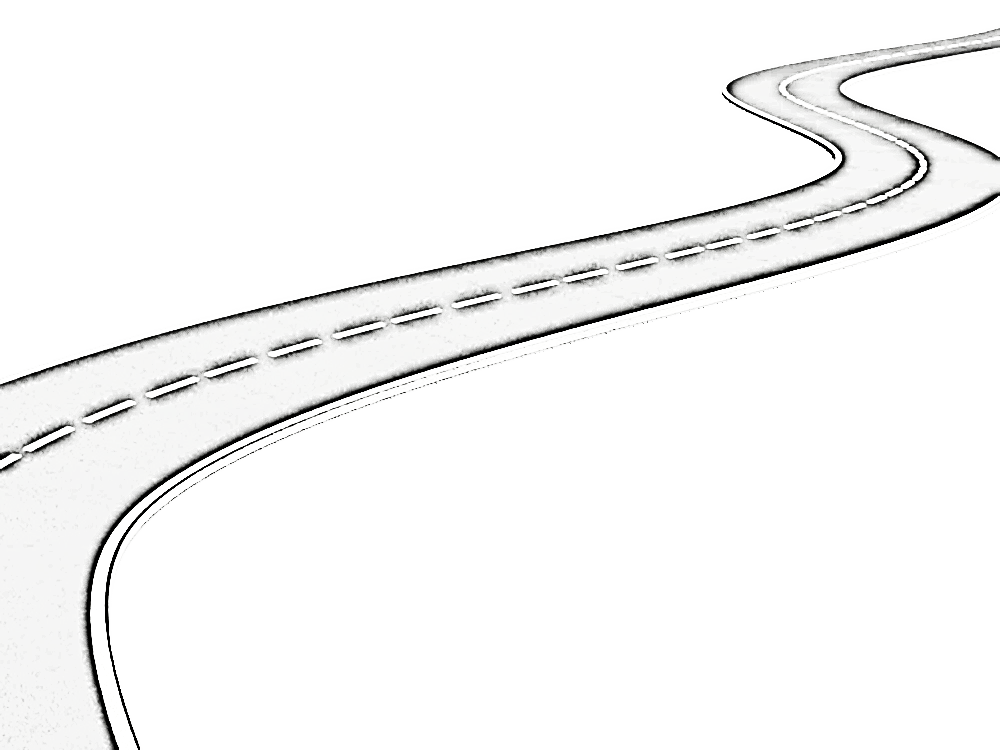
**Dossier de réponse à l’Appel à Manifestation d’intérêt**

****« Innovation Sociale et Sociétale »**

******

En route vers la convivialité

Table des matières

[Fiche de présentation du porteur : 3](#_Toc460843423)

[Nom : 3](#_Toc460843424)

[Statut : 3](#_Toc460843425)

[Bref historique : 3](#_Toc460843426)

[Description de la structure, de ses actionnaires ou adhérents, des bénéficiaires… 3](#_Toc460843427)

[Présentation du projet : 4](#_Toc460843428)

[Résumé de l’action (en 20 lignes maximum), historique, démontrer en quoi le projet est une innovation sociale (plus-value par rapport à l’existant) : 4](#_Toc460843429)

[Catégorie d’innovation sociale dans laquelle vous estimez que votre projet s’insère, (une ou plusieurs catégories possibles) : 4](#_Toc460843430)

[Objectifs de l’action : 4](#_Toc460843431)

[Stade d’avancement : amorçage, développement, diffusion, transfert… : 6](#_Toc460843432)

[L’équipe : compétences liées au projet : 6](#_Toc460843433)

[Partenariats et inscription dans un projet territorial : 8](#_Toc460843434)

[Marché 9](#_Toc460843435)

[Publics cibles + périmètre géographique visé : 11](#_Toc460843436)

[Repérage des initiatives similaires existantes : 12](#_Toc460843437)

[Perspectives de développement : 13](#_Toc460843438)

[Moyens mobilisés pour la réalisation : gouvernance, ressources humaines et financières, communication : 13](#_Toc460843439)

[Principaux freins du projet identifiés et moyens à mettre en œuvre pour les lever : 15](#_Toc460843440)

[Mission assignée à l’équipe de recherche au titre de l’innovation sociale, le cas échéant : 16](#_Toc460843441)

[Méthodologie d’évaluation envisagée : 17](#_Toc460843442)

[Calendrier prévisionnel de la mise en œuvre du projet 18](#_Toc460843443)

[Comptes prévisionnels de l’action sur 24 mois (à transmettre en PJ) 20](#_Toc460843444)

[Documents annexes 21](#_Toc460843445)

# Fiche de présentation du porteur :

Nom : KAPOSI Théo

Statut :

Porteur de projet actuellement salarié dans l’industrie agroalimentaire.

## Bref historique :

Je m’appelle Théo Kaposi, j’ai 26 ans et je suis actuellement en cours de création d’une société organisant le covoiturage pour les trajets domicile-travail des salariés.

Actuellement salarié dans l’industrie agroalimentaire où je manage une équipe de 8 opérateurs de production. C’est sur mon lieu de travail que j’ai détecté un besoin. Depuis presque 1 ans, je multiplie les démarches afin de mettre en œuvre ce projet (reprise d’étude, accompagnement divers, incubation et nombreux partenariats).

C’est dans l’objectif de répondre à ce besoin identifié sur le terrain que je me suis lancé dans cette aventure entrepreneuriale.

## Description de la structure, de ses actionnaires ou adhérents, des bénéficiaires…

La structure juridique choisie est une SASU dans un premier temps. (Voir projet de statut en pièce jointe)

Ce statut va me permettre de gérer la phase de test tout en bénéficiant d’un statut cohérent permettant l’entrée d’investisseurs permettant le développement de l’outil et le financement de l’action de communication.

Je recherche activement des personnes prêtes à s’investir dans ce projet en tant que collaborateur ou partenaire.

Afin de trouver des personnes prêtes à s’investir ou à codiriger cette entreprise, je suis en train de me présenter aux différents responsables de l’Université de Poitiers réunissant l’ensemble des compétences dont le projet a besoin afin de communiquer aux étudiants sur le fait de participer à une expérience de création d’entreprise tout en bénéficiant du statut « étudiant entrepreneur ».

Des projets tuteurés avec les étudiants de la **L3 « sciences économiques »** et de la **LP « technologies logicielles pour le web et les terminaux mobiles »** sont déjà prévu au cours de cette année scolaire**.**

Le but de ces démarches de projets tuteurés étudiants est de trouver des jeunes motivés prêts à s’investir dans une aventure entrepreneuriale et de mener une équipe regroupant l’ensemble des compétences nécessaire à l’élaboration de cette création d’entreprise.

Une fois l’équipe constituée, la structure juridique pourrait migrer vers un statut de SCOP, ce qui correspondra mieux à l’idéologie du projet et de sa mise en œuvre.

L’URSCOP, dans le cadre de l’incubation « alter’incub », m’accompagne et me conseille dans ces prises de décisions sur le statut juridique.

# Présentation du projet :

## Résumé de l’action (en 20 lignes maximum), historique, démontrer en quoi le projet est une innovation sociale (plus-value par rapport à l’existant) :

*Attention, ce résumé sera transmis en l’état au jury, la précision de ce résumé garantira donc l’accessibilité de votre projet.*

J’ai décidé de me lancer dans un projet de covoiturage (domicile-travail) suite à la détection d’un réel besoin des salariés et des entreprises.

Cette idée m’est venue lors d’une réunion sur mon lieu de travail actuel où le directeur du site parlait d’investir une grosse somme d’argent dans l’agrandissement du parking à cause du manque de places. J’ai également remarqué que les salariés pratiquent régulièrement le covoiturage et sont plutôt favorables à le mettre en place malgré la difficulté de s’organiser et les différents problèmes liés au partage de frais. La valeur ajoutée est le fait de proposer **plusieurs trajets aux conducteurs volontaires** et de **valoriser les détours** par un système de bons d’achat. Cette méthode permet **d’optimiser au maximum les véhicules**. Le système de classement et de bons d’achat permet de **combler le principal problème du covoiturage** courte distance, le fait que les utilisateurs ne **déclarent pas le trajet**. L’objectif de PickMeUp est de valoriser **le salarié, la démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) de l’entreprise ainsi que le commerce de proximité**. **J’ai détecté un manque d’outils** permettant à la fois de créer des liens sociaux entre les salariés et de leur faire réaliser des économies. **Les entreprises ont un réel besoin** de faire **baisser leurs taux de CO2** et **de créer du lien social** afin de valoriser une démarche RSE. Je souhaite également conduire les travailleurs locaux vers les commerces de proximités qui se trouvent de plus en plus en difficulté face aux grandes surfaces. Ce projet se définit également comme de l’innovation sociale. En effet nous avons repéré un besoin social et avons adapté notre solution numérique dans le but de répondre à ce besoin. Dans ce processus, nous mettons l’utilisateur au cœur du projet afin de comprendre ses attentes, ses besoins et ses problèmes actuels.

