

# Start-up week

Edition 2024

Travaillez en équipe, durant 4 jours, sur un projet à impact !

# Principe général



Sur 4 jours, du 11 juin au vendredi 14 juin

1. Choisissez une problématique adressant un ou plusieurs des 17 objectifs DD
2. Proposez une solution
3. Analysez la désirabilité et la faisabilité (technique et économique) de la solution proposée



# Objectif

L'objectif de la Start-up Week est multiple :

1. Il s'agit avant tout de transmettre des éléments de méthodologie, des savoirs faire, et des compétences mobilisables dans **TOUT PROJET** de lancement d'activité nouvelle, que ce soit le lancement d'une nouvelle solution, d'une entreprise en tant que telle (high tech ou low tech), le lancement d'une association, le lancement d'une activité nouvelle au sein d'une entreprise existante, etc.
2. Un deuxième objectif est de transmettre les valeurs sous-jacentes à toute démarche entrepreneuriale : l'engagement, l'autonomie, la prise de responsabilité, la persévérance, l'écoute (de soi et des autres),
3. Un troisième objectif est, pour certains élèves, de leur permettre d'initier une véritable démarche d'innovation produit et/ou de création d'une nouvelle activité (entreprise, asso, etc.).

# Organisation

**4 jours / des équipes de 6 élèves / chaque équipe travaillant sur 1 projet**

Chaque équipe doit identifier une idée (nouvelle offre ou nouvelle activité), puis travaille, avec l'aide des deux coachs, sur un début de validation (ou d'invalidation) du couple produit / marché et de premiers éléments économiques :

- étude et dimensionnement du marché, validation de la demande,
- étude, conception et validation de la proposition de valeur,
- quelques éléments clés du modèle économique (valeur perçue, coût d'acquisition client, coût total de mise à disposition de la solution).

Chaque équipe est évaluée par ses coachs.

Les meilleurs projets pourront faire l'objet d'un suivi en deuxième et troisième année, et donneront lieu, pourquoi pas, à une véritable création d'activité.

# Apprentissages

Quelques sessions plénières apportent des éléments méthodologiques. Des check lists sont également proposées pour guider les travaux.

Les apprentissages visés sont les suivants :

- Formulation d'une Proposition de valeur (conception, maquettage, prototypage, dimensionnement, modélisation, expérience utilisateur)
- Analyse de marché (PESTEL, concurrence, segmentation de l'offre, segmentation de la demande, positionnement, chaîne de valeur, dimensionnement)
- Validation de la demande
- Evaluation des coûts, Evaluation de la valeur perçue
- Technique de pitch
- Travail en équipe

# Quelques finalistes des années passées

OVRAC : Un dispositif de traçabilité des denrées alimentaires servies en VRAC, du magasin à l'assiette.

FORTE RUCHE : Un dispositif de protection des ruches contre le frelon asiatique

HANDIFEEL : une application mobile de mise en relation de personnes à mobilité réduites avec des particuliers souhaitant aider

SECURE SOUND : solution d'alerte automatique des forces de sécurité en cas d'agression dans les transports

PERMA START : site internet de conseils / formations vous permettant de vous lancer dans la permaculture

# Thèmes possibles des projets

Les élèves constituent librement leurs équipes (6 personnes). A défaut, les équipes sont complétées si nécessaire par les organisateurs.

Les élèves choisissent également le type de projet sur lesquels ils souhaitent travailler :

1. Projet personnel
2. Projet basé sur des travaux / brevets issus des laboratoires (DeepTech). Les thèmes vous seront présentés quelques semaines avant le début de la Start Up Week

Ou s'inscrive sur l'un des 8 thèmes suivants :

