

START-UP DE TERRITOIRE 2

27 septembre 2017
Lons-le-Saunier



Start-Up de Territoire : Un événement créatif

« Start-Up de Territoire » s'est installé pour une deuxième édition à Lons-le-Saunier le 27 septembre 2017 au Carcom et au Théâtre de la ville. Les participants étaient réunis de 16h à 23h pour partager les moments suivants :

- + **16h00** ACCUEIL / FORUM DES INITIATIVES
- + **17h30** WARM-UP (Présentation de la soirée et de ses défis au Théâtre)
- + **18h15** ATELIERS CRÉATIFS
- + **21h30** RESTITUTION SURPRISE
- + **22h30** SOIRÉE FESTIVE

23 ateliers participatifs

- ✓ Une cagnotte pour l'environnement
- ✓ Fini de se les peler !
- ✓ Lunettes 100% Made In Jura
- ✓ La fin des vacances pour les logements
- ✓ Nos plantes ont du talent
- ✓ Le supermarché inversé
- ✓ J'aimerais deux cents toits
- ✓ La mobilité fait campagne
- ✓ Mets ta robes de chanvre
- ✓ Des fruits qui attendent d'être mangés
- ✓ Event zero waste
- ✓ Les miettes dans ton assiette
- ✓ L'artiste qui est en toi
- ✓ I love my Made In Franche-Comté
- ✓ Batim'en commun
- ✓ SOS Séniors
- ✓ La logistique c'est bio
- ✓ Du marbre à l'arbre
- ✓ Baby compost
- ✓ Qui tire la chasse perd sa place
- ✓ Upcyclette : la bicyclette recyclée

Une cagnotte pour l'environnement



Comment permettre aux entreprises de soutenir des initiatives écologiques localement ?

Localement un certain nombre d'associations cherchent des soutiens financiers pour engager des démarches de réhabilitation des milieux (faunes sauvages, plantations, entretien des rivières...). Les entreprises locales cherchent également à soutenir les initiatives qui ont du sens pour leur territoire mais elles ont chacune des moyens limités et sont très largement sollicitées par un grand nombre de structures. Ensemble et sur la base d'une contribution volontaire, les entreprises locales pourraient soutenir un projet chaque année. La contribution pourrait être calculée en fonction des impacts environnementaux de l'adhérent et sur la base d'un engagement de l'adhérent à réduire ses impacts environnementaux.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Citoyens
- + Scientifiques naturalistes
- + Entreprises
- + PME- TPE locales
- + Élus
- + Enfants
- + Écoles
- + Membres associations initiatives
- + Médias
- + Photographes
- + Agriculteurs
- + Usagers

Proposition de valeurs

- + Volontariat
- + Entretenir la biodiversité

Produits/services

- + Solutions de compensation d'impact
- + Formation et présentation du milieu naturel
- + Cagnotte
- + Cagnotte naturel
- + Brigade d'intervention

Partenaires clés

- + Clus'Ter Jura
- + CCI
- + Source de l'État

Facteurs d'échec

- + Rendre trop complexe le financement
- + Très administratif
- + Associations

Financements

- + Les entreprises
- + Collectivités locales
- + Agence de l'eau
- + Banques
- + Groupes / fondations
- + ADEME
- + Cotisations

Conditions de réussite

- + Défiscalisation

Cagnotte d'Initiatives Écologiques Locales [CiEL]

Nom du projet

Problème à résoudre

Donner les moyens de financement des associations par les entreprises ? (et permettre aux citoyens)

Notre concept

Pour soutenir des projets d'associations : avoir un fond auquel des entreprises, des citoyens, des collectivités peuvent participer.

Répondre à des services, besoins de l'entreprise pour obtenir de l'argent et contribuer au CiEL ; démarche positive, diagnostique, formation, sensibilisation écologique (impact, ...)

⇒ Avec Volontaires Interventions Natures [ViN]

+ renforcer l'image de l'entreprise (adhésion au CiEL)

+ Défiscalisation sur territoire

+ Actions concrètes locales qui ont du sens

⇒ Sensibilisation salariés entreprise (familles)

Partenaires

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| + Clus'Ter Jura | + Fondations (ADEME) |
| + CCI | |
| + CPIE ? | + Banque |
| + ComCom/Intercom : Élus | + Agence de l'eau |
| | + Entreprises |

Financement

- + Dons
- + Subventions
- + Prêts
- + Cotisations

Notre slogan

« Avec les ViNS, mettons l'argent dans le CiEL ! »

Fini de se les peler



Comment monter une filière locale de pellets de bois ?

Le Haut-Jura est connu pour être la capitale de la production du jouet en bois. De nombreuses autres activités de transformation du bois existent (artisanat, production de meubles, scieries, etc.) profitant ainsi du bois jurassien de qualités (sapin, épicéa, ...). Nous pouvons aussi ajouter à cela les nombreuses haies et lisières de forêt que les agriculteurs entretiennent ou encore les sarments de vignes que les viticulteurs taillent chaque année. Toutes ces activités produisent des déchets qui ne sont pas toujours valorisés localement.

A ceci s'ajoute le froid jurassien et la présence des poêles à bois dans les ménages. Ces trois éléments peuvent déjà servir de base pour monter une filière de pellets de bois locale et bénéficier des avantages de la coopération : mutualisation de valorisation des déchets, mutualisation de matériel, etc.

N'a-t-on pas tous les ingrédients pour monter une filière locale ?

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Fabrikant de poêles
- + AJENA
- + Artisans
- + CRPF
- + ONF
- + Propriétaires de forêts
- + Producteurs de déchets bois
- + Les organismes
- + déchets en lien avec le bois
- + Syndicat professionnel
- + Les bucherons
- + Les communes
- + Les consommateurs
- + La chambre d'agriculture
- + Propriétaires de machines de scierie

Proposition de valeurs

- + Label de qualité des granulés
- + Local
- + Organisation de la filière en cohérence avec le réseau du territoire
- + Ne pas créer de la compétition entre la filière bois
- + Optimiser la ressource en respectant le bois noble

Produits/services

- + Information des propriétaires filière
- + Transports
- + Des sacs de pellet
- + Cuves ou silos
- + Un système de séchage du bois
- + Installateur
- + Entreprises fabrication pellets
- + Mise en place d'une collecte chez les producteurs de déchets
- + Vrac
- + Création de dessertes (chemin d'accès aux parcelles boisées)
- + Constructeurs de maison
- + Site industriel
- + Maintenance
- + Livraisons

Partenaires clés

- + Producteurs
- + Vendeurs
- + Consommateurs
- + ONF
- + DREAL
- + Vendeurs de poêles
- + Département
- + Scierie
- + Conseil régional
- + Association de consommateurs
- + Collectivités locales
- + Organisme de formation
- + Média
- + Chambre d'agriculture
- + CRPF
- + ONF

Facteurs d'échec

- + Une filière qui ne s'informe pas
- + Mauvaise communication
- + Demande trop faible
- + Prix
- + Problème qualité
- + Manque d'acteur(s) au sein de la filière

Financements

- + Union européenne
- + Banques
- + Région
- + Effilogis
- + Mécénat
- + Département
- + Investisseur
- + Financement participatif
- + Réduction fiscale
- + Département
- + Etat

Conditions de réussite

- + Prix des énergies
- + Attirer un investisseur
- + Engagement des collectivités territoriales
- + Étude de faisabilité de la réussite indispensable
- + Un porteur de projet économique
- + Une filière rentable à terme
- + Organiser une filière « déchets » du bois
- + Développer des poêles grosse consommation

En vrac

- + Fonctionnement type AMAP
- + Label optimisation de la ressource
- + Qualité du produit
- + Sensibiliser les propriétaires privés
- + Filière rentable
- + Transformation des chauffages autres énergies actuels
- + Pellet associatif
- + Pellet pour grosse entreprise
- + Réunion de concertation avec les acteurs concernés afin d'établir un objectif commun et un consensus

Concept filière pellets

Du propriétaire au consommateur

Sur un territoire (ECLA°

Mobilisation de l'ensemble des acteurs de la filière

« FORÊT – BOIS » pour valoriser les déchets du bois

=> Mobiliser les propriétaires sur la (valeur) valorisation de leur forêt +

=> mobiliser les ENTREPRENEURS ou/et les CONSOMMATEURS

- + Un lieu de fabrication bien placé d'un point de vue géographique permettant la création d'un certain nombre de nouveaux emplois
- + Mise en place d'un système de distribution chez les particuliers

→ un consommateur

→ Livraison

→ Centrale d'achat

→ Une usine de production

⇒ Ressource scierie, ONF, bucherons, agriculteurs

Comité de créateur et de designer

CANVAS

Nom du projet

Organisation d'une filière industrielle dans la fabrication et distribution du Pellet

Rentabilité de la filière

Problème à résoudre

- + Partir de la demande du consommateur, d'évaluer la demande.
- + Si la demande est suffisante, réunir les acteurs de la filière

Partenaires

- + Acheteurs
- + Région
- + Vendeurs
- + Banque
- + État
- + Industriel
- + Département

Financement

- + État
- + Région
- + U.E
- + Département

Notre slogan

Un pellet Made in Jura (de qualité)

CANVAS

Nom du projet

Association coopérative des utilisateurs du Pellet (ACUP)

Avoir de meilleurs prix, approvisionnement local de qualité

Problème à résoudre

- + Sur un territoire donné, les consommateurs se regroupent pour commander à l'avance des pellets ou participer au développement de la filière.

Partenaires

- + Association consommateurs de
- + Réseaux Biocoop
- + Industriels
- + Vendeurs de poêles

Financement

/

Notre slogan

Plus on est, plus on a chaud !

Lunettes 100% Made In Jura



Comment innover dans la fabrication et la commercialisation des lunettes jurassiennes ?

Même si l'on ne doit pas l'invention de la lunette au Jura, on lui doit son industrialisation qui a commencé à Morez au 19^{ème} siècle. Seulement voilà : même si la moitié des 10 millions de montures produites chaque année à Morez sont exportées dans 40 pays différents, seules 10% des lunettes vendues en France sont produites sur l'hexagone.

Localement, il y a tout : des fabricants de lunettes, une fabrique de verres ophtalmiques, des opticiens, etc. Imaginons un système qui regroupe tous ces acteurs pour créer une filière locale et low-cost de production et vente de lunettes.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Ophtalmos
- + Artistes
- + Jeunes
- + Sportifs
- + Made in France
- + Filière bois
- + Micro mécanique
- + Addicte
- + Verriers
- + Touristes
- + Étrangers
- + Utilisateurs de lunettes de protection
- + Personnes âgées, isolées
- + SILMO
- + Français
- + Gens modestes
- + Designers
- + Plasturgie
- + Enfants
- + Fabricants
- + Métallurgie
- + Opticiens
- + Marchés solaires
- + Éco-responsable
- + Écoles de mode
- + Employés
- + Franchises optiques

Proposition de valeur

- + Histoire
- + ressources
- + Fournisseurs
- + SAV – service de proximité
- + 100% français : emplois sur le territoire
- + Service rapide et efficace
- + Maîtrise du savoir-faire
- + Moins d'impacts environnementaux
- + Réutilisation des x

Produits/services

- + Verres réparables ou polish pour le verre
- + Lunettes connectées sportifs
- + Monture en résine locale ou toute autre ressource (bois)
- + Modèle interchangeable
- + Marques
- + Lunettes améliorées avec appareil auditif / implants pour handicapés
- + Proximité
- + Réalité virtuelle
- + Monture en plastique recyclée
- + Réparation, reconfec-tion de lunettes
- + Lunettes avec électrifiées
- + Collecte de lunettes
- + Monture personnalisée
- + Déstockage
- + Vente à domicile
- + Recycler les anciens modèles : upcycler pour créer de nouveaux designs
- + Vente en maison de retraite
- + Action préventive
- + Lunettes incassables
- + Lunettes sans verres correcteurs
- + Garantie + longue
- + Box de lunettes =/chaque mois
- + Lunettes avec jeux et animations pour les enfants

Partenaires clés

- + Visioptimum à faire grandir ?
- + Agences de communication
- + Mutuelles
- + Industrie chimique (traitement de surface)

Financements

/

Facteurs d'échec

- + Moyens budgétaires
- + Mauvais positionnement (prix)
- + Mauvaise information
- + Moches
- + Dépendance de ressources non locales

Conditions de réussite

- + Création d'une marque qui claque
- + Marques à créer
- + Marque lowcost
- + Travailler avec grande marque de luxe
- + Accessibilité prix
- + Créer du lien entre les acteurs de la filières
- + Design
- + Label