## Catégorie d’innovation sociale dans laquelle vous estimez que votre projet s’insère, (une ou plusieurs catégories possibles) :

🗹Innovation sociale de produit et/ou de service

🞏Innovation sociale territoriale

🞏Innovation sociale organisationnelle

## Objectifs de l’action :

L’activité principale de PickMeUp.com est **la mise en relation des salariés effectuant des trajets domicile-travail**. Pour ce faire, nous mettons en place une application mobile détectant et proposant des trajets aux salariés leur permettant de partager équitablement les frais qu’ils engendrent. Afin d’atteindre rapidement une masse de salariés effectuant les mêmes trajets, nous mènerons des partenariats avec les grandes entreprises et les collectivités afin de capter une communauté, assurant rapidement la viabilité du service.  L’innovation est de détecter et de proposer différents trajets comprenant des détours aux conducteurs volontaires. Ce principe permet **d’optimiser l’utilisation de chaque véhicule**. Avec le système de bons points et de bons d’achats à dépenser dans les commerces de proximité, nous valorisons les utilisateurs réguliers en encourageant **le commerce de proximité et soutenant la dynamique économique locale.**

**La détection d’un besoin sur le terrain.**

Le service PickMeUp est parti d’un besoin détecté sur le lieu de travail de SOIGNON, suite à la détection de la problématique de l’entreprise, j’ai également voulu vérifier l’existence de ce besoin auprès de divers salariés de l’ancien territoire Poitou Charentes. Le service pour répondre à ce besoin s’est construit depuis bientôt un an en tenant compte des retours sur les différents questionnaires (quantitatifs et qualitatifs) diffusés avec l’aide du CREDES CEZAM Poitou Charentes et aux nombreux conseils des différents professionnels qui entourent ce projet. C’est un projet qui n’est pas figé et qui évolue en permanence en fonction des retours des utilisateurs, clients, et partenaires.

**Une application mobile simple et intuitive.**

L’application mobile PickMeUp (sur App Store et Google Play) met en relation une communauté d’utilisateurs se rendant sur les mêmes lieux de travail pour leur proposer de covoiturer. La gestion des trajets tient instantanément compte de la flexibilité et des modifications d’horaires. Les frais de déplacement sont calculés automatiquement. L’organisation des équipes anticipe de façon ludique le nombre de places libres dans les véhicules en proposant plusieurs trajets à partager et en récompensant les conducteurs qui acceptent de faire des détours.

**Un service pour les salariés et leurs entreprises.**

Le projet PickMeUp a d’abord pour objectif de valoriser les salariés qui utilisent l’application ; il favorise aussi les démarches de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et le rayonnement des commerces de proximité. L’application mobile permet aux utilisateurs de créer des liens conviviaux tout en réalisant des économies. Les entreprises agissent bien en faveur de l’environnement en diminuant la consommation globale de CO2 émise par les véhicules. Enfin, ce service en ligne offre plus de visibilité aux petits commerces qu’aux grandes surfaces dans ses espaces publicitaires.

**Une solution bénéfique pour tous les utilisateurs**

PickMeUp est l’outil idéal pour réaliser des économies, créer des liens sociaux, limiter la construction onéreuse de parkings, fluidifier le trafic en ville, valoriser des commerces de proximité et donner à tous les acteurs (salariés, entreprises, petits commerces et collectivités) de s’engager dans une démarche sociale d’innovation collaborative véritablement bénéfique pour l’environnement. La création de l’application mobile s’appuie sur des groupes de travail qui permettent d'inclure les utilisateurs finaux dans le processus de conception afin de valider les choix liés à leurs métiers (phase de test >> correction des erreurs >> phase de commercialisation >> développement continu).

**La valeur : des récompenses pour les utilisateurs**

La valeur ajoutée de Pick Me Up est de proposer plusieurs trajets aux conducteurs volontaires tout en valorisant les détours avec des ​ récompenses en bons d’achat​. Ce principe permet d’optimiser au mieux la disponibilité des véhicules et ajoute une dimension ludique à l’application mobile. La mise en valeur de notre communauté d’utilisateur et le partage des recettes publicitaires avec les plus flexibles d’entre eux est la solution pour favoriser le covoiturage dynamique. Il s’agit bien d’encourager les utilisateurs à déclarer le plus de trajets possibles. Enfin, le ​ développement « Lean Startup » de l’application mobile aboutit à un produit original qui évolue toujours en fonction des attentes de nos utilisateurs.

**Un modèle économique viable et socialement innovant**

Le modèle économique est socialement innovant car il permet de valoriser les commerces de proximité, la démarche RSE des entreprises ainsi que les liens sociaux entre les utilisateurs.

Ce sont les entreprises qui financent le service pour leurs salariés afin d’en assurer la gratuité pour les utilisateurs. Les utilisateurs auront simplement à partager les frais liés aux trajets domicile-travail (coût de trajet/nombre de passagers) ce qui leurs permet de réaliser d’importantes économies. L’entreprise aura la possibilité d’inscrire dans sa démarche RSE le nombre de kilomètre, d’argent qu’elle a fait économiser à ses salariés et la quantité de CO2 qu’elle a gagné avec cette démarche.

Les revenus des espaces publicitaires proposés aux associations de commerçants seront reversés aux utilisateurs par le biais de bons d’achats à dépenser dans les commerces partenaires. La méthode de gestion et de développement choisie (Lean Startup) permet de modifier sa stratégie sans changer sa vision. Dans le cas d'une start-up, il s'agit donc pour son fondateur de définir une nouvelle stratégie tout en conservant sa vision initiale. Cette méthode permet d’avoir un service ainsi qu’un produit qui suit l’évolution des clients et des utilisateurs.

Ce projet innovant répond à de réels besoins et enjeux notamment :

* Le gain de places de parking pour l’entreprise et la collectivité.
* Le service rendu aux salariés confrontés aux difficultés des trajets domicile-travail quotidiens : stationnement, coût, engorgement des agglomérations...
* La réduction des émissions de CO2 liées à ces déplacements,
* Le rôle de l'entreprise vis-à-vis de ses salariés dans le cadre de sa démarche RSE : proposer un service de co-voiturage et encourager l'utilisation des transports en commun, réduire les émissions de CO2 liées aux déplacements professionnels et domicile-travail...
* Encourager le commerce de proximité et soutenir la dynamique économique locale,
* Utiliser les outils numériques dont on sait maintenant qu'ils sont la clé de l'innovation actuelle et future.

[[1]](#footnote-1)*« PickMeUp s'inscrit pleinement dans les dimensions sociale, sociétale, environnementale et économique. »[[2]](#footnote-2)*

## Stade d’avancement : amorçage, développement, diffusion, transfert… :

Je suis actuellement en recherche de financements afin de financer l’étude technique qui permettra le développement du MVP (produit minimum viable) à tester dans les 2 entreprises partenaires qui sont IMA (Inter Mutuel Assistance) et SOIGNON (groupe Eurial Poitouraine). Cette phase de test permettra de construire le produit commercialisable en prenant en compte les remarques des quelques 2000 salariés faisant partie de cette phase de test.

* Une dossier BPI est en cours pour le financement de l’étude technique, graphique et de faisabilité.
* Le dossier AMI innovation sociale dans le but de financer l’action de recherche.
* Un dossier a été déposé à l’université de Poitiers afin de faire travailler un groupe d’étudiant de la classe de Licence 3 **« Science économique »** dans le cadre d’un projet tuteuré.
* La même démarche a été réalisée pour la classe Licence Pro « **technologies logicielles pour le web et les terminaux mobiles »**
* La remise des prix du concours national PEPITE (53 prix entre 5 000 et 20 000 euros parmi les 150 finalistes) me permettra de créer la société et d’y intégrer le capital social.

Le début de la communication dans les entreprises test est prévue en octobre 2016 et la création de statut SASU en novembre. Cette phase de test va se dérouler sur une période de 8 mois durant lesquels l’outil va se construire ainsi que la stratégie de commercialisation. En effet, durant cette période, les équipes d’étudiants et le stagiaire en recherche travailleront en amont sur l’étude de faisabilité économique, sur la stratégie commerciale et sur l’outil technique.

## L’équipe : compétences liées au projet :

Actuellement salarié dans l’industrie agroalimentaire où je suis en charge d’une équipe de 8 personnes, je multiplie les démarches dans le cadre de ce projet.

Afin de connaitre toutes les étapes de la création d’entreprise et de m’ouvrir au réseau régional, je me suis inscrit au SAFIRE de L’université de Poitiers afin de suivre la formation Diplôme Universitaire « étudiant entrepreneur » Passeport Compétences Création (DU D2E PCC). Cette formation m’a permis de rencontrer de nombreux professionnels régionaux (avocats, banquiers, expert-comptable, incubateurs…), de leurs confronter mon projet de création, d’apprendre toutes les étapes essentielles de la création d’entreprise, de structurer mon dossier et de rencontrer et d’échanger sur la création d’entreprise avec d’autres porteurs de projets présents à cette formation. La formation s’est terminée par la rédaction d’un plan d’affaire noté et le passage devant un jury de professionnels et de responsables de la formation. J’ai obtenu une mention très bien et la note de 20/20 à mon DU PCC (voir pièce jointe).

