

Consultation Incubateur Inizià

Projet Fishclip

Projet Ho'Carré

Projet Green Naturalis

11/11/2021
Version 2

Contact : Virginie Corvellec – vcorvellec@mandarinecodi.com – 06.85.87.85.43



Contexte





est une **structure d'incubation généraliste intervenant sur le territoire Corse**, avec deux sites situés à Ajaccio et Bastia. En tant qu'incubateur, Inizià accompagne des projets de création de jeunes entreprises innovantes. Cet accompagnement consiste notamment à faciliter l'accès à des compétences clés, à des outils et des infrastructures qui favoriseront le succès et la croissance des entreprises.

La sélection des projets incubés est une étape cruciale pour Inizià, car elle doit garantir un flux de projets de qualité. **Cette sélection peut être difficile en raison du nombre très important de paramètres d'évaluation** (équipe, marché, technologie, prévisionnels...) mais également en raison de **l'incertitude inhérente aux projets de création de startups**.

C'est pourquoi Inizià fait appel à des experts pour l'assister dans l'évaluation des projets, leur caractère innovant, leur maturité, leur potentiel, l'équipe et leurs besoins futurs. **Il s'agit plus généralement d'identifier les facteurs clés de succès ou de risque du projet et de la future entreprise.**

Projet Fishclip



Le projet Fishclip est porté par **Alexandre Orsini** et **Nicolas Studer**, les deux membres de l'équipe.

Fishclip est un projet dans le domaine des ustensiles de cuisine.

Le projet se base sur un constat : écailler, vider et découper du poisson est une opération qui peut s'avérer dangereuse pour le cuisinier.

L'objectif du projet est donc de développer un **ustensile permettant de maintenir le poisson sur le plan de travail**. Le cuisinier peut ainsi le préparer sans risquer de se blesser lui-même en manipulant son couteau.

- 1- Marché et pénétration du marché des ustensiles de cuisine
- 2- Les modalités de vente (circuit) et cible(s) prioritaire(s)
- 3- L'industrialisation de l'ustensile
- 4- Le modèle économique
- 5- La définition d'une stratégie de développement (entre professionnels et particuliers)

Marché et pénétration du marché des ustensiles de cuisine

Le marché des ustensiles de cuisine est **actuellement en hausse au niveau mondial** (notamment dans les pays émergents), poussé par l'innovation et la demande des professionnels. Ce marché est **dominé par de grands groupes industriels** historiques et **est également constitué de nombreuses TPE/PME**. Du fait des nombreux acteurs déjà implantés, ce marché est caractérisé par une **forte intensité concurrentielle**.

L'entrée sur ce marché demande donc une forte stratégie de différenciation. Le projet Fishclip doit donc réussir à prouver **la valeur de son innovation** sur ce marché et séduire les utilisateurs par la **valeur ajoutée** de sa solution.

Cibles prioritaires et modalités de vente

L'une des difficultés majeures lors de la mise sur le marché d'un produit innovant est de **se restreindre à ne cibler dans un premier temps que les early adopters**. En effet, chercher à **commercialiser son produit auprès de toutes les catégories de clients potentiels** augmente significativement le **risque de n'en toucher aucun**. La startup ayant des moyens financiers et humains limités, ce focus est obligatoire pour ne pas disperser ses efforts mais au contraire les concentrer sur une première traction marché significative.

Les porteurs de projet devront donc définir leurs *early adopters* (particuliers ? chefs de cuisine ? poissonniers ? autres ?) et construire la stratégie d'acquisition ainsi que les circuits de vente les plus adaptés à cette ou ces cibles pour maximiser les chances que leur innovation trouve un marché. Les autres cibles (*early majority* ou marché de volume) sont à adresser dans un second temps, avec une nouvelle stratégie d'acquisition, des nouveaux circuits de vente, etc.

Identifier les **cibles à adresser, la proposition de valeur liée et la communication inhérente** est un point majeur. Une startup ne peut adresser tout le monde, par tous les circuits : il s'agit d'opérer des choix pour prioriser les segments à adresser dans un premier temps; chaque segment ayant alors son ou ses modes d'accès. Cette partie là dans le dossier, semble trop générique et globale.

