



ORGANISATION DES NATIONS UNIES
POUR LE DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL

Le progrès par l'innovation

SOUTENUE PAR



global
environment
facility
INVESTING IN OUR PLANET



Guides de soutien post-accélérateur GCIP

Programme mondial d'innovation
Cleantech de l'UNIDO (GCIP)

GCIP

NGIN.ORG
NETWORK
FOR GLOBAL
INNOVATION 

REMERCIEMENTS

Ce document a été élaboré dans le cadre du Programme mondial d'innovation pour les technologies propres (GCIP) de l'ONUDI, soutenu par le Fonds pour l'environnement mondial (FEM). L'ONUDI tient à exprimer sa gratitude au Réseau pour l'innovation mondiale (NGIN) pour son rôle essentiel dans l'élaboration du présent document, conformément aux objectifs du GCIP.

L'ONUDI et le NGIN expriment leur sincère gratitude à toutes les personnes et institutions, organisations, représentants du secteur privé et agences qui ont contribué à l'élaboration et/ou à l'évaluation par les pairs de ce rapport, ainsi qu'aux entités nationales d'exécution du projet GCIP, aux partenaires et aux entrepreneurs et entreprises d'anciens élèves soutenus par le GCIP.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

©2025 – ONUDI. Tous droits réservés.

Ce document a été produit sans révision officielle des Nations Unies. Les appellations employées et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières, ni quant à leur système économique ou à leur degré de développement. Les appellations telles que « développé », « industrialisé » ou « en développement » sont utilisées à des fins statistiques et n'expriment pas nécessairement un jugement quant au stade de développement atteint par un pays ou une zone en particulier. La mention de noms d'entreprises ou de produits commerciaux ne constitue pas une approbation de la part de l'ONUDI.

Sources graphiques

Toutes les photos/visuels ©UNIDO, Unsplash.

CONTENU

1. INTRODUCTION	4
1.1. IMPORTANCE DU SOUTIEN POST-ACCÉLÉRATEUR DU GCIP	4
2. ACTIVITÉS DE SOUTIEN POST-ACCÉLÉRATEUR DU GCIP	7
2.1. INTRODUCTION	7
2.2. FRÉQUENCE DES ACTIVITÉS POST-ACCÉLÉRATEUR	7
2.3. COLLECTE DE DONNÉES ET ACTIVITÉS POST-ACCÉLÉRATEUR	8
2.4. ADAPTATION DES ACTIVITÉS POST-ACCÉLÉRATEUR AUX CONTEXTES SPÉCIFIQUES DE CHAQUE PAYS	8
3. ACTIVITÉS MENSUELLES POST-ACCÉLÉRATEUR GCIP	8
3.1. GROUPES DE PAIRS	8
3.2. CLINIQUES DE MENTORAT	11
3.3. HEURES D'OUVERTURE DU BUREAU	14
3.4. ÉVÉNEMENTS COMMUNAUTAIRES	16
4. ACTIVITÉS TRIMESTRIELLES POST-ACCÉLÉRATEUR DU GCIP	19
4.1. BILAN DE L'ENTREPRISE	19
4.2. PANELS D'EXPERTS	23
4.3. ÉVÉNEMENTS SECTORIELS	26
4.4. PAS INVERSÉS	28
5. ACTIVITÉS ANNUELLES POST-ACCÉLÉRATEUR DU GCIP	30
5.1. CONNEXION INVESTISSEUR	30
5.2. CONNEXION ENTREPRISE	33
5.3. VITRINE D'ENTREPRISE	36
5.4. CAMP D'ENTREPRISES	38
6. ACTIVITÉS D'ACCÉLÉRATEUR POST-AVANCÉ	42
6.1. PDG GROUPE	42

1. INTRODUCTION

L'**Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI)** est une institution spécialisée des Nations Unies dont le mandat unique est de promouvoir, dynamiser et accélérer le développement industriel. Le principe directeur des activités de l'ONUDI est un développement à faibles émissions et résilient au changement climatique. Cela implique de promouvoir des politiques, des technologies et des pratiques permettant aux pays de prendre des mesures pour le climat et de créer des millions de nouveaux emplois décents. L'ONUDI considère l'innovation comme essentielle à l'atténuation et à l'adaptation au changement climatique.

Les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) constituent l'épine dorsale de l'économie et génèrent une part importante de la valeur économique. Compte tenu de l'ampleur des mesures d'atténuation et d'adaptation au changement climatique nécessaires, il est essentiel de soutenir les MPME pour qu'elles contribuent aux solutions, que ce soit en tant qu'entrepreneurs, au sein de petites industries et de clusters, ou par leur participation aux chaînes de valeur régionales et mondiales.

Le **Programme mondial d'innovation en technologies propres (GCIP)** de l'ONUDI, soutenu par le **Fonds pour l'environnement mondial** et le **Fonds vert pour le climat**, envisage un monde où les solutions innovantes en matière de technologies propres favorisent l'atténuation du changement climatique, la protection de l'environnement, la croissance économique durable et l'inclusion sociale. La mission du GCIP est de donner aux MPME et aux start-ups des marchés émergents et des économies en développement les moyens de devenir des moteurs du développement industriel à faible émission de carbone et de la création d'emplois verts, tout en contribuant à une transition énergétique juste.

Le GCIP encourage le développement de solutions technologiques propres locales pour relever les défis de la transition climatique et énergétique, notamment la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES), l'amélioration de l'efficacité énergétique et des ressources, et un meilleur accès aux énergies propres. Le GCIP fournit aux entrepreneurs des outils essentiels pour développer des modèles économiques, commercialiser des technologies et accéder à des opportunités d'investissement, tout en collaborant avec les gouvernements nationaux pour renforcer les écosystèmes d'innovation locaux, améliorer les cadres politiques et renforcer les capacités institutionnelles. En soutenant le développement d'écosystèmes d'innovation en technologies propres autonomes, le GCIP garantit un flux continu de solutions favorisant des transitions durables et équitables.

1.1. IMPORTANCE DU SOUTIEN POST-ACCÉLÉRATEUR DU GCIP

Le GCIP offre une assistance directe aux startups et aux MPME en phase de démarrage pour élaborer leurs modèles économiques, renforcer leurs capacités et leur compétitivité et les aider à saisir les opportunités de marché. L'accompagnement du GCIP est conçu pour accompagner les entrepreneurs dans les phases critiques de leur croissance :

- ❑ **PRÉ-ACCÉLÉRATEUR** : Conçue pour les innovateurs au tout début du développement du concept, cette phase aide les participants à **évaluer les besoins du marché, à affiner les propositions de valeur et à renforcer leurs analyses de rentabilisation** grâce au mentorat, à la formation et à l'engagement dans l'écosystème.
- ❑ **ACCÉLÉRATEUR** : À ce stade, les startups se concentrent sur **le prototypage, la validation de l'adéquation produit-marché et l'optimisation du modèle économique**. Les participants bénéficient d'un coaching ciblé, d'un accompagnement technique et financier, ainsi que d'un accès aux réseaux de l'industrie et des investisseurs afin de garantir la viabilité commerciale de leurs solutions et leur capacité à investir.
- ❑ **POST-ACCÉLÉRATEUR** : Les activités de soutien post-accélérateur du GCIP proposent une **gamme d'interventions flexibles et personnalisées**, conçues pour apporter **une assistance pratique aux anciens participants de l'Accélérateur du GCIP**. Dans un premier temps, ces activités visent à accompagner les anciens participants dans la validation de leurs produits et

de leur marché, afin de les aider à consolider leur activité avant leur passage à l'Accélérateur avancé.

- **ACCÉLÉRATEUR AVANCÉ** : Au cours de cette phase, les startups et les MPME qui ont validé avec succès leurs solutions évoluent vers **l'expansion du marché, la mise à l'échelle et la préparation à l'investissement**. Le GCIP facilite les connexions avec les marchés internationaux, les partenaires commerciaux et les investisseurs, aidant les entreprises à se développer et à s'intégrer dans les chaînes de valeur mondiales.

- **ACCÉLÉRATEUR POST-AVANCÉ** : L'Accélérateur Post-Avancée du GCIP offre un accompagnement sur mesure aux anciens élèves ayant déjà enregistré une croissance significative de leur chiffre d'affaires, de leur présence sur le marché et de leurs investissements. Conscient des contraintes de temps des PDG et des équipes de direction, le programme offre **un accompagnement personnalisé, efficace et accessible, en présentiel et en ligne, pour aider les entreprises à se développer rapidement**.

Le parcours de croissance de la quasi-totalité des startups des technologies propres n'est pas linéaire : elles seront confrontées à des défis spécifiques et des événements imprévus nécessiteront davantage de validation, de réorientation et d'itération. **La plupart des entreprises diplômées de l'Accélérateur GCIP ne seront pas immédiatement prêtes à passer à l'Accélérateur Avancé.** Nombre d'entre elles devront encore assurer l'adéquation produit-marché et générer des revenus continus auprès d'une clientèle croissante. Pour certaines entreprises soutenues par le GCIP, cela peut prendre des mois, pour d'autres des années, selon le marché, l'équipe, le stade de développement technologique et l'engouement actuel. La transition d'une étape d'accélération des entreprises des technologies propres à une autre n'étant pas la même pour toutes les startups, un soutien supplémentaire et flexible est nécessaire pour accompagner la communauté diversifiée des entreprises diplômées du GCIP dans leur développement à des rythmes différents et avec des objectifs très variés.

Les activités de soutien post-accélérateur du GCIP proposent une gamme d'interventions flexibles permettant d'apporter une aide pratique et personnalisée aux entreprises diplômées du GCIP. Dans un premier temps, il s'agit d'activités de soutien spécifiques destinées à accompagner les entreprises diplômées du GCIP dans la validation de leurs produits et de leur marché avant de passer à l'Accélérateur avancé. Il est fort probable que de nombreuses entreprises diplômées du GCIP ne soient pas éligibles à l'Accélérateur avancé sans une validation client et une pénétration du marché accrues. Par conséquent, l'accompagnement proposé aux entreprises diplômées du GCIP dans le cadre des activités de soutien post-accélérateur est essentiel pour combler ce manque et communiquer les prochaines étapes à suivre pour réduire les risques pour l'entreprise.

En revanche, **le GCIP Activités de soutien post-accélérateur avancé** Les activités post-Advanced Accelerator sont beaucoup plus centrées sur l'individu et reconnaissent que les diplômés de l'Advanced Accelerator auront déjà franchi des étapes importantes en termes de croissance du chiffre d'affaires, de pénétration du marché, d'effectifs et d'investissements levés. Les entreprises diplômées de l'Advanced Accelerator se concentreront sur une croissance rapide, où le temps et l'efficacité deviendront essentiels. Par conséquent, les activités post-Advanced Accelerator doivent tenir compte du temps limité dont disposeront le PDG et les équipes de direction et proposer des activités de soutien personnalisées, condensées et accessibles en présentiel et en ligne.

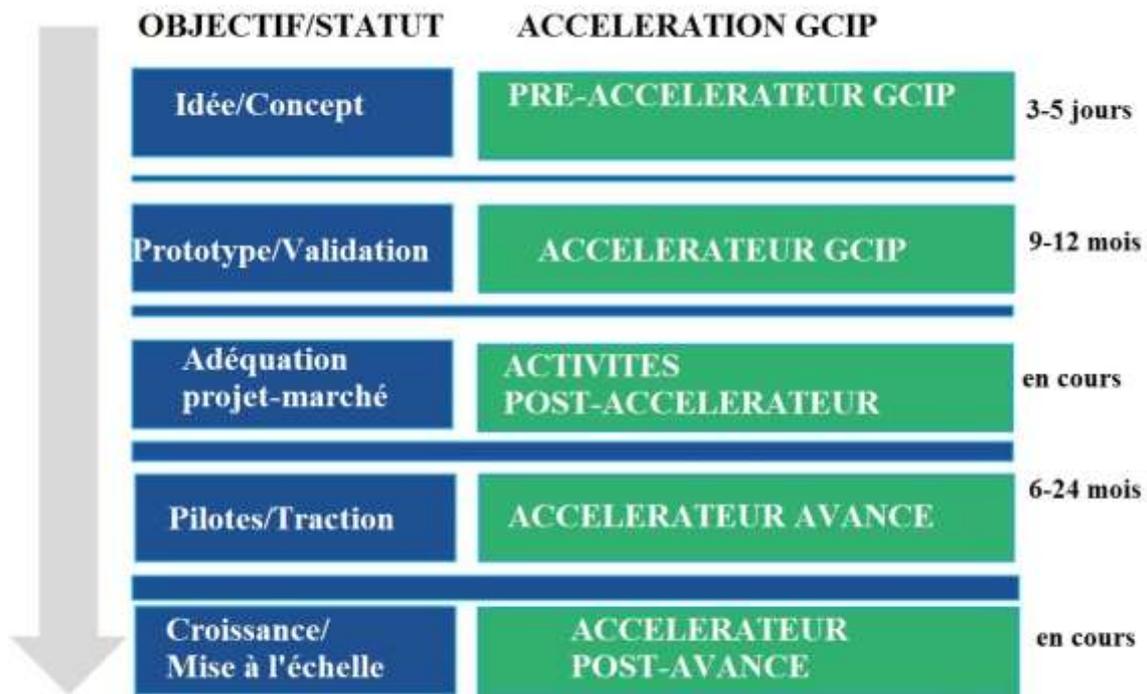


Figure 1. Accélérateurs GCIP et soutien post-accélérateur



Image 1. Académie nationale GCIP 2024 en Turquie. Crédits photo : TUBITAK

2. ACTIVITÉS DE SOUTIEN POST-ACCÉLÉRATEUR DU GCIP

2.1. INTRODUCTION

À mesure que les entrepreneurs du GCIP sortent de l'Accélérateur GCIP, **la plupart d'entre eux ne sont peut-être pas prêts à passer immédiatement à l'Accélérateur Avancé.** L'entrée dans l'Accélérateur Avancé étant conditionnée à l'adéquation produit-marché des entreprises avec un chiffre d'affaires initial continu, il est fort probable qu'un certain temps soit nécessaire après la fin de l'Accélérateur GCIP pour satisfaire à cette exigence. Ce délai varie considérablement en fonction du secteur d'activité, de la réussite des activités de validation, de l'attrait des clients et de la facilité de réorientation. Par exemple, *les entreprises du secteur des logiciels* sont souvent capables de s'adapter et de trouver une adéquation produit-marché beaucoup plus rapidement que *les entreprises du secteur du matériel informatique*, confrontées à des défis inhérents à la fabrication et à la distribution à grande échelle.

Il est donc essentiel de proposer une gamme d'activités et de services de soutien aux entrepreneurs tout au long de leur parcours post-accélérateur après avoir terminé l'Accélérateur GCIP. Bien qu'il ne s'agisse pas d'un programme d'accélération officiel, ces activités contribueront significativement au développement de chaque entreprise soutenue par le GCIP et au renforcement de la communauté. Il est important de noter que les activités de soutien post-accélérateur constituent un excellent moyen pour l'équipe de l'Unité de gestion de projet (UGP) du GCIP de rester en contact avec les diplômés de l'Accélérateur GCIP, de comprendre leurs besoins et d'identifier les entreprises susceptibles d'être bientôt prêtes pour l'Accélérateur avancé.

Les activités post-accélérateur recommandées prennent la forme de sessions de soutien ciblées (groupes de pairs, ateliers de mentorat, panels d'experts, etc.) ou d'événements thématiques (Investor Connect, Corporate Connect, Venture Showcase, etc.). Les ressources et le temps nécessaires à chaque activité varient, ce qui permet aux pays du GCIP de sélectionner celles qui correspondent le mieux à leurs ressources disponibles, à leur calendrier et à leurs besoins. Par exemple, un panel d'experts nécessite un groupe d'au moins trois experts dans un domaine spécifique, comme la finance ou le développement durable, disponibles pour passer au moins une demi-journée avec les entreprises soutenues par le GCIP, en présentiel ou en ligne, lors de sessions de trente minutes. En revanche, un groupe de pairs nécessite un animateur, mais exige moins de ressources et d'engagement.

