les aptitudes :

- Cerner les attentes clients et partenaires dans sa démarche commerciale
- Cibler son client (ou partenaire) ou prospect pour mener un rendez-vous utile
- Savoir contacter pour enclencher le dialogue (prise de rendez-vous)
- Connaître les besoins du client (ou partenaire) pour adapter sa solution
- Vendre les bénéfices de sa solution pour persuader le client (ou partenaire) d'acheter
- Traiter les objections
- Limiter ses concessions (pour préserver la rentabilité et l'impact social du projet)
- Conclure la vente pour emporter la commande (ou la convention partenariale)
- Consolider la relation pour mieux fidéliser le client (ou le partenaire)
- Faire signer concrètement un devis

Sur les attitudes :

- Me mettre au clair sur ma vision de l'argent, du commercial et de la vente !
- Faire la part des choses entre la performance sociale et la performance commerciale
- Gérer mon égo, positiver les refus et les échecs, apprendre et rebondir
- Développer la confiance en soi et entretenir sa motivation à la vente
- Utiliser les techniques de communication non verbale
- Etre un bon négociateur et trouver les bons comportements dans le traitement des objections
- Gérer le trac et le stress commercial (relativiser les enjeux)

Cet accompagnement pourra se réaliser selon plusieurs modes d'intervention, si possible combinés pour rendre la formation concrète et interactive :

- des apports méthodologiques et techniques (plan de prospection, premiers outils de vente, bonnes pratiques d'entretien commercial, etc.) ;
- Une séquence permettant de faire le point sur la situation du porteur (forces et faiblesses dans sa posture commerciale)
- des illustrations concrètes avec des mises en pratique de « pairs à pairs » (formation/action) ;
- des échanges avec les participants sur les conditions de mise en œuvre sur leur propre projet.

- La troisième journée se déroulera en décalé (2 mois après la seconde journée) pour échanger en regards croisés sur les premiers retours d'expérience terrain de chaque projet (réussites, échecs, enseignements, partage, ...) et apporter des conseils rectificatifs.

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective. Le prestataire apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...). L'approche participative est à privilégier, le prestataire devant alors jouer un rôle d'animation et de capitalisation, garantissant avant tout la bonne avancée du processus. Il devra aider à l'analyse et à la prise de décision des participants par rapport à leur propre projet.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée,
- Compétences techniques, expérience et références dans les domaines mentionnés ci-dessus

LOT 9. REALISER SA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING (1 JOUR)

Dans l'innovation sociale, ce nouveau mode de financement est bénéfique aux porteurs de projets. Les gens peuvent choisir de financer des projets qui leur correspondent, en adéquation avec leurs valeurs. La mise en relation des porteurs de projets avec leurs financeurs présente aussi des avantages certains. Cela permet aux porteurs de projets de valider leur idée grâce à de nombreux soutiens individuels, voire d'obtenir des retours du marché. De plus, le **crowdfunding** s'avère être un bon outil de communication puisque le financement ne se passe pas en privé face à son banquier mais de manière publique. En effet les personnes qui financent un projet parlent souvent de ce projet autour d'eux ce qui suscite un intérêt pour ce projet. Dans le cas d'un porteur de projet, cela lui permet de se créer un réseau. Une opération de crowdfunding réussie est donc aussi un bon terrain de préparation pour la commercialisation des solutions (early adopters).

Les objectifs de cette journée de formation sont de :

- Connaître les grands principes, formes et chiffres clés du financement participatif
- Comprendre les règles de fonctionnement associées
- Connaître les facteurs de réussite d'une campagne de collecte
- Evaluer si son projet est adapté à ce mode de financement
- Découvrir les plateformes qui correspondraient à son projet
- Acquérir les bases méthodologiques pour préparer une campagne de collecte
- Gérer sa campagne (page projet, calendrier de communication, suivi, pivot en cas d'enlèvement, communication post-campagne).