C’est ainsi que j’ai appris l’importance d’avoir un réseau de qualité et l’expertise de professionnels d’accompagnement à la création d’entreprise.

J’ai alors commencé par rencontrer Alexandra FAROUX de l’Agence Régionale de l’Innovation (ARI) qui m’a accompagné pour répondre à un ​ appel à projet d’’innovation sociale​. J’ai ainsi intégré l’incubateur de l’URSCOP pour participer au ​ programme d’accompagnement Alter’incub animé par Denis KONG. Ce programme d’incubation destiné au projet socialement innovant est un accompagnement personnalisé d’une durée de 18 mois. L’ARI m’a ensuite mis en relation avec Arnaud LISSAJOUX, chargé d’innovation du réseau des Professionnels du Numérique (SPN), qui m’a motivé à candidater au ​ programme d’accélération Start’Innov et accompagné pour la rédaction de mon dossier de participation au concours Créa’Vienne ou j’ai fait partie des 19 projets sélectionnés en finale de ce concours Régional​. La participation à ce concours m’a permis de présenter mon projet au jury de 19 personnes et de prendre en compte les différentes remarques constructives du jury. Créavienne m’a également permis de rencontrer Géraldine Musset du CEI (centre d’entreprise et d’innovation) qui me conseille et m’accompagne dans toutes les étapes de la création, me met en relation avec les différentes structures de financement et me présente les différents partenaires en adéquation avec mon projet.

J’ai également démarché l’IUT de Niort et travaillé avec Aurélie DENNEZ, étudiante en Licence Pro Entrepreneuriat et Management de Projet, sur la finalisation de mon ​ étude de marché​ dans le cadre d’un projet tuteuré (1 année scolaire d’accompagnement).

Puis je suis entré en contact avec le CREDES CEZAM POITOU CHARENTES afin d’obtenir différentes informations sur les ​ stratégies des entreprises de la région​. Le CREDES m’a également aidé dans la diffusion de questionnaires me permettant de structurer mon étude de marché en me faisant bénéficier de son large réseau d’entreprises régionales.

Dans le but d’analyser précisément les enjeux de la mobilité dans les entreprises, j’ai rejoint le groupe Responsabilité Sociétale des Entreprises et des Organismes (RSE­RSO) de l’Espace Régional de Concertation en matière d'Éducation à l'Environnement pour un Développement Durable (ERC­EEDD) afin de participer aux réunions de travail sur le ​ thème de l’éco mobilité​.

Ce groupe de travail me permet de travailler sur le thème de la mobilité avec divers professionnels, de nourrir mon étude de marché et d’élargir mon réseau autour de ce projet.

J’ai aussi pris le soin de réaliser plusieurs questionnaires à destination des entreprises, des salariés et des comités d’entreprises pour récolter des ​ données quantitatives (voir pièce jointe) ​. Surtout, je suis allé à la rencontre de potentiels utilisateurs de l’application mobile PickMeUp afin d’étudier en détail leurs ​ habitudes existantes​.

Je me suis inscrit aux 3 jours du Startup Weekend de Bordeaux (avril 2016) dédié uniquement aux projets de mobilité avec l’objectif d’identifier des collaborateurs ou des ​ associés pour mon entreprise et de confronter mon projet aux autres projet territoriaux sur le thème de la mobilité.

J’ai récemment déposé un dossier pour un projet tuteuré à l’Université de Poitiers. Ce dossier a pour but de faire travailler 3 à 5 étudiants de la L3 **« sciences économiques »** afin de leur faire réaliser une étude de faisabilité économique. Les étudiants travailleront chacun pendant 70 heures et effectueront des recherches et des démarchages d’entreprises et de partenaires afin d’en prouver la viabilité économique. La réunion de présentation du projet aux étudiants est prévue le 15 septembre 2016.

J’ai également effectué la même démarche pour la classe de licence Pro **« technologies logicielles pour le web et les terminaux mobiles**» dans le but de les faire travailler sur le développement de l’application mobile. (Réalisation d’une maquette sous android).

Le but de ces démarches de projets tuteurés est de faire avancer le projet sur les différents sujets (faisabilité économique, stratégie commerciale et développement app) mais surtout de repérer des jeunes motivés prêts à s’investir dans une aventure entrepreneuriale. J’espère ainsi trouver parmi les étudiants les personnes qui viendront compléter l’équipe du projet à long terme.

Pour PickMeUp, je suis également aidé par mon frère Clovis CHERFILS titulaire d’un master 2 de communication et travaillant actuellement comme chargé de projet vidéo dans l’entreprise IMA.

Il a réalisé la vidéo de présentation du produit et m’aide dans la stratégie de communication liée à ce projet. Clovis n’a pas encore intégré officiellement le projet en raison son planning de fin d’étude chargé mais m’aide dans le cadre de l’identité visuelle, la création de vidéos et la stratégie de communication.

Enfin je participe actuellement au 3ème concours PEPITE Tremplin pour l’entrepreneuriat étudiant et fais partie des 150 dossiers sélectionnés pour la finale nationale dans l’espoir de remporter un des 53 prix.

Pour PickMeUp, je me suis entouré de tout un réseau de conseil et d’expertise en essayant de réunir les différents acteurs du numérique, de l’innovation, du social et de la recherche (université) en adéquation avec mon projet. Je me suis également entouré de partenaires Régionaux « expert-comptable, avocats, com, DEV… » (voir partie partenariat et inscription dans un projet territorial).

## Partenariats et inscription dans un projet territorial :

Le premier segment de partenaires sont les collectivités et les grandes entreprises (les clients).

L’idée, en menant des partenariats avec les collectivités, est de se rapprocher des associations de zones d’activités afin de proposer PickMeUp comme un service inter-entreprises.

En effet au sein de ces zones, nous souhaitons nous imposer comme une solution alternative aux transports en commun et permettre aux salariés de différentes entreprises basées sur un même lieu, de partager leurs véhicules ainsi que les frais liés aux trajets domicile-travail. De plus, l’intégration de bons d’achat à dépenser au sein des commerces de proximité de la zone d’emploi dynamisera ces zones et permettra aux salariés d’aller manger entre collègues, de faire une partie de bowling… tout en bénéficiant de réductions toute l’année.

Nous ciblerons les importantes zones d’activités afin d’implanter le service de façon méthodique dans les zones en forte demande de solutions alternatives aux transports en commun.

La première zone démarchée sera la technopole du Futuroscope ou je souhaiterai également implanter mes bureaux.

Je suis récemment entré en contact avec le CREDES qui va m’ouvre son réseau de grandes entreprises et m’aide pour la diffusion de questionnaires destinés aux entreprises et aux comités d’entreprises. J’ai également démarché la société IMA et notamment la responsable RSE qui se dit prête à collaborer pour diffuser un questionnaire utilisateur (lors de la semaine de la mobilité), et qui propose de me présenter au COPART (rassemblement des démarches RSE des grandes sociétés de Niort) et servir d’entreprise test du service. Mon employeur actuel est au courant de ma démarche et attend que je lui présente un produit pour le tester au sein de l’entreprise.

Je vais également mener des partenariats avec les associations de commerçants afin de leurs proposer des espaces publicitaires sur l’application mobile et mettre en place le système de bons d’achats remis aux utilisateurs à dépenser dans les commerces de proximités.

Le deuxième segment de partenaires sont les entreprises régionales qui m’accompagnent dans le développement, la création de l’activité, la communication…

Pour la partie juridique, j’ai choisi de travailler avec Stéphane LORENZINI (cabinet SAJE société d’avocats juristes de l’entreprise) que j’ai rencontré lors du salon de l’ESS 2015. Le cabinet SAJE est en charge de la création de statut, rédaction de contrat (convention de partenariat pour phase de test, convention de partenariat commercial…) et la rédaction des conditions d’utilisation de l’application mobile.

La stratégie étant de faire sous-traiter le développement dans un premier temps et de d’acquérir la compétence de DEV dans l’équipe afin d’assurer la maintenance et l’amélioration de l’outil dans un second temps, l’entreprise Moshi Moshi Paris basée à la Rochelle vas m’accompagner dans ce projet pour la réalisation de toute la partie technique (réalisation du cahier des charges, de la maquette fonctionnelle, de l’étude graphique, du produit minimum viable…).

Pour la partie communication, je travaille avec l’entreprise HUIT DESIGN basée à Chasseneuil-du-Poitou.

Ils seront en charge dans un premiers temps de créer et imprimer les supports de communication pour la phase de test.

Le dernier segment de partenaires sont les associations de commerçants à qui je vais proposer de la location d’espaces publicitaires et avec qui je vais mettre en place le système de récompenses en bons d’achats à donner aux utilisateurs réguliers.