En vrac

- + Faire participer le porteur à la création de sa paire de lunettes (choix matière, forme, couleurs, ...)
- + Les lunettes fabriquées à partir de ressources 100% locales à prix accessibles à tous. Tout la chaîne de fournisseurs :
 - + Matières premières des verres et montures
 - + Bains/traitements de surface
 - + Designers sur le territoire
- + Les lunettes en kit à monter soi-même, à personnaliser, à échanger !
- + Lunettes à vie ! Réparées, réparables, recyclées, recyclables

- + La location de lunettes ! : vous louez vos skis, votre casque, pourquoi pas vos lunettes : la bin'loc !
- + Service de lunettes « minutes », verre :
 - + Teintés
 - + À la vue
 - + Personnalisés
 - + Proximité
- + Créer un forum regroupant tous les acteurs de la lunette pour un projet commun et innovant, intégrer designers, étudiants et personnes extérieures,

- + Créer une campagne de communication grâce à un label ou faire une offre 100% « Made In Jura » :
 - + Éco-responsable
 - + Qualité
 - + Accessibilité
 - + Stars locales
 - + Création d'emplois
- + Créer un concept de lunettes sur mesure d'après la morphologie du visage du client : design live, s'adapte au besoin, modéliser en ligne

- + Des lunettes fabriquées proches de chez vous et qui se rapprochent de vous ! (vendues à domicile)
- + Imposer un pourcentage de lunettes Made In France et/ou origine France Garantie et/ou Made In Jura
- + Créer une marque « Made In Jura » générique en collaboration avec les designers et les industries locales puis créer des sous-marques (la lowcost, la spéciale tendance, la sénior, la connectée, les sportives, les écolos –recyclées-)
- + Lunettes 100% Made In Jura pour tous (jeunes, adultes), incassable (identifiable grâce à un label)

CANVAS

Nom du projet

Je vois Jura

Rendre accessible à tous les consommateurs français des lunettes fabriquées 100% à partir de ressources françaises, dans le Jura

Problème à résoudre

- Notre concept
- + Fabriquer des montures à partir de bois, de matières recyclées ou de pièces de vieilles lunettes collectées et encourager les opticiens à utiliser les verres jurassiens.

Partenaires

- + Mutuelles (préférence pour la fabrication française)
- + Tous les acteurs de l'industrie à Morez

Financement

- + ADEME ?

Notre slogan

Portez la France au bout du nez !

CANVAS

Nom du projet

Design tes lunettes !

/

Problème à résoudre

Notre concept

- + Créer son modèle de lunettes grâce à un site, une application, une borne interactive performantes (réalité virtuelle), 3D chez les opticiens.
- + Choix des matières 100% locales, formes, couleurs
- + Rapidité du service, 48h à la maison ou en magasin
- + Mise en avant du 100% français/Jura

Partenaires

- + Designers locaux mode, visagiste
- + Sous-traitant+ Opticiens locaux formés à l'outil et à l'offre
- + École de

Financement

/

Notre slogan

Photomaton tes lunettes

La location de lunettes Bin'loc

Nom du projet

Problème à résoudre

Tester des lunettes avant de les acheter (plutôt sportive : VTT, ski, ...)

Notre concept

- + Au lieu d'acheter des lunettes onéreuses et peu rentables pour certains, la location de lunettes Jurassiennes peut être une bonne alternative pour :
 - + Une personne possédant des revenus modestes ne va pas acheter des lunettes, la location les rend donc accessibles afin de se protéger
 - + Une personne qui souhaite essayer des lunettes de ski (par exemple) avant de les acheter
 - + Pour la fashion victime qui souhaiterait accorder la couleur de ses lunettes à ce qu'il possède sur lui

Partenaires

- + Opticiens locaux
- + Stations qui louent les skis

Financement

/

Notre slogan

Vous louez vos skis, votre casque : pourquoi pas vos lunettes ?

La fin des vacances pour les logements



Comment créer un système d'investissement pour favoriser la réhabilitation des logements vacants ou en précarité énergétique ?

La vie des centres-bourgs ne passent pas uniquement par le dynamisme des commerces. L'habitat est également touché, c'est d'ailleurs le cas à Lons-le-Saunier : nombreux sont les logements vacants, qui ne demandent qu'un coup de rénovation pour trouver « habitants à leurs murs ». C'est là qu'une foncière territoriale pourrait intervenir : elle investirait dans la réhabilitation des centres-bourgs afin d'entamer et de financer des travaux de rénovation énergétique.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Promoteur immobilier
- + Commerces et services de proximité
- + Héritage d'un logement
- + Demandeurs d'asile
- + Tous
- + Propriétaires bailleurs
- + Personne vivant seule avec un travail à faible revenu
- + Propriétaires occupants pauvres
- + Quartiers (collectif)
- + Locataires potentiels
- + Vacanciers
- + Générations futures

Proposition de valeurs

- + Réhabilité pour location temporaire
- + Sécu logement
- + Autres usages pour le logements, rentabilité
- + Valeurs sociales

Produits/services

- + Bilan énergétique
- + Gardiennage social
- + Réseau d'entraide par quartier
- + Gestion collective des travaux
- + Transparence
- + Diffusion information
- + Isolation thermique et phonique
- + Rénovation électrique
- + Attractivité du site
- + Maître d'œuvre
- + Offrir la sécurité
- + Des logements fabriqués dans le respect de l'environnement

Partenaires clés

- + Jura Habitat
- + Fabricants de matériel
- + Collectifs locaux
- + AJENA
- + Politiques
- + « Mario » BCE
- + Établissement foncier public
- + Coopérative pour mutualiser

Facteurs d'échec

/

Financements

- + État
- + Département
- + Préfinancement sur les loyers futurs
- + Prêt d'usage

Conditions de réussite

- + Favoriser la rénovation
- + Restaurer – cher que faire du neuf

En vrac

- + Mise à disposition pendant X années par les propriétaires (prêt à usage)
- + Réhabilitation par un collectif -> gros œuvre -> location
- + Appel au chantier participatif possible
- + Faire travailler des CFA -> travaux pratiques obligatoires
- + Financés par les loyers des appartements déjà réhabilités -> simple apport de départ -> financé par les placements participatifs
- + Budgétisations travaux selon choix de vie
- + Prestation d'accompagnement à la valorisation d'un logement vacant

- + Identification
- + Pourquoi ?
- + Environnement général (PLU, cadre légal)
- + Possibilité économique, travail, industrie du site
- + Public visé pour l'achat/location
- + État du logement
- + Besoin et vision des travaux
- + Prendre les propriétaires par la main : accompagner les propriétaires de logements vacants à la remise en circulation de leurs logements vacants par :
 - + L'accompagnement à la rénovation (financier + mise en œuvre)
 - + L'accompagnement à la location

- + Ingénierie pour des coopératives locales de réhabilitation :
 - + Supports
 - + Attractivité du marché local
 - + Prêt à usage
 - + Collaboration chantiers
- + « Sécurité sociale » de l'immobilier ! Bénéficie à chacun :
 - + Prêts financiers
 - + Loyers
 - + Investissement au niveau économique large (+ de confort = meilleure forme, consommation, investissements humains, ...)

Les propriétaires en vacances !

Nom du projet

Problème à résoudre

Réduire la vacance des logements, rendre attractif et remettre sur le marché des logements existant et éviter l'emprise croissante du béton

Notre concept

- + Un tiers de confiance pour 2 démarches qui propose une palette de services répondant à plusieurs situation :
 - + Prêt à usage : propriétaire, prête ton logement pour une durée donnée, en échange de sa réhabilitation « prêt moi ton appart »
 - + Accompagnement à la remise en état pour la location ou la vente
- + Une structure, 3 services, 3 gagnants
- + Sollicitation, facilitation, accompagnement des propriétaires

Partenaires

- + Commerçants centre-ville
- + AANAH
- + Ademe
- + Artisans
- + Agena
- + Agences immobilières

Financement

- + État
- + Collectivités locales
- + Taxe locale sur les logements vacants
- + Prêt à usage

Notre slogan

Pourquoi faire du neuf quand on a de l'ancien ?

Nos plantes ont du talent



Comment valoriser les plantes à parfum aromatiques et médicinales Jurassiennes ?

A l'heure actuelle, la culture des plantes et fleurs cultivées dans le Jura se base sur un positionnement « santé » avec des produits dérivés des huiles essentielles et des parties de la plantes comme les tisanes, les compléments alimentaires et les cosmétiques.

Comment rendre accessible les plantes cultivées dans le Jura et quelle gamme de nouveaux produits ou services peuvent être développés pour séduire un public plus large ?

Les services créés pourraient également être à destination des producteurs de plantes et fleurs pour leur permettre de communiquer plus facilement sur leur production pour atteindre plus facilement les consommateurs, les transformateurs, les grossistes ou encore les points de vente.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Producteurs
- + Commerce produits régionaux
- + Herboristerie
- + Producteurs cosmétiques
- + Restaurateurs
- + Fournisseurs
- + Chocolatiers
- + Transformateurs
- + Supermarché
- + Clients particuliers/pro

Proposition de valeurs

- + Made In Jura
- + Éducation goût/botanique
- + Santé
- + Bio
- + Filière structurée

Produits/services

- + Tisanes
- + Cosmétiques
- + Huiles essentielles
- + Phytothérapie
- + Vente de plants
- + Jardins aromatiques éducatifs (dégustation, magasin)
- + Condiments
- + Plantes dépolluants sol (assainissements sols pollués)
- + Aromates
- + Fleurs comestibles
- + Gamme « la tisane du Jura » froide ou chaude
- + Sirop
- + Bouquets de fleurs

Partenaires clés

- + Restaurateurs/cantines
- + École/cuisine
- + Banquiers
- + Collectivités locales
- + Associations
- + Vitagora
- + Espaces tests

Facteurs d'échec

- + Plantes pas assez cultivées dans la région
- + Concurrence
- + Climat
- + Prix
- + Difficultés climatiques pour la productions
- + Pollution

Financements

- + Aides départementales
- + Cigales
- + ECLA
- + LEADER (Europe)
- + Financement participatif
- + Aides entreprises femmes

Conditions de réussite

- + Respect environnement
- + Valorisation à l'export (hors Jura)
- + Promotion du territoire
- + Prix
- + Manifestations locales
- + Filière locale
- + Éducation
- + Communication (faire connaître/bénéfices)

En vrac

Commerce local par commune :

- Création de commerce dédié aux plantes aromatiques et à leur dérivé
- Les produits viennent directement des producteurs (cycle court > producteur > usager)
- Filière locale et bio
- Travailler en partenariat avec les commerces locaux

Création de jardin aromatique dans les écoles :

- Faire participer les élèves pour la plantation
- Leur faire découvrir les plantes aromatiques et locales
- Les plantes aromatiques seront utilisées à la cantine pour que les élèves découvrent de nouveaux goûts
- Éducation et découverte
- Partenaire avec les producteurs locaux

Gamme « bien être Jura »

- Cosmétiques
- Huiles essentielles
- Phyto

Trouver une identité JURA

Plantes emblématiques du territoire avec vertus/cosmétiques

Lancer la production :

- s'appuyer sur les espaces tests (foncier/producteurs)
- Assurer la transformation (voir outils, appui Vitagora ?)

Diffusion : dans les lieux bien-être (thermes, biocoop, instituts de beauté, vente en ligne ?)

Communication, gamme de production

Partenariat école/cuisine

Manifestation locale

Intervention stand dans les cantines

Financement : LEADER, Cigales, Femmes

Valeurs/réussite : éducation, goût, botanique, environnement, santé, naturel

Production : tisanes, préparations culinaires, aromates, fleurs comestibles, banquets, plantes dépolluantes, phyto

En vrac

⇒ Positionnement: santé/bien-être

↳ Gamme de produits "bien-être Jura" (trouver le nom vendeur)

- Choix des plantes
 - trouver une identité "Jura" (plantes emblématiques du territoire avec valeurs "santé/bien-être")
- Lancer la production des plantes
 - s'appuyer sur espèces test - fruits - producteurs
 - garantir qualité des produits (quoi ?)
- Assurer la transformation
 - voir outils existants
 - appui vitaparc (appui scientifique, lien avec autres projets...)
 - ↳ nécessité investissement / outil de travail qui doit être local
- Communiquer et vendre
 - gamme de produits, identité, communication
 - partenariats avec lieux de "bien-être"
 - Pharmacies
 - Biocoop
 - Maires de beauté
 - promouvoir les produits lors d'événements locaux
 - autres circuits de vente ? vente en ligne

duper plat ou plat de duper à mutualiser / organiser ?

