

Exemples Entreprise à mission



(non exhaustif)

make_sense

1

**S'inspirer pour penser
sa raison d'être**





**Immersion dans
l'entrepreneuriat social**



**Atelier de résolution
de défi**



**Connexion des
écosystèmes**

Le défi : Inspirer les directeurs des établissements médico-sociaux sur les innovations à l'oeuvre dans leurs métiers et ouvrir des pistes de collaboration

Learning Expedition

Identification de 3 start-ups sociales actives dans le champ de l'autonomie des personnes âgées et de l'accessibilité pour les personnes handicapées

Visite de l'espace makesense, **présentation de notre vision** de l'entrepreneuriat engagé et du potentiel de collaborations pour un changement d'échelle

Témoignages des 3 entrepreneurs et échanges

Résultats

Connexion créées et collaborations en cours : les 3 entrepreneurs ont rendez-vous pour évaluer le potentiel de mise en place de leur solution au sein des établissements

8 nouvelles sessions, plus longues, sont prévues sur la base de la réussite des premières pour élargir le nombre de directeurs engagés



Immersion dans
l'entrepreneuriat social



Session de mentoring
et créativité



Connexion des
écosystèmes

Le défi : Inspirer les top managers de Kering et les inciter à casser les silos en les faisant expérimenter les outils et approches de collaboration

Learning Expedition

Visite de l'espace makesense, espace d'innovation, de co-working et d'incubation, où s'incarne la collaboration

Témoignage d'un entrepreneur inspirant, sur le thème de la collaboration comme levier d'impact et de performance

Session de mentoring et créativité sur la **mise en place d'une dynamique de communauté** durable pour les projets Kering

Résultats

Les collaborateurs ressortent sensibilisés...

Ils sont désormais familiarisés avec les dispositifs de co-working, d'incubation et de communauté.

... et nourris ! Ces dispositifs font sens pour eux et leurs activités : "Merci pour ce bol d'air frais, cette LearnEx fait particulièrement écho aux problématiques que nous rencontrons aujourd'hui et nous permet de découvrir de nouvelles façons de travailler de manière plus agile."



2

Engager ses collaborateurs

VINCI - Communauté Ecowork



Le défi : Faire de l'éco-conception des villes l'affaire de tous au sein du groupe VINCI, grâce à une communauté de collaborateurs, chercheurs et start ups internes. 3 objectifs : sensibiliser, créer, et développer la capacité de chacun à collaborer pour la ville durable.

INSPIRER. Démocratiser et diffuser des contenus inspirants sur l'éco-conception, faciliter leur appropriation et leur intégration dans l'opérationnel grâce à des cycles des trainings : design thinking, lean, animation d'atelier de travail collaboratifs...

ENGAGER. Coaching des membres actifs par le community developer : pour basculer de l'envie d'agir, à des services ou démarches innovantes : démonstrateurs, start ups internes, nouveaux formats de réunion... la ville durable se construit à tous les niveaux.

DEPLOYER. Engager toujours plus de collaborateurs, au delà des départements et des silos, afin de mixer les cercles et de faire grandir cette communauté pour qu'elle englobe, à terme, l'ensemble des collaborateurs. Ceci est possible grâce au programme ambassadeur ecowork, un programme sponsorisé par la DD et les RH.



“Ecowork? Il faut que cette communauté soit présente dans toutes nos filiales. Plus personne ne doit ignorer l'éco-conception chez VINCI.”

Christian Caye, Délégué Développement Durable, VINCI

1000
membres

Dans plus de 10 filiales et chaires de recherche

130
personnes
formées

Dont 80% affirment avoir basculé vers des modes de travail collaboratifs

220
solutions

Innovantes, créatives et co-construites

3 ans

De capitalisation et diffusion sur l'éco-conception



Le défi : Mettre en action la communauté "Carbon Masters" lancé par Danone Nature et leur permettre de créer des projets et process innovants pour diminuer les émissions de carbone liés aux activités de Danone, via un challenge de 5 mois.