**PickMeUp est suivi par différentes structures d’accompagnement à la création d’entreprise et s’inscrit pleinement dans le développement local en faisant travailler des entreprises régionales.**

## Marché

**Le covoiturage dynamique : un secteur en plein développement.**

[[3]](#footnote-3)L’étude *Carsharing Programs* menée en 2015 par Navigant Research expose précisément les deux raisons pour lesquelles le secteur du covoiturage dynamique est actuellement en plein essor : la congestion très forte des centres urbains avec environ 1 milliard de véhicules en circulation en 2011 (chiffre qui passera à 3 milliards d’ici à la fin de la décennie) et le nombre croissant d’utilisateurs recherchant une alternative concrète aux coûts liés à la possession d’un véhicule.

Des millions de personnes utilisent quotidiennement leurs voitures pour aller travailler et, dans une grande majorité des cas, elles effectuent ces trajets seules. Avec approximativement 1,8 millions d’utilisateurs dans le monde, cette étude met en avant l’augmentation exponentielle du secteur : de 937 millions de dollars en 2013 à environ 6,2 milliards d’ici à 2020.

**Le covoiturage domicile travail : un service encore à développer**

Le covoiturage dynamique associe plusieurs technologies, comme la géolocalisation par GPS et les connexions mobiles (3G et 4G), afin de synchroniser en temps réel les demandes et les offres de trajets. Ce secteur en forte croissance est encore très peu développé sur nos territoires (Vienne ou ALPC).

**La création de l’entreprise : des expertises multiples**

J’ai réalisé l’étude de marché avec l’aide d’une étudiante en licence Pro entrepreneuriat et management de Projet de l’IUT de Niort qui accompagne mon projet (Aurélie Dennez projet tuteuré) et avec l’aide des différentes structures qui accompagnent le projet. Enfin, dans le but d’analyser précisément les enjeux de la mobilité dans les entreprises, j’ai rejoint le groupe Responsabilité Sociétale des Entreprises et des Organismes (RSE/RSO) de l’Espace Régional de Concertation en matière d'Éducation à l'Environnement pour un Développement Durable (ERC/EEDD) afin de participer aux réunions de travail sur le thème de l’éco-mobilité. J’ai aussi pris le soin de réaliser plusieurs questionnaires à destination des entreprises, des salariés et des comités d’entreprises pour récolter des données quantitatives. Surtout, je suis allé à la rencontre des potentiels utilisateurs de l’application mobile Pick Me Up afin d’étudier en détail leurs habitudes existantes.

Un constat est majeur : Il y a une forte hausse de demande de déplacement notamment dû à la dispersion géographique de la population par rapport au lieu de travail.

Conséquence : les agglomérations sont victimes de problèmes de congestion et de pollution surtout aux heures de pointe. C’est pourquoi de nombreuses initiatives des collectivités ont permis de développer de nouvelles pratiques moins onéreuses, plus écologiques et plus simples que les transports en commun (associations, voiture électrique...), sans compter l’émergence des « déplacements doux » comme le vélo ou le roller.

Ainsi, les solutions alternatives comme le co-voiturage permettraient aux collectivités d’avoir une image exemplaire sachant que cette pratique est en pleine expansion.

Le lieu d’habitation étant majoritairement à la campagne alors que le lieu de travail est en ville, la plus grande partie de la population se déplace en voiture. Notre questionnaire a vite révélé un besoin de service de co-voiturage au sein des entreprises, principalement pour cause d’économies financières auprès des usagers.

* Outil simple et intuitif
* Système ludique de bons points avec récompenses
* Optimisation des véhicules
* Valorisation de la communauté d’utilisateur
* Développement de l’économie locale
* Marché croissant du covoiturage
* Très peu développé dans la région
* Démarches d’économies collaboratives sociales et solidaires en pleine expansion.
* Génération d’utilisateurs habitués et adaptés au monde du numérique
* Solutions développées en interne dans les grandes sociétés
* Comités d’entreprises réticents à la diffusion de données utilisateurs
* Un gros concurrent couvrant l’ensemble du territoire
* Réticence à déclarer les trajets
* Partage de frais peu important sur les petits trajets
* Peur de covoiturer avec un inconnu
* Peur liée au trajet retour

**Forces**

**Menaces**

**Opportunités**

**Faiblesses**

Pour comprendre plus attentivement les attentes de nos cibles, nous avons diffusé plusieurs types de questionnaires au sujet du covoiturage domicile-travail : pour les entreprises, pour les salariés et les comités d’entreprises (qualitatif et quantitatif). La quasi-totalité des entreprises interrogées (93%) ne proposent pas de service de covoiturage au sein de leur structure alors que 54% des salariés ont des horaires irréguliers et que 82% d’entre eux sont prêts à covoiturer avec leurs collègues.

Lorsqu’on leur demande les avantages du co-voiturage, la première réponse est la réalisation d’économies financières à 85%. Ainsi, si on leur proposait un outil de co-voiturage dans leur entreprise, 3 critères principaux reviennent :

* Un accès sur internet ou par application mobile (87%) ;
* Un outil de partage des frais (69%) ;
* Une géolocalisation des différents lieux, les étapes et le temps de trajet (65%).

Les résultats aux questionnaires qualitatifs démontrent que le covoiturage se pratique régulièrement mais que les salariés ont souvent du mal à s’organiser et à partager les frais. Certains sont parfois prêt à réaliser d’importants détours afin de covoiturer avec un collègue n’ayant pas de véhicule.

Au niveau des entreprises, nous avons obtenu peu de réponses pour l’instant. Mais ce qui ressort est la valorisation de l'image de l’entreprise, la création de liens sociaux entre les salariés, la possibilité de s'inscrire dans une démarche RSE et le gain financier lié aux trajets professionnels.

Le projet s’est construit depuis bientôt un an en fonction de l’étude de marché, des questionnaires, des différents rendez-vous et conseils des experts qui entourent ce projet et de l’étude de la concurrence. Par exemple, c’est en effectuant des questionnaires qualitatifs et en échangeant avec les salariés de l’entreprise ou je travaille actuellement que je me suis aperçu que certain faisaient parfois des détours pour aller chercher un collègue afin de pouvoir covoiturer. Certains m’ont également assurer faire parfois des détours de plus de 15 km afin de passer chercher un collègue en difficulté pour se déplacer.

J’ai de suite trouvé l’avantage concurrentiel à apporter à ma solution de covoiturage en me disant qu’il fallait inciter les salariés à de tels démarches et qu’il fallait valoriser les volontaires en leurs offrant des récompenses. C’est ensuite mon expérience au SAFIRE de l’université de POITIERS ou j’ai rencontré beaucoup de jeunes entrepreneurs, certains voulant ouvrir des petits commerces de proximité ou j’ai détecté un réel besoin des petits commerces à trouver des supports de communication nouveaux et attirer les travailleurs locaux. C’est ainsi que j’ai ajouté les deux avantages à mon service et qu’il a pris une toute nouvelle direction.