↓

⑤ HE nécessaire
gros supermarchés

W si logistique, débouchés -

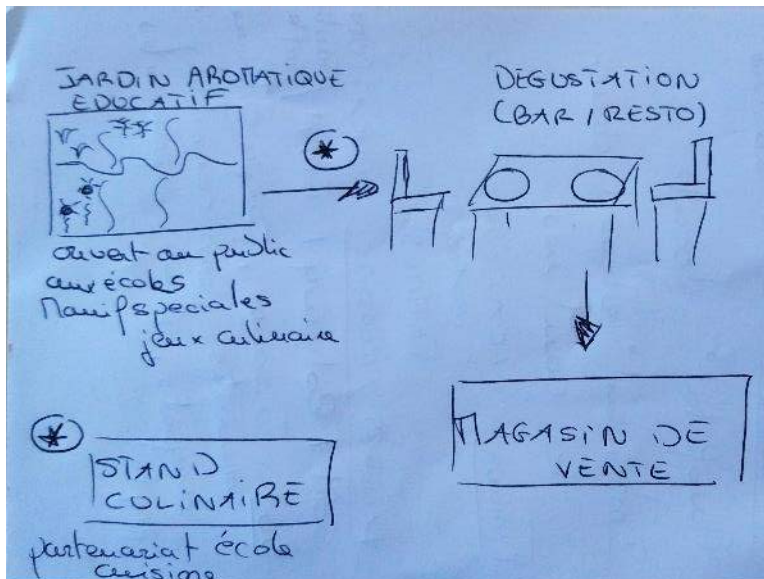
Voir p-é + jgd du nouveau géographique ?

voir titulaires locaux (Pontarlier... ?)

⑥ volume investit / transformé (s'appuyer si possible sur tiers test)

recherche d'identité & d'exemplarité

être innovant



« T'y bois chaud, t'y bois froid, PPAM du Jura tu bois ! »

Comestible

Boire ou manger plantes.

Associations de plantes du Jura pour faire des femmes pesto, sirops, tisanes.

100% Made In Jura confitures !

Nos plantes du Jura, source de votre bien-être

Nom du projet

Problème à résoudre

Valoriser les PPAM du Jura

Notre concept

Développer une gamme de produits comestibles à base de plantes locales, comme par exemple des pestos, tisanes, sirops, confitures, etc.

La gamme doit refléter le territoire, être conçue dans le respect de l'environnement (bio) et valoriser ses bienfaits santé.

Les bénéficiaires sont les producteurs (développement de cultures) et les consommateurs = restaurant, cantines, tourisme, locaux, chocolatiers.

Ces produits serviront à l'éducation des nouvelles génération.

Partenaires

- + Vitagora
- + CFPPA Montmorot
- + Espaces test
- + Chambre d'Agriculture
- + Coopilote
- + Écoles

Financement

- + Aides collectivités
- + Financement participatif
- + CIGALES
- + Europe
- + Financement pour les femmes

Notre slogan

Tu les boieras, tu les mangeras : plantes du Jura tu aimeras !

Le supermarché inversé



Comment mettre en place un système de supermarché inversé entre professionnels ?

Face aux deux problématiques de gaspillage et d'enfouissement (ou incinération) des déchets, les recycleries apportent la solution : le réemploi et la réutilisation. Et si nous appliquions ce système pour les entreprises ! Un système où les déchets de certaines deviennent les ressources des autres, comme si elles allaient faire leurs courses !

Quelques initiatives voient le jour, notamment à Valence, dans le cadre du projet « Invent'R » qui a émergé lors de Start-Up de Territoire à Romans-sur-Isère, mais également à Vayres en Gironde où un « smicval market » a été créé il y a maintenant quelques mois.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Associations
- + Salariés / employés
- + alimentaires
- + Exploitations agricoles
- + Habitants / particuliers
- + Administrations
- + Entreprises de nettoyage
- + Clients
- + Animaux
- + Commerces
- + Grande surfaces
- + Festivals
- + Écoles
- + Tout le monde
- + Hôpitaux
- + Collectivités
- + Entreprises du bâtiment
- + Structures d'insertion
- + Artistes
- + Entreprises

Proposition de valeurs

- + Emploi
- + Intelligence collaborative
- + Circuit court
- + Mobilité, motivation du personnel
- + Réutilisation
- + Économies d'échelles
- + Image positive
- + Proximité
- + Économies d'échelles
- + Gain financier
- + Système D, bidouille
- + Rencontre sociale
- + Réductions des déchets
- + Efficacité / pollution

Produits/services

- + Coopération
- + Site bourse d'échanges
- + Service r&d
- + Infos sur achats locaux
- + Mise en réseau
- + Distribution
- + Service numérique accessible
- + Logistique
- + Numérisation de documents
- + Stockage
- + Groupement d'achat
- + Ateliers techniques
- + Bourse au déchets
- + Sensibilisation
- + Formations
- + Dons aux associations
- + Informations
- + Qualité
- + Alternative à la création de déchets
- + Espace
- + Catalogue des chaînes de recyclage
- + Annuaire des besoins/déchets
- + Appui technique, conseils
- + Mutualisation d'une machine de broyage

Partenaires clés

- + Journaux, internet
- + Chambre consulaire
- + Accompagnateurs de projet
- + Agriculteurs
- + Chimirec
- + Acteurs filières déchets
- + Financeurs
- + 1 entreprise locale
- + Citoyens
- + Collectivités
- + Lycées agricoles Mancy/Montmorot
- + ALCG
- + Oasis
- + Administration
- + Groupe demain
- + Enseignements
- + Emmaus
- + SICTOM, SYDOM
- + CAT

Facteurs d'échec

- + Manque de rentabilité
- + Normes
- + Bassin non-adapté (concurrence)
- + Abs de conscience, de sens
- + Variétés des déchets

Financements

- + Département
- + ice (devis)
- + des dépôts
- + Filière bois
- + Entreprises (nature, adhésion, ...)
- + ADEME
- + Citoyens, participatifs
- + L'achat de la matière 1ère
- + Label recyclage - > écotaxe
- + Épargne solidaire
- + Apport personnel
- + L'Europe
- + Région
- + La pive
- + Contrat/serv
- + La caisse

Conditions de réussite

- + Bon porteur de projet
- + Réseau
- + Influence, volonté politique
- + Coopération
- + Financements
- + Envie, adhésion des salariés des entreprises
- + Tissue économique dense, bcp de relations entre les secteurs
- + Communication

/

Nom du projet

Problème à résoudre

Tri, intéressement, adhésion des personnes concernées, trouver les filières

Notre concept

+ Récupérer les déchets alimentaires pour les transformer en matières premières

Partenaires

+ Commerces	+ SICTOM
+ Restaurant	+ SYDOM
+ Entreprises	+ Municipalité
+ Cantine	+ ADEME
+ Particuliers	+ Banque

Financement

/

Notre slogan

/

J'aimerais deux cent toits



Comment massifier la pose de toits solaires sur le Pays Lédonien ?

Les Fermes de Figeac ont trouvé l'astuce : poser des panneaux solaires sur des toits loués par des agriculteurs, monter des coopératives et ainsi produire de l'énergie renouvelable. Romans-sur-Isère s'en est inspiré lors de Start-Up de Territoire et sont en train de créer Voisiwatt, des coopératives de toits solaires pour agriculteurs, particuliers, entreprises, etc.

En s'inspirant du modèle de Figeac et de Voisiwatt, comment adapter le système de coopérative de toits solaires au Pays Lédonien ?

En vrac

- + Création d'une société qui appartient à tous et qui a du sens
- + Modèle la fruitière à énergie sur le territoire d'à côté
- + La question de l'opportunité du projet se pose encore, engager un travail de l'étude d'opportunité en impliquant les différents acteurs cités et en mobilisant une réelle expertise selon une démarche d'éducation populaire
- + « Ne fais plus seule », reste propriétaire mais appuie-toi sur le collectif pour : étudier / négocier / poser / entretenir / facturer ou consommer

- + Une société qui facilite l'accès aux EnR pour les particuliers, les entreprises et les collectivités qui ont des besoins de consommation d'énergie en journée. Le modèle économique ne serait donc pas basé sur la revente de l'électricité mais sur les économies d'énergies de ses clients (auto consommation)
- + Plan pilote d'équipement solaire en précarité pour réduire leur facture d'électricité

Un catalyseur/l'étincelle

- + Un élu ou un entrepreneur qui l'analyse fine de façon à positionner le projet comme la voie à suivre pour être dans le bon sens pour l'avenir. Le projet servira d'exemple et doit avoir un pouvoir symbolique fort qui marque les esprits. Cet élu ou entrepreneur a les moyens financiers de montrer l'exemple.
1. Production locale : consommation locale
 2. Projet collectif pour retour financier collectif donc on ne parte pas des projets de particuliers
 3. Cercle vertueux : ce que l'on gagne on remet pour développer le projet

- + Si un jour le coût de l'électricité se paye au juste prix (ex : 30cts/Wh) alors nous pourrions envisager de financer collectivement des installations PV de quartier afin de vendre aux abonnés de l'électricité moins cher que celle du réseau.
- + Inciter ou imposer un pourcentage de panneaux solaires dans le cas d'une réflexion ou la création d'une toiture sur des immeubles collectifs ou maison individuelle.
- + Créer une structure qui coordonne la gestion et l'installation, le conseil et sensibilise les citoyens de l'utilité de ces panneaux pour une production locale pour utilisation personnelle ou revente.

CANVAS

Nom du projet

1+1+1+1+1...

Développer le photovoltaïque sur le territoire

Problème à résoudre

- Notre concept
- + Sur le territoire à géométrie variable :
 - + Habitants
 - + Entreprises d'une zone industrielle
 - + Pose
 - + Entretien / maintenance
 - + Recyclage
 - ⇒ Facturer
 - + Animation / sensibilisation ⇒ Autoconsommer
 - + Étude ⇒ Création d'un collectif / groupement
 - + Négociation
 - + Achats

Partenaires

Tout le monde
Collectivités territoriales

Financement

- + Citoyens
- + Emprunts bancaires
- + Subventions ?

Notre slogan

« Ne fais plus seul ! » et « Ne te fais plus démarcher ! »

CANVAS

Nom du projet

Panneaux plus

Faire accélérer la surface de panneaux photovoltaïques installés sur les toits

Problème à résoudre

- Notre concept
- + Imposer un pourcentage de panneaux photovoltaïques sur une construction neuve ou sur une réfection complète de toiture
 - + L'électricité produite sera revendue ou utilisée à titre personnel par le ou les producteurs
 - + Créer une structure qui accompagne le projet

Partenaires

- + État
- + Collectivités
- + Créer une société qui gère le suivi total depuis l'étude jusqu'à l'installation et l'entretien (SAV)

Financement

- + Prêt à taux 0 en déduisant ce qui a été produit
- + Crédit d'impôt
- + Réduction des factures d'électricité
- + Aides des collectivités
- + Participatif

Notre slogan

Toits solaires, toits solidaires !

La mobilité fait campagne



Que mettre en place pour offrir plus de solutions de déplacements dans le milieu rural ?

Contrairement au milieu urbain, l'organisation des déplacements en milieu rural doit faire face aux contraintes de distances, de reliefs, de densité de population et de nombres d'utilisateurs qui ne favorisent pas une organisation collective répondant aux contraintes des usagers. De nouveaux modèles doivent émerger pour éviter le recours au tout voiture !

Avec l'arrivée de nouveaux moyens de transport (covoiturage, vélos électriques...), et l'utilisation de plus en plus forte des nouvelles technologies (smartphone, réseaux sociaux...), des nouvelles solutions se développent et doivent se démocratiser pour emporter l'adhésion des usagers !

L'autostop organisé testé sur certains territoires en est un exemple mais il existe assurément de nombreuses idées pour repenser nos déplacements !