Cet accompagnement pourra se réaliser selon plusieurs modes d'intervention, si possible combinés pour rendre la formation concrète et interactive :

- des apports méthodologiques et techniques (premiers outils de communication, bonnes pratiques, etc.) ;
- des illustrations concrètes avec des mises en pratique (formation/action) ;
- des échanges avec les participants sur les conditions de mise en œuvre sur leur propre projet.

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective. Le prestataire apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...). L'approche participative est à privilégier, le prestataire devant

alors jouer un rôle d'animation et de capitalisation, garantissant avant tout la bonne avancée du processus. Il devra aider à l'analyse et à la prise de décision des participants par rapport à leur propre projet.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée,
- Compétences techniques, expérience et références dans les domaines mentionnés ci-dessus

LOT 10. SAVOIR PARLER DE SON PREVISIONNEL FINANCIER POUR CONVAINCRE LES FINANCEURS

L'objectif de ce lot est de donner aux porteurs de projet les outils et méthodes pour défendre leur projet en utilisant des arguments financiers. Au cours de la pré-incubation ils auront déjà travaillé sur la construction de leur prévisionnel financier. Celui-ci aura été probablement modifié en cours d'incubation.

Les porteurs de projet devront donc être en mesure de répondre aux interrogations des financeurs potentiels sur :

- La mise en cohérence de la partie descriptive du projet et la partie financière
- La viabilité financière de l'activité
- Les seuils de rentabilité et les marges
- L'analyse du prévisionnel (les points forts et les points d'amélioration)
- La structure financière de démarrage
- La pérennité à 5 ans
- Le suivi comptable de l'entreprise (après création)
- Comment parler « banquier »

Cet accompagnement pourra se réaliser selon plusieurs modes d'intervention, si possible combinés pour rendre la formation concrète et interactive :

- des apports méthodologiques et techniques (premiers outils, bonnes pratiques, etc.) ;
- des illustrations concrètes avec des mises en pratique (formation/action) ;
- des échanges avec les participants sur les conditions de mise en œuvre sur leur propre projet.

Le prestataire aura en amont des informations sur les projets qui participeront à la journée collective. Le prestataire apportera une méthode et des outils de travail (documents-types, fiche-méthodes, questionnaires, études à sa disposition...). L'approche participative est à privilégier, le prestataire devant alors jouer un rôle d'animation et de capitalisation, garantissant avant tout la bonne avancée du processus. Il devra aider à l'analyse et à la prise de décision des participants par rapport à leur propre projet.

Critères techniques de sélection

- Qualité de la démarche d'intervention présentée,
- Compétences techniques, expérience et références dans les domaines mentionnés ci-dessus

MODALITES PRATIQUES

Critères de choix

A l'issue de cette consultation, une commission composée de spécialistes de l'accompagnement en innovation sociale d'Alter'Incub étudiera les propositions reçues (voir canevas en annexe 1) dans les délais impartis et classera les prestataires selon les critères techniques mentionnés pour chacun des lots et les critères transversaux suivants :

1. Compétences techniques, expérience et références dans les domaines spécifiques du lot concerné ;
2. Méthodologie proposée pour l'évaluation et /ou l'apport pédagogique ;
3. Connaissance et expérience de l'entrepreneuriat et de l'innovation sociale (Projets – Alter'Incub) : expérience dans l'accompagnement d'entreprises innovantes à potentiel, connaissance de l'innovation sociale, de l'ESS et du statut coopératif ; Connaissance des entreprises de l'ESS et des coopératives (entreprises – Alter'Venture)
4. Références et savoir-être adapté au process d'incubation et / ou d'accélération : capacité à adopter une posture de conseil avec bienveillance, d'évaluation, savoir accompagner et savoir accompagner à faire ;
5. Prix des prestations proposées.

Notation

Une note sur 10 sera attribuée à chacun des 5 critères indiqués ci-dessous, puis pondérée respectivement par les coefficients correspondants, afin d'obtenir une note sur 10.