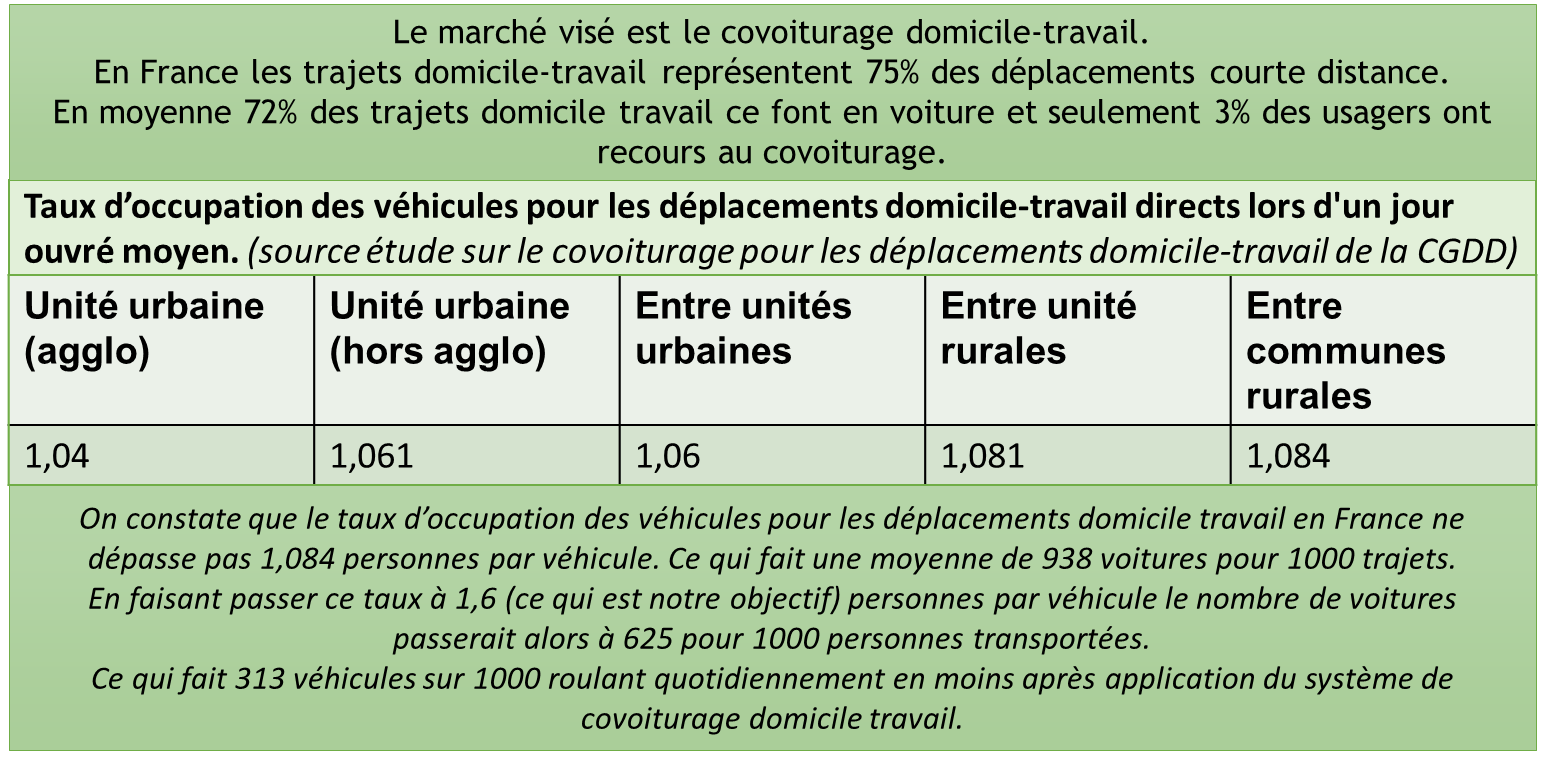
## Publics cibles + périmètre géographique visé :

Les clients sont les entreprises / collectivités de plus de 250 employés et les utilisateurs sont les salariés qui effectuent des trajets domicile-travail.

La phase de test sera effectuée dans deux entreprises des Deux-Sèvres (IMA et SOIGNON).

Les entreprises partenaires ciblées sont les entreprises de plus de 250 salariés soit les ETI et les GE.

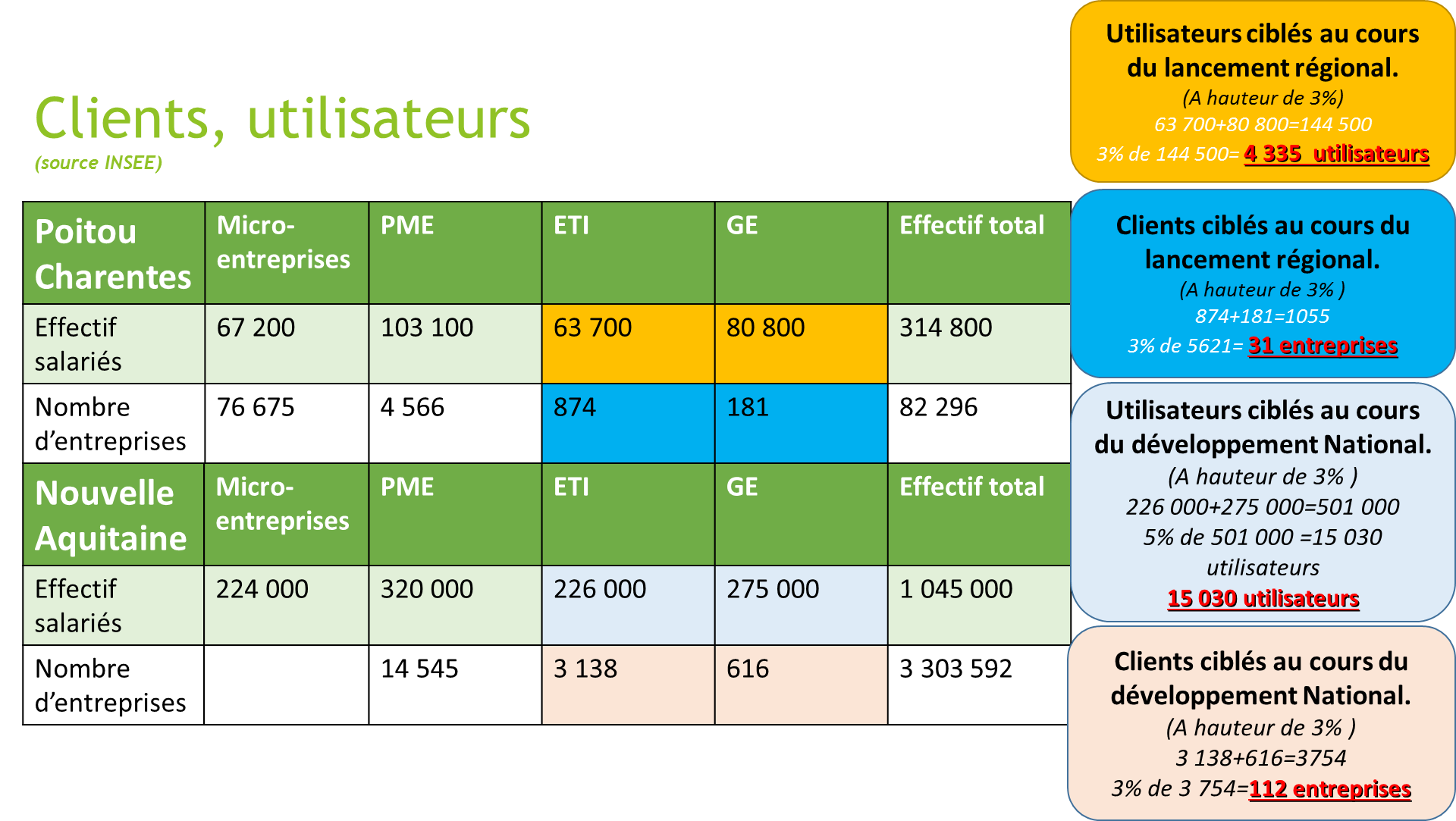
**Afin de bien connaitre le territoire de la phase de test et de développement, une analyse de territoire a été réalisée** (voir pièce jointe).



Cet objectif de 1.6 personnes par véhicule va être vérifié et validé pendant la phase de test du service.

Suite à cette phase de test, la démarche commerciale va démarrer autour des zones de Niort et de Poitiers. En effet selon l’INSEE 93 000 salariés de la zone de Niort effectuent quotidiennement un trajets domicile-travail d’une moyenne de 17.5 km et 137 300 salariés de la zone de Poitiers effectuent quotidiennement des trajets d’une moyenne de 19.5 km.

PickMeUp a pour objectif d’atteindre 1% des salariés de ces deux zones en fin de deuxième année d’activité soit 2 300 utilisateurs effectuant des trajets réguliers.



Un développement au niveau de « l’ancienne région Poitou Charentes » est prévu au cours de la troisième année soit environ 31 entreprises partenaires en fin de troisième année et 4 335 utilisateurs ayant accès au service.

Au cours de la 5ème année d’activité est prévu un développement sur les principales zones d’activités de la grande région Nouvelle Aquitaine. L’objectif est de fidéliser 112 entreprises de la Région Nouvelle Aquitaine au terme des 5 premières années d’activité. Cet objectif représente approximativement 15 030 salariés ayant accès au service.

Calcul du nombre de véhicules effectuant des trajets domicile travail en moins grâce au service PickMeUp.

15 030x1.084**=13 878 véhicules effectuant actuellement des trajets domicile-travail sur les 15 030 salariés**

15 030 x 1.6=**9 393 notre objectif de véhicules effectuant des trajets domicile-travail pour 15 030 salariés**.

13 878-9 393=**4 393 véhicules roulant quotidiennement en moins** pour les trajets domicile-travail au terme des 5 années d’activité.

Afin d’assurer la viabilité du service, Nous sélectionnerons méthodiquement les entreprises et les zones d’emplois qui représentent le plus grand nombre de trajets domicile-travail.

## Repérage des initiatives similaires existantes :

**Le défi des services de covoiturage domicile-travail est d'impliquer un nombre croissant d’utilisateurs. Cela passe par une expérience plus simple, une mise en relation facilité, en mettant l’accent sur les avantages en termes d’accès à la mobilité ou de gains financiers**

Aujourd’hui, l’offre du co-voiturage ne cesse d’augmenter. De nombreux site et application voit le jour en proposant ce service. Partager les frais, faire des rencontres et être « écolo » est désormais une habitude chez certains. Le co-voiturage en ligne permet de réserver ou proposer sa place en voiture, de se donner rendez-vous, de fixer un prix et le voyage commence ! On en recense aujourd’hui 78, mais les plus gros sont bien évidement : blablacar, 123envoiture, covoiturage.com…

Dans notre spécialité de co-voiturage en entreprise, cela est souvent proposé par des Plans de Déplacement d’Entreprise. D’après l’Ademe, on identifie 69 sites d’entreprises qui ont instauré le co-voiturage. Pourtant, ce n’est pas aujourd’hui une mesure phare puisqu’elle est considérée comme une solution complémentaire pour les salariés. Il est donc nécessaire aux employeurs de proposer des avantages (financier ou matériels). Il faut savoir que l’externalisation du service de co-voiturage est de plus ne plus fréquent : 30% sont assurés par un opérateur, 20% par une société de conseil.