En vrac

Conditions de réussite :

- + L'animation / organisation
- + Mise en relation
- + Être bien connu de toute la population
- + Combiner les échelles d'expérimentation
- + Commencer petit
- + Connaissance du milieu (humain, géographique, ...)
- + Réflexion lieu de travail/lieu de vie
- + Mettre la notion de plaisir dans le projet
- + Intergénération
- + Communauté
- + Partage
- + Confiance
- + Renforcer et développer un schéma de déplacements doux
- + Partenariat public/privée
- + Coopération
- + Connectée (mobilité)
- + Qualité, faisabilité, régularité
- + Flexibilité
- + Facilité d'usage
- + Solution de secours possible, mobilisable
- + Mutualisation
- + Recenser et combiner l'offre inter modale

Conditions d'échec :

- + L'aspect économique
- + Comment faire les lers kilomètres ?
- + Contraintes trop nombreuses
- + Blocages institutionnels (ex. de la mutualisation judicieuse des taxis-ambulances)
- + Fracture numérique, digitale
- + Manque de vision de l'avenir
- + Connexion internet insuffisante (partage d'informations)
- + Rural = bas débit internet
- + Facteur temps de déplacement
- + Intempéries non prises en compte
- + Le culte de la bagnole
- + Coût des infrastructures
- + La non-implication d'élus ou d'une politique locale
- + Population faible
- + Lieux très isolés
- + Les préjugés
- + Villages avec beaucoup de hameaux
- + Trajet diversifié
- + Éloignement des services
- + Individualisation
- + Aller ~~retour~~

En vrac

Points positifs :

- + Le temps passé dans les voyages n'est pas improductif (le temps comme potentialité)
- + Les modes doux actifs sont bons pour la santé
- + Les véhicules de demain
- + n'existent pas encore (ils restent à inventer)
- + Trajets réguliers (mêmes trajets, mêmes horaires)
- + C'est cool de voyager à plusieurs
- + Entraide « plus naturelle »

En vrac :

- + L'âge c'est pas un problème
- + La prise en charge des déplacements par l'employeur
- + La liberté de se déplacer sans contrainte
- + Partage des moyens
- + Personnes âgées dépendantes
- + Des solutions communes pour tous types d'utilisateurs
- + Comment financer et mutualiser les moyens ?
- + Une communication ciblée
- + Favoriser le VAE pour résidents et touristes
- + Une énergie inépuisable
- + Penser la mobilité pour tous publics (personnes âgées, jeunes, travailleurs, touristes, ...)
- + Communication
- + Activer les réseaux locaux existants (sports, familles, ...)
- + Le coût de mise en œuvre
- + Les conditions climatiques
- + Mettre en place des systèmes d'amorçage territoriaux
- + À l'horizon 2050 1 voiture par ménage
- + Outils numériques communs et simples
- + Difficulté de communication téléphonique
- + Concordance trajet aller/retour
- + Convivialité

En vrac

- + Développer l'économie de transport
- + Élaborer un plan B sur le transport
- + Participer au développement économique, social et environnemental dans le milieu rural
- + Trouver des outils et des trajets (facilité les déplacements)

- + 1 agence de la mobilité à géométrie variable/centre de ressource (collectivités, entreprises, particuliers)
- + 1 agence sur mesure, base de données, logiciel, big data
- + Amorçage auto-stop organisé à Montain
- + SCiC
- + 1 couche verticale qui intéresse tout le monde, 1 société de transport sans véhicule
- + Ne pas élargir, prendre les problèmes les uns après les autres

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il faut interconnecter le public et les moyens à disposition (outils pour converser et outils pour mutualiser)

Tests

Pour le vérifier nous allons

Lancer des sondages sur l'utilisation des différents véhicules :

- ✓ heures
- ✓ jours
- ✓ trajets
- ✓ raisons

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il est pas nécessaire de posséder une flotte de véhicule pour proposer des services de mobilité en milieu rural

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Commencer à étudier un rayon de 20 km autour d'Orgelet (montagne)
- + Répertorier les « véhicules » mobilisables
- + Qualifier une flotte ainsi repérée selon plusieurs critères (nb de places, trajets/horaires, régularité/saisonnalité, bilan carbone/véhicule propre)
- + Parallèlement étudier les besoins de déplacement (contributeurs, bénéficiaires / autonomie, moyens de communication, sans réseau internet)
- + Comblent les vides avec des professionnels

Mets ta robe de chanvre



Comment promouvoir le chanvre et ses utilisations dans le Jura ?

Le chanvre est une plante sous exploitée en France et aux multiples débouchés. Ses nombreuses utilisations permettraient de pouvoir sourcer localement l'approvisionnement dans des secteurs d'activités très différents. Deux parties de la plante peuvent être valorisées : la tige qui est très fibreuse (utilisée pour le papier, le cordage, le textile, l'isolation, en combustible etc.) et la graine appelée « chènevis » aux propriétés nutritionnelles extrêmement intéressantes (utilisée pour l'huile alimentaire ou cosmétique, en jus, etc.).

A l'origine le chanvre était cultivé pour sa fibre. Depuis 2011, une machine de plus en plus répandue permet de récolter la tige et la graine en un seul passage. Aucun traitement phytosanitaire à part traitement sur la semence (en non bio). Surfaces en France : 8 000 ha en 2006 ; 10 000 ha en 2012 ; 12 000 ha en 2016,

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Laboratoire pharmaceutique
- + Végan
- + Écologiques
- + Éleveurs de volailles
- + Les motoristes pour le carburant
- + Les fumeurs d'herbes
- + Plasturgie
- + Industrie de luxe
- + Imprimeurs
- + Personnes voulant varier leur alimentation
- + Investisseurs alimentaires
- + Entreprises du BTP pour maisons écolos
- + Malades

Proposition de valeurs

- + Local
- + Autonomie
- + Qualités vestimentaires
- + Durabilité
- + Polyvalence
- + Écologique
- + Faire vivre les producteurs locaux
- + Source originale

Produits/services

- + Produits pharmaceutiques
- + Espadrilles
- + Papiers haut de gamme
- + Isolation
- + Produits cosmétiques
- + Animation sur le chanvre
- + Plastique résistant
- + Pain avec graines de chanvre
- + Formation à la culture du chanvre
- + Annonce
- + Paillage de jardin
- + Emballage
- + Encres
- + Lubrifiant
- + Herbicides
- + Culture dérobée, jachère
- + Textile
- + Alimentaire
- + Des tissus pour nos habits
- + Nouvelles constructions

Partenaires clés

- + Cantate du chanvre
- + Office du tourisme
- + INRA
- + La minoterie
- + La fédération producteurs de chanvres semencés
- + GAB du Jura
- + Filière production transformation
- + Ministre environnement
- + Interprofession
- + Agriculteurs

Facteurs d'échec

- + Manque d'acteurs et investisseurs locaux
- + Amalgames
- + Le lobbying de cahiers et papeteries
- + Peu connu du grand public
- + Absence d'une filière globale
- + structurée
- + Absence de soutien des pouvoirs publics
- + Indisponibilités semences
- + Coût de la filière textile
- + Branché bobo
- + Trop original

Financements

- + Financement citoyen
- + Europe
- + Banques
- + PAC
- + Ministre environnement
- + Conseil général
- + Clients

Conditions de réussite

- + Activité multifonctionnelle
- + Lien entre les différentes utilisations
- + Écologie pas de choix
- + Formation disponible
- + Qualité effective
- + Développement de la culture (prod)
- + Bonne communication
- + Concentration géographique
- + Surface cultivable disponible
- + Organisation d'une information positive sur le potentiel du chanvre

En vrac

- + Mise en place facile pour les végans d'une source de protéines végétales, locales et bio.
- + Faire les agriculteurs en AB, revenu important avec une culture ayant de nombreux bénéfices

Relocaliser une filière textile si on a un financement adéquat

Papier chanvre

Quoi ?

→ Du papier haut de gamme

Pour qui ?

→ Invitation de mariage

Argument :

→ Original

Avec :

→ Papèterie jurassienne

Vente de textiles (vêtements, sacs, torchons, espadrilles)

➤ Différenciation (Made in France/Jura)

➤ Récupération des vêtements usés pour faire de l'isolant

➤ Possibilité de visiter/prendre part à la culture pour former les personnes aux bienfaits du chanvre

Du chanvre pour tous

- + Produire en France du chanvre de qualité permettant les applications les plus diverses
- + Organiser une filière complète des métiers indispensables à sa transformation
- + Respecter le cadre environnemental
- + Associer aux financeurs des circuits de financements citoyens, participatifs, futurs clients
- + Informer les potentiels du chanvre auprès des clients potentiels

En vrac

Cibles : amateur de snack équilibrés

Produit : barre granola

Valeur : profil en acides gras, céréales anciennes

Partenaires : INRA, nutritionniste

Financement : bourse pour start-up puis clients (crowdfunding)

Facteurs d'échec : mauvais goût, mauvaise conservation, mauvaise récolte

Conditions de réussite : vague du snacking sain, allégation nutritionnelle

BISCUIT AU CHANVRE

Pain des Champs'vre

Quoi ?

➤ Du pain aux graines de chanvre

Pour qui ?

➤ Les personnes soucieuses de l'environnement, ceux qui veulent bien manger

Argument ?

➤ Local, écolo (bio?), nutrition

Avec ?

➤ Une franchise de boulangerie

Promouvoir via une marque de vêtement, énergique

Visibilité aux personnes sur le chanvre

Association habit/chanvre

COLLABORATION

Manque > apports financiers > chanvre nouvelle matière pour vêtement original

Collection Sativa

Axer développement du chanvre sur l'information, la bonne communication, la production.

L'écologie, la durabilité, pas d'autre choix aujourd'hui.

Le chanvre est une matière polyvalente qui va permettre l'autonomie d'acteurs locaux dans de nombreux domaines : textiles, alimentaire, produits cosmétiques, papier, ...

Le biscuit du chanvre, sativa bien !

Nom du projet

Problème à résoudre

/

Notre concept

Un snack énergétique à base d'une céréale à l'ancienne ayant un bon goût.

« - Je suis une plante utilisée depuis 5000 ans,

- Le seigle ? L'avoine ? Le soja ?
- Je suis une plante polyvalente (isolation, papier, vêtement, nourriture, ...) même en production intensive,
- Le blé ? Le sarrasin ? Les petits pois ?
- Je ne nécessite aucun traitement phytosanitaire et je suis un très bon herbicide,
- Le maïs ? La betterave ? La pomme ?
- Mon profil en acide gras est idéal et très riche en polyinsaturé, protéines végétales, oméga 3 et 9.
- La palme !
- Mon nom latin est Cannabis Sativa, je suis ... ?
- LE CHANVRE !

Bravo Mesdames et Messieurs ! Vous venez de gagner un an de barre énergétique au chanvre Sativa !

Beau packaging, produit localement, agriculture biologique, destiné aux végétariens et à ceux qui cherchent une alternative aux protéines animales !

Barre de céréale innovante, plante millénaire :

Le Biscuit au Chanvre, Sativa bien !

Pitch

Des fruits qui attendent d'être mangés



Comment préserver et valoriser socialement et économiquement les vergers du territoire ?

Qui ne sait jamais dit en voyant des arbres remplis de fruits : pourquoi personne ne cueille ces fruits plutôt que d'aller les acheter au supermarché ? Cette situation s'explique par un désintérêt croissant pour ces parcelles « sans valeur » ainsi que par la perte progressive des savoir-faire en arboriculture fruitière permettant le bon entretien d'un verger. Pourtant ce sont des éléments constitutifs du paysage et des réservoirs de biodiversité, jouant aussi un rôle dans la régulation du climat local et peuvent être vecteur de lien social. On observe par ailleurs une volonté grandissante de la part de la population de pouvoir accéder à une alimentation saine et de proximité. N'y aurait-il pas une opportunité en ces temps de lutte contre le gaspillage (alimentaire notamment), quand les restaurants du cœur n'ont jamais servi autant de repas ?

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Personnes en réinsertion
- + Personnes en insertion
- + Personnes âgées
- + Agriculteurs
- + Enfants
- + Association solidarité, distribution alimentaire
- + Animaux
- + Association gestion jardins, vergers
- + Propriétaires de jardin
- + Jardins ouvriers

Proposition de valeurs

- + Faire profiter les multiples variétés
- + Intermédiaire en propriétaire verger et personne souhaitant récolter (type vendange)
- + Récolte du surplus pour transformation
- + Miel
- + Produits « trans-territoriaux »

Produits/services

- + Marché
- + Distribution
- + Presser les fruits
- + Prêt de matériels pour récolter
- + Transformation du produit
- + Formation sur la taille
- + Prêt matériel pour transformer (pressoir)
- + Offrir des arbres (investir dans l'avenir)
- + Sensibiliser les enfants : goût, arbre
- + Confiture
- + Alcool
- + Compost
- + Nourriture animaux
- + Transformation chez les gens
- + Cantine scolaire

Partenaires clés

- + Chambre d'agriculture
- + Les Mairies
- + Propriétaires e vergers
- + Jardins de cocagne
- + École

Facteurs d'échec

- + Adhésion propriétaires
- + Aléa climatique
- + Normes accueil public
- + Concurrence des producteurs
- + Exigence sanitaire
- + Hétérogénéité des récoltes

Financements

- + Acheteurs
- + Parc Haut Jura

Conditions de réussite

- + « Melting Pomme »
- + Communication auprès des propriétaires
- + Mise à disposition des produits
- + Mise à disposition des produits
- + Recouvrement des potentiels
- + Liberté de choisir ses variétés
- + Témoignage de pratiques existantes

En vrac

- + Recenser les vergers abandonnés ou qui vont le devenir
- + Créer un collectif (élu, école, association, com com) pour acheter ces vergers
- + Le collectif aura en charge d'ouvrir le monde des vergers au plus grand nombre possible de personne
- + Former à la taille et à la transformation
- + Une fois un verger réhabilité il peut le transmettre à une ou plusieurs personnes qui le pérennisera
- + Il doit rechercher un produit ancien
- + Il va monter une structure pour vendre ce produit

- + Au sein d'un village, mettre en relation un particulier ayant à disposition un verger et l'école :
 - + Les élèves de l'école participent à l'entretien
 - + Pédagogie : particulier qui porte
 - + Sensibilisation : auprès des générations futures
- + La source à Jus, filiale d'OASIS (Emmaüs) :
 - + Sur le même modèle d'Emmaüs pour les meubles : les proprio d'1 ou pls arbres à fruits appellent l'asso qui vient (avec des pers. en insertion) récolter les fruits, les transforme et vend les produits à prix solidaires

- + Collecte et récolte de fruits (centrale) :
 - + Commercialisation particuliers / producteurs
 - + Coopérative, ramassage par la structure ou le producteur
 - + Dépôt/collecte
 - + Échange demande / offre, via un site physique, téléphone, internet
 - + Distribution
- + Melting Pommes & Melting potes :
 - + La « rencontre sociale » à l'occasion de la transformation des fruits délaissés de mes vergers
 - + Asso loi 1901
 - + Sensibilisation / Action

CANVAS

Nom du projet

+ Meelting Pomme (et compagnie)

Solidarité

Problème à résoudre

- Notre concept
- + Formes des personnes en insertion : recrutement, commerciaux, transformation, vente, récoltes
 - + Aller chez les propriétaires :
 - + Récolter
 - + Entretenir
 - + Sensibiliser
 - + Contrepartie pour le propriétaire :
 - + Entretien
 - + Production (confiture, jus, etc.)