Les offres seront ainsi classées de la meilleure (note la plus proche de 10) à la moins bonne (note la plus proche de 0). En cas d'égalité entre deux candidats, celui qui aura la meilleure note sur le critère de "Qualité de la démarche proposée" sera classé en meilleure position. Pour les candidats ayant déjà été retenus lors des précédentes consultations, le critère « qualité de la démarche proposée » intégrera les évaluations faites par les participants.

Cette évaluation permettra de retenir un seul candidat par lot.

	1. Compétences techniques	2. Méthodologie proposée & pédagogie	3. Connaissances entrepreneuriat, ESS, Innovation sociale...	4. Références et savoir-être dans l'accompagnement, posture	5. Prix
Note sur 10					
Pondération	20%	30%	10%	30%	10%
				Note totale sur 10	xx

Référencement

Suite à cette commission, les prestataires seront informés par courrier ou par mail s'ils ont été retenus ou non (en stipulant les raisons pour les candidats non retenus).

Les prestataires sélectionnés seront alors qualifiés pour une **durée de 2 ans ***. Ils seront sollicités par mail sans mise en concurrence supplémentaire. Il leur sera adressé un **acte d'engagement** qui devra être signé et adressé à l'Union Régionale des Scop Occitanie - Pôle Méditerranée avec un **bordereau de prix** également signé et portant la mention « bon pour accord ».

**En cas de défaillance du prestataire retenu pour les 2 ans une nouvelle consultation ou mise en concurrence pourra être relancée.*

Le nombre de missions en journées collectives par prestataire est conditionné au nombre de promotions.

Validité du référencement : **effective à compter du 01/01/2022 jusqu'au 31/12/2023.**

Prix, modalités de paiement et livrables

Le prix de journée devra être compris entre 800 et 1 000 € TTC, tous frais inclus (déplacement, débours, frais de gestion...). Le taux de TVA actuellement applicable est de 20,00 %, en cas de modification de ce taux, le prix TTC sera ajusté en conséquence. Les frais de déplacement sont donc inclus dans le prix de la prestation.

Dans tous les cas, le travail réalisé donnera lieu à la remise :

- d'un livrable synthétisant les résultats de l'intervention et détaillant les préconisations à suivre,
- Des supports pédagogiques (mail ou papier),
- Les feuilles d'émergence (détaillant les présents le matin et l'après-midi),
- Des feuilles d'évaluation par chaque participant
- Pour la pré-incubation (uniquement) : une brève évaluation écrite - adressée par mail dans un délai maximal d'une semaine après la tenue de la journée - qui permette de recueillir votre avis sur le projet et l'équipe.

Les livrables devront comporter les logos de l'Union européenne, de la Région Occitanie Pyrénées Méditerranée d'Alter'Incub ou d'Alter'Venture. La prestation sera payée à la remise des livrables, selon les modalités suivantes : sur présentation d'une facture, par virement bancaire, 100% à la remise des livrables.

Avant chaque prestation (pour les prestataires retenus et ayant été sollicités par mail), un **devis** conforme à la demande devra être adressé à l'Ursco Occitanie Pôle Méditerranée. Le devis devra intégrer les mentions « bon pour accord + signature ». Le montant du devis devra être inférieur ou égal au bordereau de prix fourni par le prestataire. La mission ne pourra être engagée qu'après acceptation du devis. **Le Devis et la facture** établies suite à la réalisation de la prestation devront obligatoirement mentionner les éléments suivants :

- Nom et prénom du prestataire ou raison sociale
- N° SIRET
- Coordonnées (adresse postale, numéro de téléphone, adresse email)
- Rappel du cadre de l'intervention (appel à référencement + N° du lot et du sous-lot)
- Intitulé/Description de la prestation effectuée
- Référence du devis validé
- Dates prévisionnelles de réalisation de la prestation (pour le devis)
- Date à laquelle la prestation a été effectuée (pour la facture)