De nombreuses start-ups proposent de mettre en relation conducteurs et passagers pour partager un bout de route ensemble. Sans parler des expérimentations lancées à l’initiative de collectivités : il existait plus de 200 services de covoiturage en 2010, selon un comptage de l’ADEME.

L’étude des concurrents a porté sur toutes **les applications mobiles de covoiturage quotidien** présentes sur App Store et Google Play. Avec les mots clés **« covoiturage quotidien »** et **« covoiturage domicile-travail », s**eulement 5 applications apparaissent et ressortent en résultat de recherche **: WAYZ’UP** / **KAROS** / **IDVROOM** / **ROULEZ’MALIN** / **WEVER**

Une analyse précise de ces 5 applications met en évidence leurs atouts et leurs faiblesses afin de positionner stratégiquement PickMeUp comme un produit innovant avec une réelle valeur ajoutée pour l’utilisateur. En outre, une veille permanente montre que cette concurrence n’est absolument pas implantée en Région Nouvelle Aquitaine.

## Perspectives de développement :

La première année d’activité sera consacrée en grande partie aux phases de test, de recherche et développement avec un début de commercialisation prévu fin 2017. Le démarchage commercial débutera sur les zones d’emplois de Niort et Poitiers en ciblant les grandes entreprises à fort potentiel de détection de covoiturage. La création d’un emploi de développeur informatique est envisagée en fin de première année afin de pouvoir gérer en interne les corrections d’erreurs de l’outil numérique.

Selon les résultats obtenus la première année, un développement autour des grandes zones d'activités de la Rochelle et d'Angoulême est envisagée la 2ème année. Suite à cette évolution, je projette la création d'un emploi de chargé de communication et d'un commercial dans le courant de la deuxième année.

La 3ème année, est prévue le développement autour des grandes zones d'activités de l’ancienne région Poitou Charentes. Cette évolution verra la création de deux nouveaux emplois permettant la gestion des données récoltées ainsi que la relation clientèle.

La 4ème et 5ème année est prévue le développement autour des grandes zones d’activités de la grande région Nouvelle aquitaine.

Les futurs emplois seront créés en fonction de l’évolution du chiffre d’affaire pour les années suivantes et des besoins de l’entreprise.

Bien entendu, ces créations d’emplois dépendront de l’équipe projet que j’aurai réussi à monter au cours de la première année de test du service. Si l’équipe réuni l’ensemble des compétences, les recrutements se feront dans un second temps.

Je pense monter une équipe d’environ 10 personnes regroupant un chargé de communication, deux commerciaux, deux techniciens informatique, une personne pour la gestion des données, un chargé de conseil et de développement ainsi qu’un gestionnaire durant les 5 premières années d’activités.

## Moyens mobilisés pour la réalisation : gouvernance, ressources humaines et financières, communication :

Actuellement salarié dans l'industrie, je souhaite devenir le gérant à temps plein de ce projet.

La stratégie est de faire sous-traiter les grandes étapes de faisabilités, de développement et de communication durant la phase de test et de recruter par la suite des employés permettant la gestion de l’ensemble du projet en interne.

L’entreprise est prévue sous le statut SASU dans un premier temps et SAS dès les premiers recrutements. Un projet de statut a été réalisé par Stéphane LORENZINI, avocat du cabinet S.A.J.E « société d’avocats juristes de l’entreprise » (voir pièce jointe).

Une convention de partenariat pour la phase de test est également en cours de rédaction avec l’aide du cabinet d’avocats S.A.J.E pour confirmer le souhait des deux entreprises I.M.A et SOIGNON de servir d’entreprise test tout en n’oubliant aucun aspect juridique sur la protection des données utilisateurs, les règles de confidentialités, la responsabilité des parties…

Pour assurer la communication, je me chargerai de communiquer dans les deux entreprises durant la phase de test dans le respect de la convention de partenariat et les supports seront réalisé par la société HUIT DESIGN.

L’entreprise Moshi Moshi Paris basée à la Rochelle vas m’accompagner dans ce projet pour la réalisation de toute la partie technique (réalisation cahier des charges, maquette fonctionnelle, étude graphique, produit minimum viable, développement…).

Un dossier Bourse FRENCH TECH est en cours de rédaction afin d’assurer le financement de de toutes les étapes de faisabilités et de test du service.

Je suis actuellement à la recherche d'un ou plusieurs associés développeur informatique afin qu'il puisse gérer toute la partie technique du projet.

La première année d’activité est destinée en grande partie aux phases de développement et de test du service. C’est pourquoi je compte bénéficier de mes droits Assedic durant les 18 premiers mois d’activité.

Mon employeur actuel est informé de l’ensemble de mes démarches liées à ce projet et module mes plannings en fonction de mes disponibilités et de mes différents rendez-vous.

La promotion de notre service sera destinée aux entreprises et collectivités mais aussi aux actifs. Nous demanderons aux différents partenaires, (entreprises, collectivités, etc.), de promouvoir le service auprès de leurs salariés et leur mettrons à disposition tous les outils nécessaires (vidéo, présentation, affichage, etc.) ainsi qu'un accompagnement à la mise en place du service. Notre but est de véhiculer une image de citoyenneté envers les entreprises avec la RSE, mais aussi envers la population grâce aux notions fortes de développement durable (moins de CO2, moins d’embouteillage, plus d'économies, etc.).

La présence physique (de commerciaux ou animateurs) sur des zones professionnelles bien précises semblent aussi très pertinente pour inciter les salariés à créer un compte (autour d'un café et de croissants par exemple) « street marketing ». Une vidéo de présentation est réalisée. Nous souhaitons également organiser une soirée de lancement du produit regroupant tous les acteurs qui contribuent à la mise en place de PickMeUp et inviter de potentiels prospects. Afin de faire connaitre rapidement le projet, PickMeUp participera aux différents salons (ESS, entreprenariat, salon régional de l'entreprise, etc.) afin de communiquer sur le projet et trouver d'autres partenaires. PickMeUp sera très actif sur les réseaux sociaux (Viadeo, LinkedIn, Facebook, etc.), internet (publicité et référencement payant), médias (radio principalement), distribution de tracts et campagnes de mailings.

## Principaux freins du projet identifiés et moyens à mettre en œuvre pour les lever :

*Quel est le principal frein à la pratique du covoiturage au quotidien ?*

[[4]](#footnote-4) **Sonia Adelé** *- Le poids des habitudes. Les remettre en question n'est pas évident et ne se fait pas de façon simple, spontanée et sans contrepartie. Les choix de mobilité recouvrent des habitudes de vie plus globales. Cela touche à la façon de s'organiser avec ses enfants, son conjoint, son planning professionnel, le fait de pratiquer du sport ou pas avant de rentrer le soir… Remettre en cause son mode de transport a des conséquences sur d'autres habitudes très ancrées.*

*On observe d'ailleurs qu'il faut souvent un changement de vie pour remettre à plat son mode de déplacement : un déménagement, un changement de travail.*

*Quels sont les autres obstacles ?*

*Ils ne sont pas forcément propres au covoiturage courte distance. La longue distance marche bien car même si l'expérience n'est pas totalement satisfaisante, c'est tellement rentable économiquement qu'on va le faire sans hésiter. Sur la courte distance au quotidien, on n'aura pas envie d'assumer les mêmes contraintes pour de faibles sommes.*

*Ces freins sont d'abord psychologiques : l'impression de laisser un peu de son autonomie, de sa liberté en acceptant de devenir passager ou de co-voiturer. Il y a une question de fiabilité : vais-je pouvoir me reposer sur quelqu'un, sera-t-il au rendez-vous, pourrai-je rentrer ? Les craintes liées à la sécurité sont de moins en moins fortes, c'est une conséquence du succès de Blablacar.*

*Il y a aussi un risque interpersonnel : de quoi va-t-on parler, comment se comporter dans la voiture, va-t-on être en accord sur les sujets de discussion, a-t-on vraiment envie d'avoir des interactions sociales avec quelqu'un quand on se déplace ? C'est d'autant plus vrai à un rythme quotidien, même si on n'est pas obligé de co-voiturer avec la même personne matin et soir et que des sites permettent une certaine flexibilité.*

*Enfin, il y a l'organisation de ses déplacements. Sur Blablacar, les gens passent un certain temps à consulter les offres et à trouver celle qui leur convient le mieux, en termes de trajet, d'heure de départ, de prix… On n'a pas envie de passer tout son temps à chercher avec qui co-voiturer tous les jours. Mais plusieurs sites comme Karos déchargent l'utilisateur de cet aspect "planification" et mise en relation.*

Pour pallier à ces différents freins des utilisateurs, PickMeUp veut rendre le covoiturage domicile travail ludique et convivial.