2.2. FRÉQUENCE DES ACTIVITÉS POST-ACCÉLÉRATEUR

Contrairement à l'Accélérateur GCIP, où des activités telles que des webinaires internationaux ont lieu chaque semaine, les activités Post-Accélérateur ont lieu mensuellement, trimestriellement et annuellement. Si des ressources existent pour organiser certaines activités plus fréquemment, il convient de l'encourager. Cependant, chaque activité est conçue de manière autonome et ne s'inscrit pas nécessairement dans un calendrier linéaire afin de maximiser la flexibilité et la participation. Compte tenu de la diversité des besoins et des trajectoires de croissance des diplômés du GCIP, il est essentiel de maximiser la flexibilité afin de proposer des activités de soutien bénéficiant directement au plus grand nombre d'entreprises possible. Limiter les activités de soutien à un calendrier linéaire avec une date d'intégration précise pourrait empêcher de nombreux diplômés du GCIP de travailler à temps plein sur leur projet, en particulier ceux qui rencontrent des difficultés en matière de levée de fonds, de pénétration du marché et de transition.

MENSUEL	TRIMESTRIEL	ANNUEL
Groupe de pairs	Bilan de santé des entreprises	Connexion des entreprises
Cliniques des mentors	Panels des experts	Connexion des investisseurs
Heure d'ouverture des bureaux	Événements sectoriels	Vitrine des entreprises
Événements communautaires	Argumentaires inversés	Camp de vacances des entreprises

Figure 2. Résumé des activités post-accélérateur par fréquence

2.3. COLLECTE DE DONNÉES ET ACTIVITÉS POST-ACCÉLÉRATEUR

Lors de la mise en œuvre des activités post-accélération du GCIP, il est essentiel que les entreprises participantes fournissent des informations sur leurs progrès, leur impact et leurs besoins. Le suivi des résultats de chaque cohorte et des activités post-accélération du GCIP ne peut se faire que si des informations précises sont disponibles pour chaque entreprise soutenue par le GCIP. **La fourniture d'informations devrait constituer le coût initial de la participation des entrepreneurs aux événements post-accélération.** Ces informations peuvent être demandées via la page d'inscription de chaque activité afin de simplifier la collecte de données. Certaines activités, telles que le bilan d'entreprise ou les panels d'experts, nécessitent un temps de préparation plus long afin de recueillir les informations pertinentes et d'adapter l'activité aux besoins de l'entreprise soutenue par le GCIP.

2.4. ADAPTATION DES ACTIVITÉS POST-ACCÉLÉRATEUR AUX CONTEXTES SPÉCIFIQUES DE CHAQUE PAYS

Les activités post-Accélérateur détaillées dans ce document sont destinées à être applicables à tous les pays GCIP. Cependant, chaque activité peut être adaptée aux contextes nationaux en ajustant le format (par exemple, participation en ligne plutôt qu'en présentiel), le nombre de participants (par exemple, groupes de pairs ou panels d'experts plus restreints) et la fréquence (par exemple, sessions de mentorat trimestrielles plutôt que mensuelles). La tenue de certaines activités post-Accélérateur en ligne, comme les panels d'experts, permet la participation d'experts internationaux extérieurs au pays, qui pourraient contribuer à combler les lacunes en compétences d'un mentor ou d'un pool d'experts GCIP local. Les activités post-Accélérateur pourraient être davantage adaptées en se concentrant sur un secteur industriel ou un stade de développement spécifique.

3. ACTIVITÉS MENSUELLES POSTACCÉLÉRATEUR GCIP

3.1. GROUPES DE PAIRS

Les groupes de pairs sont des groupes de mentorat composés d'entreprises diplômées du GCIP à un stade de développement similaire et idéalement dans des secteurs identiques ou complémentaires.

Chaque groupe se veut une communauté de soutien auto-organisée, gérée par des entrepreneurs pour des entrepreneurs. Le personnel de l'UGP du GCIP doit fournir un soutien logistique pour permettre au groupe de se réunir en ligne ou en personne. De plus, un membre ou un mentor de l'UGP du GCIP peut être amené à jouer un rôle d'animateur initial, tant pour l'animation du groupe que pour la conduite des discussions initiales, avec un ordre du jour chronométré et une structure claire. Cependant, **après les premières réunions, le groupe doit définir lui-même les domaines clés sur lesquels il souhaite se concentrer, la fréquence des réunions et la personne qui animera chaque session.** Par exemple, un groupe pourrait décider de se réunir une fois par mois ou toutes les deux semaines et de se concentrer à chaque réunion sur les thèmes clés ou les problèmes les plus urgents qui touchent les membres.

Le groupe devrait être soutenu par l'invitation d'intervenants invités à contribuer à l'exploration de sujets ou de questions spécifiques (par exemple, la mobilisation d'investissements). Les mentors du GCIP devraient être encouragés à se rendre disponibles pour devenir intervenants invités auprès de groupes de pairs.

De plus, les groupes de pairs doivent décider s'ils sont ouverts à de nouveaux membres ou s'ils souhaitent maintenir un nombre fixe de membres. **En règle générale, un groupe devrait compter entre 8 et 15 membres au total, dont au moins six membres participant régulièrement.** Si la participation dépasse 15 membres, le groupe doit décider s'il doit se scinder en deux groupes plus petits avec un objectif plus précis ou s'il peut poursuivre son expansion. Si un groupe de pairs ne peut pas compter au moins six membres participant régulièrement, il doit décider s'il encourage de nouveaux membres à le rejoindre.

En fin de compte, le succès d'un groupe de soutien par les pairs dépend du niveau d'engagement et d'appropriation de ses membres. Les PMU du GCIP doivent faire tout ce qui est raisonnablement possible pour faciliter la création et le développement de chaque groupe de pairs, mais le succès et la longévité de chaque groupe sont la responsabilité de ses membres.

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DES GROUPES DE PAIRS

ACTIVITÉ	ÉLÉMENT DE LA LISTE DE CONTRÔLE
1. RÉUNIONS RÉGULIÈRES	<input type="checkbox"/> Planifiez et organisez des réunions régulières pour que les membres du groupe de pairs du GCIP puissent se connecter et partager des mises à jour. <input type="checkbox"/> Envisagez des réunions en personne et virtuelles pour répondre à des préférences diverses.
2. SESSIONS DE PARTAGE DE CONNAISSANCES	<input type="checkbox"/> Planifiez des séances où les membres peuvent partager leurs idées, leurs expériences et les leçons apprises dans le secteur des technologies propres. <input type="checkbox"/> Encouragez les membres à présenter des études de cas ou des exemples de réussite de leurs entreprises.
3. INTERVENANTS EXPERTS ET ATELIERS	<input type="checkbox"/> Invitez des experts en technologies propres, en développement durable et en entrepreneuriat à animer des ateliers ou à donner des conférences. <input type="checkbox"/> Couvrir des sujets pertinents aux défis et aux opportunités du secteur des technologies propres.
4. ÉVÉNEMENTS DE RÉSEAUTAGE	<input type="checkbox"/> Organiser des événements de réseautage pour faciliter les liens entre les membres et encourager la collaboration sur des projets potentiels. <input type="checkbox"/> Offrir aux membres des opportunités de présenter leurs projets et de rechercher des partenariats.

5. SÉANCES DE RÉOLUTION DE PROBLÈMES	<input type="checkbox"/> Organisez des sessions où les entrepreneurs peuvent présenter les défis auxquels ils sont confrontés et où le groupe réfléchit en collaboration à des solutions. <input type="checkbox"/> Favoriser un environnement propice à des discussions ouvertes et constructives.
6. PLATEFORME DE PARTAGE DE RESSOURCES	<input type="checkbox"/> Établir une plateforme ou un système permettant aux membres de partager des ressources telles que des outils, des bases de données et des résultats de recherche. <input type="checkbox"/> Encourager la collaboration sur des projets gourmands en ressources.
7. PROGRAMME DE MENTORAT	<input type="checkbox"/> Développer un programme de mentorat au sein du groupe de pairs du GCIP pour associer des entrepreneurs expérimentés à ceux qui recherchent des conseils. <input type="checkbox"/> Faciliter les interactions mentor-mentoré et fournir des lignes directrices pour un mentorat efficace.
8. PROJETS COLLABORATIFS	<input type="checkbox"/> Faciliter la formation de petits groupes ou d'équipes pour collaborer sur des projets de technologies propres. <input type="checkbox"/> Encourager les collaborations interdisciplinaires pour tirer parti des compétences diverses au sein de la communauté.
9. ACTUALITÉS ET TENDANCES DE L'INDUSTRIE	<input type="checkbox"/> Partagez régulièrement des mises à jour sur les tendances du secteur, les changements de politique et les informations sur le marché. <input type="checkbox"/> Discutez de l'impact potentiel sur les entreprises de technologies propres et élaborer une stratégie en conséquence.
10. SÉANCES DE RÉTROACTION	<input type="checkbox"/> Organiser des séances de rétroaction régulières pour recueillir des informations sur l'efficacité du groupe de pairs du GCIP et identifier les domaines à améliorer. <input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour adapter et personnaliser les activités afin de mieux répondre aux besoins de la communauté.
11. SENSIBILISATION COMMUNAUTAIRE	<input type="checkbox"/> Explorer les possibilités pour le groupe de pairs du GCIP de s'engager auprès de la communauté au sens large par le biais d'événements de sensibilisation ou d'initiatives éducatives. <input type="checkbox"/> Présentez l'impact positif des entreprises de technologies propres sur la durabilité.
12. CÉLÉBRER LES ÉTAPES IMPORTANTES	<input type="checkbox"/> Reconnaître et célébrer les réalisations, les étapes importantes et les succès au sein de la communauté. <input type="checkbox"/> Favoriser une atmosphère positive et solidaire pour motiver les membres.
13. OUTILS DE COLLABORATION EN LIGNE	<input type="checkbox"/> Fournir un accès à des outils et plateformes de collaboration en ligne pour une communication continue et le partage de documents. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que les membres peuvent facilement se connecter et collaborer en dehors des réunions programmées.

14. ÉVALUATION ET ÉVOLUTION

- Évaluer régulièrement l'impact et l'efficacité du groupe de pairs du GCIP.
- Être ouvert à l'évolution de la structure et des activités en fonction des besoins changeants de la communauté.

L'intégration de ces activités dans votre liste de contrôle de planification permet de créer un environnement dynamique et favorable pour les entrepreneurs en technologies propres soutenus par le GCIP au sein de la communauté auto-organisée du groupe de pairs du GCIP.

3.2. CLINIQUES DE MENTORAT

Les ateliers de mentorat sont des rencontres individuelles entre entrepreneurs et mentors spécialisés du GCIP ou d'autres experts en affaires. Ils sont très similaires aux ateliers d'affaires du GCIP organisés dans le cadre de l'Accélérateur GCIP. Cependant, contrairement à ces derniers, qui sont spécifiquement liés aux fiches de travail de l'Accélérateur GCIP, ils ont une portée plus large.

L'orientation des ateliers de mentorat doit être définie en fonction des besoins identifiés des diplômés du GCIP. Cela nécessitera de réaliser une enquête sur leurs besoins et de trouver les experts appropriés pour animer les ateliers pertinents nécessitant un recrutement au-delà du bassin de mentors du GCIP. Contrairement aux ateliers d'affaires de l'Accélérateur GCIP, qui se tiennent simultanément un jour précis et abordent une variété de sujets et d'experts, **les ateliers de mentorat pourraient être axés sur un sujet ou un thème spécifique.**

Lors de l'inscription à une séance de mentorat, il est essentiel d'indiquer la question, le sujet ou la problématique spécifique qu'ils souhaitent aborder. Une séance de mentorat peut être beaucoup plus large et approfondie sur un sujet spécifique. Par conséquent, afin de trouver le mentor le plus adapté et d'aider le participant à la séance à se préparer, certains détails doivent être fournis concernant l'objet de la discussion et le projet soutenu par le GCIP (par exemple, un résumé ou d'autres informations générales).

Lors de la planification des cliniques de mentorat, il est important d'élargir le contenu et la participation pour intégrer une **perspective de genre** :

ASSURER UNE ÉVALUATION DES BESOINS TENANT COMPTE DU GENRE

Avant de planifier un atelier de mentorat, il est essentiel d'**évaluer les besoins des diplômés du GCIP dans une perspective de genre.** L'enquête auprès des entreprises d'anciens diplômés du GCIP devrait **recueillir des données ventilées par sexe (c'est-à-dire des données fournies pour les femmes et les hommes)**, ainsi que d'autres données telles que la tranche d'âge, afin d'identifier les difficultés spécifiques rencontrées par **les femmes entrepreneures** et les autres groupes sous-représentés. Cela permettra de garantir que les ateliers de mentorat abordent les obstacles spécifiques à l'entrepreneuriat, tels que l'accès au financement, aux réseaux et aux opportunités de marché.

ÉLARGIR LE RÉSERVOIR DE MENTORS ET D'EXPERTS DE GENRE DIVERSIFIÉ

Afin de favoriser un **mentorat inclusif**, le GCIP devrait recruter activement **des mentores et des expertes de genres divers** dans divers domaines, notamment **le droit, la finance, le marketing et la technologie.** La représentation est importante, et le fait de disposer **de modèles et de conseillers de genres différents** peut contribuer à relever des défis uniques et à créer un écosystème entrepreneurial plus équitable.

INTÉGRER LA CORRESPONDANCE ET LA SÉLECTION DES SUJETS SENSIBLES AU GENRE

Lors de la mise en relation des entrepreneurs avec des mentors, **les défis liés au développement des entreprises liés au genre** devraient être prises en compte. Par exemple, les entrepreneurs peuvent rechercher des conseils pour surmonter **les préjugés sexistes dans les investissements**, développer des modèles commerciaux inclusifs en matière de genre ou mettre en œuvre **des stratégies de diversité et d'inclusion** au sein de leurs entreprises.

Les ateliers de mentorat doivent **offrir un espace sûr et inclusif** où tous les entrepreneurs et participants, en particulier les femmes, se sentent encouragés à participer. Des sujets liés au genre, **tels que le leadership inclusif, la gestion des préjugés sexistes en matière d'investissement et l'accès des femmes au financement, sont abordés**. Ces initiatives pourraient être intégrées à des ateliers de mentorat. Envisager **des ateliers ou des parcours de mentorat dédiés** aux startups dirigées par des femmes et aux innovations sensibles au genre.

□ ENCOURAGER L'ÉGALITÉ DES SEXES DANS LA PARTICIPATION ET LES RÉSULTATS

Promouvoir **l'égalité d'accès aux opportunités de mentorat** en encourageant davantage de femmes entrepreneures à y participer. Suivre les données de participation pour garantir **l'équilibre entre les sexes** dans les ateliers de mentorat. Proposer des formations sensibles au genre aux mentors afin qu'ils puissent identifier et relever les défis liés au genre en entreprise.

Les experts appropriés pour une clinique de mentorat pourraient inclure un large éventail d'experts tels que des avocats, des consultants en marketing, des comptables, des banquiers, des concepteurs, des experts en fabrication ou des investisseurs.

La planification d'une journée de mentorat pour les projets soutenus par le GCIP implique la coordination de diverses activités afin de fournir des conseils et un soutien précieux. *La liste ci-dessous présente les activités et les experts appropriés pour une journée de mentorat complète.*

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DES CLINIQUES DE MENTOR

ACTIVITÉ	ÉLÉMENT DE LA LISTE DE CONTRÔLE
1. BIENVENUE ET INSCRIPTION	<input type="checkbox"/> Accueillir les participants et faciliter le processus d'inscription. <input type="checkbox"/> Fournir le matériel de l'événement, y compris les ordres du jour et les coordonnées.
2. SÉANCE D'INTRODUCTION	<input type="checkbox"/> Lancez la clinique de mentorat par une séance d'introduction. <input type="checkbox"/> Donnez un aperçu des activités de la journée et définissez les attentes.
3. ¹SESSIONS DE MENTORAT RAPIDE	<input type="checkbox"/> Organiser des séances de speed mentoring avec des experts de différents domaines. <input type="checkbox"/> Inclure des avocats, des consultants en marketing, des comptables, des banquiers, des concepteurs, des experts en fabrication et des investisseurs comme mentors.
4. CLINIQUE JURIDIQUE	<input type="checkbox"/> Mettre en place une clinique juridique avec des avocats expérimentés. <input type="checkbox"/> Répondre aux questions juridiques liées à la propriété intellectuelle, aux contrats et à la conformité.
5. CONSULTATION FINANCIÈRE	<input type="checkbox"/> Organisez des séances individuelles avec des comptables et des experts financiers. <input type="checkbox"/> Offrir des conseils sur la planification financière, la budgétisation, les stratégies de collecte de fonds et la diligence raisonnable des investisseurs (documents clés nécessaires).