L'industrialisation de l'ustensile

La production, l'industrialisation, le SAV, etc. sont des questions centrales lors de la création d'une entreprise commercialisant un produit innovant manufacturé. Production en sous-traitance ou en partenariat, origine du produit (Asie ? Europe ?), coûts de fabrication, du transport, chaînes logistiques, images de marque en fonction du lieu de production (made in France ou made in China ?) et des matériaux (éco-responsables ou plastiques ?) sont des questions à ne pas négliger car d'elles dépendent la proposition de valeur, le modèle économique, la stratégie de développement et une partie de la communication. A ce stade, aucun élément n'est donné dans la présentation sur la fabrication de l'objet et son industrialisation.

Le modèle économique

Les porteurs du projet Fishclip ne proposent **pas de modèle économique bien défini** dans leur dossier de présentation, notamment **entre le BtoB et le BtoC**. Il s'agira donc durant l'expertise d'échanger avec les porteurs de projet sur leurs idées de modèle économique pour être d'abord en mesure de le préciser, pour l'évaluer, puis de le challenger.

La stratégie de développement (entre professionnels et particuliers)

La stratégie de développement **ne semble pas aujourd'hui clairement établie**. Les porteurs du projet semblent viser tous les acheteurs possibles (poissonniers, cuisiniers, particuliers) par tous les modes (licence d'exploitation, vente directe) et par différents circuits de distribution existants (vente physique, par internet, en vente directe, marketplace, grands magasins, grande distribution, solderie, magasins indépendants, magasins d'ameublement,...) sans étape structurée et objectifs à atteindre par étape.

Les bases de cette stratégie sont beaucoup trop larges : il est important de poser une réelle stratégie, permettant **d'identifier les différentes étapes de développement de la startup**, au risque sinon d'être trop éparpillé sur les actions conduites.

Les porteurs parlent également de deux gammes distinctes, une pour les professionnels et une pour les particuliers. Il s'agirait là de préciser ces gammes et la stratégie liée à chacune des gammes; surtout que la gamme aux professionnels pourra être proposée aux particuliers.

Aravis Injection <i>Ustensile de cuisine à destination des professionnels et particuliers</i>		Entreprise spécialisée en développement et création de pièce en thermoplastiques et polymères pour l'industrie. Le dirigeant souhaitait concevoir et vendre un produit en propre. Il avait développé et commercialisé un presse citron innovant. Industrialisation du produit innovant alimentaire.
Ctrophood <i>Secteur de la food</i>		Développement d'un site web et de jeux mobiles afin de proposer aux familles des solutions pour bien manger tout en jouant.
Confédération Générale de l'Alimentation en Détail <i>Secteur de la food et produit propre</i>		Accompagnement de dirigeants de boucheries dans le cadre de la fédération de la boucherie. Accompagnement à l'innovation. Développement de produits ou services innovants en propre et à destination des confrères bouchers ou assimilés et particuliers.
Ma jolie épicerie <i>Secteur de la food et produit propre</i>		kits de pâtisserie bio pour enfants, conçus et fabriqués de façon artisanale en France. Conception, production et vente des kits et accessoires. Formation.

Projet Ho' Carré



Le projet **Ho'Carré** est porté par **Yanis Taieb** et **Emilien Faedda**, tous les deux cofondateurs. L'équipe comporte **aujourd'hui six personnes** : elle est constituée des deux membres fondateurs ainsi que d'un chargé de communication et de quatre commerciaux.

Ho'Carré est un projet dans le domaine des plateformes professionnelle à destination spécifique de l'hôtellerie-restauration.

Le projet se base sur un constat : d'un côté, il est compliqué et chronophage pour des hôtels/restaurants de se fournir en produits locaux (commandes quotidiennes, multiplicité des fournisseurs) et de l'autre, il peut être compliqué pour les producteurs privilégiant la qualité à la quantité (et ayant souvent des moyens réduits) de gérer leurs carnets de commande.