Grâce à son algorithme complet, il offre aux utilisateurs une solution de covoiturage dynamique leur assurant un trajet retour. Le covoiturage dynamique associe plusieurs technologies, comme la géolocalisation par GPS et les connexions mobiles (3G et 4G), afin de synchroniser en temps réel les demandes et les offres de trajets. Ce secteur en forte croissance est encore très peu développé sur nos territoires (Vienne ou ALPC).

Le deuxième axe de développement consiste à se greffer sur une communauté existante, dense et potentiellement captive, en proposant directement ces services aux entreprises.

L'application permet également de récompenser les meilleurs utilisateurs par des bons d’achats afin d’inciter les passagers à utiliser le service et même à faire des détours pour aller chercher leurs collègues en difficulté pour se déplacer. Ce principe incite les personnes misent en relation à enregistrer leurs trajets et à utiliser régulièrement le service.

Enfin, grâce au profil utilisateur détaillé et à la notion d’équipe, l’utilisateur connait bien ses covoitureurs et crée des liens sociaux avec.

## Mission assignée à l’équipe de recherche au titre de l’innovation sociale, le cas échéant :

Afin de mettre en place une étude de recherche dans le cadre de mon projet, je me suis rapproché de Marylise LEBRUN du MSHS (maison des sciences de l’homme et des sociétés) de l’université de Poitiers afin de lui transmettre mon souhait de me faire aider par un chercheur dans le cadre de la recherche et du développement de mon projet de création d’entreprise.

Ci-dessous, certaines questions transmises à Marylise LEBRUN dans le but d’orienter le sujet de recherche :

**Idée 1 : Quelles innovations numériques pour contourner les réticences utilisateurs au covoiturage domicile-travail.**

**Idée 2 : Comment le covoiturage domicile-travail peut développer de l’innovation sociale dans le cadre de la transition digitale des entreprises.**

**Idée 3 : Quel modèle pour impliquer l’ensemble des acteurs locaux dans le cadre du développement d’un service de covoiturage bénéfique pour l’économie locale.**

Après avoir relayé la demande auprès de plusieurs chercheurs du Centre de Recherche en Gestion (laboratoire CEREGE), la piste la plus adaptée est de réaliser une étude dans le cadre d'un stage de Master 2 encadré par un enseignant-chercheur.

J'ai alors pris contact avec Sophie NIVOIX, Responsable du Master Droit et Marketing à l'UFR de Droit et Sciences Sociales de Poitiers et membre du CEREGE :

Elle serait d'accord sur le principe d'encadrer un(e) de ses étudiants(es) du Master pour réaliser l'étude, sous réserve que l'offre de stage soit retenue par un(e) étudiant(e) et qu'il y ait une entité juridique (ayant la personnalité morale) avec laquelle l'Université pourrait alors signer une convention (engagement de responsabilité et financement du stage).

La durée du stage est de 6 mois et démarrerait à partir de mars 2017. Il faut prévoir au minimum dans le budget la gratification de stage et les déplacements de l'étudiant(e).

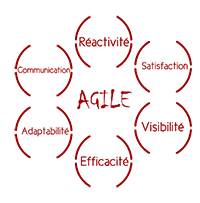
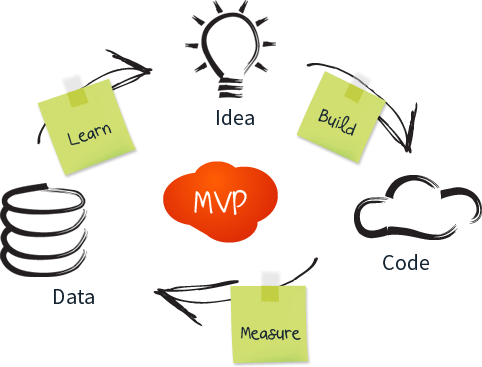
Soit un stage du 1er Mars au 30 Aout 2017, pour un total de 888 heures (h) réellement effectuées.

Cette action de recherche se fera en parallèle à la phase de test dans les deux entreprises IMA et SOIGNON. Les étudiants chercheurs auront alors la possibilité d’étudier les remarques et les retours des entreprises et des utilisateurs afin de l’inscrire dans le projet de recherche.

Le but de cette action est de définir une stratégie permettant de trouver un modèle économique viable relayant le salarié, l’entreprise, le commerce de proximité, les associations de commençants ainsi que les différents partenaires. La difficulté étant de définir un modèle socialement innovant bénéfique à l’ensemble des acteurs qui contribuent à la mise en œuvre de ce projet.

## Méthodologie d’évaluation envisagée :

Afin de réduire les coûts de démarrage et d’obtenir le produit qui correspondra le mieux aux utilisateurs, le produit va être réalisé étape par étape et travaillé en LEAN STARTUP.  Ce principe consiste à déterminer une version de base (MVP), à la tester auprès d’un certain nombre d’utilisateurs et à tenir compte des retours sur le produit afin de continuer le développement de l’application. C’est pourquoi l’application PickMeUp part sur une base solide et va se construire en continu dans le temps selon les différentes demandes des utilisateurs. Cette méthode permet de commencer petit mais de voir grand pour l’avenir de l’entreprise. Concernant la phase de test qui va être décisive dans la définition de la version commercialisable du produit, nous allons placer l’utilisateur (salarié) au centre même de la définition du produit.



Avant même de commencer le test, un focus groupe est prévu dans chacune des entreprises TEST pour la prise d’idée et le cahier des spécifications sera adapté à ces demandes utilisateurs. Deux personnes seront désignées dans chaque entreprise comme « pilote » et seront chargés de participer aux réunions et d’effectuer des retours sur le service.

Un questionnaire sera également diffusé à l’ensemble des utilisateurs afin d’obtenir un retour quantitatif sur le service et le produit.

Le service sera alors testé en plusieurs étapes et des réunions seront planifiées afin de prendre en compte les retours utilisateurs à toutes les étapes clés de la création de l’application mobile.

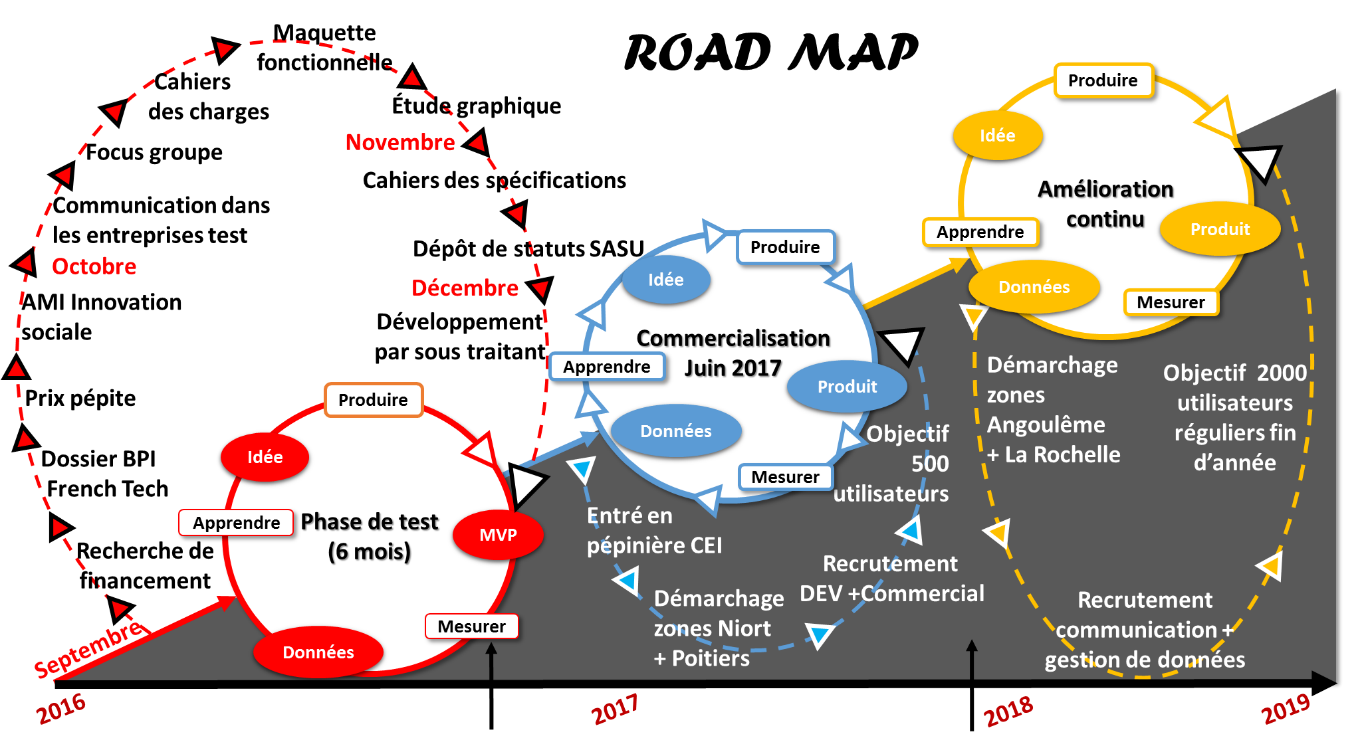
Ce modèle de mise en place sera ensuite conservé et adapté au contrat de commercialisation pour la mise en place du service de chaque entreprise.