¹Une séance de mentorat rapide est un événement rapide et structuré au cours duquel les mentorés rencontrent plusieurs mentors sur une courte période.

6. MARKETING ET CONSULTATION EN MARQUE	<input type="checkbox"/> Planifiez des consultations individuelles avec des consultants en marketing. <input type="checkbox"/> Discutez des stratégies de marque, du positionnement sur le marché et des canaux de marketing efficaces.
7. PRATIQUE DE PRÉSENTATION INVESTISSEUR	<input type="checkbox"/> Organisez un atelier ou des séances d'entraînement pour permettre aux entrepreneurs d'affiner leurs argumentaires auprès des investisseurs. <input type="checkbox"/> Inclure les commentaires des mentors et des pairs.
8. ATELIER DE CONCEPTION THINKING	<input type="checkbox"/> Animer un atelier de design thinking avec des designers. <input type="checkbox"/> Aider les entrepreneurs à affiner la conception des produits, l'expérience utilisateur et la stratégie de conception globale.
9. FABRICATION ET CONSULTATION DE PRODUCTION	<input type="checkbox"/> Proposer des séances individuelles avec des experts en fabrication. <input type="checkbox"/> Discutez des processus de fabrication, du contrôle qualité et de l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement.
10. ATELIER SUR L'ACCÈS AU FINANCEMENT	<input type="checkbox"/> Organisez un atelier sur l'accès au financement avec la participation de banquiers et d'investisseurs. <input type="checkbox"/> Couvrir des sujets tels que les stratégies de collecte de fonds, la modélisation financière et les attentes des investisseurs.
11. DÉJEUNER DE RÉSEAUTAGE	<input type="checkbox"/> Organisez un déjeuner de réseautage pour favoriser les liens entre les entrepreneurs et les mentors. <input type="checkbox"/> Offrir des opportunités de discussions informelles et de renforcement des relations.
12. SESSIONS D'APPRENTISSAGE ENTRE PAIRS	<input type="checkbox"/> Animer des sessions où les entrepreneurs partagent leurs expériences et leurs idées.

	<input type="checkbox"/> Encourager la résolution collaborative de problèmes et l'échange de connaissances.
13. TABLES RONDES	<input type="checkbox"/> Organisez des tables rondes sur des sujets spécifiques liés aux technologies propres. <input type="checkbox"/> Permettre des conversations approfondies entre mentors et entrepreneurs.
14. DISCUSSION DU PANEL DE MENTORS	<input type="checkbox"/> Organisez une table ronde avec des mentors de divers domaines. <input type="checkbox"/> Discutez des tendances, des défis et des opportunités de l'industrie.
15. RETOUR D'INFORMATIONS ET SÉANCE DE RÉFLEXION	<input type="checkbox"/> Concluez la clinique de mentorat par une séance de rétroaction et de réflexion. <input type="checkbox"/> Recueillir des informations sur l'impact de la clinique et les domaines à améliorer.
16. REMARQUES DE CLÔTURE	<input type="checkbox"/> Formulez des remarques de clôture et exprimez votre gratitude aux mentors et aux participants. <input type="checkbox"/> Mettre en avant le soutien continu offert aux entrepreneurs.

17. RESSOURCES POST-ÉVÉNEMENT

- Partagez des ressources pertinentes, telles que des diapositives de présentation et des supports de mentorat supplémentaires.
- Fournir des informations sur la manière dont les entrepreneurs peuvent rester en contact avec des mentors.

L'intégration de ces activités dans votre liste de contrôle permet de créer des cliniques de mentorat dynamiques et interactives qui répondent à un large éventail de besoins des diplômés du GCIP et facilitent des interactions significatives avec des experts de divers domaines.

3.3. HEURES D'OUVERTURE DU BUREAU

Les permanences ont un objectif similaire à celui des ateliers de mentorat : l'objectif est d'organiser des rencontres individuelles avec des entrepreneurs. **La principale différence réside dans leur flexibilité et leur capacité à intégrer le développement de relations et de réseautage plutôt que la simple transmission de conseils et de connaissances.** Contrairement aux ateliers de mentorat, qui nécessitent une planification rigoureuse, les permanences se limitent à indiquer les créneaux horaires disponibles pour des rencontres de 30 minutes un jour précis. Les entrepreneurs peuvent s'inscrire sans rendez-vous, selon les disponibilités, ou en ligne, selon le principe du premier arrivé, premier servi, via un formulaire en ligne (par exemple, Google Forms) ou une application de planification (par exemple, Calendly).

En général, les entrepreneurs sont très enthousiastes à l'idée de participer aux journées portes ouvertes, auxquelles participent des investisseurs pertinents, souvent désireux d'élargir leur réseau et de se tenir informés des startups en phase de démarrage. Par exemple, au Royaume-Uni, de nombreux investisseurs en capital-risque proposent des journées portes ouvertes pour élargir leur réseau de startups technologiques.

Contrairement à une clinique d'affaires, conçue pour accompagner au mieux les entrepreneurs participants, **les heures de bureau ouvertes visent à être bénéfiques pour les deux parties.** Par exemple, lors d'une réunion avec un investisseur en capital-risque, l'investisseur souhaite en savoir plus sur la startup et les opportunités de marché. Parallèlement, l'entrepreneur souhaite en savoir plus sur le fonds de capital-risque, son potentiel d'intégration avec son projet et obtenir des conseils et des contacts utiles.

Les hôtes appropriés pour les heures de bureau ouvertes pourraient inclure des investisseurs (à la fois des business angels et des fonds de capital-risque), des banques, des avocats, des agences de design, des agences de marketing, des experts en fabrication et des avocats spécialisés en propriété intellectuelle.

Organiser des journées portes ouvertes pour le GCIP, bénéfiques pour les deux participants, implique de créer un environnement structuré et flexible propice à l'apprentissage et à la collaboration. *La liste de contrôle ci-dessous répertorie les activités à inclure lors de l'organisation de journées portes ouvertes avec différents acteurs,* tels que des investisseurs en capital-risque, des banques, des avocats, des agences de design, des agences de marketing, des experts en fabrication et des conseils en propriété intellectuelle.

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DES HEURES D'OUVERTURE DES BUREAUX

1. IDENTIFICATION ET CONFIRMATION DE L'HÔTE

- Identifier et confirmer la participation des hôtes, y compris les investisseurs en capital-risque, les banques, les avocats, les agences de design, les agences de marketing, les experts en fabrication et les avocats spécialisés en propriété intellectuelle.
- Assurez-vous que les hôtes sont prêts à s'engager activement et à fournir des informations précieuses.

2. PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Promouvoir l'événement des heures d'ouverture des bureaux via les canaux pertinents. <input type="checkbox"/> Utilisez les newsletters par e-mail, les médias sociaux et les réseaux partenaires pour atteindre les entreprises des anciens du GCIP.
3. BRIEFING DE L'HÔTE	<input type="checkbox"/> Fournir aux hôtes des informations sur les entreprises des anciens du GCIP participant à l'événement. <input type="checkbox"/> Partagez des directives sur la manière dont les hôtes peuvent rendre les sessions productives pour les deux parties.
4. ENREGISTREMENT DES ENTREPRENEURS	<input type="checkbox"/> Faciliter le processus d'inscription des entreprises diplômées du GCIP. <input type="checkbox"/> Recueillir des informations pertinentes sur leurs entreprises et leurs domaines d'intérêt spécifiques.
5. FORMAT DE RÉUNION STRUCTURÉ	<input type="checkbox"/> Établissez un format de réunion structuré, comme des séances individuelles de 15 à 20 minutes entre les hôtes et les entrepreneurs. <input type="checkbox"/> Fournir un ordre du jour clair pour les réunions.
6. BIENVENUE ET INTRODUCTION	<input type="checkbox"/> Commencez les heures de bureau ouvertes par une séance de bienvenue et de présentation. <input type="checkbox"/> Définissez les attentes des hôtes et des entrepreneurs quant aux objectifs des réunions.
7. SESSIONS ROTATIVES	<input type="checkbox"/> Organiser des sessions tournantes où les entrepreneurs se déplacent entre différents hôtes. <input type="checkbox"/> Attribuez des créneaux horaires spécifiques pour chaque réunion.
8. SÉANCES DE PRÉSENTATION D'ENTREPRENEURS	<input type="checkbox"/> Permettez aux entrepreneurs de présenter brièvement leur projet aux hôtes.
	<input type="checkbox"/> Concentrez-vous sur les aspects clés tels que les opportunités de marché, le modèle commercial et les défis.
9. PRÉSENTATIONS DE L'HÔTE	<input type="checkbox"/> Permettez aux hôtes de partager des informations sur leur expertise, leurs services et ce qu'ils recherchent dans des collaborations ou des investissements potentiels. <input type="checkbox"/> Encouragez les hôtes à fournir des informations sur leurs secteurs d'activité.
10. Questions et réponses interactives	<input type="checkbox"/> Favorisez une séance de questions-réponses interactive lors de chaque réunion. <input type="checkbox"/> Permettez aux hôtes et aux entrepreneurs de poser des questions et de demander des éclaircissements.
11. OPPORTUNITÉS DE RÉSEAUTAGE	<input type="checkbox"/> Prévoyez du temps pour le réseautage informel entre les hôtes et les entrepreneurs. <input type="checkbox"/> Offrir un espace aux participants pour se connecter et poursuivre les discussions.

<p>12. COLLECTE DE COMMENTAIRES</p>	<p><input type="checkbox"/> Recueillez les commentaires des hôtes et des entrepreneurs après chaque réunion.</p> <p><input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour évaluer l'efficacité du format des heures de bureau ouvertes.</p>
<p>13. REMARQUES DE CLÔTURE</p>	<p><input type="checkbox"/> Concluez les heures de bureau ouvertes par un discours de clôture.</p> <p><input type="checkbox"/> Exprimez votre gratitude aux hôtes et aux entrepreneurs pour leur participation active.</p>
<p>14. SUIVI APRÈS L'ÉVÉNEMENT</p>	<p><input type="checkbox"/> Partagez les coordonnées entre les hôtes et les entrepreneurs pour d'éventuelles discussions de suivi.</p> <p><input type="checkbox"/> Fournir des ressources et des informations discutées pendant les heures d'ouverture du bureau.</p>
<p>15. ENQUÊTES POST-ÉVÉNEMENT</p>	<p><input type="checkbox"/> Envoyez des enquêtes post-événement pour recueillir des informations sur l'expérience globale et les domaines à améliorer.</p> <p><input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour améliorer les futurs événements d'ouverture.</p>

Ces activités peuvent créer un environnement dynamique et mutuellement bénéfique pendant les heures d'ouverture des bureaux, facilitant des interactions significatives entre les entrepreneurs du GCIP et divers hôtes de différents secteurs.

3.4. ÉVÉNEMENTS COMMUNAUTAIRES

Les événements communautaires visent à soutenir les diplômés du GCIP dans le développement de leur entreprise, de leurs réseaux et de leur sentiment d'appartenance. Le type d'événement peut varier considérablement selon les besoins de la communauté, les ressources disponibles et la taille du groupe. Par exemple, une grande communauté GCIP située dans une région où de nombreuses entreprises sont soutenues par le GCIP, comme Le Cap, en Afrique du Sud, pourrait organiser une série de conférences axées sur des sujets d'intérêt particulier pour les entrepreneurs participants. Quel que soit le sujet, tous les événements communautaires devraient systématiquement inclure des représentants ou des mentors d'anciens diplômés du GCIP parmi un éventail plus large d'intervenants.

En outre, **tous les efforts doivent être faits pour organiser des événements qui incluent des partenaires et, dans la mesure du possible, des participants actuels ou potentiels à la cohorte de l'accélérateur GCIP.**

Par exemple, pendant quelques années, le GCIP Afrique du Sud (GCIP-SA) a organisé des événements d'accélération en conjonction avec le SA Innovation Summit (SAIS), ce qui a élargi le public des événements et mis en relation les entrepreneurs du GCIP-SA avec d'autres réseaux. Au Maroc, l'événement final du GCIP- Maroc s'est souvent tenu parallèlement à l'événement ² annuel de l'industrie *Pollutec*.

Les événements communautaires peuvent également prendre diverses formes, selon les centres d'intérêt des anciens du GCIP. Le plus courant est une série de conférences régulières axées sur des thèmes d'actualité sectoriels, avec trois à cinq intervenants du secteur et des possibilités de réseautage.

Un événement pourrait également être plus interactif, sous la forme d'un atelier explorant plus en détail un outil ou un cadre spécifique, comme le Business Model Canvas ou la mesure d'impact. Dans les écosystèmes entrepreneuriaux très développés, comme la Silicon Valley, où les événements

² **Pollutec** est un salon international majeur dédié aux solutions environnementales et durables, organisé tous les deux ans à Lyon, en France. Il rassemble des experts du secteur, des décideurs politiques et des entreprises pour présenter leurs innovations en matière de gestion des déchets, de traitement de l'eau, d'énergies renouvelables, de lutte contre la pollution et de villes durables. Site web lien : <https://www.pollutec.com/fr-gb.html>

communautaires technologiques sont très nombreux, certains organisateurs privilégient de plus en plus la qualité du réseautage, des échanges et du développement des relations, non pas au contenu. Par exemple, plusieurs groupes technologiques de la Silicon Valley organisent désormais des événements autour de randonnées en plein air soigneusement organisées, avec des groupes d'investisseurs technologiques ou de directeurs de produits invités. L'objectif est que, tout en se déroulant en extérieur plutôt qu'en espace événementiel, l'accent soit mis sur la qualité des échanges et des idées plutôt que sur les diapositives de présentation. **En fin de compte, pour organiser des événements communautaires efficaces, l'organisateur doit comprendre les besoins, la disponibilité et les préférences de son groupe cible, ce qui peut nécessiter des formats d'événement conventionnels ou non.**

La planification d'un événement communautaire technologique GCIP, qu'il s'agisse d'une série de conférences ou d'un atelier interactif, nécessite une organisation rigoureuse pour garantir l'engagement et la valeur ajoutée des participants. *Les listes de contrôle ci-dessous présentent les activités à envisager pour les deux types d'événements.*

LISTE DE CONTRÔLE POUR LA PLANIFICATION DES ÉVÉNEMENTS COMMUNAUTAIRES

SI UN ÉVÉNEMENT DE SÉRIE DE CONFÉRENCIERS

<p>1. SÉLECTION DU THÈME</p>	<p><input type="checkbox"/> Choisissez un thème sectoriel pertinent et actuel pour l'événement.</p> <p><input type="checkbox"/> Aligner le thème avec les intérêts et les besoins de la communauté technologique du GCIP.</p>
<p>2. INVITATION DE L'ORATEUR</p>	<p><input type="checkbox"/> Identifiez et invitez trois à cinq intervenants du secteur qui sont des experts dans le thème choisi.</p> <p><input type="checkbox"/> Confirmer la disponibilité et fournir des directives pour leurs présentations.</p>
<p>3. PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT</p>	<p><input type="checkbox"/> Développer du matériel promotionnel et des stratégies pour accroître la visibilité de l'événement.</p> <p><input type="checkbox"/> Utilisez les médias sociaux, les newsletters par e-mail et les réseaux partenaires pour la promotion.</p>
<p>4. PLANIFICATION DE L'AGENDA</p>	<p><input type="checkbox"/> Créez un ordre du jour détaillé avec des créneaux horaires pour chaque intervenant.</p>
	<p><input type="checkbox"/> Inclure des pauses et une séance de réseautage pour permettre aux participants d'interagir.</p>
<p>5. BRIEFING DE L'ORATEUR</p>	<p><input type="checkbox"/> Informez les intervenants sur le format de l'événement, le public et les attentes spécifiques.</p> <p><input type="checkbox"/> Fournir des lignes directrices pour créer des présentations attrayantes et informatives.</p>
<p>6. SÉLECTION DU MODÉRATEUR (FACULTATIF)</p>	<p><input type="checkbox"/> Le cas échéant, sélectionnez un modérateur pour faciliter les discussions et les séances de questions-réponses.</p> <p><input type="checkbox"/> Assurez-vous que le modérateur connaît le thème de l'événement.</p>
<p>7. Questions et réponses interactives</p>	<p><input type="checkbox"/> Prévoyez du temps pour une séance de questions-réponses après la présentation de chaque intervenant.</p> <p><input type="checkbox"/> Encouragez les participants à soumettre des questions via une plateforme désignée.</p>

8. TABLE RONDE (FACULTATIF)	<input type="checkbox"/> Organisez une table ronde impliquant tous les intervenants pour encourager des perspectives diverses. <input type="checkbox"/> Inclure un modérateur pour faciliter la discussion.
9. RÉSEAUTAGE OPPORTUNITÉS	<input type="checkbox"/> Prévoyez du temps pour le réseautage, soit pendant les pauses, soit à la fin de l'événement. <input type="checkbox"/> Fournir un espace virtuel ou physique pour que les participants puissent se connecter.
10. COLLECTE DE COMMENTAIRES	<input type="checkbox"/> Recueillir les commentaires des participants sur l'événement et les intervenants. <input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour améliorer les futurs événements de la série de conférences.
11. RESSOURCES POST-ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Partagez des diapositives de présentation, des enregistrements ou des ressources supplémentaires avec les participants. <input type="checkbox"/> Fournissez les coordonnées des intervenants pour toute question complémentaire.