L'objectif du projet est donc de développer **une plateforme numérique de gestion pour sécuriser et faciliter la relation commerciale entre fournisseurs et clients**, c'est-à-dire entre producteurs locaux et les hôtels et restaurants.

La solution Ho'Carré est opérationnelle depuis juin 2021.

- 1- Les clients/utilisateurs : acquisition et rétention des usagers de la plateforme
- 2- Le modèle économique (marché bi-face)
- 3- La définition d'une stratégie de développement
- 4 – L'équipe fondatrice

Les clients/utilisateurs : acquisition et rétention des usagers de la plateforme

L'une des difficultés majeures du marché des plateformes numériques est d'une part l'acquisition d'utilisateurs mais également leur rétention. Ho'Carré devra donc réussir à proposer une plateforme qui dans un premier temps **suscite l'intérêt des clients/utilisateurs, puis les maintienne actifs**.

Les problématiques **d'acquisition et de rétention** sont centrales pour un projet comme celui d'Ho'Carré : tout le projet et le modèle économique en dépend. Le fait que les deux cofondateurs aient recruté un chargé de communication et quatre commerciaux va dans ce sens. Cependant, la **concurrence est marquée** sur ce marché (marketplace, outils de pilotage et solutions proposées par les chambres d'agriculture déjà existantes). Les porteurs du projet Ho'Carré doivent donc définir une **forte stratégie de différenciation** et prouver la **valeur de leur innovation** pour séduire les clients/utilisateurs.

Le modèle économique

Les porteurs du projet Ho'Carré ne proposent **pas de modèle économique bien défini** dans leur dossier de présentation. Pourtant cet élément est un point clé. En effet, la société va adresser des entreprises de petites tailles que ce soit du côté des agriculteurs ou des restaurateurs et donc avec de moyens financiers à leur échelle. Un volume conséquent de clients devra donc être adressé pour atteindre un équilibre financier. Et donc se pose la question de la stratégie d'acquisition et stratégie commerciale liée. Aujourd'hui, l'entreprise énonce le déploiement d'une équipe commerciale ou la présence sur les réseaux sociaux etc...sans préciser suffisamment la stratégie autour de ces sujets.

Il est à noter que le projet a comme **spécificité d'être sur un marché bi-face** (producteurs/vendeurs – restaurateurs/acheteurs). La question de la masse critique de clients/utilisateurs sur les deux faces du marché conditionne la viabilité du modèle et l'expertise devra déterminer si les moyens évoqués par l'équipe projet sont suffisants pour atteindre cette masse critique et le chiffre d'affaires associé nécessaire.

Il s'agira donc durant l'expertise d'échanger avec les porteurs de projet sur leurs idées de modèle économique pour être d'abord en mesure de le préciser, pour l'évaluer, puis de le challenger.

La stratégie de développement

La stratégie de développement **ne semble pas aujourd'hui clairement établie**, du moins précisée dans le dossier. Les porteurs du projet semblent viser un marché large (toute l'hôtellerie-restauration et leurs fournisseurs locaux), sans préciser les territoires (Corse, France entière ?). Les fondateurs ont a priori lever des fonds pour développer leur plateforme mais pas d'information si une nouvelle levée ou un prêt bancaire sera nécessaire au développement de la société.

La stratégie de développement doit être pensée à différentes temporalités (court, moyen et long terme) : il est important de poser une réelle stratégie, permettant **d'identifier les différentes étapes de développement de la startup**, pour trouver les ressources et agir en ce sens. La question du développement de la plateforme, de sa maintenance et ses évolutions devra être abordée, car les deux porteurs de projet ont pour l'instant fait le choix de sous-traiter son développement.

Equipe fondatrice

Les porteurs du projet semblent avoir une expérience significative dans le domaine des startups, de la finance, de la logistique et de la restauration; ce qui est un plus. C'est autant de savoirs faire qui ne seront pas à acquérir et devrait leur faire gagner du temps.