INSPIRER. Une phase d'inspiration sur les innovations à l'oeuvre dans le secteur, mixant interactions en ligne via une plateforme dédiée et dans la vie réelle via des rencontres physiques.

MOBILISER. Rassembler des équipes autour des meilleures idées grâce à des ateliers de créativité. Accompagner les collaborateurs dans le prototypage rapide et efficace de leurs idées et à s'entraider pour résoudre les défis qu'ils rencontrent.

FEDERER. Organisation d'un séminaire d'accélération au cours duquel l'ensemble de la communauté travaille au développement des projets sélectionnés lors d'ateliers de résolution de défi;

CELEBRER. Les projets conçus ont ensuite été présentés au COMEX pour définir la stratégie à mettre en oeuvre

30 projets
soumis

sur la plateforme

11 projets
prototypés

lors du hackathon

60
participants

au hackathon

5 mois
d'expérience

*de prototypage, de partage
et de collaboration*

Bouygues Telecom



Le défi : Bouygues Telecom compte environ 8000 salariés dont 300 managers de proximités. Ils sont le dernier maillon de management faisant le lien entre le terrain et le reste de l'organisation. Sur une période 6 mois, nous avons formé 182 d'entre eux. Ils sont passés par 3 Sprint de formation de 2 jours chacun.

ATELIERS en groupe de 15 personnes avec un.e facilitateur.trice. Les participants ont passé la majorité du temps dans ce format pour maximiser les apprentissages sur l'intelligence émotionnelle, la Communication Empathique, les pratiques du Manager-Coach, la facilitation, l'intelligence collective, intrapreneuriat, l'innovation, lean startup, comment pitcher et plein d'autres choses !

CONFERENCES pour avoir un boost d'inspiration sur l'ambivalence de leur posture managériale, leur développement personnel, le nouveau paradigme managérial !

SERIOUS GAMES EN COOPÉRATION pour vivre directement et encore mieux ancrer les apprentissages de cette formation

"Votre ouverture ainsi que vos enseignements permettent d'inspirer des entreprises plus structurées et hiérarchisées telle que Bouygues Telecom"
Un participant de la formation

182
managers
formés

8
facilitateurs.tri
ces

6 mois de
programme

6 jours de
formation par
personne

3

Transformer ses métiers



Le défi : *Accompagner les intrapreneurs lauréats du concours d'innovation 2020 à transformer leurs bonnes idées en produit à fort potentiel d'impact social et économique.*

CONCEPTION. Conception d'un **programme d'accompagnement** de 3 à 6 mois sur les phases de prototypage et go-to-market

FORMATIONS ET COACHING Bootcamp de lancement pour transmettre les postures agiles et préparer les phases d'expérimentation. **Suivi hebdomadaire** avec un coach MakeSense sur les décisions stratégiques et soutien **opérationnel**. Mise à disposition des ressources de l'incubateur (mentors, formations, mise en relation avec l'écosystème).

COMMUNAUTÉ. **Animation** de la communauté d'**intrapreneurs** : petit-déjeuners mensuels, connexion entre les intrapreneurs sur les défis similaires, connexion avec des entrepreneurs makesense.

"L'accompagnement de makesense nous a forcé à aller sur le terrain, à tester nos idées et construire notre première communauté d'utilisateurs... ce qui fut clé dans notre succès !"

Stéphanie Palluel, intrapreneuse La Poste

4
projets

Sélectionnés représentant 10 intrapreneurs

50
utilisateurs

Rencontré pour construire et tester le MVP

100%
des
intrapreneurs

Ont considéré l'accompagnement décisif

100%
des
intrapreneurs

Ont considéré que l'accompagnement leur a fait gagner plusieurs semaines/mois

Le défi : *Transformer une innovation technologique en projet d'intrapreneuriat environnemental, accompagner les intrapreneurs à adopter une démarche agile, définir leur service et leur business modèle.*

#BOOTCAMP. Organisation de **2 journées d'accélération** pour (i) définir la proposition de valeur sur la base de l'innovation et (ii) aller à la rencontre du marché grâce au ciblage des prospects et à la formation au recueil d'insights et au commercial.