SI UN ÉVÉNEMENT D'ATELIER INTERACTIF

1. SÉLECTION D'OUTILS/CADRES	<input type="checkbox"/> Choisissez un outil ou un cadre spécifique, tel que le Business Model Canvas ou la mesure d'impact, pour l'atelier. <input type="checkbox"/> Assurez-vous qu'il correspond aux besoins et aux intérêts de la communauté technologique du GCIP.
2. IDENTIFICATION DU OU DES FACILITATEURS	<input type="checkbox"/> Identifier et inviter un ou plusieurs facilitateurs ayant une expertise dans l'outil ou le cadre choisi. <input type="checkbox"/> Confirmer leur disponibilité et fournir des directives pour l'atelier.
3. PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Promouvoir l'atelier en utilisant différents canaux. <input type="checkbox"/> Mettez l'accent sur le caractère pratique et interactif de la séance.
4. PLANIFICATION DE L'AGENDA	<input type="checkbox"/> Élaborez un ordre du jour détaillé décrivant le déroulement de l'atelier. <input type="checkbox"/> Inclure des séances interactives, des activités de groupe et des pauses.
5. PRÉPARATION DU MATÉRIEL	<input type="checkbox"/> Préparez le matériel nécessaire à l'atelier, comme des documents ou des ressources numériques. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que les participants ont accès aux outils ou logiciels nécessaires.
6. SESSIONS INTERACTIVES	<input type="checkbox"/> Concevez des sessions interactives où les participants peuvent appliquer l'outil ou le cadre. <input type="checkbox"/> Encouragez les discussions de groupe et la résolution collaborative des problèmes.
7. OPPORTUNITÉS DE QUESTIONS-RÉPONSES	<input type="checkbox"/> Prévoyez du temps pour les questions et réponses tout au long de l'atelier. <input type="checkbox"/> Répondez aux questions et aux préoccupations des participants en temps réel.

<p>8. PAUSES RÉSEAU</p>	<p><input type="checkbox"/> Prévoyez des pauses de réseautage pour permettre aux participants de se connecter les uns aux autres.</p> <p><input type="checkbox"/> Favoriser une atmosphère collaborative et solidaire.</p>
<p>9. COLLECTE DE COMMENTAIRES</p>	<p><input type="checkbox"/> Recueillir des commentaires sur l'efficacité de l'atelier.</p> <p><input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour affiner les futurs ateliers et sujets.</p>
<p>10. RESSOURCES POST-ÉVÉNEMENT</p>	<p><input type="checkbox"/> Partagez du matériel d'atelier, des ressources supplémentaires ou des lectures recommandées.</p> <p><input type="checkbox"/> Fournir les coordonnées des facilitateurs pour toute demande de renseignements complémentaires.</p>

Ces activités peuvent aider à organiser des événements communautaires technologiques GCIP engageants et utiles, qu'il s'agisse de séries de conférences centrées sur des thèmes industriels ou d'ateliers interactifs axés sur des outils ou des cadres spécifiques.



Image 2. Forum national GCIP et remise de prix de 2024 à Kazakhstan. Crédits photo : IGTIC

4. ACTIVITÉS TRIMESTRIELLES DU POSTACCÉLÉRATEUR GCIP

4.1. BILAN DE L'ENTREPRISE

Le bilan d'entreprise est un diagnostic non intrusif permettant aux entreprises diplômées du GCIP de se concentrer sur l'identification de leurs principaux besoins et de suivre leurs progrès. Ce bilan est réalisé par des mentors du GCIP formés à ce processus. Il vise à dresser une liste des points critiques à privilégier et à recommander des actions, des contacts ou des mentors spécifiques pour répondre aux besoins et aux lacunes identifiés.

De nombreux aspects du bilan d'entreprise consistent pour les entrepreneurs à identifier leurs principaux défis et à évaluer s'ils ont atteint ou non les objectifs fixés. **Avec l'accord de l'entrepreneur participant, ce bilan constitue un excellent moyen de recueillir des informations actualisées sur l'entreprise des diplômés du GCIP.**

INTÉGRER L'INTÉGRATION DE LA POINTE DU GENRE DANS LE BILAN DE L'ENTREPRISE

1. ASSURER DES DIAGNOSTICS SENSIBLES AU GENRE

- Le bilan de l'entreprise devrait inclure **la collecte de données ventilées par sexe** afin d'identifier les défis spécifiques auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures et les groupes sous-représentés.
- Le processus de diagnostic doit évaluer **les obstacles liés au genre**, tels que l'accès au financement, aux opportunités de marché et aux réseaux.

2. DIVERSITÉ ET INCLUSIVITÉ DANS LA SÉLECTION DES MENTORS

- Veiller à ce que les mentors du GCIP effectuant des bilans de santé **incluent des femmes mentors** et des experts en diversité de genre.
- Former des mentors à **reconnaître les défis spécifiques au genre** et à fournir un soutien personnalisé aux femmes entrepreneures.
- Encourager **les entreprises dirigées par des femmes** à participer activement au processus de contrôle des entreprises.

3. CARTOGRAPHIE DES PROGRÈS SENSIBLE AU GENRE

- Au cours du processus de réflexion, les entrepreneurs devraient être encouragés à évaluer comment la dynamique liée au genre a affecté leur capacité à **atteindre des jalons** et à **surmonter les défis commerciaux**.
- Le bilan devrait inclure **des recommandations tenant compte des questions de genre**, telles que l'accès à **des opportunités de financement axées sur les femmes**, à des réseaux et à des événements sectoriels.

4. CRÉER UN ESPACE INCLUSIF ET SÉCURISÉ

- Assurez-vous que le **processus de contrôle des entreprises est exempt de préjugés** et favorise un environnement sûr dans lequel les femmes entrepreneures peuvent discuter ouvertement de leurs défis.
- Le cas échéant, offrir aux **femmes entrepreneures la possibilité de dialoguer avec des mentors femmes** afin de faciliter **un dialogue plus ouvert** sur les défis commerciaux spécifiques au genre.

5. PLANIFICATION D'ACTION POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE DE GENRE

- Les recommandations issues du bilan de santé devraient inclure **des ressources, des programmes et des opportunités de réseautage tenant compte des questions de genre** qui favorisent une croissance équitable pour toutes les entreprises.
- Encouragez les liens avec **les réseaux d'investisseurs dirigés par des femmes, les accélérateurs et les programmes de développement commercial** qui soutiennent les femmes entrepreneures.

6. SUIVI DE L'IMPACT INCLUSIF EN MATIÈRE DE GENRE

- Les bilans de performance des entreprises devraient suivre **les indicateurs de progrès ventilés par sexe** afin d'évaluer la progression des diplômés du GCIP issus de différents horizons.
- Utiliser les résultats pour **améliorer l'accélération du GCIP et le soutien au mentorat** afin de garantir qu'ils restent sensibles au genre et favorisent des résultats équitables.

En intégrant la dimension de genre dans le processus de contrôle des entreprises, le GCIP peut mieux soutenir les femmes entrepreneures, garantir des opportunités équitables et créer un écosystème d'innovation inclusif.

Planifier un bilan d'entreprise pour les diplômés du GCIP implique la mise en place d'un processus de diagnostic structuré et complet. L'objectif est d'identifier les besoins les plus critiques des entreprises, de suivre leur progression et de formuler des recommandations concrètes. *Les listes de contrôle ci-dessous présentent les activités à inclure lors de la planification d'un bilan d'entreprise pour les diplômés du GCIP.* **LISTE DE CONTRÔLE POUR LA PLANIFICATION DU BILAN D'ENTREPRISE**

PRÉPARATION PRÉALABLE AU CONTRÔLE

1. DÉFINIR LES OBJECTIFS DU BILAN	<input type="checkbox"/> Énoncez clairement les objectifs du bilan de l'entreprise. <input type="checkbox"/> Assurer l'alignement avec les objectifs généraux de soutien aux entreprises diplômées du GCIP.
2. IDENTIFIER LES DOMAINES CLÉS SUR LESQUELS IL FAUT SE CONCENTRER	<input type="checkbox"/> Déterminez les domaines ou paramètres clés qui seront évalués lors du bilan de santé. <input type="checkbox"/> Tenez compte d'aspects tels que le développement commercial, la santé financière, l'efficacité opérationnelle et les mesures d'impact.
3. SÉLECTIONNER DES MENTORS GCIP	<input type="checkbox"/> Identifier des mentors expérimentés possédant une expertise diversifiée adaptée aux besoins des entreprises. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que les mentors ont une solide compréhension du programme GCIP et de ses objectifs.
4. COMMUNICATION AVEC LES ENTREPRISES DES ANCIENS ÉLÈVES DU GCIP	<input type="checkbox"/> Communiquez l'objectif, le format et les résultats attendus du bilan de l'entreprise aux entreprises diplômées du GCIP. <input type="checkbox"/> Demandez à l'avance les informations et la documentation pertinentes.

LE JOUR DU CONTRÔLE

5. BIENVENUE ET INTRODUCTION	<input type="checkbox"/> Commencez le bilan par une séance de bienvenue et de présentation. <input type="checkbox"/> Donnez un bref aperçu du processus de contrôle et des attentes.
6. SÉANCES DE CONTRÔLE INDIVIDUELLES	<input type="checkbox"/> Planifiez des séances individuelles entre les entreprises des anciens élèves du GCIP et les mentors désignés. <input type="checkbox"/> Prévoyez suffisamment de temps pour des discussions approfondies sur le statut, les défis et les opportunités de l'entreprise.
7. EXAMEN DES DONNÉES ET DES DOCUMENTS	<input type="checkbox"/> Demandez aux mentors d'examiner les documents et données pertinents fournis par les entreprises des anciens élèves. <input type="checkbox"/> Cela peut inclure des états financiers, des plans d'affaires, des rapports d'impact et tout autre document pertinent.
8. ANALYSE SWOT	<input type="checkbox"/> Faciliter une analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) pour chaque entreprise. <input type="checkbox"/> Discutez des facteurs internes et externes affectant la performance de l'entreprise.
9. ÉVALUATION DES BESOINS	<input type="checkbox"/> Effectuer une évaluation des besoins pour identifier les domaines critiques nécessitant une attention particulière. <input type="checkbox"/> Collaborer avec les entreprises des anciens élèves pour identifier les lacunes et les défis.

RÉSULTATS ET RECOMMANDATIONS

10. RETOUR D'INFORMATIONS ET DISCUSSION	<input type="checkbox"/> Animer une séance de rétroaction au cours de laquelle les mentors partagent leurs observations et leurs impressions initiales. <input type="checkbox"/> Encourager un dialogue ouvert et constructif entre les mentors et les entreprises diplômées.
11. PRIORISATION DES BESOINS	<input type="checkbox"/> Prioriser de manière collaborative les besoins identifiés en fonction de l'urgence et de l'impact. <input type="checkbox"/> Concentrez-vous sur un nombre gérable de domaines d'action clés.
12. RECOMMANDATIONS ACTIONNABLES	<input type="checkbox"/> Élaborer des recommandations concrètes pour chaque besoin identifié. <input type="checkbox"/> Inclure des étapes spécifiques, des ressources, des contacts ou des recommandations de mentorat.
13. APPARIEMENT DES RESSOURCES	<input type="checkbox"/> Associez les entreprises d'anciens élèves à des ressources, des contacts ou des mentors pertinents en fonction de leurs besoins spécifiques. <input type="checkbox"/> Faciliter les présentations et les connexions selon les besoins.
14. DOCUMENTATION ET PLAN DE SUIVI	<input type="checkbox"/> Documenter les résultats, les recommandations et les plans d'action.
	<input type="checkbox"/> Élaborez un plan de suivi décrivant les prochaines étapes et les échéanciers.
15. CLÔTURE ET APPRÉCIATION	<input type="checkbox"/> Terminez le bilan de l'entreprise par des remarques de clôture et des expressions de gratitude. <input type="checkbox"/> Soulignez le soutien continu disponible via la communauté GCIP.

SUIVI APRÈS CONTRÔLE

16. COMMUNICATION DE SUIVI	<input type="checkbox"/> Envoyer une communication de suivi aux entreprises des anciens élèves résumant les résultats et les recommandations. <input type="checkbox"/> Inclure toutes les ressources ou contacts supplémentaires identifiés après le contrôle.
-----------------------------------	---

<p style="text-align: center;">17. SUIVI ET ÉVALUATION</p>	<p><input type="checkbox"/> Mettre en place un système de suivi et d'évaluation continus des progrès des projets. Il est recommandé d'utiliser les indicateurs génériques ci-dessous, ainsi que des indicateurs spécifiques basés sur les plans d'action des projets.</p> <p><input type="checkbox"/> Planifiez des contrôles de suivi périodiques ou des séances de soutien.</p> <p>INDICATEURS RECOMMANDÉS À SUIVRE ANNUELLEMENT :</p> <ul style="list-style-type: none"> • STATUT OPÉRATIONNEL : Si la startup est toujours opérationnelle (activement engagée dans ses activités commerciales et légalement enregistrée). • CHIFFRE D'AFFAIRES : Total des revenus générés pour l'année. • CROISSANCE DE L'ÉQUIPE (ETP) : Nombre total d'employés à temps plein (ETP) à la fin de l'année. • FINANCEMENT ASSURÉ : Montant total du financement levé d'ici la fin de l'année. • MÉTRIQUES D'IMPACT : Émissions totales de CO2 réduites par la startup (tonnes/an). • INTÉGRATION DE LA POINTE DU GENRE : <ul style="list-style-type: none"> • Nombre total de cadres dirigeants. • Nombre total de femmes occupant des postes de direction. • Y a-t-il une femme qui détient un rôle de propriétaire dans l'entreprise ?
<p style="text-align: center;">18. AMÉLIORATION CONTINUE</p>	<p><input type="checkbox"/> Recueillez les commentaires des mentors et des entreprises d'anciens élèves sur le processus de contrôle.</p> <p><input type="checkbox"/> Utilisez les informations pour améliorer et affiner en permanence les futures initiatives de contrôle des entreprises.</p>

À l'aide de cette liste de contrôle, vous pouvez concevoir un processus de contrôle d'entreprise structuré et efficace qui fournit des informations précieuses, des recommandations exploitables et un soutien continu aux entreprises des anciens du GCIP.