Clickeat		Plateforme de click & collect et de livraison pour les restaurateurs et commerçants de bouche indépendants. Accompagnement au développement stratégique. Marché biface de salariés voulant déjeuner le midi d'une face et de restaurateurs de l'autre face.
To Manage		Développeur de logiciel de gestion (ERP, CRM, E-commerce, gestion du transport,...) à destination des TPE/PME, notamment du secteur alimentaire (fromagerie, charcuterie). Réalisation d'un Test de Concept et accompagnement au développement stratégique de l'entreprise.
Lilm		Plateforme de vente de meubles et de décoration locale et durable créée par des artisans d'art. Accompagnement au développement de la startup. Marché biface de particuliers et d'artisans créateurs.
Expression aromatique		PME spécialisée dans la création et la commercialisation d'arômes alimentaires. Étude prospective et analyses des perspectives marché du projet innovant.
Promus		Plateforme d'achat entre producteurs locaux et restaurateurs, centralisant et facilitant la gestion (commandes, livraisons, facturations). Initiation du projet innovant, proposition de valeur et cohésion d'équipe fondatrice.

Projet Green Naturalis



Le projet **Green Naturalis** est porté par **Jean-Maxime Long**, **Laurent Zedda** et **Emilie Rossi**. Green Naturalis est une société fille de la structure **Green Cornucopia**.

Green Naturalis est un projet dans le domaine de l'alimentation saine et durable.

Le projet se base sur les dernières technologies en matière de process de fabrication et connaissances scientifiques sur la nutrition pour proposer des produits alimentaires à **haute valeur nutritionnelle et gustative**. Green Naturalis cultive ces produits en **permaculture** ou sélectionne des **partenaires locaux de qualité** respectant une charte établie. Les produits sont enrichis en apports nutritionnels, les nouvelles techniques de fabrication permettant de valoriser leurs propriétés anti oxydantes, la teneur en vitamines naturelles, ou encore de les enrichir en probiotiques (par lacto fermentation).

Le projet s'inscrit dans une démarche **d'économie circulaire** et ambitionne de **valoriser les ressources naturelles de la Corse et de PACA**.

- 1 - Modèle économique et positionnement dans la chaîne de valeur
- 2 - Stratégie de développement
- 3 - Structures juridiques et d'actionnariat
- 4 - Caractère innovant du projet

Modèle économique, positionnement dans la chaîne de valeur et stratégie de développement

Les porteurs du projet Green Naturalis ne proposent **pas de modèle économique bien défini** dans leur dossier de présentation, notamment **entre le BtoB, le BtoC et la vente multicanale** (vente directe en magasin, e-commerce, marché, etc.). Ils adressent de nombreux segments avec des positionnements dans la chaîne de valeur différents d'un segment à l'autre. Vouloir adresser dans un premier temps, trop de cibles ayant des caractéristiques, envies et usages différents nous apparaît, sans plus de précision, comme un risque, de même que de commercialiser par différents types de points de vente. Il s'agira donc durant l'expertise d'échanger avec les porteurs de projet sur les segments prioritaires, la proposition de valeur sur les segments donnés, les modalités pour les adresser et enfin le modèle économique associé. L'objectif est d'avoir des précisions sur ces sujets pour évaluer et challenger la position des créateurs.

La stratégie de développement **ne semble pas aujourd'hui clairement établie**. Les porteurs du projet semblent viser tous les acheteurs possibles, par tous les circuits de distributions existants. **Les bases de cette stratégie sont beaucoup trop larges** : il est important de poser une réelle stratégie, permettant **d'identifier les différentes étapes de développement de la startup**, notamment sur les **cibles à adresser, la proposition de valeur liée et la communication inhérente**

Vérifier le caractère innovant du projet

Green Naturalis compte commercialiser des **denrées alimentaires transformées**. Le mode de production combine **permaculture, culture hydroponique et production bio et locale**. Puis la transformation intervient, selon les produits, par trois procédés : **déshydratation à basse température, traitement thermique (pasteurisation) et lactofermentation**. Tous ces **procédés sont déjà utilisés par l'industrie agroalimentaire**. Il s'agira donc de vérifier le caractère innovant du projet. Y a-t-il une innovation technologique ou l'innovation s'inscrit elle plutôt au niveau de l'usage. Cette connaissance sera importante car elle permettra de valoriser le projet par éventuellement de la propriété intellectuelle ou une proposition de valeur très différenciante.