3. Faim « zéro », Bonne santé et Bien-être (DD 2, 3)
4. Vie aquatique, Vie terrestre (DD 14, 15)
5. Pas de pauvreté, Égalité entre les sexes, Inégalités réduites, Éducation de qualité (DD 1, 4, 5,10)
6. Eau propre et assainissement, Consommation et production responsable, Énergie propre et d'un coût abordable (DD 6,7, 12)
7. Travail décent et croissance économique, Industrie Innovation et infrastructure (DD 8, 9)
8. Villes et communautés durables (DD 11)
9. Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques (DD 13)
10. Paix Justice et Institutions efficaces, Partenariats pour la réalisation des objectifs (DD 16, 17)

# Agenda de la semaine

Coachs

Plénières

En groupe

	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
8h30	Présentation Semaine Entrepreneur			
10h00	Idéation / problématisation Business Model Canvas	Présentation des travaux de la veille Travaux en équipe	Présentation des travaux de la veille Travaux en équipe	Présentation des travaux de la veille Préparation des présentations
12h30				
14h00			Témoignages entrepreneurs	
15h30	Travaux en équipe	Travaux en équipe		Evaluation et feedback par les coachs
17h30			Travaux en équipe	
18h30	Master class	L'art du pitch		

# Agenda de la semaine

Coachs

Plénières

En groupe

	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
8h30	Présence des coachs	Présence des coachs	Présence des coachs	Présence des coachs
10h00				
12h30	Travaux en équipe	Travaux en équipe	Travaux en équipe	Présence des coachs
14h00				
15h30	Master class	L'art du pitch	Témoignages entrepreneurs	
17h30				
18h30				

# Livrables attendus

- 1 De l'enthousiasme !
- 2 Un document (Word ou PPT) présentant votre idée :
  - Problème ou besoin adressé, enjeu, solution proposée
  - Description / validation de l'offre
  - Description / validation du marché
  - Quelques éléments économiques (Valeur perçue, Modèle économique (BMC), Coût du schéma de production, CAC, LTV)
  - Risques, opportunités
  - Impact (externalités positives, externalités négatives)
  - Roadmap (prochaines étapes)
- 3 Une présentation orale (un pitch) en 5' :
  - Présentation de l'idée : quel problème, quel enjeu, quelle solution ?
  - Etude du marché
  - Validation de la demande, valeur perçue, LTV
  - Présentation de la solution (démonstration)
  - Faisabilité, validation, coût (Schéma de production et Coût Acquisition Client)

# Livrables : Etude de marché

## Etude documentaire

Environnement : PESTEL, SWOT  
Eléments de rupture (légaux, sociaux, techno, etc.) ?  
BMC

Offre : Nom des concurrents, taille (CA, effectif), âge, positionnement des concurrents, segmentation de l'offre  
Analyse des stratégies d'accès au marché (des concurrents)  
Substituts (comment les clients font ils aujourd'hui pour résoudre le problème ou combler le besoin identifié)  
Analyse des fournisseurs  
Chaine de valeur externe, positionnement sur la chaine de valeur  
Taille de l'offre (marché à date), tendance

Demande : Segmentation de la demande  
Taille du marché (TAM SAM SOM des segments adressés), tendance  
Persona, ICP (Ideal Customer Profile)  
Quelle stratégie d'accès au marché pour votre projet : Inbound, outband, et **Coût d'Acquisition Client**

## Etude terrain

Interviews (qualitatif), Panels, Enquêtes  
(utilisateurs, payeurs, distributeurs, fournisseurs, partenaires, concurrents ?)  
Validation de la demande  
**Valeur perçue et politique de prix (modèle de revenu)**

# Livrables : Définition de l'offre

## Approche documentaire

Spécification fonctionnelles  
Parcours/Expérience utilisateur  
Interface utilisateur  
Spécifications techniques  
Dimensionnement

Industrialisation / Déploiement  
Cycle de vie du produit / de l'offre  
Schéma de production (de la R&D au support client)  
**Coût du schéma de production**  
Protection de l'innovation : existant et perspectives

## Approche terrain

Dessins, schémas  
Modèles  
Simulations  
Maquettes (totale ou partielles) Figma, Adobe XD, Sketch, Moqups, etc.  
Prototypes  
Démonstration

# Impact

**Pourquoi ce projet ? Quelle utilité ? Quel enjeu ?**

**Externalités ?**

Les externalités positives désignent les situations où un acteur rend un service économique aux tiers sans être récompensé .  
Les externalités négatives désignent les situations où un acteur défavorise économiquement des tiers sans compenser le dommage.