Toutes ces étapes seront planifiées et identifié dans la convention de partenariat pour phase de test qui va être rédigé par le cabinet SAJE.

## Calendrier prévisionnel de la mise en œuvre du projet

**Développement Région**

**Nouvelle Aquitaine**



Septembre à Décembre 2016 **: Recherche de financement + projet tuteuré étudiants.**

**Université de Poitiers :** Projet tuteuré étudiants L3 sciences économiques.

*Groupe de 3 à 5 étudiants travaillant sur un projet tuteuré (70 heures/ étudiant)*

* L’évaluation du coût global de votre projet d’innovation technologique
* L’évaluation des moyens mobilisables
* L’évaluation de la rentabilité financière du projet
* L’évaluation financière du risque du projet

**Dossier BPI :** Demande de bourse French Tech pour le financement de la phase de faisabilité.

* Étude Juridique. (Cabinet SAJE)
* Étude technique. (Moshi Moshi PARIS)
* Rédaction du cahier des charges. (Moshi Moshi PARIS)
* Développement de la maquette fonctionnelle. (Moshi Moshi PARIS)
* Test maquette fonctionnelle dans entreprises test. (IMA et Soignon)
* Étude maquette graphique. (Moshi Moshi PARIS)

**Dossier AMI innovation sociale :** Réponse à l’AMI innovation sociale.

* Financement de la recherche.
* Financement du temps passé.

**Prix Pépite tremplin pour l’entrepreneuriat étudiant :**

* Dossier faisant partie des 150 finalistes du concours National
* Espoir de remporter un des 53 prix de 5 000 à 20 000 euros

Le Centre d’entreprise et d’innovation m’accompagne et me conseil dans les différents modes de financements à mettre en place en fonction du stade d’avancement du projet.

**Décembre 2016 à Janvier 2017**

* Création de statut SASU.
* Rédaction des contrats (convention de partenariat pour phase de test).
* Création des supports de communication pour la phase de test.

**De Janvier à Septembre 2017**

Phase de test du produit et du service dans les deux entreprises test IMA et SOIGNON + développement du Produit minimum viable en parallèle+ Mise en place de la recherche.

**Déroulement de la Phase de test :**

* Convention de partenariat pour phase de test à mettre en place avec les entreprises IMA et SOIGNON avec la personne responsable du projet dans l’entreprise.
* Communication à l’ensemble des salariés sur le projet et les modalités de mise en œuvre (Mise à disposition de support de communication à l’ensemble des salariés)
* Focus groupe dans les entreprises test pour expression des besoins (prise d’idée pour le cahier des charges de la maquette fonctionnelle).
* Diffusion d’un questionnaire quantitatif à l’ensemble des salariés.
* Appel aux volontaires prêt à tester le service.
* Réunion d’information pour les volontaires avec présence de la personne responsable de l’entreprise (Distribution de supports de communication destinés aux testeurs).
* Désignation de 2 personnes pilote dans chaque société.
* Mise à disposition de la maquette fonctionnelle aux volontaires.
* Test de la maquette fonctionnelle (1 Mois).
* Réunion avec les 2 personnes pilotes pour retours sur la maquette fonctionnelle.
* Étude des retours utilisateurs avec le partenaire chargé du développement.
* Correction et adaptation du cahier des charges pour développement du MVP.
* Départ de la phase de test sur un nombre déterminé de volontaires dans chaque entreprise (6 mois).
* Une réunion prévu chaque mois avec les 2 personnes pilote et la personne responsable afin d’échanger sur les différents problèmes rencontrés par les utilisateurs.
* Diffusion d’un questionnaire à 3 mois et à la fin de la phase de test à chaque utilisateur.
* Correction des erreurs et amélioration en continu durant les 6 mois de la phase de test.
* Réunion finale avec les personnes pilote et les utilisateurs.
* Correction du cahier des charges et développement de la version commercialisable.
* Proposition commerciale aux deux entreprise test.

Le déroulement de la phase de test est décisif dans les choix liés au développement du produit et au choix stratégiques du service. Elle permettra également de construire la stratégie de communication et de commercialisation en parallèle. C’est pourquoi une période de 8 mois est prévue afin de ne pas négliger cette étape importante de la création. Durand cette période sans entrée financière, je bénéficierai de mes droits chômages ainsi que des différentes aides à la création d’entreprise.

Cette période me permettra également de chercher des collaborateurs afin de monter une vraie équipe autour de ce projet (DEV, Commercial…).

**Septembre 2017 à Janvier 2018**

* Préparation pour la levée de fond permettant le développement.
* Mise en place du plan de communication.
* Mise en place de la stratégie commerciale.
* Démarchage commercial zones Niort et Poitiers.

## Partie financière

Le coût global de l’action de recherche et de la phase de test du service est de **34 337 euros**.

Compte tenu du [plafond](https://www.urssaf.fr/portail/home/employeur/calculer-les-cotisations/la-base-de-calcul/cas-particuliers--bases-forfaita/le-stagiaire-en-milieu-professio/la-gratification-pour-tout-stage/le-versement-de-la-gratification.html) horaire de la Sécurité sociale 2016 (24 €), la gratification totale est de :

888 h × 24 € × 15 % = **3 196,80 €.**

Soit un versement mensuel de **538.2** euros.

Les frais moyens réalisés par les stagiaires pour les déplacements, le démarchage de cibles, ainsi que les repas sont évalués à 200 euros par mois. Soit un versement mensuel de 538.2 + 200 = **738.2** euros.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Période de stage** | Salaire | Frais du stagiaire (déplacements, repas…) | Total |
| **Mars2017** | 532.8 | 200 | 738.2 |
| **Avril 2017** | 538.2 | 200 | 738.2 |
| **Mai 2017** | 538.2 | 200 | 738.2 |
| **Juin 2017** | 538.2 | 200 | 738.2 |
| **Juillet 2017** | 538.2 | 200 | 738.2 |
| **Aout 2017** | 538.2 | 200 | 738.2 |
| **Total** | 3196.8 | 1200 | 4 429.2 |

Le coût d’un stagiaire pour une période de 6 mois est de **4 429 euros.**

Pour le temps passé, je compte au cours de cette année scolaire réservé 2 jours par semaine pour la gestion de la phase de test, des différents projets tuteurés, de l’étudiant stagiaire en recherche et de la gestion du projet en général.

Le but de ma participation à l’AMI innovation est sociale est de financer :

* L’action de recherche lié à mon projet entrepreneurial : **4 429 euros**
* La rédaction de la convention de partenariat pour la phase de test : **900 euros**
* Les supports de communication pour la phase de test : **3 696 euros**
* Le temps que passé pour la gestion de l’ensemble des actions liées à la gestion du projet, à l’action de recherche, à la phase de test du service ainsi qu’à la gestion des projets tuteurés des étudiants travaillant sur le projet : **6 000 euros**

C’est pourquoi je demande la somme de **15 025 euros** au jury de l’AMI innovation sociale.

Le but de ma demande à la BPI pour un financement French Tech est de financer :

* La création du statut juridique : **1 392 euros**
* L’étude de faisabilité technique : **15 700 euros**
* L’étude de faisabilité économique : **1 080 euros**
* La rédaction des conditions générales de l’app mobile : **1 140 euros**

C’est pourquoi je demande la somme de **19 312 euros** à la BPI dans le cadre du dispositif French Tech

*Voir pièce jointe pour le plan de financement de l’action.*

## Documents annexes

* Présentation App mobile
* Lean canevas du modèle économique
* Plan de financement de l’action « Phase de test » et « recherche »
* CV
* Diplôme Universitaire PCC
* Courrier de soutien SOIGNON
* Mail de soutien IMA
* Projet de statut SASU
* Devis

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. *« Parole du partenaire I.M.A (Inter Mutuel Assistance) lors de sa description du projet » (voir pièces jointes).* [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.navigantresearch.com/research/carsharing­programs [↑](#footnote-ref-3)
4. **Sonia ADELEL**, chargée de recherche en psychologie ergonomique à l'IFSTTAR source USINE DIGITALE/ Quels sont les freins à la pratique du covoiturage quotidiens. [↑](#footnote-ref-4)