Partenaires

/

Financement

/

Notre slogan

/

CANVAS

Nom du projet

Association d'insertion

Fruits et vergers abandonnés / personnes à réinsérer : faute de main d'œuvre

Problème à résoudre

- Notre concept
- + Taille
 - + Récolte
 - + Transformation
 - + Vente
 - + Ouverture pédagogique, transmission
 - + Apprentissage

Partenaires

+Établissement le
+Écoles +Réhabilitation
+Propriétaires personnes
+Insertion dépendantes
professionnel

Financement

+ Partenariats publics
+ Produit de la vente
+ Rémunération de
l'entretien

Notre slogan

Je ne reste pas au sol

Event zero waste



Comment organiser son événement de manière « zero waste », local et éthique ?

La gestion logistique d'un événement est un vrai casse-tête. Entre les fournisseurs, l'aménagement du lieu, le matériel, etc. il y a moyen de s'y perdre et surtout de ne pas optimiser la logistique, voire même de ne pas y pender.

Et si c'était une entreprise qui faisait tout cela ? Recherche des traiteurs locaux ou organisation optimale de l'espace pour gérer le tri des déchets, l'entreprise répondrait aux besoins précis de l'organisateur, un accompagnement à la carte.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Habitants culturel
- + Organisateurs Événement privé
- + Public Événement sportif
- + Prestataires traiteurs Événement masse
- + Événement

Proposition de valeurs

- + Reprise des invendus communication de l'événement
- + Remplacer les assiettes en plastique par de la vaisselle
- + Prise en charge des transports
- + Organiser la prise en charge, la Formations bénévoles / salariés

Produits/services

- + Mise en place de bornes recyclage des déchets contre €
- + Organiser défi 0 déchet pdt l'événement
- + Adapter le règlement
- + Moduler le prix d'entrée
- + Penser aux toilettes sèches
- + Mettre en place une fontaine à eau filtrée
- + Label
- + Assiettes en porcelaines
- + Fournisseurs labélisés
- + Canevas d'organisation d'événement
- + Objets personnalisés
- + Conseils et conférences
- + Quantifier les déchets le + toxiques
- + Garderie et atelier recyclage récupération
- + Venez avec votre ancien écocup
- + Réduire les consommables
- + Révolutionner l'écocup
- + Événement collaboratif avec chacun qui aide
- + Camion récupérateur de déchets -> sensibilisation et récupération
- + Énergie solaire éphémère
- + Association défense environnementale

Partenaires clés

- + Sponsors
- + ADEME
- + Participants
- + Fournisseurs

Financements

- + Actions publiques

Facteurs d'échec

- + La valeur ajoutée ?
- + Coûts supérieurs ?

Conditions de réussite

- + Création d'un lien entre différents acteurs de la filière
- + Privilégier le circuit court
- + Communication
- + Quantifier les déchets et les prioriser
- + Spécifier le genre d'événement
- + Diagnostic « savoir quantifier ses déchets »

En vrac

- + Proposer des contenants différents boisson et nourriture pour éviter la gestion des déchets
- + Un véhicule présent sur la manifestation, démonstration de recyclage, présentation et prise en charge des enfants (ex : dans un bus, garderie payante)
- + Label :
 - + Stratégie
 - + Audit + réseau
 - + Suivi pendant l'événement
 - + Retour d'expérience
 - + Formation associée
 - + Veille
 - + Soutien des pouvoirs publics

- + Je suis organisateur d'événement, en l'occurrence concert, 1000 à 5000 personnes
 - + Je nomme un régisseur « pollution » qui forme les bénévoles, qui vérifie les actions
 - + Je vérifie les fournisseurs et prestataires
 - + Je récupère tous les écopup entassés, les recycle pour financer le développement d'une vaisselle
- => J'aide et je facture les organisateurs d'événement

- + Révolutionner les éco-cup, d'autres contenants
- + Se concentrer sur 1 type d'événement (concert)
 - + Camion itinérant
 - + Retour d'expérience dans l'objectif de faire un système pour que l'événement soit meilleur que le précédent
 - + Le rendre obligatoire
 - + Organisme : ch. d'agriculture, ADEME

Création d'événements :

- + 1 type d'événement
- + Restauration : assiette, doggy bag, les gens rapportent leur propre verre ou écopup, essuis tout compostable
- + Le personnel doit être formé au tri des déchets
- + Covoiturage pour tous
- + Agence écoevent, SavoirFête
 - + Filiale ADEME ou région (service intégré)
 - + Fixe la charte
 - + Source les fournisseurs
 - + Instruit les dossiers
 - + Décerne le label
 - + Contrôle son application
 - + Diffuse la veille et s'adapte aux structures locales

CANVAS

Gestion de la quantité des déchets lors d'un événement de qualité

Maîtriser l'impact environnemental d'un événement

Problème à résoudre

- Notre concept**
- + Diagnostic
 - + Stratégie et plan d'action
 - + Formations – transfert de compétences – charte
 - + Présence – promotion – contrôle
 - + Via →
 - + Garderie
 - + Atelier
 - + Réflexion
 - + Sensibilisation
 - + Valorisation et retour d'expérience
 - + Amélioration - stimulation

Partenaires

/

Financement

/

Notre slogan

/

CANVAS

Nom du projet

Poids plume – la fête de nos déchets

Gestion et quantité et qualité des déchets lors d'événements, révolutionner les écocup

Problème à résoudre

Notre concept

- + Diagnostic : analyser l'événement pour le rendre 0 déchet (nb de personnes, lieu, structure en place, ...)
- + Élaborer une stratégie pour définir des nouveaux contenants, les fournir, les récupérer
- + Présence d'un bus garderie qui sensibilise à la gestion des déchets via des ateliers
- + Contrôle des points stratégiques de récupération des déchets
- + Valorisation et amélioration (pesage des déchets, comparaison, ...)
- + Éditer Top 10 des événements qui sont les + écoresponsables

Partenaires

/

Financement

/

Notre slogan

Plus léger nous seront d'année en année

Les miettes dans ton assiette



Comment valoriser des sous-produits issus des filières et industries locales pour en faire des coproduits ?

Le sous-produit est un produit résidu qui apparaît durant la fabrication ou la distribution d'un produit fini. Le coproduit est un produit intentionnel et inévitable, créé au cours du processus de fabrication du produit principal. Les coproduits sont aussi caractérisés par leur valorisation économique comme par exemple : la paille de blé, le lactosérum (petit lait).

Localement, les sous-produits concernés par cet atelier sont le pâté en croûte, les brisures de gressins et les résidus de poissons.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Restaurateurs
- + Industriels
- + Consommateurs
- + Transformateurs
- + Population
- + Éboueurs
- + Cosmétiques
- + Environnement
- + Moyennes surfaces
- + Planète

Proposition de valeurs

- + Valorisation des sous-produits/matières
- + Responsabiliser
- + Créateur d'emplois
- + Invention de nouveaux produits
- + Changement de comportement
- + Structuration d'une filière
- + Nouveaux
- + Déposer brevet marque

Produits/services

- + Bijoux
- + Tannerie de peau
- + Bières
- + Ceintures poisson
- + Atelier de transformation
- + Accueillir le transformateur en chapellerie
- + Collecte de biodéchets
- + Actions de sensibilisation
- + Nourriture animale
- + Pâtisserie
- + Boulette oiseaux
- + Appâts
- + Greffons
- + Méthanisation

Partenaires clés

- + SICTOM
- + Transformateur
- + ADEME
- + Grands chefs (restaurateurs)
- + Chambre d'agriculture
- + Grande distribution
- + Fédération de pêche
- + Magasin spécialisé
- + Banque alimentaire
- + Association de consommateur
- + Chambre des métiers
- + Cantines municipales
- + Prestataires de collecte/transporteur

Facteurs d'échec

- + Pas de sensibilisation à la démarche
- + Mauvaise volonté
- + Manque de financeurs
- + Pas de demande
- + Difficultés techniques
- + Habitudes des pêcheurs
- + Rentabilité faible
- + Manque de désir pour les sous-produits
- + Image du déchet
- + Pollué ou pas bon
- + Concurrence marché valorisation
- + Coûts trop élevés
- + Volume faible
- + Suppression / gratuité des sous-produits

Financements

- + Collectivités territoriales
- + Auto-entrepreneurs
- + Région
- + Taxes
- + Europe
- + GMS
- + État

Conditions de réussite

- + Originalité
- + Prix
- + Marché novateur
- + Bienfait, soin, bien-être, vertus
- + Communication
- + Qualités gustatives
- + Présentation attractive
- + R&d, mobilisation de chercheurs
- + À la mode
- + Étude de marché
- + Packaging attrayant
- + Adhésion de la filière

En vrac

Valoriser les restes de poisson

- + Réutiliser les restes et les transformer en appâts pour les pêcheurs ou en nourriture pour pisciculture
- + Valorisation : les utiliser dans les installations de méthanisation pour la production de biogaz

- + Panez vos viandes à l'italienne avec de la panure de gressins
- + Le nuoc-mam jurassien à base de carpe -> marché des magasins asiatiques
- + Valoriser les œufs de carpe pour en faire des produits de beauté miracles qui traiteraient les imperfections du visage
- + Musée de l'artisanat : musique, cosmétique. Créer un espace ludique et culturel pour faire découvrir la réutilisation de ces aliments

- + Employer la pour des carpes pour faire des sacs à main et/ou les écailles pour des ceintures en s'inspirant d'autres cultures (Nenetses)
- + Utiliser le talon de pâté croûte pour des masques hydratants et revitalisants
- + Utiliser les miettes et la croûte pour faire de la nourriture pour les oiseaux

Carp'nets

Nom du projet

Problème à résoudre

Valoriser les déchets de la consommation des carpes

Notre concept

Utiliser la peau et les écailles de carpes en s'inspirant des techniques utilisées par des nénètses de Sibérie.

→ Atelier de tannerie

→ Incrustation d'écailles (bijoux, maroquinerie, lunettes, chaussures,...)

Partenaires

- + Fabriques de sacs à main, de chaussures
- + Lunetterie jurassienne
- + Blogueuse
- + Stylistes

Financement

- + Commande des entreprises
- + ADEME
- + Agence de l'innovation

Notre slogan

Sauve ta planète avec CARP'NETS !

Nuoc-Mam Made In Jura

Nom du projet

Problème à résoudre

Gaspillage déchets poissons

Notre concept

Packaging attrayant avec logo Mij

À vendre dans les restaurants asiatiques

Magasins spécialisés (bio), ateliers cuisines (chefs à domicile, chefs étoilés)

Réalisation d'une sauce à partir des déchets de carpe facile à réaliser (pas de broyage, pas de cuisson)

Collecte via un prestataire (SICTOM, Juratri, ...)

Atelier de production

« Dans le Jura, nous pouvons vous assurer la provenance et la qualité de notre produit, collecter par un groupe d'insertion en circuit court. Une sauce réaliser artisanalement à base de carpe, proposer à tous.