Calendrier

Publication et envoi de la consultation : **16/11/2021**

Date limite de réponse à la présente consultation : **07/12/2021 à 21 h 59**

Date prévisionnelle de la Commission de sélection des prestataires : **13/12/2021**

Envoi des réponses aux prestataires (sélectionnés ou non) : **17/12/2021**

Démarrage de la mission : à partir du **01/01/2022**

Envoi des offres

Les réponses, le bordereau de prix ainsi que **le présent cahier des charges paraphé à chaque page et signé** sont à envoyer par mail, à l'attention de :

Philippe RAJOSEFA – Responsable du Département Incubation et Accélération

Email : oc.mediterranee@alterincub.coop

Merci de rappeler dans le titre du mail la référence de la consultation : **jcoll_22/23**

Date :

Signature précédée de la mention « Lu et approuvé »

Nom de l'entreprise ou cachet
+ Nom et prénom du signataire

ANNEXE 1 : Canevas de réponse

Afin de faciliter notre choix, nous vous proposons de suivre ce canevas de réponse et de compléter le bordereau de prix ci-dessous, en fonction des lots auxquels vous souhaitez répondre.

Prévoir de compléter un canevas de réponse par lot de maximum 5 pages.

Lots concernés par la proposition de prestation

- **4 lots pour la période de pré-incubation (ALTER'INCUB)**

- Lot 1 – Accompagnement Stratégie et Marketing
- Lot 2 – Fondamentaux du modèle économique et plan de financement
- Lot 3 – Posture économique et commerciale de l'entrepreneur
- Lot 4 – Co-construire et ajuster son offre avec ses clients et parties prenantes

- **6 lots pour la période d'incubation (ALTER'INCUB)**

- Lot 5 – Les fondamentaux de la comptabilité et de la gestion d'entreprise
- Lot 6 – Marketing opérationnel
- Lot 7 – Stratégie digitale
- Lot 8 – Trouver et signer ses premiers clients
- Lot 9 – Réaliser sa campagne de crowdfunding
- Lot 10 – Savoir parler de son prévisionnel financier pour convaincre les financeurs

Proposition d'intervention

- Contenu pédagogique, modalités d'évaluation (uniquement pour la pré-incubation)
- Méthodologie employée, échanges et regards croisés, thématiques traitées, travail réalisé,...
- Etapes clefs de l'intervention

Présentation du prestataire

- Compétences et expérience relatives au domaine d'intervention
- Références et savoir-être dans l'accompagnement de porteurs de projet
- Connaissance de l'entrepreneuriat, de l'entrepreneuriat social, de l'ESS et de l'innovation sociale
- Connaissance des entreprises de l'ESS et des particularités des entreprises coopératives (pour Alter'Venture)
- Présentation de l'équipe

Modalités d'intervention

Conditions d'intervention, confidentialité, propriété intellectuelle, etc.

Bordereau de prix (à compléter obligatoirement)

A noter : Les prix indiqués sur ce bordereau sont les prix qui seront appliqués tout au long du marché.

Prix par missions	Nombre de jours	Prix jour HT	Prix total HT	Prix total TTC
4 LOTS PRE-INCUBATION ALTER'INCUB				
Lot 1 – Accompagnement Stratégie et Marketing	2			
Lot 2 – Fondamentaux du modèle économique	2,5			
Lot 3 – Posture économique et commerciale de l'entrepreneur	1			
Lot 4 – Co-construire et ajuster son offre avec ses clients et parties prenantes	1			
6 LOTS INCUBATION ALTER'INCUB				
Lot 5 – Les fondamentaux de la comptabilité et de la gestion d'entreprise	1			
Lot 6 – Marketing opérationnel	3			
Lot 7 – Stratégie digitale	3			
Lot 8 – Trouver et signer ses premiers clients	3			
Lot 9 – Réaliser sa campagne de crowdfunding	1			
Lot 10 – Savoir parler de son prévisionnel financier pour convaincre les financeurs	1			

Date :

Signature

Nom de l'entreprise ou cachet
+ Nom et prénom du signataire