4.2. PANELS D'EXPERTS

Les panels d'experts se veulent plus qu'un simple rassemblement de mentors : ils permettent de réunir des experts reconnus dans un secteur d'activité spécifique afin d'approfondir leurs recherches et leurs discussions sur un sujet pertinent pour l'entreprise participante du GCIP. Le panel d'experts doit être considéré comme un comité consultatif virtuel axé sur un domaine très spécifique. En se concentrant sur un secteur d'activité ou une problématique commerciale spécifique plutôt que sur l'ensemble de l'entreprise, chaque panel d'experts peut fournir des conseils pertinents lors d'une séance de 30 minutes.

Vous trouverez ci-dessous une liste d'exemples de sujets potentiels pour un panel d'experts et les experts correspondants. **Chaque panel devrait être composé de trois à six experts disponibles pendant au moins deux heures, de préférence quatre heures ou plus, pour donner leur avis aux entrepreneurs lors de sessions de 30 minutes.** L'objectif est que les entreprises participant au GCIP participent à plusieurs panels d'experts afin de se concentrer sur différents aspects de leur activité.

L'un des rôles clés du personnel de l'UGP du GCIP dans l'organisation des panels d'experts est de s'assurer que ces panels correspondent aux secteurs d'activité, au stade de développement et aux besoins des entrepreneurs. Cela nécessite généralement une analyse diagnostique, telle qu'un bilan de l'entreprise, afin d'identifier les domaines les plus prioritaires. **Les panels d'experts peuvent être ponctuels (par exemple, lors d'événements) ou se dérouler de manière continue tout au long de l'année civile ou du cycle d'accélération du GCIP.**

font de plus en plus appel à des panels d'experts pour fournir des informations sectorielles précieuses à leurs sociétés de portefeuille et à leurs gestionnaires d'investissement. Ces panels sont souvent composés de fondateurs de sociétés de portefeuille performantes ou de cadres dirigeants de grandes entreprises susceptibles d'être de futurs acquéreurs (par exemple, des responsables produits chez Google). Les panels d'experts fonctionnent généralement mieux lorsqu'ils se tiennent en présentiel, mais de nombreux fonds de capital-risque utilisent avec succès des panels d'experts virtuels où toutes les contributions et discussions sont virtuelles et synchrones.

GROUPE D'EXPERTS	PARTICIPANTS EXPERTS POTENTIELS
FABRICATION • DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS	Experts en fabrication Experts en conception de produits Directeurs de produits de grandes entreprises
MARKETING • VENTES	Experts en marketing Directeurs des ventes Les directeurs marketing (CMO) des grandes entreprises
JURIDIQUE • PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	avocats Intellectuel Experts immobiliers
FINANCES • COLLECTE DE FONDS	comptables banquiers Investisseurs conseillers financiers Les directeurs financiers (CFO) des grandes entreprises
TEAM BUILDING • DÉVELOPPEMENT	Entrepreneurs en série Responsables des ressources humaines
	Gestionnaires de talents pour fonds d'investissement
MESURE D'IMPACT	KPMG, Deloitte, EY (Pratiques de développement durable) Experts d'universités et de groupes de réflexion spécialisés dans l'évaluation d'impact Investisseurs axés sur l'impact

La planification de panels d'experts allant au-delà du mentorat et réunissant des experts reconnus dans un domaine spécifique des technologies propres exige une coordination rigoureuse pour garantir une exploration et des discussions pertinentes. *La liste de contrôle ci-dessous présente les activités à inclure lors de la planification de tels panels d'experts au profit des entreprises participantes issues du GCIP.* **LISTE DE CONTRÔLE POUR LA PLANIFICATION DES PANELS D'EXPERTS**

PLANIFICATION PRÉ-ÉVÉNEMENT

1. DÉFINIR LES OBJECTIFS DU PANEL	<input type="checkbox"/> Définir clairement les objectifs du panel d'experts. <input type="checkbox"/> Identifier des objectifs spécifiques, tels que le partage des connaissances, l'exploration approfondie des tendances du secteur et des informations exploitables pour les entrepreneurs.
2. SÉLECTION DU THÈME	<input type="checkbox"/> Choisissez un thème spécifique et pertinent de l'industrie des technologies propres pour la table ronde. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que le thème correspond aux intérêts et aux besoins des entreprises participantes des anciens du GCIP.

3. IDENTIFIER LES PANELISTES D'EXPERTS	<input type="checkbox"/> Identifier des experts reconnus dans le domaine industriel des technologies propres choisi. <input type="checkbox"/> Assurer la diversité des expertises et des perspectives pour offrir une exploration complète du sujet.
4. BRIEFING DES PANÉLISTES	<input type="checkbox"/> Informez les panélistes sur le format de l'événement, le thème et le public. <input type="checkbox"/> Partagez des directives pour créer des contributions engageantes et informatives lors de la table ronde.
5. COMMUNICATION AVEC LES ENTREPRENEURS	<input type="checkbox"/> Communiquer l'objectif, le thème et les attentes du panel d'experts aux entreprises diplômées du GCIP. <input type="checkbox"/> Encouragez-les à soumettre des questions ou des sujets qu'ils aimeraient que le panel aborde.

EXÉCUTION DE L'ÉVÉNEMENT

6. SÉLECTION DU MODÉRATEUR	<input type="checkbox"/> Sélectionnez un modérateur qualifié ayant une expertise dans le secteur des technologies propres ou dans un domaine pertinent. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que le modérateur peut faciliter des discussions engageantes et perspicaces.
7. FORMAT INTERACTIF	<input type="checkbox"/> Concevez un format de panel interactif qui comprend des séances de questions-réponses et la participation du public.
	<input type="checkbox"/> Encouragez les panélistes à partager des exemples concrets et des études de cas.
8. DISCUSSION STRUCTURÉE	<input type="checkbox"/> Structurez la discussion pour couvrir les aspects clés du thème choisi. <input type="checkbox"/> Inclure des segments pour que chaque panéliste puisse présenter ses points de vue et ses idées.
9. ENGAGEMENT DU PUBLIC	<input type="checkbox"/> Facilitez l'engagement du public grâce à des sondages en direct, des sessions de questions-réponses et des discussions interactives. <input type="checkbox"/> Encouragez les entrepreneurs à s'engager activement à participer et poser des questions.
10. APPLICATIONS RÉELLES	<input type="checkbox"/> Concentrez la discussion sur les applications pratiques et les scénarios du monde réel. <input type="checkbox"/> Illustrez comment les idées fournies par les panélistes peuvent être appliquées aux projets des entrepreneurs.
11. OPPORTUNITÉS DE RÉSEAUTAGE	<input type="checkbox"/> Prévoyez du temps pour des opportunités de réseautage avant ou après la table ronde. <input type="checkbox"/> Offrir un espace virtuel ou physique permettant aux participants de se connecter avec les panélistes et les autres entrepreneurs.

SUIVI APRÈS L'ÉVÉNEMENT

12. PARTAGE DES RESSOURCES	<input type="checkbox"/> Partagez les ressources, articles et documents supplémentaires pertinents discutés lors du panel d'experts. <input type="checkbox"/> Fournir une plateforme permettant aux participants d'accéder à ces ressources après l'événement.
-----------------------------------	---

<p>13. ENREGISTREMENT ET DOCUMENTATION</p>	<p><input type="checkbox"/> Enregistrez la discussion du panel d'experts pour ceux qui auraient manqué l'événement en direct.</p> <p><input type="checkbox"/> Documentez les principaux points à retenir, les idées et les recommandations issues de la discussion.</p>
<p>14. ENQUÊTES POST-ÉVÉNEMENT</p>	<p><input type="checkbox"/> Recueillez les commentaires des entrepreneurs et des experts.</p> <p><input type="checkbox"/> Utilisez les informations pour évaluer le succès de l'événement et identifier les domaines à améliorer.</p>
<p>15. SUIVI OPPORTUNITÉS</p>	<p><input type="checkbox"/> Fournir des informations sur la manière dont les entrepreneurs peuvent assurer le suivi auprès des experts du panel.</p> <p><input type="checkbox"/> Faciliter les présentations, le réseautage ou les opportunités de collaboration potentielles.</p>
<p>16. APPRENTISSAGE CONTINU</p>	<p><input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires et les connaissances obtenus pour améliorer en permanence les futurs panels d'experts.</p> <p><input type="checkbox"/> Envisagez d'organiser des sessions régulières pour tenir les entrepreneurs informés des dernières tendances du secteur.</p>

À l'aide de cette liste de contrôle, vous pouvez organiser des panels d'experts qui offrent une exploration approfondie des sujets de l'industrie des technologies propres, fournissent des informations précieuses aux entreprises des anciens du GCIP et favorisent des liens significatifs au sein de la communauté des technologies propres.

4.3. ÉVÉNEMENTS SECTORIELS

Les événements sectoriels peuvent partager certains attributs avec les événements communautaires, mais leur principale différence réside dans l'**accent mis sur le renforcement des liens au sein d'un secteur industriel spécifique, au sein du réseau GCIP et au-delà**. En règle générale, cela nécessite la participation de partenaires sectoriels pertinents, tels qu'une association professionnelle ou une grande entreprise.

Les événements sectoriels diffèrent des événements communautaires en ce sens qu'ils mettent en relation les entreprises diplômées du GCIP avec un secteur industriel et ses acteurs clés. Il peut s'agir d'entreprises leaders du secteur, de startups à forte croissance, d'investisseurs sectoriels, d'analystes de marché, d'influenceurs clés et d'universités et instituts de recherche pertinents. Chaque événement sectoriel doit permettre aux entreprises diplômées du GCIP de rencontrer des acteurs clés du secteur et d'acquérir une connaissance approfondie des dernières tendances et opportunités du secteur. Les contacts du réseau et les informations clés sur le secteur doivent servir de base à un rapport sectoriel écrit, qui pourra être distribué aux entreprises diplômées du GCIP qui ne peuvent pas assister à l'événement.

La planification d'événements sectoriels axés sur le renforcement des liens au sein d'un secteur industriel spécifique nécessite une coordination stratégique et une collaboration avec les partenaires concernés. *La liste de contrôle ci-dessous présente un aperçu des activités à inclure lors de la planification de tels événements sectoriels au sein du réseau GCIP.*

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DES ÉVÉNEMENTS SECTORIELS

PLANIFICATION PRÉ-ÉVÉNEMENT

<p>1. DÉFINIR LES OBJECTIFS DE L'ÉVÉNEMENT SECTORIEL</p>	<p><input type="checkbox"/> Définir clairement les objectifs de l'événement sectoriel.</p> <p><input type="checkbox"/> Identifier des objectifs spécifiques tels que favoriser la collaboration, le partage des connaissances et l'expansion du réseau au sein du secteur ciblé.</p>
---	--

2. IDENTIFIER LES PARTENAIRES CLÉS DE L'INDUSTRIE	<input type="checkbox"/> Identifiez et contactez les principaux partenaires de l'industrie, tels que les associations professionnelles ou les grandes entreprises, pour collaborer à l'événement. <input type="checkbox"/> Assurer l'alignement des objectifs et des avantages mutuels pour toutes les parties prenantes.
3. THÈME ET SUJETS	<input type="checkbox"/> Choisissez un thème ou un sujet spécifique pertinent pour le secteur industriel ciblé. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que le contenu correspond aux intérêts et aux besoins des entreprises des anciens du GCIP et du public plus large de l'industrie.
4. SÉLECTION DES ORATEURS ET DES PANÉLISTES	<input type="checkbox"/> Identifier et inviter des conférenciers et des panélistes compétents issus du réseau GCIP et de l'industrie en général.
	<input type="checkbox"/> Assurer la diversité des expertises et des perspectives pour fournir des informations complètes.
5. PLANIFICATION COLLABORATIVE DE L'AGENDA	<input type="checkbox"/> Collaborer avec les partenaires de l'industrie pour planifier l'ordre du jour de l'événement sectoriel. <input type="checkbox"/> Assurez un mélange de discours, de tables rondes et de sessions interactives.
6. SENSIBILISATION DES PARTICIPANTS	<input type="checkbox"/> Contactez les entreprises diplômées du GCIP, les professionnels du secteur et d'autres participants potentiels. <input type="checkbox"/> Utiliser divers canaux de communication pour promouvoir l'événement.

EXÉCUTION DE L'ÉVÉNEMENT

7. SÉLECTION DU LIEU (VIRTUEL OU PHYSIQUE)	<input type="checkbox"/> Choisissez un lieu approprié pour l'événement, en tenant compte du fait qu'il sera virtuel ou physique. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que la plateforme ou le lieu choisi peut accueillir le nombre de participants prévu.
8. SESSIONS INTERACTIVES	<input type="checkbox"/> Concevez des sessions interactives pour encourager l'engagement et le réseautage. <input type="checkbox"/> Inclure des séances de questions-réponses, des discussions en petits groupes et des occasions pour les participants de partager leurs expériences.
9. PLEINS FEUX SUR LES PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE	<input type="checkbox"/> Offrir des créneaux horaires dédiés aux partenaires de l'industrie pour présenter leurs initiatives ou leurs services. <input type="checkbox"/> Autoriser des présentations, des démonstrations ou des discussions qui mettent en valeur leurs contributions au secteur.
10. OPPORTUNITÉS DE RÉSEAUTAGE	<input type="checkbox"/> Faciliter les opportunités de réseautage pour que les participants puissent se connecter entre eux et avec des partenaires de l'industrie. <input type="checkbox"/> Intégrez des séances de réseautage virtuelles ou physiques à l'ordre du jour.

11. ESPACE D'EXPOSITION OU DE VITRINE (EN OPTION)	<input type="checkbox"/> Le cas échéant, créez une zone d'exposition ou de vitrine où les partenaires de l'industrie peuvent présenter des produits, des technologies ou des services. <input type="checkbox"/> Permettez aux participants d'explorer et de s'engager avec ces offres.
12. COLLABORATIF ATELIERS (OPTIONNELS)	<input type="checkbox"/> Organiser des ateliers collaboratifs qui abordent des défis ou des opportunités spécifiques au sein du secteur. <input type="checkbox"/> Encouragez la participation et le brainstorming parmi les participants.

SUIVI APRÈS L'ÉVÉNEMENT

13. PARTAGE DES RESSOURCES	<input type="checkbox"/> Partagez les ressources, les présentations et les documents pertinents discutés lors de l'événement sectoriel. <input type="checkbox"/> Fournir une plateforme permettant aux participants d'accéder aux ressources post-événement.
14. PARTAGE DE CONTACTS	<input type="checkbox"/> Faciliter le partage des coordonnées entre les participants, les entreprises diplômées du GCIP et les partenaires de l'industrie. <input type="checkbox"/> Encourager une collaboration continue au-delà de l'événement.
15. COLLECTE DE COMMENTAIRES	<input type="checkbox"/> Recueillez les commentaires des participants, des partenaires de l'industrie et des entreprises diplômées du GCIP. <input type="checkbox"/> Utilisez les informations pour évaluer le succès de l'événement sectoriel et identifier les domaines à améliorer.
16. ENQUÊTES POST-ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Réaliser des enquêtes post-événement pour recueillir des informations sur les expériences des participants. <input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour informer les futurs événements du secteur et adapter le contenu aux préférences du public.
17. SUIVI OPPORTUNITÉS	<input type="checkbox"/> Fournir des informations sur la manière dont les participants peuvent assurer le suivi auprès des partenaires de l'industrie et des entreprises diplômées du GCIP. <input type="checkbox"/> Faciliter les présentations, le réseautage ou les opportunités de collaboration potentielles.

À l'aide de cette liste de contrôle, vous pouvez organiser des événements sectoriels qui renforcent efficacement la connectivité au sein d'un secteur spécifique, créent des collaborations significatives et favorisent un réseau dynamique au sein de la communauté GCIP et au-delà.

4.4. PAS INVERSÉS

Un pitch inversé est l'occasion pour un business angel, un fonds de capital-risque, une banque, un organisme subventionnaire, un investisseur institutionnel ou un programme de soutien gouvernemental de présenter son projet aux entrepreneurs présents, en personne ou en ligne. Il permet de dissiper toute confusion quant à l'orientation d'un investisseur, d'une banque, d'un organisme subventionnaire ou d'une entreprise en particulier.