Une activité en étroite relation avec la filière piscicole jurassienne pour lutter contre le gaspillage des déchets de la carpe. Assaisonner vos nems au comté grâce à notre sauce made in Jura ! »

Partenaires

- + Magasins asiatiques
- + Épiceries fines
- + Cantine municipale
- + Europe
- + Collectivités Locales

Financement

- + Marchés asiatiques
- + Europe/collectivités territoriales
- + Carpe Diem
- + État, Région
- + Consommateurs

Notre slogan

Un goût d'Asie dans notre terroir !

L'artiste qui est en toi !



Comment ouvrir un lieu d'expression libre (peinture, modelage, ...) à l'écart du jugement et de la compétition ?

L'idée est de créer un atelier qui rend accessible à tous le jeu simple et bénéfique de la peinture. C'est un lieu dans lequel on s'ouvre aux autres. Petits et grands viennent peindre ensemble côte à côte, à partir d'une première base de 18 couleurs proposées sur une table-palette collective. Cette démarche s'adresse à tous les âges de 3 à 103 ans, les séances sont intergénérationnelles. L'atelier s'appuie sur la pédagogie d'Arno Stern.

Tout le matériel est fourni sur place aux participants : notamment la gamme de peinture fabriquée à partir de produits naturels, biologiques, sans substances nocives. Mais aussi pinceaux, feuilles, blouses.

Un cadre spécifique permanent, qui crée les conditions indispensables et rigoureuses pour stimuler et protéger l'émergence de l'expression spontanée et créatrice de chacun, Arno Stern (créateur de « jeu de peindre ») l'appelle "la formulation".

En vrac

La pédagogie / les participants
valeurs : sachent ce que va
devenir leur
+ enlever/ôter son de
instinct de création
« donneur de+ Ne pas
leçon » transformer en lieu
à la mode
+ Accompagner la + Proposer des
créativité supports et thèmes
différents
+ Lieu clos mais monde à besoin de
s'ouvrir + il faut être
disponible dans sa
tête et dans son
corps
+ Ne pas être regardé
+ Pouvoir quand même aller dehors
quand il fait beau + Ne rien attendre
+ Que les + Repartir à chaque
fois à zéro

Gestion les matières
logistique ne soient pas
nocives
+ Du café + Un lieu rangé
quand on est+ pour
pas réveillé recommencer
+ Qui a la clé ?
+ Le matériel+ Avoir du
soit gardé en matériel au
bon état et/ou départ
régulièrement + Solidarité
renouvelé pour le
matériel
+ Du chauffage
en hiver
+ La peinture ou

Le lieu : aux personnes
les plus démunies
+ Trouver un lieu
accessible et+ Doit attirer la
accueillant curiosité des
gens
+ Lieu itinérant ?
+ Des maisons+ Musée art
non-habitées + Accès libre mais
dans une
+ Accessibilité (à démarche de
pied, vélo, respect +
fauteuil) cagnotte à
+ Ville ou pleine l'intérieur ?
nature ? + il ne faut pas
+ Insonoriser pour s'exprimer si l'on
pouvoir a rien à dire
éventuellement + Se faire
crier accompagner
+ Éviter le + il n'y a pas de
vandalisme peinture sans
+ Distribution de corps
tickets d'entrées

Partenaires :
+ Rencontrer les partenaires
(lieux de peinture, etc.)
+ Que des partenaires
soutiennent le projet (pour
communiquer, financer, dons
en nature)
+ Créer un réseau avec les
médiateurs
+ Créer un réseau avec les lieux
de création déjà existant

En vrac

Conditions accessibilité

- + Ouvert le weekend
- + Horaires?
- + Il faut que ce soit ouvert le soir pour permettre l'accès aux étudiants et aux personnes qui travaillent
- + Des gens pour accueillir
- + Ne pas être obligé d'avoir des sous pour participer
- + Rôle de l'animateur fondamental
- + Intime voire anonyme
- + Émission sur montessori

Proposition évolution de concepts

- + Offrir sa création
- + On prend des photos régulièrement et on expose ensuite
- + C'est dangereux de ne pas avoir de contraintes
- + Le coût pas trop élevé
- + Il soit « lisible »
- + Créer un réseau avec des artistes
- + Que les participants se sentent accueillis
- + Nourrir le corps et l'âme
- + Inviter une personnes éloignée à venir avec nous
- + Favoriser l'autonomie par l'accueil libre
- + Créer l'échange
- + Apprendre à être seul
- + Vérifier le besoin

- | | | |
|--|---|--|
| Communication
sensibilisation | - | restaurant
municipal |
| + Donner envie aux personnes habituées aux lieux artistiques | + | Les gens du coin soient au courant de l'événement |
| + Pourquoi un lieu clos dans un monde où l'on a besoin de s'ouvrir | + | Informé le public du fonctionnement ARNO STERN |
| + Donner l'envie d'oser y aller -> information communication | + | Que les participants soient au courant que ça existe |
| | + | Bienveillance, curiosité, créativité, optimisme |
| + Faire une démonstration au | | |

Budgets / financeurs

- + Fiancer par des confitures, des gâteaux, des produits fait par les participants
- + Que les collectivités s'impliquent dans le financement
- + Financement partenaires
- + Actions pour financer le lieu

- | | | |
|--|---|--|
| Public | + | Que les participants osent pousser la porte de ce lieu inconnu |
| + Proposer l'activité aux parents et à leurs enfants | | |
| + Un lieu intergénération | + | Que les gens aient envie de s'exprimer |
| + Inviter les écoles à venir peindre | + | Un public varié |

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il faut impliquer les partenaires (s'assurer du soutien des partenaires : financier, bailleur, prescripteurs, etc.)

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Travailler le discours
- + Les lister : la région, le conseil général, interventions sociales, associations d'artistes, associations humanitaires, institutions (moulin de Brainans, Boeuf sur le Toit, Colombier des arts, etc.), entreprises secteurs privés + les enseignants, professeur de dessin, ...
- + Présenter le projet : faire vivre l'expérience ARNO STERN
- + Lieu : friche industrielle pour ce soir là (atelier éphémère) ou la cave d'un ami

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il faut mettre en place un atelier éphémère

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Regarder si dans les maisons vacantes de Lons-le-Saunier il n'y a pas un espace disponible gratuitement/chez un ami qui aurait une salle ou un salon

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il faut faire connaître la méthode ARNO STERN : le concept doit être clairement défini et compréhensible

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Vulgariser / être capable de
- + Passer par des supports visuels parlants

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

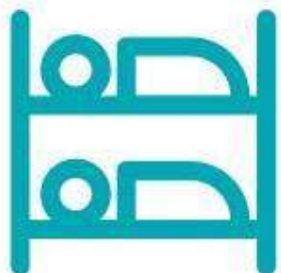
Qu'il faut que le lieu trouve un public

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Vérifier son accessibilité (prix, géographie, itinéraire et indication)
- + Voir s'il est accueillant (propre, joyeux, ...)
- + Son milieu géographique (ville, campagne, désert, foule, ...)
- + Choisir entre l'itinérance et la sédentarité
- + Réhabiliter un logement (ou voir si)
- + Voir s'il est techniquement adapté

L'auberge lédonienne



Comment mettre en place un système d'hébergement modulable à Lons-le-Saunier ?

Depuis la fermeture de Montciel, il est devenu impossible d'être hébergé à moindre coût sur Lons-le-Saunier. Les hébergements collectifs (type auberge de jeunesse ou MFR) ne sont ni situés à proximité du centre-ville, ni dans la ville. N'est-il pas temps d'imaginer un concept innovant, original et attrayant pour faire venir les jeunes, les touristes, les aventuriers et faciliterait l'hébergement lors des événements organisés à Lons-le-Saunier ?

Lédodo

Nom du projet

Problème à résoudre

Manque d'hébergement temporaire individuel et collectif moindre coût

Notre concept

- + Travailleurs, étudiants, professionnels, jeunes voyageurs, ...
- + Réhabilitation de l'ancienne Mairie et proposition d'une capacité d'une centaine de places modulables (individuelles et collectives) de 9 à 99€
- + Venez cuisiner, cultiver, déguster, rénover, jouer, bouquiner, partager autour de notre espace de restauration ouvert sur l'extérieur
- + Lieu de vie et de rénovation, de partages et d'échanges avec des gens d'ici et d'ailleurs

Partenaires

- + Vous
- + Acteurs privés et publics du Pays Lédonien

Financement

- + Entreprises
- + Collectivités
- + Europe
- + Usagers
- + État

Notre slogan

Lédodo, l'auberge mieux qu'à la maison !

I Love my Made in Franche-Comté



Comment accompagner les artisans locaux dans le développement de leur activité ?

Il y a beaucoup d'artisans créateurs dans le Jura et en Franche-Comté. Afin de leur permettre de développer leur activité, il pourrait leur être proposé un dispositif d'accompagnement et de promotion qui leur permettrait d'apprendre à gérer leur communication et à développer leur offre commerciale.

Pour cela, il est envisageable de fédérer des acteurs de la création sous une « marque » afin de créer une identité forte, exportable et valorisante.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Clients potentiels. Office de tourisme étrangers
- + Créateurs indépendants
- + Les consommateurs
- + La presse
- + Acteurs économiques
- + Associations de la région
- + Élus locaux
- + Transporteur service messagerie
- + Les chambres consulaires
- + Entrepreneurs Franc-Comtois
- + Les services de communication
- + Citoyens du territoire / bénévoles
- + Mais d'hôte / gîte
- + Industries Franc-Comtoises

Proposition de valeurs

- + Valoriser la RSE
- + Durabilité
- + Stage/hébergement
- + Local
- + SAV
- + Identité
- + Fait main
- + Qualité
- + Communication
- + Impact carbone minimum

Produits/services

- + Site web
- + Système inspiré du drive fermier
- + système d'espace de travail
- + Entreprise de communication commune
- + Mise en commun
- + Centrale d'achat
- + Place de marché multilingue
- + Marque / label
- + Qualification métier
- + À domicile
- + Partage de compétences (juridique, commerciale, ...)
- + Identité visuel de l'artisanat
- + Conciergerie
- + Charte de qualité

Partenaires clés

- + Pole emploi
- + Google
- + Chambre des métiers et de l'artisanat
- + Agences de com
- + La poste
- + Partenaires locaux
- + GMS
- + Réseau d'aide à la création
- + Communes
- + Conseillers
- + Presse

Financements

- + Les impôts
- + Financement participatifs
- + Télésourcing
- + Autofinancement
- + Enveloppe parlementaire
- + Marchés locaux
- + Taxe de dotation
- + BPI
- + Associations
- + Subventions
- + Contribution
- + Cigales
- + Adhérents
- + Mécénat

Facteurs d'échec

- + Lassitude
- + Les entreprises en ont-elles envie ?
- + Pas de stratégie ou seulement intuitive
- + Pris/tarifs élevés
- + Manque de synergies ?
- + L'isolement
- + Sélection
- + Concurrence
- + Pas de soutien politique
- + Manque de structuration
- + Absence de PCA
- + Épuisement

Conditions de réussite

- + Bon SAV
- + Changement habitude de consommation
- + Méthode
- + Qualité
- + Motivation
- + Satisfaction des clients
- + Marketing
- + Bonne communication
- + Financement pérenne
- + Rencontrer les bonnes personnes aux bons moments
- + Coach expert
- + Vraie appartenance à un réseau
- + Services associés
- + Clientèle fidélisée
- + Double comptabilité
- + Espace d'expérimentation

CANVAS

Nom du projet

Faire connaître son savoir-faire

La route de l'artisanat

Problème à résoudre

1. Proposer des hébergements + formations découverte du métier + point de vente directement chez l'artisan
2. Circuit touristique « route de l'artisanat »
3. Vente et promotion des produits par l'artisan

Partenaires

- + Chambre des métiers et de l'artisanat
- + CCI
- + Office du tourisme
- + Photographe et traducteur

Financement

- + Financement participatif
- + Essentiellement lié à l'hébergement

Notre slogan

Vivez notre passion !

CANVAS

Nom du projet

Réseau d'ambassadeurs

/

Problème à résoudre

Créer un réseau d'ambassadeurs et ambassadrices pour les artisans créateur Franc Comtois « coup de cœur »

Partenaires

/

Financement

- + Sans relation marchande
- + Échange humain

Notre slogan

Je soutiens mes artisans créateurs !

Coordinateur

Nom du projet

Problème à résoudre

Trouver de l'aide intérieure avec un regard compétent pour déceler les produits intéressants à venir

Notre concept

+ Un réseau, une agence d'aide à la création, au design, à la commercialisation, à la faisabilité de la conception de produit, de la rentabilité et du marketing du produit.

=> Agence zéro risque

Partenaires

- + Chambres consulaires
- + Banques
- + Élus

Financement

- + CDC
- + Région
- + Europe

Notre slogan

Le bien faire et bien faire savoir

Batim'en commun



Comment faire vivre durablement un lieu partagé ?