#FORMATIONS. Atelier **pitch** pour passer à une vision centrée sur l'usage. Conception de la **stratégie commerciale** du projet vis-à-vis des collectivités. Ateliers mobilisant des experts internes à SUEZ et externes du réseau makesense

#COACHING. **Sessions mensuelles** avec les porteurs de projets pour les engager dans des postures entrepreneuriales et agile. Veille réalisée par makesense pour identifier les axes d'innovation les plus prometteurs.



"L'accompagnement leur a permis de déconstruire un certain nombre d'idées préconçues, notamment commerciales, en passant à un discours beaucoup plus orienté sur les besoins des clients."

Blandine Villemagne, Responsable Projets Innovation Suez

1
plan d'action

Clair et priorisé par projet

1
protocole

Défini pour tester la solution technique et fonctionnelle

1
grille d'entretien

Pour aborder les prospects et tester les hypothèses

Mise en place d'un dispositif d'intrapreneuriat

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



Le défi : Faire de l'innovation de rupture l'affaire de tous chez Société Générale grâce à un appel à startups internes. 2 objectifs : des projets innovants pour inventer le futur du Groupe ET une aventure collective au sein de laquelle chacun se sent durablement embarqué.

CADRAGE. Identification des thèmes d'innovation du Groupe et mise en place d'un **dispositif d'appel à projets** en ligne en lien avec ces thèmes.

Production de contenus d'inspiration (*vidéos tutoriels, soutien à la communication, etc.*).

Mise en place d'une plateforme d'idéation et de collaboration

DIFFUSION et EMERGENCE. Démocratiser la démarche et permettre à chacun de se sentir autorisé à participer grâce au lancement d'une communauté de **boosters**.

Identification des différents profils et types de contribution pour encourager la participation (*profil expert / contributeur / idéateur / intrapreneur*).

Organisation d'événements (*sessions Q&A, mentoring et coaching personnalisé, speed dating, etc.*) pour mobiliser largement sur la période d'idéation de l'appel à startups (*2 mois*).

COACHING. Accompagnement de 150 porteurs de projet à la création de leur idée : aide à la formalisation et préparation au pitch. **Facilitation de la sélection** des lauréats.

ACCÉLÉRATION. Accélération de **6 projets à impact social ou environnemental pendant 6 mois** avec des suivis de run hebdo, des workshops, la préparation des Go/No Go et l'engagement du sponsor.

100
ambassadeurs

Formés dans 15 pays

650
idées de
projets

Proposés sur la plateforme

150
projets

*Préparés au pitch pour les
sélections finales*

70
projets
lauréats

*Sélectionnés représentant 210
intrapreneurs*

GALIMMO

Le défi de Galimmo : *développer de nouvelles activités à impact social et environnemental dans les centres commerciaux Galimmo pour augmenter l'ancrage local et la valeur ajoutée apportée aux visiteurs.*

STRATEGIE : Identification de **3 grands axes stratégiques** en lien avec les tendances sociétales actuelles et futures pour le groupe : seconde-main, intergénérationnel, emploi des jeunes. Via un atelier "Futurs Possibles" avec le COMEX et des représentants de centres.

SOURCING : Identification de **30 entreprises sociales innovantes** sur ces sujets et organisation de rencontres qualifiées entre les entreprises sociales sélectionnées et les collaborateurs de Galimmo.

Sélection de 3 projets à développer en partenariat avec les entreprises sociales validées

ACTION : Co-construction d'un plan d'action pour les 3 expérimentations - avec les entreprises sociales, le siège de l'entreprise et les représentants des centres concernées

Accompagnement de la mise en place des expérimentations.