En général, les entrepreneurs perdent un temps considérable à présenter leurs projets à un investisseur ou à une source de financement inappropriés, soit en raison d'une recherche incomplète de leur part, soit en raison de l'opacité du bailleur de fonds. **Un pitch inversé permet à un bailleur de fonds d'exposer clairement ses objectifs et ses critères d'investissement, réduisant ainsi les sollicitations inutiles de la part des entrepreneurs et élargissant son réseau.**

Les pitches inversés des bailleurs de fonds sont plus fréquents dans les écosystèmes entrepreneuriaux développés, caractérisés par une diversité d'investisseurs et une concurrence saine. **Dans les marchés émergents et les économies en développement, il convient d'inclure l'ensemble des sources de financement, des subventions aux prêts, en passant par les business angels et le capital-risque.** Il convient également de rechercher des bailleurs de fonds internationaux capables de présenter leurs projets en ligne, notamment s'ils privilégient les investissements à impact social et climatique.

L'objectif général des pitches inversés est de réduire l'ambiguïté autour des critères d'investissement et d'éliminer autant que possible l'interaction cloisonnée entre les bailleurs de fonds et les entrepreneurs.

À court terme, le succès des pitches inversés devrait être mesuré par le nombre d'interactions entre les entreprises des anciens du GCIP et les bailleurs de fonds. À plus long terme, toute activité d'investissement résultant de ces interactions devrait être suivie.

Organiser une séance de pitch inversé, où investisseurs et programmes de soutien présentent leurs projets aux entreprises des anciens du GCIP, est un excellent moyen de mettre ces entrepreneurs en contact avec des opportunités de financement et de soutien. *La liste de contrôle ci-dessous présente un aperçu des activités à prendre en compte lors de la planification d'une séance de pitch inversé.*

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DES TERRAINS INVERSÉS

<p>1. IDENTIFIER LES PARTICIPANTS INVESTISSEURS ET PROGRAMMES</p>	<p><input type="checkbox"/> Contactez les investisseurs providentiels, les fonds de capital-risque, les banques, les bailleurs de fonds, les investisseurs institutionnels et les programmes de soutien gouvernementaux.</p> <p><input type="checkbox"/> Confirmez leur participation et recueillez les informations pertinentes pour les présentations.</p>
<p>2. DÉFINIR LE FORMAT DU PITCH</p>	<p><input type="checkbox"/> Déterminez le format de chaque présentation (par exemple, la limite de temps, les informations clés à couvrir).</p> <p><input type="checkbox"/> Assurer un format standardisé pour plus de cohérence et d'efficacité.</p>
<p>3. CRÉER UN PROGRAMME D'ÉVÉNEMENT</p>	<p><input type="checkbox"/> Élaborez un ordre du jour détaillé décrivant la séquence des présentations et toutes les activités supplémentaires.</p> <p><input type="checkbox"/> Prévoyez du temps pour les questions-réponses, le réseautage et les discussions de suivi.</p>
<p>4. PROMOUVOIR L'ÉVÉNEMENT</p>	<p><input type="checkbox"/> Créez du matériel promotionnel et distribuez-le via les canaux pertinents.</p> <p><input type="checkbox"/> Tirez parti des médias sociaux, des newsletters par e-mail et des réseaux de partenaires pour maximiser la portée.</p>
<p>5. PROCESSUS D'INSCRIPTION</p>	<p><input type="checkbox"/> Mettre en place un processus d'enregistrement simplifié pour les investisseurs/programmes et les entreprises diplômées du GCIP.</p> <p><input type="checkbox"/> Collecter des informations essentielles à des fins de réseautage.</p>
<p>6. BIENVENUE ET INTRODUCTION</p>	<p><input type="checkbox"/> Accueillez chaleureusement tous les participants</p> <p><input type="checkbox"/> Présentez une introduction décrivant l'objectif et la structure de la séance de pitch inversé.</p>
<p>7. PITCHS INVESTISSEURS/PROGRAMMES</p>	<p><input type="checkbox"/> Attribuez des créneaux horaires spécifiques à chaque investisseur ou programme pour présenter son argumentaire.</p> <p><input type="checkbox"/> Inclure des informations clés telles que l'orientation de l'investissement, les critères et le processus de candidature.</p>

8. SÉANCES DE QUESTIONS-RÉPONSES	<input type="checkbox"/> Animer des séances de questions-réponses après chaque pitch.
	<input type="checkbox"/> Permettez aux entrepreneurs de poser des questions et de demander des éclaircissements.
9. TABLE RONDE (FACULTATIF)	<input type="checkbox"/> Organiser une table ronde avec tous les investisseurs et programmes participants. <input type="checkbox"/> Discutez des tendances plus larges de l'industrie, du paysage du financement et des opportunités de collaboration.
10. PAUSES RÉSEAU	<input type="checkbox"/> Prévoyez des pauses de réseautage pour permettre aux entrepreneurs d'entrer en contact avec des investisseurs et des programmes. <input type="checkbox"/> Offrir un espace virtuel ou physique pour des discussions informelles.
11. SÉANCE DE RÉTROACTION DU PITCH	<input type="checkbox"/> Organisez une session au cours de laquelle un panel ou des mentors donneront leur avis sur les présentations des entrepreneurs. <input type="checkbox"/> Proposez des idées sur la manière de rendre les présentations plus convaincantes pour les investisseurs potentiels.
12. REMARQUES DE CLÔTURE	<input type="checkbox"/> Concluez la séance de pitch inversé par des remarques de clôture. <input type="checkbox"/> Exprimez votre gratitude aux investisseurs, aux programmes et aux entrepreneurs pour leur participation.
13. SUIVI OPPORTUNITÉS	<input type="checkbox"/> Fournir des informations sur la manière dont les entrepreneurs peuvent assurer le suivi auprès des investisseurs et des programmes. <input type="checkbox"/> Partagez vos coordonnées et toutes les prochaines étapes spécifiques pour l'engagement.
14. COLLECTE DE COMMENTAIRES	<input type="checkbox"/> Recueillir les commentaires des investisseurs/programmes et des entrepreneurs. <input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour améliorer les événements futurs et améliorer l'expérience des participants.
15. RESSOURCES POST-ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Partagez des ressources pertinentes, telles que des diapositives de présentation, des coordonnées et des documents de financement/soutien supplémentaires. <input type="checkbox"/> Créez un plan de communication post-événement pour maintenir l'élan.

Ces activités peuvent garantir une session de pitch inversé bien organisée et percutante qui facilite les connexions significatives entre les entreprises des anciens du GCIP et les investisseurs potentiels ou les programmes de soutien.

5. ACTIVITÉS ANNUELLES POSTACCÉLÉRATEUR GCIP

5.1. CONNEXION INVESTISSEURS

Investor Connect est un événement destiné aux équipes de l'accélérateur GCIP et aux entreprises diplômées du GCIP. Il vise à établir des liens avec des investisseurs et des sources de financement appropriés. Depuis les premiers cycles du GCIP, plusieurs événements Investor Connect ont été

organisés pour informer les entrepreneurs sur l'éventail des investisseurs et faciliter la mise en relation avec des sources de financement adaptées au stade de développement, aux besoins en capital et à l'orientation sectorielle de l'entreprise diplômée du GCIP. Les événements Investor Connect se déroulent généralement en présentiel, mais avec une préparation adéquate, ils peuvent être virtuels.

Lors de la planification d'une session Investor Connect, il est essentiel de bien définir les attentes des entrepreneurs et des investisseurs. **Dans de nombreux cas, les projets GCIP sont trop précoces pour de nombreuses sources d'investissement en capital. Il convient donc de se concentrer sur le développement de relations et de contacts qui pourront être optimisés à mesure que l'entreprise franchira des étapes clés.**

Les entrepreneurs ne doivent pas s'attendre à quitter l'événement Investor Connect avec une simple feuille de route ou un chèque, mais avec un ensemble de contacts et d'informations utiles. De même, les investisseurs ne doivent pas croire que toutes les entreprises diplômées du GCIP qu'ils rencontrent commercialiseront des produits, généreront des revenus et se concentreront sur leur croissance.

La mise en relation entre entrepreneurs et investisseurs peut être rendue plus directement pertinente en veillant à ce que les entrepreneurs présents correspondent aux intérêts sectoriels, au profil de risque et au stade d'investissement des investisseurs présents.

En règle générale, lorsqu'une session Investor Connect réunit principalement des participants actuels de l'Accélérateur GCIP, il peut être nécessaire de s'assurer de la présence d'investisseurs providentiels supplémentaires. Pour une session réunissant des entreprises diplômées du GCIP ayant réussi (depuis un à trois ans), des contacts avec des investisseurs en capital-risque peuvent être plus pertinents.

ACTIVITÉS DE CONNEXION DES INVESTISSEURS

Une session de connexion avec les investisseurs peut durer de quelques heures à une journée entière. Cette différence de durée influence le nombre de rencontres (ou de cycles) pouvant être organisées entre les entrepreneurs et les investisseurs participants. Quelle que soit sa durée, une session de connexion avec les investisseurs se compose généralement des trois segments suivants :

□ INTRODUCTIONS

Les investisseurs présents se présentent brièvement (trois à quatre minutes par investisseur) pour décrire leur objectif d'investissement (par exemple, secteur technologique, stade de développement, etc.), la taille de transaction préférée et l'activité récente (par exemple, investissements récents, sociétés de portefeuille, etc.).

□ RENCONTRES INDIVIDUELLES PRÉSENTÉES

Après une explication du format et de la logistique, une série de courtes réunions individuelles (sept à dix minutes) sont organisées entre les investisseurs participants et les entreprises diplômées du GCIP.

Chaque réunion est organisée par l'unité de gestion de projet de l'accélérateur GCIP, les entrepreneurs passant d'un investisseur à l'autre à des heures précises. Les investisseurs sont assis ou debout à des tables numérotées individuellement, tandis que les entrepreneurs se déplacent entre elles selon leur planning de réunion (appelé « *carte de bal* »). Il est rappelé aux entrepreneurs de ne pas consacrer plus de deux à trois minutes à présenter leur projet et de se concentrer sur l'écoute des investisseurs pour recueillir leurs commentaires et établir des contacts potentiels. Idéalement, chaque entrepreneur participant devrait disposer des informations nécessaires. Grâce à Investor Connect, vous avez la possibilité de rencontrer au moins cinq ou six investisseurs. Un investisseur participant s'attend généralement à rencontrer huit entrepreneurs ou plus.

□ RÉUNIONS DE SUIVI

Après les rencontres organisées entre investisseurs et entrepreneurs, il est important de prévoir du temps pour des entretiens de suivi informels. Si la brève discussion initiale a suscité l'intérêt des deux parties, il est utile de pouvoir se rencontrer plus tard dans la journée pour discuter plus en détail de la présentation de l'entrepreneur ou d'autres informations.

2-3 MOIS À L'AVANCE

Choisissez un lieu (si présentiel), une date et une heure appropriés pour la session Investor Connect. Lors du choix du lieu, assurez-vous que l'espace peut accueillir un grand nombre de tables individuelles (par exemple, 20 ou plus) et qu'il offre suffisamment d'espace pour faciliter la circulation entre les tables et le réseautage.

- Une fois qu'un lieu et une date appropriés ont été identifiés, envoyez un e-mail « réservez une date » aux participants potentiels.
- Déterminez quelles sociétés GCIP seront invitées à la session Investor Connect et effectuez une analyse approfondie des besoins d'investissement du groupe.
- Recueillir des réponses via des questionnaires par courrier électronique et des appels directs 📞 Stratifiez les réponses obtenues en fonction du montant d'investissement requis, du type d'investissement nécessaire et des étapes clés associées.
- Sur la base des réponses recueillies auprès des entrepreneurs, identifiez le type d'investisseurs qui doivent être invités à la session Investor Connect en fonction de l'orientation sectorielle, du stade d'investissement, du profil de risque et de la taille typique du tour.

2 MOIS À L'AVANCE

- Sur la base des besoins de financement identifiés et des investisseurs requis, cartographiez les investisseurs locaux et les sources de capitaux au sein du réseau de l'UGP du GCIP, des parties prenantes et des partenaires.
- N'oubliez pas d'inclure non seulement les investisseurs en actions, mais aussi les sources de capitaux d'emprunt et les sources de financement alternatives, telles que les capitaux philanthropiques et les investisseurs institutionnels.
- Créez une liste d'investisseurs à inviter à l'événement Investor Connect.
Le personnel, les partenaires et les parties prenantes du PMU doivent désormais inviter activement les investisseurs à y assister.
- Simultanément, invitez les entrepreneurs intéressés à participer à soumettre un résumé d'une page et un bref aperçu de leurs besoins d'investissement actuels.

1 MOIS À L'AVANCE

- Évaluez le niveau d'intérêt et les confirmations de participation des investisseurs et autres bailleurs de fonds. Effectuez un suivi individuel par courriel et par téléphone, quand requis.
- Définir les entreprises d'anciens élèves du GCIP les plus appropriées pour y assister et confirmer leur présence.
- Assurez la liaison avec les entrepreneurs confirmés pour créer un court paragraphe d'introduction convaincant pour chaque entreprise à utiliser dans un document de présentation de l'événement.
- Travaillez également avec les entrepreneurs sélectionnés pour réviser les résumés exécutifs qui doivent être améliorés et préparez 4 à 5 diapositives qui pourraient être consultées lors des réunions individuelles Investor Connect.

1 SEMAINE À L'AVANCE

- Confirmez à nouveau la présence de tous les entrepreneurs et que les résumés et les courts diaporamas sont à jour et appropriés.
- Confirmez la présence du plus grand nombre possible d'investisseurs. Assurez un suivi par courriel et par téléphone auprès des investisseurs et autres bailleurs de fonds qui n'ont pas encore confirmé leur participation.
- Commencez à mettre en relation les investisseurs ayant confirmé leur candidature avec des entrepreneurs. Assurez le suivi auprès des investisseurs dont les préférences et les axes d'investissement sont inconnus ou flous.

3 JOURS À L'AVANCE

- Mettez à jour les correspondances entre investisseurs et entrepreneurs en fonction des derniers investisseurs à confirmer.

1 JOUR À L'AVANCE

- Finaliser les correspondances entre investisseurs et entrepreneurs en fonction des dernières confirmations de présence et des informations sur les préférences.
- Envoyez aux investisseurs par courrier électronique des résumés d'une page des entrepreneurs qu'ils doivent rencontrer le lendemain.

5.2. CONNEXION ENTREPRISE

Corporate Connect partage de nombreux processus logistiques avec Investor Connect, mais l'accent est mis sur la connexion des entrepreneurs aux grandes entreprises plutôt qu'aux investisseurs. Le principal défi de Corporate Connect est de s'adapter à la diversité des besoins et des rôles des entreprises. Par exemple, certaines d'entre elles disposent d'une branche d'investissement et envisagent donc d'investir dans des startups technologiques. En complément ou en complément, les entreprises peuvent rechercher de nouveaux fournisseurs auprès de startups de secteurs et de zones géographiques spécifiques afin d'atteindre les objectifs de diversification de leur chaîne d'approvisionnement fixés par les gouvernements nationaux ou régionaux, ou par l'entreprise elle-même. Elles peuvent également rechercher des partenariats technologiques avec des startups, que ce soit pour répondre à leurs besoins spécifiques, aux besoins de leurs clients ou pour fournir des solutions de suivi afin de soutenir leur offre de produits à l'international, notamment sur les marchés émergents. Certaines grandes entreprises disposent d'un système de veille technologique très développé. une infrastructure avec des représentants sur les principaux marchés, des programmes d'incubation et des réseaux d'accélération (par exemple le réseau Orange Fab développé par l'entreprise mondiale de télécommunications Orange Group).

Ainsi, contrairement à Investor Connect, **la préparation d'un Corporate Connect nécessite une analyse beaucoup plus approfondie des besoins et des priorités des participants.** Par exemple, une grande entreprise comme Samsung, Coca-Cola ou Repsol participant à une session Corporate Connect peut inviter plusieurs représentants de différents secteurs de l'entreprise, reflétant leurs différents objectifs en matière d'investissement, de partenariats, d'approvisionnement et d'incubation.