Olivier et Mathilde et Philippe ont un espace (intérieur et extérieur) qu'ils souhaitent aménager pour en faire un espace partagé. Co-working, atelier artistique, restaurant, salle de réception : la liste de services à proposer est longue !

C'est d'ailleurs tout l'enjeu de cet atelier : quel concept proposer dans leurs espaces respectifs pour une mobilisation efficace et surtout la pérennisation de l'utilisation des espaces ? Sans oublier les contraintes financières (construire un modèle économique), juridique (mettre la coopération au cœur du projet) et de localisation (les deux lieux sont en milieu rural).

En vrac

- | | | |
|--|---|---|
| + Toitures surélevées | + Lieu de partage familiale | + Atelier de transformation alimentaire |
| + 100% surfaces en matelas | + Crèche entreprise | |
| + Serre de plantes carnivores | + Outils de matières premières | + Danse contemporaine |
| + Murs pouvant servir de supports artistiques éphémères | + Une boutique d'artisans | + Cours d'accordéon |
| | + Art thérapeutique | + Activités animés sur le jardinage/jardin partagé |
| + Énergie positive | + Écoute ton cœur | + Ateliers culinaires |
| + Stockage box | + Séminaire restitution hébergement | + Distillerie |
| + Lectures sous l'arbre | + Yoga, méditation | + Food Art |
| + Où on dort dehors | + Espace jeux pour les temps off afin de favoriser les échanges | + Restaurant pour l'été dans un jardin |
| + Des veillées étoilées | | + Formation (cuisine, agriculture, artiste) |
| + Poésie | + Bal musette | + Lieu intergénérationnel |
| + Pépinière pour artisans | + De la chaleur animale | |
| + Selon les saisons | + Jardin musical avec des fontaines et des sculptures | + Accueil des étudiants du lycée agricole de Montmorot / habitats mobiles |
| + Aménagement | + Espace bien-être hors du temps | + Lieu en complément d'un besoin projet (annexe de...) |
| + Travail handicapés | + Oasis en tous lieux | + Lieu d'accueil de migrants |
| + Information sur les patrimoine | + Résidence d'artistes | + Hébergement |
| + Un lieu multi activités ouvert | + Lieu déconnecté électro sensibles | + Parcours nature pour enfant |
| + Co-working | | + Stockage de vieux |
| + Expérimentation fablab | + Un école de cirque | + Lieux de regroupements familiaux (cousinades, etc.) |
| + Carte d'utilisation des valeurs entre les co-habitants | + De la musique | |
| + Espaces tests agricole (CA 39/lycée Montmorot) | + Un four à pizza | |

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Le lieu doit favoriser l'expression artistique et la création

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Aller passer quelques jours/nuits sur place
- + Organiser un festival test
- + Vérifier l'accès
- + Aller rencontrer l'écosystème local et les habitants du village
- + Analyser les caractéristiques physiques du site
- + Aller visiter des sites similaires
- + Vérifier le leadership du porteur de projet (gestion, marketing, communication, ...)

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Le lieu doit se prêter aux activités du bien être

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Rénover avec des matériaux écolos ouvert vers l'extérieur
- + Accessible (étude de marché)
- + Vérifier les ressources à proximité (professeurs, offres, ...)

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Le lieu doit proposer un accueil temporaire (jardins d'enfants, cousinades) et/ou résidentiel (accueil étudiants, seniors, réfugiés, ...)

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Étude de marché
- + Interroger les étudiants du lycée en type d'hébergement
- + Voir quelle est la concurrence/complémentarité
- + Proximité des services, commerces (écosystème)
- + Nous intéresser aux dessertes (transports)
- + Quelle est la capacité d'investissement ?
- + Vérifier si le lieu est accessible aux handicapés

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Le lieu doit proposer des activités « de la fourche à la fourchette »

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Recenser les partenaires ressources mobilisables pour la mise en place du projet, producteurs, cuisiniers, ...
- + Définir le cadre réglementaires (HACCP, ...)
- + Évaluer les services à faire payer (restauration, ateliers/formation, ...)
- + Évaluer la concurrence
- + Définir le public ciblé (résidents, passants, séminaires, ...)

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Le lieu doit abriter une communauté de travailler

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Étudier les flux de travailleurs
- + Rencontrer une structure proposant une activité similaire
- + Analyser les besoins des entreprises et des indépendants
- + Étudier le réseau informatique
- + Déterminer la typologie des travailleurs
- + Étudier la tendance de l'activité de co-working à grand échelle
- + Vérifier les accompagnements juridiques et financiers existants

SOS Séniors



Comment lutter contre l'isolement et apporter des services en direction des séniors ?

Dans un contexte de fermeture des commerces, d'éloignement des services, d'éclatement géographique des cellules familiales, d'enjeu de maintien à domicile et de lutte contre l'isolement, la création d'une conciergerie pour seniors pourraient offrir une réponse et des solutions à ces problématiques. Cette entreprise compléterait les services offerts par d'autres structures spécialisées dans l'aide à la personne (ADMR, Prodezza, ...) grâce à d'autres services rendus : jardinage, changement d'une bouteille de gaz, voire même partager une tasse de thé !

Ce concept, qui pousse à Bordeaux et à Toulouse, permettra le bien vieillir et le maintien à domicile de nos seniors !

En vrac

- | | |
|---------------------------------|---|
| + Agir | + Quel coût peut supporter une personne isolée ? |
| + Aidée | |
| + Coût faible ou raisonnable | + Échanges de services, petits travaux |
| + Quel domicile ? | + Partage de savoir, de connaissant pour les jeunes |
| + Problèmes de mobilité | |
| + Adaptation de la maison | + Entretien logement (tâches pénibles) |
| + Apprendre des personnes âgées | + Attentes |
| + Créer des idées originales | + Multimédia |
| + Résistance au changement | + Soins |
| + Partage | + Pourquoi les aider ? |
| + Professionnalisme | + Identification des personnes dans le besoin |
| + Conditions de travail | + Adapter aux publics |
| + Stigmatisation à éviter | + De quoi pourraient-ils avoir besoin ? |
| + Écouter | |
| + Mobilité (capacité conduite) | |

- | | |
|---|--------------------------------------|
| + Innovant | + Animaux |
| + Nouveau | + Ateliers divers |
| + La communication doit-elle accompagner ce service ? | + Activité physique |
| | + Intergénérationnel |
| + Inventer | + Expérience P.A |
| + Lutte contre l'isolement | + Coiffeur mobile |
| | + Épicerie mobile |
| + N'y a-t-il que les seniors qui pourraient avoir ces besoins ? (zone rurale) | + Covoiturage |
| | + Activités « jeunes et vieux » |
| + Qu'est-ce qu'un senior ? | + Ateliers de coopération artistique |
| | + Projets animation |
| + Domotique | + Famille/PA |
| + Outils numériques | + drôle |
| + Sortir du logement | |

- | | |
|--|--|
| + Autonomie | + Comment accéder aux aides ? (mobilité) |
| + Famille | |
| + Sensibiliser les familles sur les conditions des personnes âgées | + Se méfier de confiner les isolés à l'intérieur |
| | + Prise en charge |
| + Quels services les seniors ont-ils besoin | + Sport |
| | + Besoin de plus d'outil d'équipements de lien en milieu rural |
| + La collectivité doit-elle financer en partie le service ? | |
| | + Sortir |
| + Communautés/collectivités | + Quotidien et horaires des seniors |
| + Vers qui on communique ? Seniors ou familles ? | + Voyages |
| + Régularité | + Rencontres |
| + Rural / urbain | + Comment les aider ? |
| + TV | + Seniors = + de 70 ans |
| + Accompagner | + Favoriser le maintien à domicile |
| + Facilité leur mobilité pour faciliter le lien social | |

- | | |
|--|---|
| + Rompre l'isolement | + Familles |
| + Handicap | + Caisse de retraites |
| + Lien social de quoi parle-t-on ? | + Mutuelle |
| | + Quel rôle par structure de services à domicile ? |
| + Qu'est-ce que l'isolement ? | |
| + Qui pour les aider ? | + Impôt local non obligatoire dédié |
| + Être un relais vers des partenaires de confiance | + Conciergerie mobile dans les villages |
| + Centraliser l'offre de service | + Délocaliser le service |
| + Ne pas attendre d'être un seniors | + Lieu de vie |
| | + S'appuyer sur la solidarité familiale |
| + Critère d'isolement | |
| + Critère de dépendance | + Rapprocher les famille |
| + Mélanges des âges | + Facteur/factrice |
| + EHPAD | + Comment accéder à ces aides/services financièrement ? |
| + Acteurs médicaux | |

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Le coût doit être raisonnable pour tous

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Étude de marché : prix des concurrents
- + Organisation partenaires : financement ?
- + Tarifs différenciés à tester : via mutuelles, ...
- + Porte à porte pour les tarifs

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il faut faire preuve de professionnalisme, comprendre les besoin

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Étude de marché
- + Porte à porte + réunions (avec des élus, etc)
- + Embaucher une équipe pluridisciplinaire
- + Tester 1 service évident : on voit ce que ça donne
- + Enquête de satisfaction

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Les services doivent être innovant et bienveillant

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Organiser une journée gratuite, faire du porte à porte, présenter le métier, se déplacer en camion et se rendre sur la place du village
- + Réaliser une enquête de satisfaction

La logistique c'est bio



Comment mettre en place une plateforme logistique d'approvisionnement en produit biologique à destination des professionnels ?

Le Groupement des Agriculteurs Biologiques (GAB) du Jura a commencé il y a quelques mois une étude de marché pour créer sur le Pays Lédonien une plateforme physique d'approvisionnement en produits biologiques à destination des professionnels (restaurants collectifs, magasins, restaurateurs, ...). Cette plateforme leur permettra de n'avoir qu'un lieu de commande, qu'un seul système de facturation et un interlocuteur unique. Ce système logistique a déjà fait ses preuves partout en France et pourrait voir le jour en Franche-Comté.

Mais le projet est loin d'être bouclé. L'enjeu est maintenant de définir précisément l'échelle de cette plateforme (départementale ou régionale), de trouver le modèle économique pour assurer sa pérennité et créer de l'emploi, et surtout de trouver le moyen d'articulation entre ce projet et celui de Haute-Saône.

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Producteurs
- + Grande distribution
- + GAB du Jura
- + Boulangers
- + Restaurateurs
- + Bouchés
- + Collectivités
- + Ateliers de transformation
- + Entreprises (CE)
- + Légumerie

Proposition de valeurs

- + Organiser les filières
- + Réduction du gaspillage alimentaire
- + Essaimage d'un système opérationnel
- + Énergétique
- + Santé
- + Gain de temps administratif
- + Bien-être
- + Mise en réseau
- + Complète l'offre du territoire
- + Relocalisation de l'économie

Produits/services

- + Facturation
- + Livraison
- + Logistique (filère)
- + Stockage
- + Formation (producteurs, restaurateurs)
- + Produits régionaux

- + Proposer un maillon dans la chaîne de consommation soutenable
- + Synergie
- + Producteurs, financeurs, distribution
- + Consommateurs

Partenaires clés

- + Terre Comtoise
- + Biocoop
- + Chambre d'agriculture
- + Manger bio ici et maintenant
- + GAB 39
- + Interbio

Facteurs d'échec

- + Perception du bio/local
- + Répondre à un besoin des consommateurs
- + Petits producteurs
- + Coût de la filière
- + Coût de la transformation
- + Gestion de la diversité de la production
- + Logistique
- + Facteurs humain

Financements

- + Conseil régional
- + Conseil départemental
- + Biocoop
- + Investisseurs essaimeurs
- + Producteurs
- + DREAL
- + DRAAF
- + ADEME
- + Union Européenne

Conditions de réussite

- + Organisation de la filière
- + Définir les besoins
- + Répliquer un système éprouvé
- + Proposer des services complémentaires au réseau

Biolistique

Nom du projet

Problème à résoudre

Organiser les filières locales et bio, définir les besoins en amont et aval

Notre concept

- + Plateforme coopérative logistique qui centralise les productions des exploitants bio locaux.
- + Toute filière alimentaire confondue et distribuée à une clientèle identifiée
- + Proposition de services annexes en soutien des producteurs

Partenaires

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| + Terre comtoise | + l'artisanat |
| + Biocoop | + Manger bio ici et maintenant |
| + Chambre d'agriculture | + GAB 39 |
| + Chambre des métiers et de | + Interbio |

Financement

- | | |
|----------------------------|--------------------|
| + Conseil Régional | + Producteurs |
| + Conseil Départemental | + DREAL |
| + Biocoop | + DRAAF |
| + Investisseurs essaimeurs | + ADEME |
| | + FNADT |
| | + Union Européenne |

Notre slogan

/

Du marbre à l'arbre



Comment passer de la pierre tombale en marbre à la tombe végétale ?