	<b>Externalité positive</b>	<b>Externalité négative</b>
<b>Acteur</b>	N'est pas compensé	N'a pas à le supporter
<b>Tiers</b>	N'a pas à payer	N'est pas compensé

Impact social (travail dangereux, mobilité professionnelle ou précarité subie, discriminations, effets sanitaires et sociaux des pollutions, etc.),

Impact environnemental : changement climatique, pollution, bruit, dégradation des sites et paysages, contribution à la crise de la biodiversité, érosion et dégradation des sols, surexploitation de ressources, etc.).

# Notation

- 1 Le vendredi
- 2 Note sur 20
  - On note la démarche projet, la rigueur de raisonnement, l'engagement, les progrès durant la semaine, la dimension « terrain », plus que l'idée.
  - Note de groupe, sauf cas particuliers (passagers clandestins, absences trop longues, etc.).
  - Une grille est proposée.
- 3 Quatre compétences sont évaluées :
  - Innover Entreprendre dans un environnement scientifique et technique : validée en groupe (sauf cas particulier) si note > 10
  - Avoir le sens de la création de valeur pour son entreprise et pour ses clients : validée en groupe (sauf cas particulier) si note > 10
  - Savoir convaincre : validée individuellement, pour les élèves qui ont pitché
  - Ethique, soutenabilité : validée en groupe (sauf cas particulier) si note > 10

# Annexe

# Quelques métriques

900 élèves de première année

150 + équipes de 6 élèves (parfois 5 ou 7)

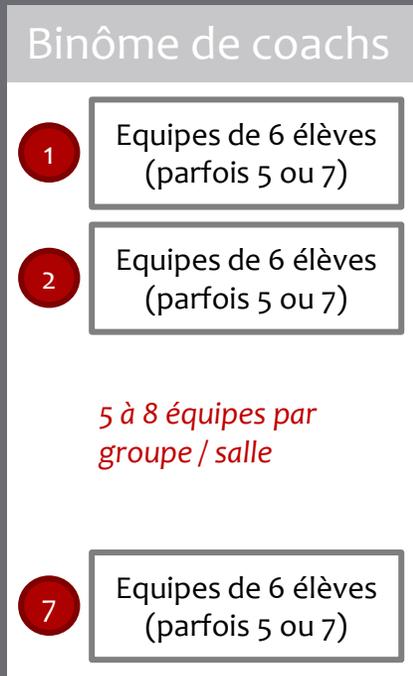
Environ 25 groupes, 5 à 8 équipes par groupe

2 (parfois 3) coachs par groupe (près de 60 coachs)

# Organisation

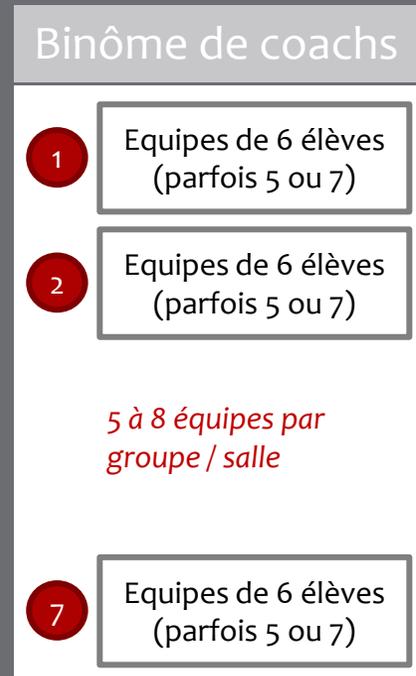
Groupe / Salle

A



Groupe / Salle

B



...

Groupe / Salle

J