Montage de la structure

Le projet Green Naturalis doit s'intégrer au sein de la **holding Green Cornucopia SAS**; holding qui a été créée en octobre 2021. Les trois porteurs de projet travaillent déjà dans le secteur agroalimentaire, notamment pour l'entreprise de produits « tartinables », l'Art des saveurs. Cette entreprise appartient au groupe **RMParis Invest**, société ajaccienne spécialisée dans l'agroalimentaire de luxe, dans laquelle deux des porteurs de projets ont des fonctions. La connaissance de ce secteur et de l'écosystème est un élément très positif pour les porteurs du projet Green Naturalis, néanmoins il sera nécessaire de **clarifier le positionnement de chaque structure, la position et mission de chaque associé dans les structures et les moyens alloués au nouveau projet**. Il en va de même à propos des « Maison de la Gastronomie Azurée », citées comme principaux lieux de vente, mais qui après une rapide recherche internet, ne semblent pas encore exister. Il existe un site internet « maison de la gastronomie » qui commercialise des produits proches de ceux que veut développer le projet Green Naturalis mais qui semble ne pas avoir de lien, si ce n'est le nom de marque à l'identique. Il s'agira d'éclaircir les liens juridiques ou de travail entre les structures et les porteurs.

Essentiel Lavande		Production de lavande et commercialisation, en France et à l'international, de produits naturels à base de lavande. Accompagnement stratégique pour la croissance de la société.
INBP (Institut National de la Boulangerie Pâtisserie)		Organisme de formation dans le secteur de la boulangerie, pâtisserie. Management du projet innovant pédagogique.
Fournil des Éparis		Boulangerie bio en Haute-Savoie. Réflexion autour de l'offre bio et accompagnement à la création d'ateliers à visée thérapeutique pour personnes âgées.
La Talemellerie		Réseau de 8 boulangeries. Projet innovant collaboratif multipartenaires avec une labélisation des pôles de compétitivité Cap Digital et Imaginov.
Le Jardin Gourmand		Création, gestion et revente d'un restaurant à Issy les Moulineaux (92) par Virginie Corvellec, fondatrice de Mandarine CODI.