- Des tiers lieux ouverts à tous dans les centres avec la Croix Rouge Française
- Des espaces de collecte et de valorisation des déchets avec YOYO
- Des friperies en centres avec Emmaüs

**30 entreprises
sociales**

*Identifiées sur les axes
stratégiques choisis*

**3
expérimentations**

En cours de lancement

**40
collaborateurs**

*engagés dans la démarche
d'innovation*

Collaboration avec des organismes et des entrepreneurs sociaux

IKEA FRANCE & HQ



Le défi : Dans les territoires où IKEA est implanté (magasins et zones de livraison associés), le groupe se donne pour mission de devenir plus inclusif et durable. Sur les étapes de sa chaîne de valeur qui sont opérées par des prestataires (comme les services du dernier kilomètre), IKEA doit collaborer avec des entrepreneurs/organismes sociaux pour réaliser cet objectif.

#IDEATION. Définition de 2 projets stratégiques pour IKEA sur les enjeux du dernier kilomètre

=> Réunions stratégiques internes puis ateliers de co-création avec des entrepreneurs sociaux et la direction d'IKEA France afin d'imaginer puis de sélectionner les projets les plus pertinents.

#SÉLECTION #DESIGN. Sélection des deux entreprises sociales les plus pertinentes pour déployer ces projets

=> Facilitation d'un appel d'offres : lister et rencontrer les partenaires potentiels, coaching des candidats et définition d'une grille d'évaluation.

=> Animation des ateliers de co-conception des premiers scénarios à expérimenter, préparation de la mesure d'impact, définition de la roadmap opérationnel.

#FORMATION #DEPLOIEMENT. Kit d'utilisation pour le lancement de nouveaux partenariats

Préparation et animation d'un programme de formation pour les gestionnaires de managers sur d'autres zones pour qu'ils puissent répliquer la méthode et développer des partenaires locaux.



makesense nous a permis de passer un cap dans notre action sur les communautés locales tant sur la définition d'une vision concrète que sur la manière de collaborer avec de nouveaux partenaires

Magnus Westerberg, team project lead Social Business France

8 entreprises sociales consultées

Dans le cadre d'appels d'offres

2 projets lancés

Un point relais multi-services (collecte, livraisons à vélo..) et un programme de formation aux métiers de la logistique du km

300 personnes réinsérées - 140 tonnes CO2 économisés

Impact visé à 3 ans pour les 2 projets

Un déploiement en France et à l'international

Validé et en attente des retours des premiers tests

4

Repenser sa gouvernance



makesense, une organisation qui se réinvente constamment

Nos 3 piliers de fonctionnement

Une raison d'être plutôt qu'une stratégie

- Notre **raison d'être et nos valeurs ont été co-construites** et nous guident dans nos choix quotidiens
- Nos priorités **émergent de l'intelligence collective**
- Nous **partageons nos outils** à notre communauté de bénévoles pour servir l'intérêt général
- Des **bénévoles font partie de notre gouvernance** pour nous assurer de servir notre raison d'être

Des processus de décisions plutôt qu'un chef

- Des **processus de décisions décentralisées et efficaces au service d'une organisation agile et entrepreneuriale**
- **Les valeurs** définissent les comportements attendus et les limites
- Des **processus de résolution de conflit** pour accueillir les différends
- Les **processus d'intelligence collective** nous permettent d'innover en continu

De la confiance plutôt que du contrôle

- Nous **avons construit des relations de confiance grâce au feedback** et à la **communication non-violente**
- Nous **laissons la place aux émotions** au travail et encourageons **l'introspection**
- **Auto-détermination des salaires et évaluation par nos pairs**
- Nous **recrutons des personnes** en accord avec nos valeurs et notre raison d'être

Rencontrons-nous !