Cela fait des décennies que les mêmes produits sont proposés dans le secteur funéraire. La volonté de ce projet est d'apporter une révolution dans le monde de la mort !

Sortons de ce côté austère du monde funéraire, en apportant de la vie dans la mort. L'idée est de créer un bac hermétique, résistant aux conditions climatiques et amovible, pouvant accueillir un décor végétal. Ce dernier viendrait remplacer les pierres tombales aujourd'hui mises en place.

EN VRAC

- + Culturel
- + Résistance aux intempéries
- + Religieux
- + Juridique
- + Durée de conservation des plantes
- + Coût pas trop élevé
- + Respect de l'environnement (extraction du marbre)
- + Tradition du marbre
- + Utilisation chez soi
- + Tomber la tombe , cimetière nature
- + Taille possible
- + Où ?
- + Entretien
- + Adaptable au nombre de personnes
- + Eau
- + Conforme aux règles sanitaires en vigueur
- + Du personnel pour l'entretenir
- + Information
- + Esthétique
- + Demande auprès des particuliers
- + Éloignement
- + Poids
- + Étude de marché : questionnaire aux gens
- + Faire un benchmark des offres en marbre
- + Végétaux à croissance lente
- + Moins cher, moins lourd, personnalisable
- + Fonctionnalité

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Une partie de la population est prête à lâcher le marbre, à avoir autre chose

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Faire une enquête auprès du grand public
- + Créer un prototypage, disposer vers la mairie et faire un sondage auprès des passants

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Juridiquement, il n'y a pas d'obstacles majeurs

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Se renseigner sur la réglementation auprès de l'AMF
- + Se renseigner sur les textes de lois

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Il est possible de faire évoluer la tombe végétale et de la rendre modulable selon les goûts/savoirs

Tests

Pour le vérifier nous allons

Voir un prestataire de toits et murs végétalisés

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

+ Le coût peut-être un avantage commercial

Tests

Pour le vérifier nous allons

+ Vérifier la tendance du budget moyen de la sépulture

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Techniquement il est possible d'avoir un monument funéraire végétal durable, qui se conçoit facilement

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Rencontrer un pépiniériste
- + Rencontrer un prestataire de toit végétal
- + Créer un prototype à partir d'un modèle de toit végétalisé (mêmes composants)
- + Tester en laboratoire (INRA) l'effet des saisons en accéléré

Baby Compost



Comment démocratiser l'utilisation de couches biodégradables, les collecter et les valoriser ?

Il faut deux ans et demi et entre 4000 et 5000 couches pour un enfant avant d'être propre. En France, les couches génèrent à elles seules près de 750 000 T de déchets à traiter par l'incinération ou l'enfouissement.

Le constat est simple :

- + Ce gisement représente environ 3% de l'ensemble des ordures ménagères collectées et 9% des ordures ménagères résiduelles (environ 15% à Besançon)
- + Malgré une information du public réussie l'adhésion aux couches lavables reste très modérée (autour de 5%)

Rhizophile propose une autre alternative : démocratiser l'utilisation des couches biodégradables pour remplacer les couches jetables et produire un compost commercialisable. En faisant de Lons-le-Saunier sa ville test !

- + Fabriquer des couches dans une école de production
- + Coût : 700€/an/enfants
- + Quelle composition des couches ?
- + Fabriquer de jolis couches bio, bonne image dégradable, pour donner envie
- + Accompagner la famille à les utiliser
- + Sensibiliser les crèches, nounous, etc
- + Faire changer les mentalités
- + Où acheter des couches biodégradables ?
- + Valeur du compost
- + Beaucoup de bacs collecteurs, fréquence collecte
- + Mettre en place une filière de couches biodégradables
- + Démontrer l'utilité publique
- + Maternité Lons-le-Saunier
- + Crèche départementale pilote
- + Apprendre la propreté + tôt
- + Besoin de temps
- + Exo taxes ? Boycott
- + Sensibilisation des parents
- + Création de nouveaux bacs ou points de collectes
- + Collectes régulières
- + Éloignement de l'habitation
- + Coût économique ?
- + Sortir du modèle économique classique
- + Besoin de production importante
- + Initiative locale pour éviter lobbies des grands industriels
- + Éviter tous produits chimiques
- + Lingettes biodégradables
- + Faire des petits bambins
- + Le mauvais tri des particuliers
- + Problème de l'odeur

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il faut créer une filière locale avec capacité de production de couches importante

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Faire une étude chiffrée sur les quantités concernées (nbre enfants, nbre de couches/jours, âges de propreté, etc.)
- + Identifier l'implication et la volonté des acteurs :
 - + Collectivités territoriales
 - + Structures pilotes (crèches, maternités, ...)
- + Ne pas négliger les marques distributeurs

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'une collecte adaptée doit être mise en place : fréquence, localisation, contenant, etc.

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Faire un quartier test même avec des couches « normales »
- + Faire une étude sur l'utilisation des composts collectifs de Lons-le-Saunier
- + Enquêter auprès des particuliers
- + Créer des poubelles à couches
- + Mutualiser avec la collecte des déchets verts

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Les couches biodégradables doivent être efficaces, pratiques, bonne composition et esthétiques

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Définir les matières premières nécessaire (absorbant, imperméable)
- + Répertorier les producteurs locaux de matières premières
- + Se renseigner sur les fabriquants existants
- + Faire des tests (étanchéité, absorbions, irritation, temps de décomposition, respect des norme)
- + Rendre l'emballage utile et attractif et également biodégradable

Qui tire la chasse perd sa place



Comment lancer un marché de toilettes sèches dans le Jura ?

En moyenne 9 litres d'eau sont évacués à chaque chasse. Sachant qu'une personne va en moyenne 4 fois par jour aux toilettes, cela représente 36 litres d'eau par jour et par personne (source : www.planetoscope.com).

Ces chiffres parlent d'eux-mêmes : des milliers de litre d'eau gaspillés peuvent-être évités de manière considérable via l'installation de toilettes sèches.

L'utilisation de toilettes sèches se pratique lors de festivals et événements. Trouvons le moyen de la massifier pour d'autres occasions (chantiers, chez les particuliers, etc.)

BRAINSTORMING

Personnes concernées

- + Établissement public
- + Logements étudiants
- + École (dès la maternelle)
- + Personne à la campagne
- + Sites touristiques
- + Lieux collectifs
- + Particuliers
- + Hôtels, chambres d'hôtes, gîtes
- + Camping
- + Vacancier dans cabane bois
- + Personnes sensibles à l'environnement
- + Personnes en appartement

Proposition de valeurs

- + Économie de frais de travaux
- + Économie d'eau potable
- + Pas de problème de plomberie
- + Limiter la pollution de l'eau
- + Remise aux normes impossibles
- + Production de compost : économie circulaire
- + Impacts positifs sur la santé ?
- + Compost collectif pour jardin dans les villes
- + Réduction des frais stations d'épuration

Produits/services

- + Conseils à l'installation et à l'utilisation
- + Méthanisation
- + Ergonomie
- + Matériel : seau/boîte
- + Campagnes de sensibilisation
- + Sciure – lieu d'approvisionnement
- + Service de ramassage
- + Aide financière
- + Contrat pour travaux transformation
- + Kit de création de son siège de toilette
- + Livre communication – explication
- + Chantier participatif de création de son siège
- + Boîte compostable bois
- + Broyeur
- + Toilettes à rouleaux (pas besoin de vider le seau)
- + Projets pédagogiques
- + Nom attractif, changer l'image
- + Remplacer les toilettes publiques
- + Conception maison (seau roulette, porte extérieur)
- + Labels
- + Création d'un compost collectif
- + Boîte qui vient remplacer les toilettes

Partenaires clés

- + Associations ou entreprises commun
- + ADEME/CPIE
- + Enseignants
- + Services des eaux
- + Service du traitement des déchets
- + Acteurs du tourisme
- + Service technique
- + Service méthanisation
- + Jardinerie
- + Déchèterie
- + Biocoop
- + Communes & com com
- + Entreprises du bâtiments

Facteurs d'échec

- + Problème sanitaire
- + Manque d'espace pour compost en ville
- + Complication pour monter une régie
- + Technicien de surface en lieu public
- + Peur des odeurs
- + Coût dérisoire d'une TS
- + Idées reçues
- + Réticence, appréhension des personnes
- + Financement suffisant ?
- + Logistique de collecte

Financements

- + Agence de l'eau
- + Collectivité territoriale
- + Crowdfunding
- + Europe
- + État
- + Vente des sous-produits (compost)
- + Vente de produits & conseils

Conditions de réussite

- + Adhésion association
- + Implication des médias grand public
- + Implication d'au moins un établissement public
- + Incitation financière ou réglementaire
- + Information / communication

Upcyclette : la bicyclette recyclée



Comment promouvoir le vélo en ville par la valorisation de vieux vélos ?

Plus écologique que l'auto, le vélo est également bien plus rentable. Pas besoin d'assurance, il est moins encombrant, et son entretien ne revient qu'à 150 euros par an environ. Pourtant, chaque année, près d'1,5 million de vélos sont détruits en France... soit presque autant de vélos détruits que de vélos achetés neufs ! Composé de plus de mille pièces (en métal, en caoutchouc, en plastique, ...) nous pourrions réparer et démonter les vélos récupérés à la benne pour alimenter un stock de pièces détachées pour recycler les vélos, qui ne nécessitent pas (ou très peu) de nouvelles matières premières.

Ne serait-il pas intéressant de récupérer les vieux vélos dans les déchetteries pour les rénover quand cela est possible et les réutiliser pour toutes sortes d'usages ? (ventes pour les entreprises sur site, ventes pour les collectivités, rénovation, réparation, customisation des vélos pour la vente aux particuliers, ...)

En vrac

- + Associer la ressourcerie à un atelier d'autoréparation
- + Structure permettant de récupérer différentes pièces de vieux vélos pour refaire son vélo en état
- + Mode du vintage, de la récup
- + Ressourceries
- + Location des vélos recyclés
- + Ateliers de réparation avec les pièces anciennes
- + Concept du vélo à vie
- + Association d'utilisateur de bicyclette en milieu urbain
- + Remis au goût du jour – électrique
- + Mise en place de point de collecte en déchetterie
- + Local
- + Communiquer par des affiches en mettant en valeur les vieux vélos (ex : le tour de France en 1901)
- + Animation weekend
- + Pucier spécial vélo
- + De l'espace
- + Bicyclerie
- + Utilisation d'une ressource préexistante
- + Point de collecte humain
- + Partenariat avec les grandes surfaces

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Nous devons estimer, localiser les sources possibles d'approvisionnement en vieux vélos

Tests

Pour le vérifier nous allons

+ Faire une réunion avec les partenaires suivant :

- Ressourcerie
- Déchetterie
- Particuliers
- Communes de vélos (offres promotionnelles)
- Supermarchés
- Bailleurs sociaux

Problèmes : transport, logistique / ressources humaines sur le lieu des récolte

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Le local accueillant l'activité de remise en état doit être situé géographiquement dans le territoire, adapté à la logistique et à l'organisation de la commercialisation, ou location des vieux vélos

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Local central, grande visibilité et accessible à pied ou à vélo, à proximité d'une grande surface (50m² boutique) (stocker, atelier mécanique)
- + Contrainte : se garer en camion

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Il faut associer la ressourcerie à un atelier d'auto-réparation ou de réparation ou d'entretien

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Modèle économique via résultats de l'association de la ressourcerie + réparation + entretien
- ⇒ Prestation de service pour des publics différents, benchmark association en France (heureux recyclage, France Belgique Suisse)

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Qu'il faut promouvoir le vieux vélo

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Animations réparations/tests : intergénérationnelles !
- + Fête du vélo (Anjou vélo vintage)
- + Bourses du vélo
- + Partenariat avec :
 - + Mécanicien vélo pour événement
 - + Ville (pouvoir public)
 - + entreprises

CARTE TEST

Hypothèse

Nous croyons que

Transformation des vélos « anciens » en vélos électriques pour multiplier les usagers

Tests

Pour le vérifier nous allons

- + Vérifier la compatibilité technologie/vieux vélo
- + Coût matériel (600 à 800€)
- + Coût main d'œuvre (300 à 400€) : 3 heures estimées
- + Coût de remise en état
- ⇒ Total : 1200€
- + Qualification pour transformation
- + Contacter fabricant matériel

**START-UP
DE TERRITOIRE**

clus'Ter JURA⁺
Coopérer - Révéler - Valoriser

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Energie

**RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE**

GROUPE