Méthodologie

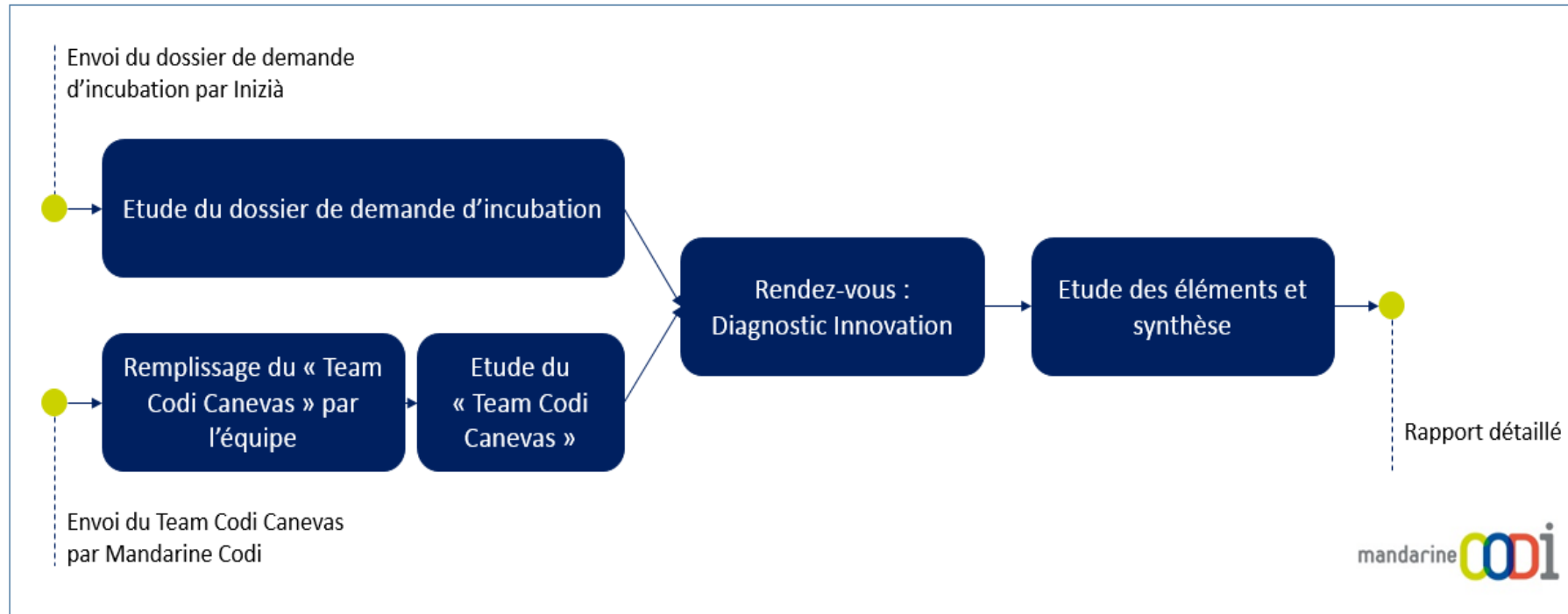


Mandarine Codi propose la réalisation d'expertises sur la base du processus proposé lors de l'appel à référencement, appuyé par ses deux outils dédiés : le « **Team CODI Canevas** » et le « **Diagnostic innovation** ».

- Au démarrage de la mission, Mandarine CODI prend connaissance du **dossier de demande d'incubation**, rempli par le porteur de projet et remis à Inizià. Ce dossier permet l'apport d'un nombre important d'informations, à la fois techniques, économiques et financières. Ces éléments sont un socle de connaissances pour la réalisation de l'étude.
- Le « **Team CODI Canevas** » est ensuite envoyé à l'équipe porteuse préalablement au rendez-vous avec elle. Il doit être rempli de manière individuelle par tous les membres de l'équipe. L'objectif est de comprendre la composition de l'équipe, ses compétences, les rôles et fonctions de chacun dans l'entreprise et leur projection (si elle existe) dans une entreprise qui se développe. Il s'agit également de comprendre la vision de chacun concernant le développement de la startup et de valider que cette vision est bien partagée par tous. Les canevas de chacun des membres de l'équipe sont étudiés avant le rendez-vous.
- Enfin, un **rendez-vous** est organisé entre Mandarine CODI et l'équipe porteuse du projet. Ce rendez-vous dure environ 2h, et se déroule sur la base du **Diagnostic Innovation**. Il a pour objectif d'explorer l'ensemble des thématiques importantes liées au projet. Un approfondissement complémentaire peut également être mené sur certains questionnements qui seraient ressortis de l'étude du dossier et du « Team CODI Canevas ».

À noter, l'équipe Inizià peut être présente au rendez-vous si elle le souhaite.

Un travail d'étude et de synthèse est finalement mené par Mandarin Codi, et donne lieu à un rapport détaillé rendu à Inizià.



Présentation du process des expertises de projets

La réalisation d'une mission d'expertise pour un projet, par Mandarine CODI donne lieu à un **rapport d'expertise**. Ce rapport est global et intégré, et il comprend l'ensemble des éléments traités dans le cadre de l'expertise :

- Les éléments issus du **Diagnostic Innovation**.
- Les retours issus des « **Team CODI Canevas** » remplis par l'équipe projet : 1 par membre de l'équipe.