Une autre complexité supplémentaire pour Corporate Connect réside dans le fait que les entreprises participantes, issues du GCIP, devront présenter leur projet de manière adaptée à la discussion avec le représentant de l'entreprise. Par exemple, même s'ils appartiennent à la même entreprise, un gestionnaire d'investissement du fonds de capital-risque aura besoin d'informations différentes de celles d'un prospecteur technologique ou d'un gestionnaire de partenariats. Par conséquent, pour les événements Corporate Connect, il est essentiel que les entreprises participantes, issues du GCIP, comprennent parfaitement **à l'avance les priorités et les besoins de chaque entreprise et soient en mesure de proposer une présentation personnalisée pour chaque discussion.** Par conséquent, les sessions Corporate Connect devront être soigneusement conçues en fonction des besoins des entreprises participantes. Cela nécessitera généralement beaucoup plus de recherches et d'interactions avec les participants en amont qu'une session Investor Connect classique.

L'organisation d'un événement Corporate Connect avec de grandes entreprises nécessite une coordination rigoureuse afin de tenir compte de leurs divers objectifs d'investissement, de partenariat, d'approvisionnement et d'incubation. *La liste de contrôle ci-dessous présente un aperçu des activités à inclure lors de l'organisation d'un tel événement.*

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DE CORPORATE CONNECT

PLANIFICATION PRÉ-ÉVÉNEMENT

1. DÉFINIR LES OBJECTIFS DE L'ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Définissez clairement les objectifs de l'événement Corporate Connect. <input type="checkbox"/> Identifier les objectifs spécifiques liés à l'investissement, au partenariat, à l'approvisionnement et à l'incubation.
2. SÉLECTION DES PARTENAIRES D'ENTREPRISE	<input type="checkbox"/> Identifier et contacter les entreprises qui correspondent aux intérêts et aux secteurs d'activité des entreprises diplômées du GCIP.
	<input type="checkbox"/> Assurer la diversité des types d'entreprises, couvrant la technologie, les biens de consommation, l'énergie, etc.
3. IDENTIFIER LES REPRÉSENTANTS CLÉS	<input type="checkbox"/> Collaborer avec les sociétés participantes pour identifier les représentants clés des différents secteurs de l'entreprise. <input type="checkbox"/> Inclure des représentants du développement de l'entreprise, de l'innovation, des achats et des unités commerciales concernées.
4. SENSIBILISATION DES PARTICIPANTS	<input type="checkbox"/> Contactez les entreprises des anciens du GCIP et d'autres participants potentiels pour assister à l'événement. <input type="checkbox"/> Communiquer les diverses opportunités d'engagement avec les entreprises participantes.

EXÉCUTION DE L'ÉVÉNEMENT

5. PLANIFICATION DE L'AGENDA	<input type="checkbox"/> Collaborer avec les entreprises participantes pour planifier un programme diversifié. <input type="checkbox"/> Allouez des créneaux horaires spécifiques pour les présentations, les tables rondes et les sessions interactives.
6. SUJETS DE PRÉSENTATION DIVERSIFIÉS	<input type="checkbox"/> Inclure des présentations de représentants d'entreprises couvrant les opportunités d'investissement, les programmes de partenariat, les processus d'approvisionnement et les initiatives d'incubation. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que chaque représentant donne un aperçu de ses domaines d'intérêt respectifs.
7. TABLES RONDE	<input type="checkbox"/> Organiser des tables rondes réunissant des représentants de différents secteurs des entreprises participantes. <input type="checkbox"/> Couvrez des sujets liés à la collaboration, à l'innovation et aux opportunités potentielles pour les entreprises des anciens du GCIP.
8. SÉANCES DE QUESTIONS-RÉPONSES INTERACTIVES	<input type="checkbox"/> Prévoyez suffisamment de temps pour des séances de questions-réponses interactives après chaque présentation ou table ronde. <input type="checkbox"/> Encouragez les entrepreneurs à poser des questions et à demander des éclaircissements.

9. RÉSEAUTAGE OPPORTUNITÉS	<input type="checkbox"/> Animer des séances de réseautage pour permettre aux entreprises diplômées du GCIP d'entrer en contact avec des représentants des sociétés participantes. <input type="checkbox"/> Offrir des espaces virtuels ou physiques pour des discussions informelles.
10. VITRINE D'ENTREPRISE (FACULTATIF)	<input type="checkbox"/> Offrir un espace vitrine où les entreprises peuvent présenter leurs initiatives d'innovation, leurs produits ou leurs services. <input type="checkbox"/> Permettez aux entrepreneurs d'explorer et de s'engager avec les offres présentées.
11. SÉANCES DE MATCHMAKING	<input type="checkbox"/> Organiser des séances de jumelage pour faciliter les rencontres individuelles entre les entreprises diplômées du GCIP et les représentants des entreprises.
	<input type="checkbox"/> Associez les participants en fonction de leurs objectifs et de leurs intérêts.

SUIVI APRÈS L'ÉVÉNEMENT

12. PARTAGE DES RESSOURCES	<input type="checkbox"/> Partagez les ressources, présentations et documents pertinents discutés lors de l'événement Corporate Connect. <input type="checkbox"/> Fournir une plateforme permettant aux participants d'accéder aux ressources post-événement.
13. PARTAGE DE CONTACTS :	<input type="checkbox"/> Faciliter le partage des coordonnées entre les entreprises diplômées du GCIP et les représentants des entreprises. <input type="checkbox"/> Encourager une collaboration continue au-delà de l'événement.
14. COLLECTE DE COMMENTAIRES	<input type="checkbox"/> Recueillir les commentaires des participants, qu'ils soient entrepreneurs ou représentants d'entreprises. <input type="checkbox"/> Utilisez les informations pour évaluer le succès de l'événement et identifier les domaines à améliorer.
15. ENQUÊTES POST-ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Réaliser des enquêtes post-événement pour recueillir des informations sur les expériences des participants. <input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour informer les futurs événements Corporate Connect et adapter le contenu aux préférences du public.
16. SUIVI OPPORTUNITÉS	<input type="checkbox"/> Fournir des informations sur la manière dont les participants peuvent assurer le suivi auprès des représentants de l'entreprise. <input type="checkbox"/> Faciliter les présentations, le réseautage ou les opportunités de collaboration potentielles.
17. COMMUNICATION POST-ÉVÉNEMENT	<input type="checkbox"/> Envoyez une communication de suivi à tous les participants avec un résumé de l'événement, les principaux points à retenir et les prochaines étapes. <input type="checkbox"/> Encourager l'engagement et la collaboration continue entre les entreprises diplômées du GCIP et les partenaires commerciaux.

L'objectif est d'organiser un événement Corporate Connect réussi qui répond aux divers objectifs des projets d'études supérieures du GCIP et offre des opportunités d'engagement significatives avec les grandes entreprises.

5.3. VITRINE D'ENTREPRISE

Le Venture Showcase peut prendre différentes formes selon le nombre de startups participantes, leur stade de développement et le public visé. Quelle que soit sa taille, le Venture Showcase se compose généralement de deux activités principales :

PRÉSENTATIONS DE STARTUPS	EXPOSITIONS DE STARTUPS
Les présentations de startups peuvent prendre la forme d'un ascenseur axé sur les investisseurs pas (deux à trois minutes) ou une démonstration axée sur le produit (trois à cinq minutes).	Que ce soit par le biais de stands dédiés ou de sous-sections plus petites, l'intention est de Offrir aux startups participantes du GCIP l'occasion de présenter leurs produits et leur technologie. Cela pourrait
	inclure des exemples de produits ou des modèles illustratifs si la solution est trop grande pour exposition grandeur nature. Les versions précédentes de Les expositions de startups du GCIP comprenaient également des prototypes de véhicules électriques de toutes tailles.

En règle générale, une présentation d'entreprises se tient à l'issue de l'Accélérateur annuel du GCIP, parallèlement à la cérémonie de remise des prix. Cependant, une présentation d'entreprises **pourrait également avoir lieu à d'autres moments de l'année, en conjonction avec une grande conférence sectorielle ou d'autres événements thématiques de plus grande envergure, afin de mettre en avant les entreprises des anciens participants du GCIP.** Par exemple, le GCIP Malaisie a organisé une présentation de startups GCIP dans le cadre de la conférence annuelle IGEM, le plus grand salon professionnel des technologies vertes et des éco-produits du pays. Le Forum international de Vienne sur l'énergie et le climat de l'ONUDI 2023 disposait d'un espace dédié aux expositions afin de présenter des solutions innovantes, notamment celles soutenues par le GCIP. Il est important d'examiner si une présentation d'entreprises GCIP pourrait être organisée en collaboration avec des partenaires industriels à d'autres moments de l'année, au-delà de l'Accélérateur annuel du GCIP.

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DE LA VITRINE D'ENTREPRISE

3-4 MOIS À L'AVANCE

Choisissez un lieu, une date et une heure appropriés pour la présentation des entreprises. Lors du choix des lieux, déterminez si la présentation comprendra des présentations éclair, des démonstrations de produits et des expositions, ou seulement un ou plusieurs de ces éléments.

Portez une attention particulière aux besoins des entreprises exposantes, car ils augmenteront considérablement les besoins en espace et en temps du lieu. Demandez-vous si les exposants disposeront d'une simple table ou d'un stand spécifique avec accès à l'électricité et à la signalétique.

Si des présentations éclair et des démonstrations de produits sont nécessaires, déterminez si elles nécessitent une scène dédiée, ainsi que des mesures d'acoustique, de transmission sonore et de circulation du public. Par exemple, si les présentations éclair se déroulent dans le même espace que les expositions, il peut être difficile pour les entrepreneurs qui présentent leur projet et les exposants de se faire entendre.

Vérifiez que l'espace événementiel peut accueillir toutes les expositions potentielles et peut fournir des espaces événementiels supplémentaires (idéalement séparés) pour les présentations d'ascenseur, les démonstrations de produits et le réseautage.

Il est important de bien réfléchir à la possibilité d'organiser le Venture Showcase parallèlement ou au sein d'un événement existant. De nombreux pays GCIP ont déjà constaté que l'organisation d'un événement GCIP au sein d'une conférence nationale ou internationale offrait des avantages, tant en termes d'accès à l'espace événementiel que de taille du public.

- Une fois qu'un lieu et une date appropriés ont été identifiés, **envoyez un e-mail de « réservation de la date » aux participants potentiels.**
- Pensez aux entreprises du GCIP qui seront invitées à exposer et à présenter leurs projets.** S'agira-t-il uniquement de la cohorte actuelle ou également des entreprises des anciens participants ? La sélection se fera-t-elle selon le principe du « premier arrivé, premier servi » ou y aura-t-il des critères de sélection spécifiques ?
- Fixez une date limite pour que les entrepreneurs puissent postuler** pour participer au Venture Showcase.

- Déterminez si les partenaires et sponsors du projet souhaitent également exposer ou présenter lors de l'événement.** Clarifiez leur intérêt et calculez les besoins en termes d'espace et de calendrier.

2 MOIS À L'AVANCE

- En vous basant sur les exposants et les présentateurs actuels, **commencez à élaborer en détail le plan et le calendrier de l'événement.**
- Vérifiez toute la logistique sur le lieu prévu,** y compris le support audiovisuel et la restauration.
- Examinez les demandes d'entrepreneurs souhaitant présenter et exposer.** Sélectionnez les projets qui répondent à vos critères et qui proposent un espace disponible.
- Lancez des actions de sensibilisation auprès des investisseurs, des associations professionnelles, des incubateurs, des universités et des grandes entreprises.** N'oubliez pas d'impliquer vos partenaires dans toutes ces actions. Si votre Venture Showcase se déroule au sein ou à proximité d'un événement majeur tel qu'une conférence, étudiez les possibilités de promotion croisée.

1 MOIS À L'AVANCE

- Re-confirmer tous les exposants et entrepreneurs pitcheurs.**
- Créez une carte détaillée **du Venture Showcase** indiquant chaque exposant et les étapes de pitching.
- Développer **des activités de promotion croisée avec les partenaires de l'événement.**
- Assurez le suivi des invitations adressées aux investisseurs et aux grandes entreprises** afin d'accroître leur participation. Envisagez de proposer des espaces d'exposition ou des possibilités de prise de parole pour accroître la participation des investisseurs et des grandes entreprises.
- Recruter des bénévoles pour soutenir la logistique de l'événement,** y compris le bureau d'inscription et l'installation et le démontage de l'exposition.
- Confirmer qui sera l'hôte ou le maître de cérémonie** de la présentation. Confirmer et diffuser le programme des intervenants.
- Confirmez qui sera le **photographe et le vidéaste** de l'événement.
- Envoyez à tous les exposants confirmés une **description détaillée de leur espace d'exposition,** de leur emplacement précis et de ce qui est autorisé/non autorisé dans l'espace d'exposition.

1 SEMAINE À L'AVANCE

- Reconfirmer tous les présentateurs et exposants.**
- Générez des inscriptions supplémentaires de participants grâce **aux promotions des partenaires et à la sensibilisation sur les réseaux sociaux.**

3 JOURS À L'AVANCE

- Continuer à **générer une participation supplémentaire grâce à la sensibilisation sur les réseaux sociaux.**
- Demandez à tous les présentateurs **d'envoyer leurs diapositives** (le cas échéant) au moins un jour à l'avance.

1 JOUR À L'AVANCE

- Collectez et examinez tous les diaporamas des présentateurs (le cas échéant) et chargez-les sur l'ordinateur portable sur place.
- Vérifiez les inscriptions des participants et les exposants et présentateurs qui ont confirmé leur participation.
- Envoyez des courriels de rappel aux présentateurs et aux exposants concernant les limites de temps, les emplacements, les articles autorisés dans l'exposition, etc.

5.4. CAMP D'ENTREPRISES

Un Camp d'entreprises est une mini-conférence auto-organisée, basée sur le principe que les entreprises diplômées du GCIP sont souvent des experts sectoriels très compétents, dotés d'une expérience et d'une connaissance approfondie de leurs secteurs cibles. Un Camp d'entreprises invite les entreprises diplômées du GCIP à proposer des sujets clés qu'elles souhaitent aborder. Le groupe vote ensuite pour les sessions auxquelles elles souhaitent participer. Les sessions qui recueillent le plus de votes sont organisées dans la limite des places disponibles.

Les sessions les plus populaires peuvent se poursuivre tout au long de la journée ou être divisées en sessions plus ciblées. Les sessions moins populaires peuvent néanmoins se dérouler de manière informelle, en utilisant un espace ouvert et un horaire flexible. **L'objectif du Camp d'entreprises est de favoriser les échanges les plus importants que les entrepreneurs souhaitent avoir ce jour-là, en**

fonction de leurs propres priorités et de leurs choix, plutôt que de préjugés sur les sujets ou thèmes les plus pertinents pour les sessions.

Le concept du Camp d'entreprises s'inspire du BarCamp, une série de conférences technologiques organisées par les utilisateurs et initialement ouvertes au public, une alternative aux conférences exclusives et coûteuses sur invitation de la Silicon Valley. Le premier BarCamp Le BarCamp s'est tenu en 2005 à Palo Alto et a réuni 200 participants, axés sur les technologies web. Le concept a rapidement été appliqué à divers secteurs et zones géographiques, bien au-delà des technologies web de la Silicon Valley. À ce jour, des événements BarCamp ont eu lieu dans plus de 350 villes, le plus grand événement BarCamp enregistré ayant eu lieu en janvier 2023 à Yangon, au Myanmar, avec plus de 6 400 participants.

STRUCTURE DU CAMP VENTURE

Lors d'un Camp d'entreprises, les participants sont encouragés à initier ou à animer une session sur un sujet qui les intéresse. Il peut s'agir d'une question ou d'un problème spécifique (par exemple, lever des fonds de série A), d'un partage d'expériences (par exemple, sécuriser ses premiers clients) ou d'une expérience antérieure dans l'écosystème du capital-risque (par exemple, marketing efficace pour les startups sous-financées). Contrairement à une conférence classique, un Camp d'entreprises, comme tout événement BarCamp, s'auto-organisera autour des sujets qui intéressent le plus le groupe, tout en permettant la tenue d'autres échanges et discussions.