Le rapport comprend :

- Rappel succinct du projet et des enjeux,
- Équipe,
- Aspects Juridiques et réglementaires et notamment propriété intellectuelle et industrielle,
- Aspects Technico-économique : appréciation du caractère innovant ou différenciant du service,
- Aspects Marché
- Liens possibles avec la recherche publique
- Aspects Financiers et notamment modèle économique,
- Planification du projet jusqu'au lancement du service sur le marché (identification des principales étapes et actions à mener),
- Préconisations et recommandations d'accompagnement par l'incubateur, chiffrées et inscrites dans un calendrier prévisionnel.
- Attention particulière sur le potentiel du projet et la stratégie de l'entreprise.

La mise à disposition des livrables sera vu avec Inizia selon leurs besoins.

Phases d'évaluation des projets « fishclip », « Ho'Carré » et « Green Naturalis »	Temps en jour/hommes pour 1 projet
Etude du dossier de demande d'incubation	0,3 j/h
Etude du/des « Team Codi Canevas »	0,2 j/h
Rendez-vous avec l'équipe : diagnostic innovation	0,3 j/h
Approfondissement et synthèse	0,4 j/h
Total par projet	1,2 j/h
Total 3 projets	3,6 j/h

Pour la réalisation de **l'expertise des projets « Fishclip », « Ho'Carré » et « Green Naturalis »** soit **3 expertises**, Mandarine CODI propose un forfait de 1400€ HT par expertise.

Soit un budget total de : **4 200 € HT** soit 5040 euros TTC pour les 3 évaluations, sur la base des éléments de l'appel à référencement.

Si Inizià ou le porteur de projet le souhaite, un accord de confidentialité est signé entre les parties.

BON POUR ACCORD

Le 19/11/2021

Bon pour accord
 Le Directeur
 de l'Incubateur de Corse - Inizià

 Emmanuel PIERRE

Mandarine CODI



Mandarine CODI exerce son activité autour de 3 fondamentaux : **ENTREPRENEURIAT**, **INTRAPRENEURIAT** et **INNOVATION**. La société dispose d'une forte expertise que ce soit auprès de jeunes entreprises innovantes, de PME intégrant des projets innovants ou de grandes organisations autour de l'intrapreneuriat (postures ou programmes intrapreneuriaux).

L'équipe Mandarine CODI est **expert scientifique** agréée par le Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche, **accompagne des créateurs d'entreprises innovantes** depuis une vingtaine d'années. **Mandarine CODI accompagne également l'innovation auprès de dirigeants de TPE/PME** (projets innovants qui peuvent parfois « sortir » de l'entreprise pour devenir startup). La société **accompagne également l'innovation et l'intrapreneuriat dans de grandes organisations** : pour des projets structurants comme le montage de structure d'accompagnement à l'innovation (type incubateur, pépinière, Fab Lab – Orange Fab, ECE CUBE..) ou des projets intrapreneuriaux de collaborateurs. La société forme et accompagne aussi souvent les accompagnants internes des organisations qui accompagneront eux-mêmes les intrapreneurs.

L'innovation et la recherche en intrapreneuriat sont présentes intrinsèquement dans toutes les démarches de la société.



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Entreprises



**MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



ESSEC
BUSINESS SCHOOL



**PARIS
REGION**

bpifrance

**ENTREPRISE DE
L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE**

**Entreprendre
& Innover**

300

projets entrepreneuriaux/intrapreneuriaux

20

ans d'accompagnement de l'innovation

EXPERIENCE

LABELISATIONS

LesEchos
LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE



**Chef
d'Entreprise**

**LE
VILLAGE**
by Codi

**l'express
L'ENTREPRISE**

**Transformation numérique : les plus
belles initiatives du CAC 40**

FLORENCE BAUCHARD, ISABELLE LESNAK, STÉPHANO LUPHER ET CLAUDE VINCENT - CLAUDE VINCENT FLORENCE BAUCHARD ISABELLE LESNAK STÉPHANO LUPHER | LE 04/09/14 À 15H02

7) Développer un écosystème

La start-up WID a créé un procédé anticounterfeiting des bouteilles de vin : un mix technologique de cloud, d'internet des objets, de Big Data... Originalité : elle a été accompagnée pour son business plan par un manager à haut potentiel de Bull dans le cadre du dispositif « Miss Mandarine », monté par Virginie Corvellec, conseil en innovation et mentor OrangeFab auquel ont participé Orange, n'ont bénéficié. Ce n'est pas la seule initiative à a profité du festival international du numérique « ur dans l'animation de l'écosystème numérique. Il a the Telekom liant leurs programmes respectifs ionnés (dans l'internet des objets, l'optimisation rsécurité) auront accès aux équipes innovation et rs financements. Enfin, après s'être associé à demi pour créer des fonds d'investissement dans à il y a dix-huit mois. Dans la Silicon Valley i Côte d'Ivoire... Plus de 37 start-up ont déjà

REVUE DE PRESSE

Grands Groupes

PME



life.augmented



Start-up

Equipe projet



Fondatrice de Mandarine CODI et expert scientifique agréée, Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Expert startup, Bpifrance

+ 20 ans d'expériences opérationnelles en accompagnement stratégique de l'innovation



Management de l'innovation - développement et structuration de projets innovants

- Exploration d'axes potentiels d'innovation, idéation, POC.
- Structuration et conduite de projets innovants, Business model Canvas.
- Recherche de financement pour le déploiement du projet d'innovation, proposition de valeur.
- Accompagnement de dirigeants et collaborateurs d'entreprises dans le projet,
- Identification de ressources internes et/ou externes,
- Recherche de partenaires technologiques, entreprises, laboratoires publics,
- Structuration de la R&D dans l'entreprise, CIR (Crédit Impôt Recherche),
- Conduite du changement, revue de l'organisation interne et communication interne pour l'implantation de l'innovation.

Accompagnement de projets innovants vers la création de jeunes entreprises innovantes - startups

- Accompagnement de(s) porteur(s) de projets,
- Cohésion d'équipe fondatrice avec des problématiques d'apports financiers, apports de technologies (brevets ou autres), répartition des parts sociales, valorisation de la société, propriété intellectuelle, etc,
- Aide au recrutement d'associés ou de premiers salariés,
- Montage de plan d'affaires, Réalisation de dossiers de financement, Bpifrance, JEI (Jeune Entreprise Innovante) ou CIR (Crédit Impôt Recherche),
- Identification de partenaires externes (industriels / laboratoires),
- Etudes d'usages, TOC
- Préparation à la levée de fonds,
- Gestion des relations avec les partenaires publics locaux, établissements de recherche

Intrapreneuriat

- Accompagnement de(s) porteur(s) de projets innovants,
- Accompagnement dans la conception de dispositifs structurants : incubateur, fab lab etc...
- Stratégies et modèle économique,
- Identification de sponsors dans l'organisation
- Benchmark concurrentiel
- Identification et gestion de partenaires externes (industriels / laboratoires),
- Etudes d'usages,
- Formation des intrapreneurs et accompagnants internes
Former à au management de projet d'innovation, à l'accompagnement de porteur de projet, au design thinking, Miss Mandarine ..
- Montage de plan d'affaires,

Intervention en tant qu'expert, conférences, tables rondes et animation d'ateliers (non-exhaustif)

- Innovation, intrapreneuriat, mode startup, effectuation, posture innovante....

Innov'Days – ST Microelectronics - « L'intrapreneuriat a-t-il toujours besoin d'un projet pour se développer dans l'organisation ? ». **Congrès LDT – Learning Development Talent** - expert en intrapreneuriat auprès des partenaires grands groupes – La Poste et PSA. **Le Village by Crédit Agricole** - « L'intrapreneuriat et le mode startup » auprès des partenaires grands groupes

Diplômes et Formations

- Thèse de doctorant en sciences de gestion : « **Facteurs clés de succès des jeunes entreprises innovantes** » - Université de Savoie, Annecy - non soutenue
- Diplôme de 3^{ème} cycle en **Conduite de projets technologiques** - Université Jules Verne, Amiens – mention très Bien

Merci

www.mandarinecodi.com



Conseil Opérationnel et Développement de l'Innovation