LES INGRÉDIENTS LES PLUS ESSENTIELS D'UN CAMP D'ENTREPRISES RÉUSSI COMPRENNENT :

- Au moins 50 participants engagés ou plus**, prêts à diriger ou à faciliter des sessions.
- Espace événementiel flexible** permettant d'organiser plusieurs sessions simultanément (par exemple, un espace événementiel principal plus cinq salles de sous-commission).
- Une participation diversifiée** qui s'étend au-delà des seuls entrepreneurs pour **inclure des mentors, des experts du secteur, des investisseurs**, etc.
- Acceptation que **toutes les opinions et perspectives doivent être entendues**, pas seulement celles des experts et des entrepreneurs les plus expérimentés.
- L'événement doit être **collaboratif et ouvert à tous**.

Les sessions, notes et présentations doivent être partagées en ligne. Contrairement à une conférence sectorielle classique de haut niveau avec des discussions informelles entre dirigeants, tous les participants doivent être encouragés à partager leurs discussions et leurs contenus en ligne.

EXEMPLE D'ORDRE DU JOUR D'UN CAMP D'ENTREPRISE

9h00-10h00	Présentations / Aperçu et Pitch de session / Sélection Les sessions les plus populaires sont attribuées à chacun des 24 créneaux d'événements disponibles			
10h00-10h30	<i>Casser</i>			
10h30-11h30	Séance 1A	Séance 1B	Séance 1C	Séance 1D
11h30-12h30	Séance 2A	Séance 2B	Séance 2C	Séance 2D
12h30-13h30	<i>Déjeuner de réseautage</i>			
13h30-14h30	Séance 3A	Séance 3B	Séance 3C	Séance 3D
14h30-15h30	Séance 4A	Séance 4B	Séance 4C	Séance 4D
15h30-16h00	<i>Casser</i>			

16h00-17h00	Séance 5A	Séance 5B	Séance 5C	Séance 5D
17h00-18h00	Séance 6A	Séance 6B	Séance 6C	Séance 6D
18h00-18h30	Réflexions et conclusion			
18h30-20h30	Soirée Accueil / Networking			

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DU CAMP VENTURE

2 MOIS À L'AVANCE

- Trouvez et confirmez un **emplacement approprié avec suffisamment d'espace, des salles de réunion, un support audio/visuel et un accès Internet.**
- Définir une **liste cible de thèmes ou de sujets avec les mentors du GCIP, les anciens élèves et les entrepreneurs actuels.**
- Créer un **groupe consultatif** composé de cinq à dix mentors, anciens élèves et entrepreneurs actuels du GCIP pour fournir des commentaires sur les thèmes, les intervenants potentiels et la sensibilisation.
- Identifiez les conférenciers potentiels** qui pourraient ancrer des pistes ou des thèmes spécifiques pendant le Camp d'entreprises (par exemple, l'ancien élève du GCIP ou l'investisseur en technologies propres le plus performant de votre pays).
- Contactez deux à quatre conférenciers potentiels qui pourraient prononcer un discours court** (10 minutes) **stimulant** sur un ou plusieurs des thèmes clés de votre entreprise.

Camp. Les occasions idéales pour les conférenciers principaux incluent le début de la journée, le début du déjeuner ou le début de la réception en soirée.

- Comptez les coûts des activités clés** telles que le support audiovisuel, la restauration et les frais de déplacement. Recherchez des financements pour les coûts non financés par votre budget d'activité GCIP.

1 MOIS À L'AVANCE

- Identifiez **les vidéastes et photographes appropriés** pour documenter toutes les sessions pendant le Camp d'entreprises.
- Recrutez des bénévoles pour participer à la logistique du Camp d'entreprises**, notamment l'organisation des sessions, l'encadrement des participants, l'inscription sur place, le nettoyage et la rédaction des comptes rendus de chaque session. En général, un ou deux bénévoles sont nécessaires pour chaque session. *Pour attirer des bénévoles, pensez à recruter dans les universités, les programmes d'entrepreneuriat ou les communautés de startups locales, où les étudiants et les entrepreneurs en herbe peuvent être désireux d'acquérir de l'expérience et de réseauter. En échange de leur soutien, les bénévoles pourraient bénéficier d'avantages tels qu'un accès gratuit aux sessions de l'événement, une attestation de participation, des opportunités de réseautage, des repas ou d'autres avantages pour enrichir leur expérience.*
- Créez un site Web pour le Camp d'entreprises** (ou une page Web dédiée au sein d'un site Web existant) **permettant l'inscription à l'événement** et permettant aux utilisateurs enregistrés de suggérer des idées de session et de voter sur des idées avant l'événement.
- Contactez les partenaires de l'événement** tels que les incubateurs, les concours d'entreprises, les universités et les groupes d'entrepreneurs pour faire connaître l'événement.
- Contactez à nouveau la communauté GCIP de votre pays** et demandez-leur de s'inscrire à l'événement et de le promouvoir auprès de leur réseau.
- Confirmez les conférenciers principaux** (le cas échéant) **et tous les prestataires de services de restauration** ou autres fournisseurs.

1 SEMAINE À L'AVANCE

- Vérifiez le nombre de participants inscrits à votre Camp d'entreprises.**
Le nombre et le type d'inscrits actuels correspondent-ils à vos objectifs ? Consultez votre comité de direction pour discuter des moyens d'accroître la visibilité et la participation.
- Passez en revue les conférenciers confirmés et suggérez des sujets.**
Y a-t-il des lacunes ? Collaborez avec le comité consultatif de l'événement pour recueillir des idées supplémentaires pour les sessions.
- Confirmer le calendrier et la disponibilité des bénévoles et de la restauration.**

1 JOUR À L'AVANCE

- Consultez les suggestions et les votes en ligne pour des sujets spécifiques.**
Si certains sujets semblent bien pensés et ont suscité un soutien et un intérêt significatifs de la part des participants inscrits (votes), envisagez d'organiser à l'avance certaines des premières sessions matinales avec les sujets les plus populaires. Confirmer que le responsable de la séance sera présent.
- Vérifiez la fréquentation** et assurez-vous que les inscriptions actuelles correspondent aux objectifs de votre événement et aux limites de capacité du lieu et de la restauration.

POST-ÉVÉNEMENT

- Après votre Camp d'entreprises, il est important de **contacter tous les participants pour les remercier de leur présence et leur demander de poursuivre les discussions initiées pendant la journée.** Les échanges peuvent être facilités par le biais de forums en ligne ou d'un groupe de discussion dédié sur LinkedIn ou un autre réseau social.
- Lorsque vous contactez les participants, il est également **essentiel de remercier les sponsors, les partenaires et les conseillers pour leur soutien.**
- Il est également essentiel d'**inclure des liens vers le contenu de l'événement**, notamment des résumés et des enregistrements de sessions. Certaines sessions du Camp d'entreprises peuvent se prêter moins à un résumé vidéo concis en raison de leur caractère informel et de la présence de plusieurs intervenants. Cependant, les conférenciers principaux constituent généralement un excellent sujet pour de courtes vidéos, faciles à diffuser après l'événement.



Image 3. Connecter pour le développement – Innover pour l'impact, événements conjoints entre TCS/ECA/JET et GLO/RFO/EUR, juin 2024. Crédit photo : UNIDO

6. ACTIVITÉS D'ACCÉLÉRATEUR POST-AVANCÉ

Bien que de nombreuses activités décrites dans les sections précédentes puissent s'avérer pertinentes pour les entrepreneurs en phase de développement, issus de l'Accélérateur Avancé GCIP, il est important de se concentrer sur le soutien le plus bénéfique compte tenu des capacités supplémentaires et des besoins spécifiques de ces entreprises. **Les diplômés de l'Accélérateur Avancé GCIP sont généralement des PDG fondateurs ou des PDG ayant récemment rejoint l'entreprise pour la mener à bien.** Contrairement aux entrepreneurs GCIP en début de développement, les diplômés de l'Accélérateur Avancé bénéficieront d'un chiffre d'affaires important, d'une clientèle croissante, d'une équipe conséquente et, très probablement, d'investisseurs. Par conséquent, **pour diriger une entreprise axée sur une croissance rapide, le temps et l'efficacité sont des facteurs clés.** Par conséquent, **toute activité post-Accélérateur Avancé doit tenir compte du temps limité dont disposeront ces PDG.**

6.1. GROUPE PDG

Le Groupe des PDG présente des similitudes avec le Groupe de pairs : il s'agit d'un groupe de soutien personnalisé. La différence réside dans le fait qu'il **s'adresse spécifiquement aux PDG de startups en phase de développement, issues de l'Accélérateur GCIP Advanced.** Contrairement au Groupe de pairs, qui privilégie l'autonomie, le Groupe des PDG propose des séances de groupe animées et des conseils individuels entre pairs, selon les besoins. Ces séances sont spécifiquement axées sur le développement et l'accompagnement des PDG participants, plutôt que sur les entreprises en général.

Les startups axées sur une forte croissance imposent de lourdes responsabilités et exigences à leurs PDG, et nombre d'entre eux constatent que leurs compétences, ainsi que leur endurance mentale et émotionnelle, sont mises à rude épreuve. Nombre de PDG fondateurs sont incapables de s'adapter aux exigences croissantes de leur rôle au sein d'une entreprise à forte croissance. **Les groupes de PDG sont conçus comme un mécanisme de soutien pour les PDG à un moment crucial du développement de leur entreprise.** Généralement, chaque groupe comprend des réunions mensuelles en ligne animées, un soutien individuel entre pairs, si nécessaire, et une retraite annuelle en présentiel.

De plus en plus, les principaux investisseurs en startups d'Europe et des États-Unis mettent en place des programmes de soutien par les pairs pour les PDG de leurs portefeuilles, qui incluent le bien-être mental, le réseautage et le développement des compétences. De nombreux investisseurs réunissent également les PDG de toutes leurs sociétés en portefeuille lors d'une retraite annuelle, souvent avec les commanditaires et les relations stratégiques.

Organiser un groupe de PDG pour les PDG de startups en phase de développement, issues de l'Accélérateur GCIP Advanced, implique de concevoir un environnement de travail bien pensé et stimulant, axé sur le développement professionnel et l'entraide des PDG participants. *La liste de contrôle ci-dessous présente un aperçu des activités à inclure dans la planification du groupe de PDG.*

LISTE DE CONTRÔLE DE PLANIFICATION DU GROUPE DES PDG

PLANIFICATION PRÉ-GROUPE

<p>1. DÉFINIR LES OBJECTIFS DU GROUPE DES PDG</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Définir clairement les objectifs du groupe de PDG, en mettant l'accent sur le développement et le soutien du PDG. <input type="checkbox"/> Identifiez des objectifs spécifiques tels que la croissance du leadership, la résolution de problèmes et l'apprentissage entre pairs.
<p>2. SÉLECTION DES PARTICIPANTS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Constituez un groupe de PDG de startups en phase de développement ultérieure diplômées de l'accélérateur avancé GCIP. <input type="checkbox"/> Tenez compte de la diversité des secteurs, des expériences et des défis.
<p>3. SÉLECTION DU FACILITATEUR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Identifier des animateurs expérimentés qui peuvent guider les discussions de groupe et soutenir le développement du PDG. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que les facilitateurs ont une expérience en coaching exécutif ou en mentorat.
<p>4. COMMUNICATION AVEC LES PDG</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Communiquez l'objectif, le format et les attentes du groupe de PDG auprès des PDG participants. <input type="checkbox"/> Soulignez le caractère confidentiel et solidaire du groupe.

STRUCTURE DU GROUPE

<p>5. SÉANCES DE GROUPE FACILITÉES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Planifiez des séances de groupe régulières animées où les PDG peuvent discuter des défis, partager leurs expériences et recevoir des conseils. <input type="checkbox"/> Séances axées sur des sujets tels que les compétences en leadership, la prise de décision et la planification stratégique.
<p>6. CONSEILS INDIVIDUELS PAR LES PAIRS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Offrir aux PDG des opportunités de se connecter individuellement pour obtenir des conseils personnalisés entre pairs, selon les besoins. <input type="checkbox"/> Encourager une culture de communication ouverte et de collaboration entre les PDG.
<p>7. ORDRE DU JOUR STRUCTURÉ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Élaborez un ordre du jour structuré pour chaque séance de groupe, comprenant du temps pour des discussions ouvertes, des conseils entre pairs et un apprentissage ciblé. <input type="checkbox"/> Alternez les sujets pour couvrir divers aspects du développement des PDG.

8. CONFÉRENCIERS INVITÉS (FACULTATIF)	<input type="checkbox"/> Envisagez d'inviter des conférenciers invités, tels que des PDG expérimentés ou des experts du secteur, pour partager leurs idées et leur expertise avec le groupe. <input type="checkbox"/> Assurez-vous que les sessions restent interactives et pertinentes pour les Les besoins des PDG.
--	---

EXÉCUTION DE L'ÉVÉNEMENT

9. DIRECTIVES DE CONFIDENTIALITÉ	<input type="checkbox"/> Établissez des directives de confidentialité claires pour créer un espace sûr où les PDG peuvent discuter ouvertement des défis. <input type="checkbox"/> Soulignez l'importance de la confiance au sein du groupe.
10. ACTIVITÉS BRISE-GLACE	<input type="checkbox"/> Intégrez des activités brise-glace au début des sessions pour favoriser la camaraderie entre les PDG. <input type="checkbox"/> Encourager une atmosphère ouverte et collaborative.
11. DISCUSSIONS D'ÉTUDES DE CAS	<input type="checkbox"/> Facilitez les discussions sur des études de cas où les PDG peuvent analyser les défis du monde réel auxquels sont confrontés leurs pairs. <input type="checkbox"/> Encourager la résolution de problèmes et la prise de décision collaborative.
12. FIXATION D'OBJECTIFS	<input type="checkbox"/> Accordez du temps aux PDG pour définir des objectifs personnels et professionnels lors des séances de groupe. <input type="checkbox"/> Encourager la responsabilisation et le suivi des progrès.

SUIVI POST-GROUPE

13. PARTAGE DES RESSOURCES	<input type="checkbox"/> Partagez les ressources, articles et outils pertinents discutés lors des séances de groupe. <input type="checkbox"/> Fournir une plateforme permettant aux PDG d'accéder à des documents supplémentaires après la session.
14. COLLECTE DE COMMENTAIRES	<input type="checkbox"/> Recueillir les commentaires des PDG participants sur leurs expériences et l'impact du Groupe de PDG sur leur développement. <input type="checkbox"/> Utilisez les informations pour améliorer continuellement la structure et le contenu du groupe.
15. ENQUÊTES POST-GROUPE	<input type="checkbox"/> Réalisez des enquêtes post-groupe pour recueillir des informations sur les expériences des participants et des suggestions pour les sessions futures. <input type="checkbox"/> Utilisez les commentaires pour éclairer la planification future du groupe PDG.
16. OPPORTUNITÉS DE RÉSEAUTAGE ENTRE PAIRS	<input type="checkbox"/> Faciliter les opportunités de réseautage entre les PDG au-delà des sessions de groupe. <input type="checkbox"/> Encourager la collaboration et le soutien continu au sein de la communauté des PDG.
17. OPPORTUNITÉS D'APPRENTISSAGE CONTINU	<input type="checkbox"/> Offrir des opportunités d'apprentissage continu, telles que des webinaires ou des ateliers, qui correspondent aux besoins et aux intérêts des PDG.

	<input type="checkbox"/> Favoriser une culture de développement continu professionnel développement.
--	--

Grâce à cette liste de contrôle, vous pouvez créer un groupe de PDG performant, offrant un environnement personnalisé et stimulant aux PDG de startups en phase de développement. L'accent mis sur le développement des PDG et le soutien par les pairs contribuera à la croissance et à la réussite des dirigeants participants et de leurs entreprises.





Vienna International Centre
Wagramerstr. 5, P.O. Box 300,
A-1400 Vienna, Austria



+43 1 26026-0



www.unido.org



unido@unido.org



**ORGANISATION DES NATIONS UNIES
POUR LE DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL**