



# CURRICULUM

**Commencez Votre Propre Entreprise Alimentaire**  
Secteur Agroalimentaire

VERSION

# FRANÇAISE

## Avant-propos

Ce programme a été développé en tant que résultat principal du projet financé par Erasmus + "[Advancing Women in Agri-Food Rural Environments \(AWARE\)](#)". Ce projet est mené par Atlantic Technological University Galway, Irlande, en partenariat avec Macra n / A Feirme , Irlande, Confédération italien Agricoltori Toscana (CIA Toscana), Italie, The Polish Farm Advisory and Training Centre, Pologne, University of Bedfordshire, Royaume-Uni et Propel Europe, Belgique.

L'objectif principal du projet *AWARE* est de soutenir la croissance des femmes entrepreneures en développant le cours de formation en ligne "Démarez votre propre entreprise alimentaire", des ressources de mentorat et divers documents supplémentaires créés spécifiquement pour répondre aux besoins uniques des femmes dans le secteur agroalimentaire. . Ce projet dotera les femmes actuelles et futures du secteur agroalimentaire des connaissances, des compétences et de la confiance nécessaires pour concrétiser leurs concepts commerciaux.

L'équipe du projet a effectué des recherches initiales avec des femmes entrepreneurs du secteur alimentaire à travers l'Europe dans le cadre d'un précédent projet Erasmus+ *Éduquer pour innover* . Les résultats de cette recherche ont indiqué que les femmes de toute l'Europe impliquées dans le secteur agroalimentaire ont des besoins de formation très différents de ceux de leurs homologues masculins. Des études antérieures ont montré que les femmes considèrent souvent le mentorat comme plus important que les hommes. Ils montrent également une amélioration significativement plus importante du développement professionnel grâce au mentorat ; cependant, les femmes sont moins susceptibles d'avoir des mentors ou de recevoir un mentorat officiel au début de leur carrière que les hommes (Cross et al., 2019). En reconnaissance de ces différences, ce programme sera conçu pour répondre spécifiquement aux défis auxquels les femmes sont actuellement confrontées en tant qu'entrepreneurs dans le secteur agroalimentaire. Les femmes auront accès à une formation entrepreneuriale spécifiquement adaptée et recevront les informations nécessaires pour développer une compréhension approfondie de l'importance de s'engager avec un ou plusieurs mentors d'affaires tout au long de leur entreprise. Cela contribuera à son tour à répondre au besoin sociétal d'engager les femmes dans l'agroalimentaire, réduisant ainsi davantage l'écart entre les sexes en matière d'entrepreneuriat présent dans le secteur.

Ce programme, ainsi que les résultats de projet associés, offriront aux femmes un accès à une formation entrepreneuriale en ligne pour soutenir leur désir de démarrer ou de développer davantage leur entreprise liée à l'agroalimentaire en Europe. Le secteur agricole est l'un des principaux producteurs mondiaux de produits alimentaires. Il garantit la nourriture, les emplois et la sécurité du logement, servant de base majeure pour l'emploi, les loisirs et le tourisme partout. Avec ces impacts sociétaux bénéfiques à l'esprit, il est impératif que cette tradition soit cultivée.

<b>TABLE DES MATIÈRES</b>	
<b>APERÇU</b>	3
<b>BUT ET OBJECTIFS DU COURS</b>	3
<b>RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE</b>	4
<b>RECOMMANDATIONS POUR LE DÉVELOPPEMENT DES COURS</b>	5
<b>DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT</b>	5
<b>PEDOGOGIE</b>	6
<b>MÉTHODES D'ÉVALUATION</b>	7
<b>MENTORAT</b>	7
<b>RECHERCHE</b>	8
<b>MODULE UN</b>	10
<b>MODULE DEUX</b>	17
<b>MODULE TROIS</b>	29
<b>MODULE QUATRE</b>	34
<b>ANNEXE</b>	
- <b>Annexe 1</b> – Analyse du sondage	40
- <b>Annexe 2</b> – Ressources	53

## APERÇU DU COURS

<b>Titre de cours</b>	Commencez votre propre entreprise alimentaire
<b>Niveau</b>	CEC Niveau 5
<b>Pondération</b>	30 crédits
<b>Méthode de livraison du cours</b>	Apprentissage mixte
<b>Heures théoriques</b>	100 heures pour 10 crédits

### Objectif du cours

L'objectif global du projet est de soutenir la croissance des femmes entrepreneurs dans le secteur agroalimentaire par la formation et le mentorat. Cet objectif sera atteint grâce à l'élaboration de ce programme détaillé et des résultats de projet associés. Le programme assurera le développement d'un cours en ligne qui abordera spécifiquement les défis auxquels les femmes sont confrontées en tant qu'entrepreneures dans le secteur agroalimentaire. Le programme a également été éclairé par des femmes du secteur agroalimentaire qui ont participé à un sondage en ligne sur les étapes de développement de leur entreprise.

Le programme d'études :

1. Est informé par l'industrie avec des contributions d'entrepreneurs du secteur alimentaire, de mentors d'affaires et de la communauté agroalimentaire au sens large,
2. Prévoit le développement d'un cours en ligne accessible aux femmes et aux éducateurs de l'agroalimentaire à travers l'Europe,
3. Favorise le mentorat pour les femmes du secteur agroalimentaire,
4. Reconnaît la nécessité de soutenir les femmes dans le secteur en adaptant spécifiquement l'éducation pour répondre à leurs besoins.

### Objectifs du cours

1. Offrir une éducation accessible qui réponde aux besoins spécifiques de formation des femmes en agroalimentaire,
2. Augmenter les revenus des femmes entrepreneurs alimentaires,
3. Sensibiliser à la nécessité de soutenir adéquatement la croissance des femmes dans le secteur agroalimentaire,
4. Identifier et sensibiliser aux obstacles et défis spécifiques auxquels les femmes sont confrontées dans le secteur agroalimentaire,
5. Promouvoir le mentorat pour les femmes du secteur agroalimentaire,
6. Augmenter le nombre de femmes mentors/mentorées,

7. Enseigner les compétences en transformation, logistique, régulation et numérique aux femmes du secteur agroalimentaire,
8. Établir des compétences clés de communication, personnelles et interpersonnelles et développer les compétences entrepreneuriales des femmes du secteur agroalimentaire,
9. Enseigner les compétences en affaires/TIC aux femmes du secteur agroalimentaire,
10. Sensibiliser à l'alimentation durable à travers des compétences entrepreneuriales pour les femmes du secteur agroalimentaire,

### Résultats d'apprentissage

Ce cours adopte l'approche consistant à combiner des compétences pertinentes pour l'industrie avec le développement de compétences non techniques liées à l'amélioration de l'esprit d'entreprise chez les participants. Le cours renforce les connaissances et le savoir-faire de l'entrepreneuriat à travers les sujets décrits, mais le style d'enseignement de l'apprentissage expérientiel et basé sur les défis améliore la compétence des participants pour l'entrepreneuriat et donc l'exécution de l'entreprise. Cette approche nécessite un environnement d'apprentissage non traditionnel qui associe des techniques d'enseignement et d'évaluation. L'apprentissage par les pairs et par l'expérience est au cœur des modules, avec une facilitation adéquate jouant un rôle important dans l'apprentissage de l'étudiant plus que le style traditionnel de cours magistral.

Au terme de la formation, les apprenants seront capables de :

- Identifier et comprendre les barrières et défis auxquels sont confrontées les femmes dans le secteur agroalimentaire,
- Reconnaître les lacunes dans l'enseignement agricole et être conscient des opportunités d'apprentissage pour les femmes,
- Identifier les compétences spécifiques requises pour devenir une femme entrepreneure en agroalimentaire,
- Démontrer une compréhension claire des principes de marketing pour lancer une entreprise alimentaire en démarrage en tant que femme,
- Identifier les besoins du marché, le modèle économique le mieux adapté au produit ou service, et les modalités d'accès au financement,
- Développer une prise de conscience du processus de pensée créative et la capacité de démontrer une compréhension et une utilisation suffisante d'une gamme d'outils et de techniques d'affaires,
- Développer la notoriété de la marque, ainsi qu'une image et une plate-forme sociales pour

engager un public à l'aide des médias sociaux,

- Apprenez à vous engager avec un mentor et à comprendre les principales caractéristiques et les avantages du mentorat,
- Acquérir les compétences de base du secteur alimentaire nécessaires à la création d'entreprise et à l'innovation,
- Être doté des connaissances essentielles en nutrition, législation et sécurité alimentaire, allégations de santé, étiquetage des produits, emballage et développement.

## RECOMMANDATIONS POUR LE DÉVELOPPEMENT DES COURS

L'objectif général du programme est d'aider les formateurs de l'EFPP à dispenser un enseignement spécifiquement adapté pour répondre aux besoins de formation des femmes dans le secteur agroalimentaire. Le principal résultat du cours sera le développement de modules qui soutiennent les femmes entrepreneurs dans la croissance et le développement de leur esprit d'entreprise et de leur auto-efficacité qui peuvent être appliqués aux entreprises alimentaires actuelles ou nouvelles. L'archétype de l'étudiant peut aller d'une agricultrice / productrice alimentaire qui n'a pas les compétences entrepreneuriales nécessaires pour développer des opportunités progressives à celles qui souhaitent explorer l'industrie alimentaire comme option de travail indépendant. Le cours de formation devrait adopter l'approche consistant à combiner des compétences pertinentes pour l'industrie avec le développement de compétences non techniques pour garantir qu'à la fin du cours, les participants ont une confiance accrue dans un éventail de compétences pertinentes liées à l'amélioration de l'esprit d'entreprise chez les femmes. L'introduction de l'apprentissage expérientiel et basé sur les défis améliorera la compétence des participants en matière d'entrepreneuriat et donc d'exécution d'entreprise. Dans sa structure, le cours doit être programmé pour faciliter l'apprentissage pratique en atelier avec un élément d'apprentissage autodirigé que les étudiants doivent entreprendre entre les sessions. Idéalement, le cours de formation devrait s'éloigner de la théorie - style d'enseignement traditionnel lourd et incorporer une approche flexible par les pairs qui facilite les besoins des apprenants.

### Développement de l'entrepreneuriat

Les entrepreneurs ont un état d'esprit unique qui leur permet de visualiser de nouvelles idées, de les appliquer et d'agir pour exploiter l'opportunité qui mène au changement pour l'entrepreneur ou la société en général. Ils jouent un rôle clé dans l'emploi, l'innovation et le changement dans la société. Les entrepreneurs perçoivent qu'ils sont des preneurs de risques et très motivés, mais leur état d'esprit est beaucoup plus analytique et composé par rapport aux autres dans la société. Les

entrepreneurs jouant un rôle si important dans la société européenne, il est essentiel que cet état d'esprit unique soit nourri. L'entrepreneuriat est un processus créatif du développement d'idées à l'exécution. L'efficacité de ce processus comme tout autre peut être améliorée chez les étudiants en créant un environnement d'apprentissage plus pratique.

Ce processus entrepreneurial nécessite à la fois le développement de compétences techniques et non techniques et les deux doivent être nourris dans le cours de formation. La résilience est une compétence non technique courante requise pour mettre en œuvre une nouvelle idée ou une nouvelle entreprise. Grâce à la création d'un environnement d'apprentissage basé sur les défis/pratiques, les étudiants seront exposés à des situations qui les sortiront complètement de leur zone de confort. Grâce à des pratiques de facilitation et de réflexion, les étudiants prendront conscience de leur niveau de résilience, ce qui leur donnera une solide plate-forme de compétences pour entreprendre une nouvelle entreprise. Cet exemple peut être reproduit pour de nombreux autres développements de compétences générales et techniques.

### Pédagogie pertinente au cours

Le cours utilisera une approche mixte pour sa prestation et la réalisation des résultats d'apprentissage.

#### Apprentissage expérimentale

Cela engagera l'élève dans des scénarios d'apprentissage par la pratique dans un environnement stimulant mais sûr.

#### Apprentissage entre pairs

Avec une animation efficace, la dynamique de groupe sera nourrie pour promouvoir un environnement d'apprentissage par les pairs et une approche communautaire du développement.

#### Conférence

Les cours magistraux de style traditionnel seront utilisés, mais dans une faible proportion par rapport à l'ensemble du contenu du cours.

#### Faciliter

Une animation efficace du groupe déterminera une partie importante des résultats d'apprentissage. Les animateurs guideront et permettront les discussions, les débats et les interactions des élèves pour aider le groupe à atteindre les objectifs d'apprentissage.

#### Reflétant

La pratique de la réflexion sera courante dans ce programme pour s'assurer que les étudiants analysent leur relation avec le contenu et le contexte du programme.

## Méthodologies d'évaluation

L'évaluation de la pensée entrepreneuriale est difficile, le consensus concernant une méthode d'évaluation standard faisant toujours défaut.

### Documents de réflexion

Les étudiants rempliront un document de réflexion en relation avec leurs expériences personnelles et leurs idées sur les sujets du cours. En raison de la nature personnelle de ces documents, les réponses varieront considérablement. Ces documents de réflexion seront notés sur une base de réussite ou d'échec.

### Rapport de projet

Un rapport de projet d'industrie de groupe est recommandé comme pratique pour soutenir et encourager la dynamique d'équipe. Ce rapport essentiel comprendra des descriptions détaillées des méthodologies de projet, leurs résultats souhaités et des recommandations pour leur amélioration. Ceci sera évalué sur une base de pourcentage avec chaque section individuelle recevant sa propre note. Toutes les notes individuelles des sections seront ensuite compilées pour déterminer la note finale. Sections comprendront une discussion détaillée, prouvant une compréhension approfondie, de l'entreprise d'accueil et de ses enjeux potentiels, des explications sur diverses solutions innovantes et leur pertinence pour l'entreprise, ainsi qu'une note globale pour la qualité du rapport.

### Présentations de projets

Chaque étudiant fera une présentation sur son rapport de projet. Ces présentations seront évaluées sur leur contenu, sa pertinence par rapport au sujet et les compétences générales de présentation du présentateur. Le marquage du contenu dépendra des informations incluses, de l'utilisation des aides visuelles d'accompagnement et de la capacité de chronométrage des présentateurs.

### Évaluations continues

Les évaluations continues tout au long de ce programme comprendront des questions sur les grandes lignes des compétences spécifiques à l'industrie dans le module 4. Chaque compétence industrielle pertinente sera désignée par son propre examen d'évaluation continue individuel.

## Mentorat<sup>1</sup>

Les mentors jouent un rôle essentiel dans le soutien de la croissance et du développement des femmes entrepreneurs dans les secteurs agroalimentaires, et c'est une considération clé du projet AWARE. Dans cet esprit, une telle relation entre le mentor et le mentoré constitue une partie importante de ce cours de formation. La formation des acteurs du secteur agroalimentaire sur la mesure dans laquelle le processus de mentorat a un impact positif sur la capacité des mentorés à développer et à

<sup>1</sup> Annexe 2 Ressource de mentorat



maintenir leur entreprise en est un élément essentiel. En augmentant la prise de conscience des effets bénéfiques substantiels de cette relation, les femmes peuvent être encouragées à participer à un tel processus. Pour les femmes en particulier, ce processus offre des conseils tout en naviguant sur les obstacles spécifiques auxquels elles sont confrontées dans ce domaine. De plus, cette relation peut renforcer leur confiance en soi et leur degré de dialogue intérieur positif, ce qui améliorera par la suite leurs performances. La prestation réussie de ce cours et de ses modules individuels dépendra de la disponibilité de mentors externes et d'entrepreneurs issus de la communauté agroalimentaire. Ce n'est qu'avec une contribution et une implication suffisante de ces sources externes tout au long de la prestation de ce cours qu'il sera possible pour les participants d'acquérir une vision et une compréhension véritables et détaillées du domaine agroalimentaire, un aspect essentiel pour soutenir leur développement, leur croissance et leur succès.

## Recherche

Le programme et le matériel supplémentaire inclus dans ce cours de formation ont été éclairés par la conduite de recherches primaires, complétées par le consortium du projet. Les informations résultantes ont été rassemblées et les résultats pris en compte lors de l'élaboration de ce cours. De telles recherches fournissent aux éducateurs une compréhension approfondie des besoins de formation et des défis commerciaux du personnel agroalimentaire. Cela garantit que le cours qui en résulte est spécifiquement développé en réponse aux besoins des apprenants et met en évidence les défis et les obstacles communs auxquels ces personnes sont souvent confrontées. Cependant, il est essentiel de reconnaître que le secteur agroalimentaire est dynamique et rapide, exigeant que ses cours d'éducation et de formation connexes soient continuellement révisés et affinés pour s'assurer qu'ils reflètent fidèlement l'industrie actuelle.

## DÉMARREZ VOTRE PROPRE ENTREPRISE ALIMENTAIRE - COURS DE FORMATION EN LIGNE

Le cours sera composé de **4 modules**:

1. **Femmes en Agroalimentaire** - Ce module établira et explorera la pléthore de défis auxquels les femmes sont confrontées dans le secteur agroalimentaire à prédominance masculine.
2. **Reconnaissance des opportunités dans le secteur agroalimentaire** - Ce module présentera les opportunités offertes aux apprenants. Cela inclut, mais sans s'y limiter, la reconnaissance des opportunités, la modélisation et le financement d'entreprises réussies, le développement d'une pensée innovante, la sensibilisation à la marque, l'établissement d'une identité sur les réseaux sociaux et l'amélioration des stratégies d'engagement du public.
3. **Le rôle du mentor** - Ce module comprendra des sujets relatifs à la façon dont les meilleurs apprenants peuvent identifier et s'engager avec un mentor ainsi que les rôles et responsabilités du mentor et du mentoré, et les exigences pour occuper l'un ou l'autre poste.
4. **Compétences spécifiques au secteur alimentaire** - Ce module fournira aux apprenants des informations sur la réglementation alimentaire, la nutrition et les tests de développement de produits, tels que les méthodologies sensorielles, d'étiquetage et d'emballage, ainsi que les critères essentiels de qualité et de sécurité des aliments.

**Module 1 : Femmes en Agroalimentaire**  
7,5 ECTS (75 heures théoriques)

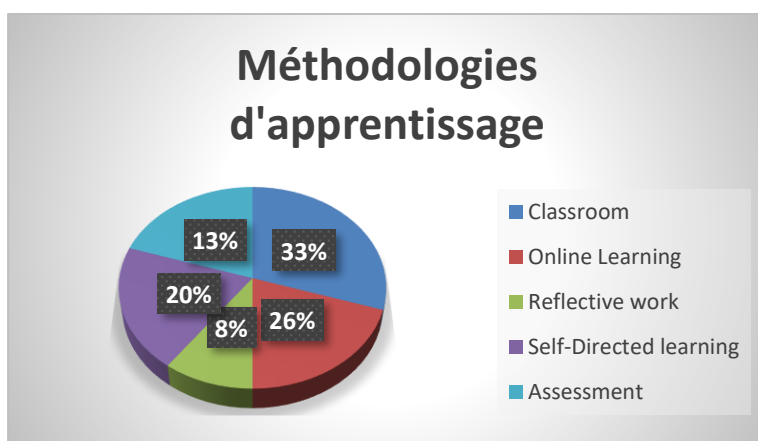
Ce module se compose de 3 sessions individuelles, visant ensemble à aborder les défis et les obstacles rencontrés par les femmes dans le secteur agroalimentaire, qui est actuellement dominé par les hommes. Il fournit également aux participantes les compétences non techniques nécessaires pour que les femmes deviennent des entrepreneurs et met en évidence les opportunités qui s'offrent à elles lors du démarrage de leur propre entreprise agroalimentaire.

Ce module se compose de trois sessions individuelles qui partagent l'objectif primordial de relever les défis et les obstacles auxquels sont confrontées les femmes au sein du secteur agroalimentaire, un secteur fortement dominé par les hommes. Ce module fournira également aux apprenants les compétences non techniques pertinentes jugées nécessaires pour que les femmes réussissent à se lancer dans le secteur agroalimentaire. De plus, ce module mettra en évidence les principales opportunités offertes aux femmes au cours des premières phases de leur entreprise agroalimentaire.

**À la fin du module, les étudiants:**

1. Avoir acquis une compréhension approfondie des principaux défis et obstacles que les femmes du secteur agroalimentaire considèrent comme dissuasifs.
2. Avoir développé une compréhension détaillée des connaissances et des compétences essentielles à développer pour travailler dans le secteur agroalimentaire, et des opportunités disponibles aux premières phases de leur entreprise.
3. Être équipé des compétences nécessaires pour devenir une femme entrepreneure prospère, et comment améliorer au mieux ces compétences.

**Méthodologies d'apprentissage**



Méthodologies d'apprentissage	Total Heures
Salle de classe	25
Apprentissage en ligne	20
Travail de réflexion	5
Apprentissage autonome	15
Évaluation	dix
<b>Total:</b>	<b>75</b>

**Structure des modules**

Séances	Titre	Semaine
1	Identifier les obstacles pour les femmes dans le secteur agroalimentaire	1
2	Développement de compétences	1, 2
3	Comment démarrer une entreprise agroalimentaire	3,

**Session 1 : Identifier les obstacles pour les femmes dans le secteur agroalimentaire**

**Description**

Cette session identifie et explore les défis spécifiques auxquels les femmes sont confrontées dans le secteur agroalimentaire. Le module vise à fournir aux étudiants les compétences spécifiques dont ils ont besoin pour surmonter ces défis.

L'objectif de cette session est d'identifier et d'explorer la myriade de défis sexospécifiques auxquels les femmes sont confrontées dans le secteur agroalimentaire. En réponse aux défis établis, les apprenants recevront suffisamment de compétences pertinentes pour contrer et surmonter ces obstacles.

**Résultats d'apprentissage**

A l'issue de la première session, les étudiants :

- Avoir la capacité d' identifier les obstacles et les défis sexospécifiques auxquels les femmes sont confrontées dans le secteur agroalimentaire,
- Posséder une connaissance et une compréhension suffisantes de la meilleure façon de surmonter les facteurs de dissuasion spécifiques au genre susmentionnés dans le secteur agroalimentaire,
- Avoir la capacité de mettre en œuvre de manière adéquate les compétences non techniques entrepreneuriales dans leurs pratiques.
- Être en mesure de reconnaître les opportunités de soutien à leur entreprise agroalimentaire.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources externes pertinentes
<b>Identifier les barrières:</b> Recherche, Enquête, Études de cas, Politique, Les soutiens.	Conférences en ligne, salle de classe cours magistraux, apprentissage autodirigé.	Analyse d'enquête, Discussions de groupe de discussion Discussions de groupe Conférenciers invités Visites de l'industrie	<a href="#">Défis auxquels les femmes sont confrontées dans les affaires en 2021</a>  <a href="#">Le statut professionnel des femmes dans l'UE</a>  <a href="#">Changer les préjugés sexistes dans l'agriculture</a>  <a href="#">Les femmes sur le terrain   Commission européenne</a>  <a href="#">Bienvenue sur https://wegate.eu/WEgate https://wegate.eu/- Portail européen de l'entrepreneuriat féminin</a>

<p><b>Compétences entrepreneuriales:</b> Identifier les traits, Auto-évaluation.</p>	<p>Conférences en ligne, Analyse matérielle complémentaire.</p>	<p>Conférencier invité - Profil vidéo de l'entrepreneur alimentaire local, Identification des traits de personnalité, Analyser d'autres entrepreneurs, Auto-évaluation, Études de cas, Résolution de problème, Examen des matériaux.</p>	<p><u><a href="#">Femmes entrepreneurs</a></u></p> <p>Burns, P. (2022) Entrepreneurship and Small Business. London, England: Red Globe Press. Chapitres 1 et 4</p> <p><u><a href="http://ecorner.stanford.edu/videos/365/What-are-the-Best-Qualities-of-Successful-Entrepreneurs">http://ecorner.stanford.edu/videos/365/What-are-the-Best-Qualities-of-Successful-Entrepreneurs</a></u></p> <p><u><a href="http://ecorner.stanford.edu/videos/366/Five-Critical-Skills-That-Entrepreneurs-Need">http://ecorner.stanford.edu/videos/366/Five-Critical-Skills-That-Entrepreneurs-Need</a></u></p> <p><u><a href="https://www.ofc.org.uk/sites/ofc/files/research/ofcreport2016a5final.pdf">https://www.ofc.org.uk/sites/ofc/files/research/ofcreport2016a5final.pdf</a></u></p> <p>Profils vidéo d'entrepreneurs alimentaires locaux</p> <p>O'Hara, B., (2011), Entrepreneuriat en Irlande. Dublin, Gill &amp; Macmillan.</p> <p><u><a href="https://www.ofc.org.uk/sites/ofc/files/research/ofcreport2016a5final.pdf">https://www.ofc.org.uk/sites/ofc/files/research/ofcreport2016a5final.pdf</a></u></p>
<p><b>Auto-évaluation :</b> Identifier les compétences, les traits, les forces et les faiblesses.</p>	<p><b>Conférences en classe, Conférences en ligne, Apprentissage autonome.</b></p>	<p>Instrument d'auto-évaluation complet</p>	<p><u><a href="http://wrdp.org/wp-content/uploads/Entrepreneur-Self-Assessment-Survey.pdf">http://wrdp.org/wp-content/uploads/Entrepreneur-Self-Assessment-Survey.pdf</a></u></p> <p><u><a href="http://iMA-linkedin.com">http://iMA-linkedin.com</a></u></p>
<p>Reconnaissance des opportunités La génération d'idées Empathie client Corps d'assaut Histoire d'embarquement Prototypage</p>	<p><b>Conférences en classe</b></p>	<p>Élaborer une carte d'empathie client, En utilisant les 5 étapes du processus de Design Thinking développer et présenter un prototype, Examiner le développement de prototypes,</p>	<p><u><a href="https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process">https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process</a></u></p> <p>Liens vidéo vers body storming et story boarding</p> <p><i>Créativité sérieuse</i> – Edward de Bono</p> <p><i>Penser vite et lentement</i> de Daniel Kahneman</p>

		Examiner les méthodes de prototypage, c'est-à-dire Croquis de serviette, fil de fer, page de destination, blogs, vidéos, boutiques éphémères, etc.	<i>L'habitude créative</i> par Twyla Tharp
--	--	--	--

## Séance 2 : Développement des compétences

### Description

Cette session se concentre sur la réalisation de l'inclusion sociale par l'éducation et l'apprentissage. Cette session visera à se concentrer sur l'amélioration des compétences non techniques de base requises par la femme entrepreneure pour créer et gérer une entreprise.

L'objectif de cette session est de réussir l'inclusion sociale grâce à une éducation et un apprentissage accru. Pour ce faire, cette session visera à identifier et à améliorer les compétences non techniques jugées nécessaires aux femmes entrepreneures pour établir et développer davantage leur entreprise.

### Résultats d'apprentissage

À la fin de la deuxième session, les étudiants :

- Avoir la capacité de planifier, concevoir et livrer des présentations orales efficaces pour les pratiques commerciales actuelles en utilisant des méthodes de communication appropriées,
- Être en mesure de s'impliquer activement en toute confiance dans la création d'opportunités de réseautage avec des personnes partageant les mêmes idées, leur permettant d'élargir leur compréhension de leur place au sein de l'infrastructure agroalimentaire,
- Avoir la capacité de gérer son temps et de prioriser les tâches afin de travailler avec un haut niveau d'efficacité,
- Comprendre la signification et l'importance d'établir des objectifs réalistes et atteignables afin de maintenir un sentiment de contrôle sur sa charge de travail et sa situation en général.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<b>Communication:</b>  Lancement d'ascenseur de 3 minutes Présentation à l'aide de supports visuels	<b>Conférence en ligne</b>  <b>Autogéré</b>	Les étudiants devront présenter un argumentaire éclair en classe incorporant leur objectif, leur public cible et leur USP (argument de vente unique)	<a href="#">Les meilleurs pitches de start-up</a>  <a href="#">Modèles de pitch deck pour votre entreprise</a>  <a href="#">Comment améliorer la communication</a>

<p><b>La mise en réseau:</b></p> <p>Créer ou exploiter des opportunités commerciales</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Suivez les événements qui se déroulent dans votre région (table ronde, cérémonies, symposiums)</p>	<p><a href="#">Outils de soutien et réseaux pour les femmes en affaires</a></p> <p>Réseautage d'affaires (linkedin.com)</p> <p><a href="#">L'importance du réseautage</a></p>
<p><b>Gestion du temps:</b></p> <p>Comment planifier et utiliser la technique de blocage du temps</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Les élèves créeront un plan basé sur les tâches qu'ils doivent accomplir dans les mois à venir</p> <p>Utilisez des applications de calendrier et des applications de planification pour les dépenses récurrentes et les sous-traitants</p>	<p><a href="#">L'équilibre travail-vie</a></p> <p><a href="https://michigan.org/work-life-balance-motherhood-and-farming/">https://michigan.org/work-life-balance-motherhood-and-farming/</a></p>
<p><b>Confiance en soi:</b></p> <p>Se former pour devenir plus résilient</p> <p>Identifier les traits entrepreneuriaux personnels et interpersonnels</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p> <p><b>Analyse des vidéos et textes recommandés</b></p>	<p>le profil vidéo du conférencier invité – Entrepreneur alimentaire local</p> <p>Compléter un court exercice pour identifier les traits de personnalité, la sensibilisation et le contrôle des ressources</p>	<p>Profil vidéo d'entrepreneurs alimentaires locaux</p> <p><a href="#">Autonomisation économique des femmes</a></p>
<p><b>Théorie de l'équipe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Théorie des six chapeaux</li> <li>• Théories des équipes de Belbin et DeBono</li> <li>• Techniques en équipe</li> <li>• Gestion et sélection d'équipe</li> </ul>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p>avec vidéos sur la théorie des six chapeaux et les théories des équipes de Belbin et DeBono</p>	<p>Les étudiants travailleront ensemble pour identifier et reconnaître le rôle que chaque membre de l'équipe devrait jouer sur la base d'IMA dialectes</p>	<p><i>Pensée des six chapeaux</i> – Edward de Bono</p> <p><i>Créativité sérieuse</i> – Edward de Bono</p> <p><a href="https://www.ofc.org.uk/sites/ofc/files/research/ofcreport2016a5final.pdf">https://www.ofc.org.uk/sites/ofc/files/research/ofcreport2016a5final.pdf</a></p>

<p><b>Environnements de travail coopératifs</b> Développement de groupe</p> <p>Conformité et pensée de groupe</p> <p>Rôles d'équipe</p> <p>Communication d'équipe genre et interculturelle</p>	<p><b>Conférence en ligne</b> sur les stratégies de communication de groupe, la constitution d'équipes, les étapes de la formation d'un groupe, l'importance de mener des activités de groupe et d'identifier les rôles de l'équipe</p>	<p>Projet de groupe et évaluation de la présentation</p> <p>Réaliser les activités de groupe recommandées et les techniques de consolidation d'équipe</p>	<p>Jaques , David, <i>Apprentissage en groupe</i> , Kogan Page, Londres.</p> <p>Gill Hasson 2012 <i>Excellentes compétences en communication : ce que savent, font et disent les meilleurs communicateurs</i></p> <p>Geoffrey Tumlin 2013 <i>Arrêtez de parler, commencez à communiquer : les secrets contre-intuitifs du succès dans les affaires et dans la vie</i></p>
--	---	---	---

### Session 3 : Comment démarrer une entreprise agroalimentaire

#### Description

Cette session identifie et explore les principes de base nécessaires pour lancer avec succès une start-up dans le secteur agroalimentaire. L'objectif de la séance est d'aider à l'élaboration d'un business plan et à formaliser la stratégie que l'entreprise entend adopter. Il vise également à fournir des exemples de diverses opportunités qui s'offrent aux femmes entrepreneures dans le secteur agroalimentaire.

Cette session identifie et explore les principes de base nécessaires pour qu'une femme lance avec succès une start-up dans le secteur agroalimentaire. Cette séance vise à aider à la création et à l'élaboration d'un plan d'affaires, ainsi qu'à fournir des renseignements sur la stratégie d'affaires que l'entrepreneur entend adopter et mettre en pratique tout au long de son entreprise. En plus de cela, cette session fournit une myriade d'exemples concernant les opportunités dont les femmes entrepreneures dans le domaine agroalimentaire peuvent profiter.

#### Résultats d'apprentissage

À la fin de la troisième session, les étudiants :

- Être en mesure d'identifier en toute confiance leurs cibles de marché spécifiques, avec une compréhension claire de ce que leur produit offre dans leur secteur,



- Avoir la capacité non seulement de définir le rôle des femmes dans un environnement agroalimentaire multifonctionnel, mais aussi de comprendre les responsabilités et les tâches qui l'accompagnent,
- Avoir une compréhension approfondie de l'importance de développer et d'exécuter un plan d'affaires complet pour leur succès futur,
- Posséder la capacité d'identifier des opportunités de niche pour les entreprises dirigées par des femmes dans le secteur agroalimentaire.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>Agriculture multifonctionnelle :</b></p> <p>Créer une entreprise innovante</p> <p>Cibler un marché spécifique pour les produits</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Activités d'idéation et de remue-méninges</p> <p>carte d'empathie client</p> <p>Effectuer la découverte des clients, c'est-à-dire des enquêtes, des questionnaires, des groupes de discussion - valider l'idée d'entreprise</p> <p>Critique Pieter Seunek et Bettina B. Bock (2015)</p>	<p><a href="#">Équilibre travail-vie privée : maternité et agriculture</a></p> <p><a href="#">L'équilibre travail-vie</a></p> <p><a href="#">Femmes sur le terrain</a></p> <p><a href="#">Agroturystyka w Puszczy Noteckiej - noclegi Skwierzyna Międzychód (nadwarta.com)</a></p> <p><a href="#">sofi-book-small-size-for-web.pdf (europa.eu)</a></p> <p><a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1573521415000159?via%3Dihub">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1573521415000159?via%3Dihub</a></p>
<p><b>Planning d'affaires:</b></p> <p>Cycle du plan d'affaires</p> <p>Établissement d'objectifs (SMART - Spécifiques, Mesurables, Convenus, Pertinents, Opportuns)</p> <p>Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces)</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Les étudiants doivent définir une vision pour leur entreprise</p> <p>Les étudiants rempliront un canevas de modèle commercial final à inclure dans le plan d'affaires</p>	<p><a href="#">Qu'est-ce qu'un plan d'affaires ?</a></p> <p><a href="https://www.empowerwomen.org/en">https://www.empowerwomen.org/en</a></p> <p><a href="https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/980198/Guidance3-Women--Net-Zero-Economy-Briefing1.pdf">https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/980198/Guidance3-Women--Net-Zero-Economy-Briefing1.pdf</a></p>

<p>PEST (Politique, Economique, Socio culturelle, Technologique)</p> <p>Analyse des forces des porteurs 5</p> <p>Analyse de la concurrence</p> <p>Canevas de modèle d'entreprise</p>			
--	--	--	--

**Le module nécessite un minimum de 20 heures d'apprentissage autonome au cours desquelles les étudiants sont encouragés à lire/visualiser et réviser les ressources recommandées.**

### Module 2 : Reconnaissance des opportunités dans le secteur agroalimentaire

7,5 ECTS (75 heures théoriques)

Ce module se compose de 4 sessions et couvre des sujets tels que les études de marché, la modélisation commerciale, le financement, la pensée innovante et l'utilisation de divers outils et techniques. Il vise également à fournir des informations sur les principes de marketing, à renforcer la notoriété et la promotion de la marque.

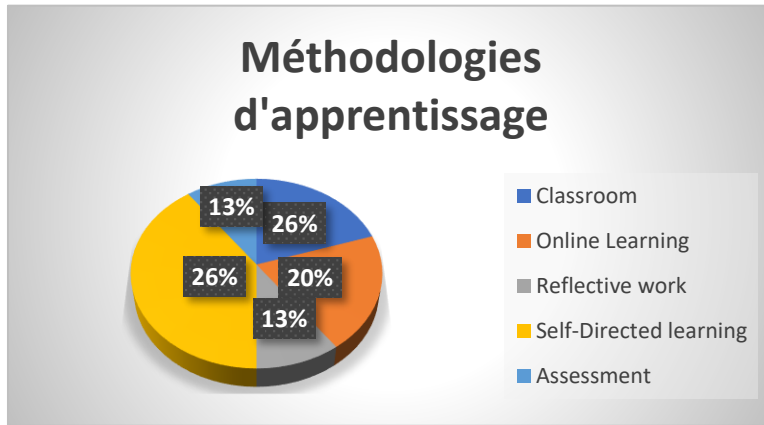
Ce module se compose de quatre sessions distinctes qui partagent ensemble l'objectif combiné d'accroître la capacité des femmes du secteur agroalimentaire à développer et à développer davantage leur entreprise en reconnaissant et en saisissant les opportunités qui se présentent. Le contenu de ce module comprend des informations relatives à la réalisation d'études de marché, au développement de modèles commerciaux, à la gestion des finances et à la mise en œuvre d'une réflexion innovante dans l'espace de travail. Les participants seront initiés et deviendront compétents dans un éventail d'outils et de techniques pertinents pour soutenir leurs apprentissages. De plus, les apprenants recevront des informations sur divers principes et pratiques de marketing pour construire et promouvoir leur marque.

À la fin du module, les étudiants:

1. Avoir la capacité d'identifier de nouvelles opportunités commerciales au fur et à mesure qu'elles se présentent en comprenant les besoins des clients, en prototypant divers produits et en testant les plus prometteurs.
2. Démontrer une compréhension approfondie d'une gamme de modèles commerciaux et d'outils et de ressources de démarrage utiles, avec confiance dans leur capacité à utiliser et à interpréter leurs résultats.
3. Être habile à interpréter et à évaluer la modélisation financière de base, leur permettant d'élaborer des plans financiers qu'ils peuvent gérer et contrôler en toute confiance.

4. Comprendre les meilleures pratiques à utiliser pour renforcer la notoriété de la marque et commercialiser son entreprise en ligne.
5. Communiquer efficacement et démontrer les compétences appropriées de travail d'équipe et de gestion pertinentes à leur domaine.

### Méthodologies d'apprentissage



Méthodologies d'apprentissage	Total Heures
Salle de classe	20
Apprentissage en ligne	15
Travail de réflexion	dix
Apprentissage autonome	20
Évaluation	dix
<b>Total:</b>	<b>75</b>

### Structure des modules

Séances	Titre	Semaine
1	Étude de marché	1
2	Modélisation d'entreprise	1
3	Financement	2,3
4	Renforcer la notoriété de la marque	4
5	Communication et réseaux sociaux	4,5

### Séance 1 : Étude de marché

#### Description

Cette session se concentre sur l'identification du public cible, les demandes du marché et l'analyse des concurrents. Les étudiants apprendront également à remplir une carte d'empathie client qui leur permettra d'examiner la sélection d'idées et la validation marketing.

Cette session englobe la meilleure façon d'identifier son public cible, de comprendre les demandes actuelles du marché et de mener une analyse des concurrents. Les étudiants recevront également les connaissances et les compétences nécessaires pour réaliser une carte d'empathie client, ce qui leur permettra d'enquêter sur la sélection d'idées et la validation marketing.

#### Résultats d'apprentissage

A l'issue de la première session, les étudiants :

1. Être capable d'évaluer Évaluer les techniques de découverte de clients.

2. Avoir développé un degré élevé de sensibilisation au processus de pensée créative et être capable de démontrer une gamme d'outils et de techniques pour stimuler ce processus.
3. Comprendre l'importance du processus de découverte des clients pour les entreprises alimentaires et avoir la capacité de développer des stratégies pour engager ce processus.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>Découverte client :</b></p> <p>Processus de développement de la clientèle, c'est-à-dire identification des clients potentiels, dimensionnement du marché</p> <p>Carte d'empathie</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Petit quiz pour les étudiants sur l'identification de leur clientèle</p> <p>Chaque étudiant doit remplir le modèle de carte d'empathie et présenter son profil client</p> <p>Identifier les points de contact pour interagir avec les clients, les types de clients, la clientèle croissante</p>	<p>Entrepreneuriat et petite entreprise – Paulc Brûlures , Chapitre 4</p> <p><a href="#">Quiz de recherche sur les consommateurs pour obtenir des informations sur vos clients cibles</a></p> <p><a href="#">Comment démarrer une entreprise : un guide étape par étape</a></p>
<p><b>Identifier les demandes du marché :</b></p> <p>Sélection d'idées</p> <p>Produit adapté au marché</p> <p>Processus de développement client</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Discussion ouverte sur l'idéation et l'adéquation au marché - comment saurez-vous si votre produit correspond à ce que le client veut ? Quelles sont les principales considérations pour le développement de nouveaux produits ?</p> <p>Challenge collectif à réaliser en mettant en place ce processus sur une entreprise établie</p> <p>Sur la base du processus d'idéation et de la découverte des clients, les étudiants doivent concevoir, créer et livrer un produit à tester</p>	<p>Création d'une nouvelle entreprise</p> <p>Un cadre pour les start-ups entrepreneuriales - Paul Burns, chapitre 4</p> <p>L'autre côté de l'innovation – Vijay Govindarajan &amp; Chris Trimble</p> <p>Le dilemme de l'innovateur et la solution de l'innovateur - Clayton M. Christensen</p>

**Session 2 : Modélisation d'entreprise**

**Description**

Cette session vise à fournir aux entrepreneurs les compétences nécessaires pour choisir ou créer un modèle d'entreprise et des principes de démarrage lean spécifiques à leur entreprise agroalimentaire. L'objectif de cette session est de doter les étudiants des connaissances nécessaires pour analyser de manière critique les forces et les faiblesses d'un modèle d'entreprise et avoir la capacité de créer des idées et des interprétations.

L'objectif principal de cette session est de fournir aux entrepreneurs les compétences suffisantes pour créer et développer davantage un modèle d'entreprise et des principes de démarrage simplifié spécifiques à leur entreprise agroalimentaire. Cela vise à doter les étudiants des connaissances nécessaires pour analyser en toute confiance et de manière critique les forces et les faiblesses de divers modèles commerciaux et pour interpréter les résultats afin d'obtenir des informations.

**Résultats d'apprentissage**

À la fin de la deuxième session, les étudiants :

1. Avoir les compétences nécessaires pour identifier les besoins du marché et la meilleure façon de commercialiser les produits,
2. Démontrer une compréhension approfondie de la concurrence directe et indirecte,
3. Être capable de créer, développer et ensuite mettre en œuvre le modèle d'affaires le plus approprié pour leur entreprise,
4. Être compétent dans l'identification des opportunités de financement qui les concernent au fur et à mesure qu'elles se présentent,
5. Avoir les connaissances et la capacité de promouvoir avec succès l'image de marque de leur entreprise.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>Plans d'affaires:</b></p> <p>Adaptation au marché</p> <p>Validation du marché</p> <p>Adaptation du modèle d'affaires</p> <p>Canevas du modèle économique</p> <p>Proposition de valeur</p>	<p><b>Conférence en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Les étudiants créeront une ébauche de canevas de modèle d'entreprise pour leur propre idée d'entreprise / produit</p> <p>Quiz sur quel(s) problème(s) leur produit résout-il les clients ?</p> <p>Modèle complet pour identifier les caractéristiques et les avantages de leur</p>	<p><a href="#">Nouveaux modèles commerciaux pour les circuits courts alimentaires : renforcer la compétitivité et la durabilité du système agroalimentaire européen</a></p> <p><a href="#">Boucler la boucle : Modèles d'affaires de l'économie circulaire dans les secteurs de l'électronique et de l'agroalimentaire</a></p>

		<p>produit/entreprise</p>	<p>Le canevas du business model &amp; Le canevas de la proposition de valeur – Alex Osterwalder</p> <p>Le point de basculement : comment de petites choses peuvent faire une grande différence par Malcolm Gladwell</p> <p><a href="#">Modèles commerciaux pour des systèmes agroalimentaires durables</a></p> <p><a href="https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resource-5-details/en/c/522942/">https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resource-5-details/en/c/522942/</a></p> <p><a href="https://rural-urban.eu/news/new-business-models-short-food-supply-chains-enhancing-competitiveness-and-sustainability">https://rural-urban.eu/news/new-business-models-short-food-supply-chains-enhancing-competitiveness-and-sustainability</a></p> <p><a href="https://energypedia.info/wiki/Business_Models_for_Sustainable_Agri-food_Systems">https://energypedia.info/wiki/Business_Models_for_Sustainable_Agri-food_Systems</a></p>
<p><b>Principes de démarrage Lean :</b></p> <p>Développement et test d'entreprise</p> <p>Techniques de démarrage par étapes</p> <p>Produit minimum viable et prototypage</p>	<p><b>Conférence en ligne et en classe</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Présenter une idée d'entreprise à un groupe de pairs</p> <p>Animation de séances de groupe pour réfléchir à des idées, fixer des objectifs et un plan d'action</p>	<p>La start-up Lean – Eric Ries</p> <p>Le guide des entrepreneurs pour la découverte des clients - Brent Cooper et Patrick Vlaskovits</p> <p>L'entrepreneur Lean : comment les visionnaires créent des produits, innovent</p>

			avec de nouvelles entreprises et perturbent les marchés, 2e édition - Brant Cooper, Patrick Vlaskovits, Eric Ries <a href="#">Pourquoi le Lean Start-Up change tout (hbr.org)</a>
<b>Financement d'entreprise</b>	<b>Conférence en ligne</b>	Analyse documentaire des opportunités de financement  Conférenciers invités d'organismes de financement et de centre de recherche  Accès à un mentor financier	<a href="https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en">https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en</a>  <a href="https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-agricultural-guarantee-fund-eagf_en">https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-agricultural-guarantee-fund-eagf_en</a>  Le FSE+ comprend l'EASI et la microfinance: <a href="https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&amp;langId=en">https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&amp;langId=en</a>  Fonds nationaux

**Séance 3 : Financement**

**Description**

Cette session explore les différentes options qui s'offrent aux entrepreneurs agroalimentaires pour les accompagner dans les méthodes de planification financière de leur entreprise. Cela leur permettra également de savoir comment accéder à ces finances pour leur entreprise.

Cette session est consacrée à déterminer et à explorer la variété d'options disponibles pour l'agroalimentaire qui les aident dans les aspects financiers de leur entreprise. Les étudiants seront équipés des connaissances et des compétences nécessaires pour trouver ces aides financières afin de surmonter les obstacles qu'ils rencontrent.

**Résultats d'apprentissage**

A l'issue de la session 3, les étudiants :

1. Être capable d'interpréter et d'évaluer la modélisation financière de base pour leur entreprise agroalimentaire et avoir la capacité d'effectuer une planification financière, ainsi que de contrôler et de gérer leurs finances,
2. Avoir une meilleure compréhension de l'endroit où trouver et accéder à l'aide financière pour leur entreprise en démarrage

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>Planification financière:</b></p> <p>Ressources clés</p> <p>Coût des flux de revenus</p> <p>Projections</p>	<p><b>Conférences en ligne</b></p>	<p>Analyse documentaire des opportunités de financement</p> <p>Conférenciers invités d'organismes de financement et de centre de recherche</p> <p>Accès à un mentor financier</p> <p>Développer une structure de coûts pour l'entreprise - chaque étudiant doit connaître les coûts unitaires et les marges, projeter ses ventes, projeter ses flux de trésorerie et ses bénéfices</p> <p>Examiner le financement intelligent de l'UE en matière d'égalité des sexes</p>	<p>Le choix d'un entrepreneur entre capital-risqueur et business angel pour le financement d'une start-up – Daniel Schmidt</p> <p><a href="https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en">https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en</a></p> <p><a href="https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-agricultural-guarantee-fund-eagf_en">https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-agricultural-guarantee-fund-eagf_en</a></p> <p>Le FSE+ comprend l'EASI et la microfinance : <a href="https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&amp;langId=en">https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&amp;langId=en</a></p> <p><a href="https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/dp129_en.pdf">https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/dp129_en.pdf</a></p> <p>Fonds nationaux</p>



**Séance 4 : Renforcer la notoriété de la marque**

**Description**

Cette session est dédiée à l'amélioration de la compréhension des étudiants de la stratégie marketing la mieux adaptée à leur entreprise spécifique. Ils seront dotés des compétences nécessaires pour créer la notoriété de la marque et par la suite développer leur entreprise.

**Résultats d'apprentissage**

A l'issue de la session 4, les étudiants :

1. Démontrer une compréhension claire et détaillée des principes de branding qui sont importants lors du lancement d'une entreprise agroalimentaire.
2. Formuler des stratégies de marque individualisées et de qualité spécifiques à leur activité,
3. Comprendre et avoir la capacité d' utiliser les médias sociaux et les outils de marketing numérique pour développer et étendre leur marque.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>La pensée créative</b></p>	<p>Conférence en classe</p> <p>Autodirigé</p>	<p>Activité de groupe - développer des story - boards</p> <p>Idéation et</p> <p>Techniques de remue-méninges</p>	<p><a href="https://thelogocompany.net/agging-season-marketing-branding-for-the-farm-agricultural-industry/">https://thelogocompany.net/agging-season-marketing-branding-for-the-farm-agricultural-industry/</a></p> <p><a href="https://morganmyers.com/blog/2021/10/26/agriculture-content-marketing-guide/">https://morganmyers.com/blog/2021/10/26/agriculture-content-marketing-guide/</a></p> <p><a href="https://femaleentrepreneurassociation.com">https://femaleentrepreneurassociation.com</a></p>
<p><b>l'image de marque</b></p> <p>perceptions et images qui représentent une entreprise/ un service</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicité</li> <li>- Marketing de contenu</li> <li>- Divers événements</li> <li>- Marketing d'influence</li> <li>- Promotions et abonnements</li> </ul>	<p>Conférence en classe et en ligne</p> <p>Autodirigé</p>	<p>Exercice de groupe sur le développement d'une stratégie de marque pour une entreprise fictive/personnelle</p> <p>Activité de groupe - analysez et discutez des mesures de la marque pour une entreprise populaire, c'est-à-dire Star Bucks, McDonalds</p>	<p><a href="https://femaleentrepreneurassociation.com">https://femaleentrepreneurassociation.com</a></p> <p>Brand Zero : le guide complet du branding pour les start-up – Tai, Jackey</p> <p><a href="https://marketing.farmpress.com/solutions/">https://marketing.farmpress.com/solutions/</a></p> <p><a href="https://lgpress.clemson.edu/publication/10-tips-for-farm-social-">https://lgpress.clemson.edu/publication/10-tips-for-farm-social-</a></p>

			<p><a href="#">media/</a></p> <p><a href="https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/dp129_en.pdf">https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/dp129_en.pdf</a></p> <p>–</p> <p><a href="https://www.foodcircle.com/">https://www.foodcircle.com/</a></p>
<p><b>Principes généraux de commercialisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu'est-ce que la commercialisation</li> <li>- Marketing des médias sociaux</li> <li>- Marketing Mix (Les 5 P Prix, Produit, Place, Promotion, Personnes)</li> <li>- Points de contact du marché</li> </ul>	<p><b>Conférence en classe et en ligne</b></p> <p><b>Autodirigé</b></p>	<p>Mettre en place des plateformes de médias sociaux et s'engager dans des activités de marketing</p> <p>Créer un mix marketing pour une entreprise fictive/personnelle</p> <p>Activité de groupe : Identifier les points de contact marketing pour différentes entreprises de haut niveau'</p>	<p>Revue européenne du marketing</p> <p>À l'intérieur de la tornade : stratégies de marketing de pointe de la Silicon Valley</p> <p>Le point de basculement : Comment les petites choses peuvent faire une grande différence par Malcolm Gladwell</p> <p><a href="#">E-Commerce Essentials : Comment démarrer une entreprise en ligne réussie   Tracey Wallace   Partage de compétences</a></p> <p><a href="#">Comment démarrer votre propre entreprise - Cours en ligne gratuits My Own Business Institute (scu.edu)</a></p> <p><a href="#">Comment démarrer votre propre entreprise - Cours en ligne gratuits My Own Business Institute (scu.edu)</a></p>
<p><b>Réseaux sociaux</b></p> <p>Plateformes de médias sociaux et de</p>	<p><b>Conférence en classe et en ligne</b></p> <p><b>Autodirigé</b></p>	<p>Configurer des profils d'entreprise sur des plateformes sélectionnées</p>	<p><a href="https://www.designgler.com/blog/unlock-your-social-media-">https://www.designgler.com/blog/unlock-your-social-media-</a></p>

<p>gestion d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- LinkedIn</li> <li>- Twitter</li> <li>- Instagram</li> <li>- Blogues</li> <li>- Conception de site Web</li> </ul> <p>Comportements des consommateurs en ligne</p> <p>Le cercle d'or</p>		<p>Différence de recherche, avantages et inconvénients du site Web Blog v's Business</p> <p>Terminez l'activité du Cercle d'or</p> <p>Discussion de groupe et activités utilisant diverses méthodes de médias sociaux</p> <p>Réaliser une activité d'engagement client en ligne</p>	<p><a href="#">strategy</a></p> <p><a href="http://www.socialmediaexaminer.com/5-social-media-management-tools-to-save-time/">http://www.socialmediaexaminer.com/5-social-media-management-tools-to-save-time/</a></p> <p>Stratégie, mise en œuvre et pratique du marketing numérique</p> <p>- Dave Chaffey et Fiona Ellis-Chadwick</p> <p>Marketing avec les médias sociaux : un guide LTTA – Thomsett Scott, Beth C</p> <p><a href="https://www.entrepreneur.com/article/175242">https://www.entrepreneur.com/article/175242</a></p> <p>La dynamique de la communication d'entreprise : comment communiquer de manière efficace et efficiente - Kennedy J, Lawlor G</p> <p>Blog, Inc. : Bloguer pour la passion, le profit et créer une communauté - Joy Deangdeelert Cho, Meg Mareo Ilascc , Grace Bonney (2012)</p> <p><a href="https://www.forbes.com/sites/johnrampton/2014/07/09/100-ways-to-build-your-business-online/#4934446a7bb6">https://www.forbes.com/sites/johnrampton/2014/07/09/100-ways-to-build-your-business-online/#4934446a7bb6</a></p> <p>Ec.europa.eu. 2022.</p>
---	--	---	---

			<p><i>Médias sociaux - statistiques sur l'utilisation par les entreprises - Statistics Explained.</i>  <a href="https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Social_media_-_statistics_on_the_use_by_enterprises#Types_of_social_media_used_over_time_.282013-2019.29">https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Social_media_-_statistics_on_the_use_by_enterprises#Types_of_social_media_used_over_time_.282013-2019.29</a> [Consulté le 3 mars 2022]</p> <p>Utilisateurs des réseaux sociaux européens 2022.  <a href="https://www.emarket.com/content/europe-social-network-users-2022">https://www.emarket.com/content/europe-social-network-users-2022</a></p>
--	--	--	---

### Session 5 : Communication et développement des compétences

#### Description

Cette session initie les étudiants aux principes de base des compétences en affaires. La session permettra aux étudiants de développer des compétences clés en communication, en présentation et en gestion d'équipe qui soutiendront la croissance de leur entreprise. La création d'un profil d'entreprise en ligne et la communication avec les clients et les parties prenantes sont essentielles au succès de toute entreprise. La session 3 visera à fournir aux étudiants les compétences nécessaires pour développer un profil d'entreprise professionnel en ligne. La présentation commerciale, la réalisation de présentations commerciales professionnelles et la création d'un curriculum vitae seront également au cœur de cette session.

Cette session présente aux étudiants les principes de base des compétences en affaires, telles que la communication efficace et les compétences en gestion d'équipe. Les étudiants seront dotés des compétences leur permettant de développer et d'étendre efficacement leur entreprise. En plus de cela, les étudiants recevront les informations et les compétences nécessaires pour créer un profil d'entreprise en ligne, grâce auquel ils pourront cibler leur public et communiquer avec leurs clients ou parties prenantes potentielles. Les étudiants seront formés à la présentation d'entreprises, à la réalisation de présentations professionnelles et à la création d'un curriculum vitae reflétant leurs points forts.

**Résultats d'apprentissage**

Au terme de la troisième session, les étudiants

1. Connaître et posséder les compétences nécessaires pour opérer efficacement dans un environnement de travail et des cadres professionnels,
2. Posséder les compétences et les connaissances nécessaires pour concevoir et présenter au mieux une présentation orale professionnelle,
3. Démontrer une compréhension des stratégies de communication efficaces qui les aideront à leur tour dans le développement et l'expansion de leur entreprise.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources
<p><b>Communication – Compétences de présentation</b></p> <p>Techniques de présentation orale</p> <p>Formats et techniques de présentation écrite</p> <p>Présentations visuelles (affiches ou prototypes)</p>	<p><b>En classe et en ligne</b></p> <p><b>Autodirigé</b></p>	<p>Participer à de courtes présentations individuelles et de groupe sur divers sujets</p> <p>Les étudiants participent à divers scénarios de présentation, c'est-à-dire des présentations d'ascenseur</p> <p>Passez en revue diverses méthodes de présentation, par exemple Ignite, Pecha Kucha</p> <p>Téléchargez de courtes présentations de groupe à l'aide d'une gamme de supports et d'outils de présentation</p>	<p>Joseph A. DeVito 2013 Le livre de communication interpersonnelle disent les meilleurs communicateurs</p> <p>Geoffrey Tumlin 2013 Stop Talking, Start Communicating: Counterintuitive Secrets to Success in Business and in Life, avec une préface de Martha Mendoza McGraw-Hill</p> <p>Arthur Samuel Joseph 2013 Vocal Power: Harness Your Inner Voice to Conquer Everyday Communication Challenges, avec une préface de Michael Irvin McGraw-Hill</p> <p>Henry J. McClave Communication pour les entreprises</p> <p>Développement de l'entrepreneuriat et compétences en communication RR <a href="https://www.abebooks.com/servlet/SearchResults?an=R.R.+Chole,P.S.+Kapse,P.R.+Deshmukh&amp;cm_sp=det- -bdp- -author">https://www.abebooks.com/servlet/SearchResults?an=R.R.+Chole,P.S.+Kapse,P.R.+Deshmukh&amp;cm_sp=det- -bdp- -author</a></p> <p>Chole,PS . Kapse, PR . Deshmukh Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery (2nd Edition) (Anglais) Broché – 18 décembre 2011 par <u>Garr Reynolds</u></p> <p>L'affichage visuel des informations quantitatives 2e édition par <u>Edward R. Tufte</u></p>

**Le module nécessite un minimum de 20 heures d'apprentissage autonome. Pendant ce temps, les étudiants sont encouragés à lire/visualiser et réviser les ressources recommandées.**

**Module 3 : Le rôle du Mentor**  
7,5 ECTS (75 heures théoriques)

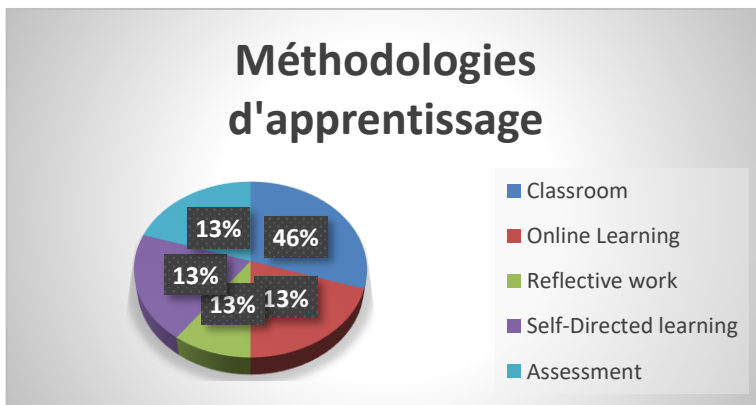
Ce module se compose de sessions et fournira aux apprenants une compréhension globale de l'identification et de l'engagement avec le bon mentor pour répondre aux besoins et au style de l'entreprise du mentoré. Au cours de la phase de développement du programme, une enquête a été distribuée aux personnes travaillant dans le secteur agroalimentaire en Irlande, au Royaume-Uni, en Belgique, en Italie et en Pologne. L'enquête a posé un certain nombre de questions relatives au mentorat dont les conclusions ont éclairé ce module.

Ce module est composé de quatre sessions qui, ensemble, fourniront aux apprenants une compréhension globale de la façon d'identifier correctement un mentor le mieux adapté à leurs besoins individuels et au style de leur entreprise agroalimentaire. De plus, les étudiants recevront des informations sur la meilleure façon de communiquer et de s'engager avec leurs mentors pour s'assurer qu'ils obtiennent les résultats les plus bénéfiques possibles. Tout au long de l'élaboration de ce cursus, une enquête a été distribuée au personnel travaillant dans le secteur agroalimentaire en Irlande, au Royaume-Uni, en Belgique, en Italie et en Pologne. Les questions de cette enquête tournaient autour des opinions et des perceptions sur les relations de mentorat, les résultats étant utilisés pour éclairer l'élaboration de ce module.

À la fin de ce module, les étudiants :

1. Être capable d'identifier et de comprendre les caractéristiques essentielles d'une relation mentor-mentoré,
2. Comprendre le rôle et les avantages de participer à un accord de mentorat,
3. Reconnaître l'importance de jumeler un mentoré avec un mentor approprié dont les compétences et les conseils sont pertinents aux besoins spécifiques des mentorés,
4. Avoir les connaissances nécessaires pour communiquer en toute confiance et surmonter les divers obstacles au mentorat,
5. Reconnaître la meilleure façon de s'engager avec un mentor,
6. Posséder les compétences nécessaires pour évaluer les différentes approches de mentorat actuellement pratiquées et déterminer quelle approche convient le mieux à leurs besoins en fonction de leur stade d'activité.

**Méthodologies d'apprentissage**



Méthodologies d'apprentissage	Total Heures
Salle de classe	35
Apprentissage en ligne	dix
Travail de réflexion	dix
Apprentissage autonome	dix
Évaluation	dix
<b>Total:</b>	<b>75</b>

**Structure des modules**

Séances	Titre	Semaine
1	Caractéristiques du mentor/mentoré	1
2	Avantages et obstacles du mentorat	2,3
3	Comment s'engager avec un mentor	4

**Session 1 : Caractéristiques du mentor/mentoré**

**Description**

Cette séance examine les principales caractéristiques du mentorat, les besoins du mentoré et l'élaboration d'une entente de mentorat.

Cette séance est consacrée à l'exploration des principales caractéristiques d'une relation de mentorat, des divers besoins potentiels d'un mentoré et de la meilleure façon d'élaborer une entente de mentorat. Cet accord entre le mentor et le mentoré garantira que les objectifs de leur relation sont clairement définis, ainsi que leurs rôles et responsabilités individuels au sein de cette relation.

**Résultats d'apprentissage**

A l'issue de la première session, les étudiants

1. Avoir la capacité de créer un accord de mentorat qui décrit les objectifs clés que le mentoré espère tirer de la relation et les activités que le mentor mènera afin d'atteindre ces objectifs,
2. Être bien informé sur la façon d'identifier les divers obstacles qui peuvent devoir être surmontés afin d'améliorer leur entreprise. Ceux-ci incluent, mais sans s'y limiter, leur situation géographique, le temps qu'ils peuvent consacrer à cette entreprise et toute préférence de genre qu'ils peuvent avoir pour cette relation en plus de leur raisonnement possible.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>Identifier les mentors</b></p> <p>Identifier les traits personnels et interpersonnels du mentoré et du mentor</p> <p>Jumeler mentor et mentoré</p> <p>Considérations, c'est-à-dire le genre, de quelle expertise le mentor a-t-il besoin</p>	<p><b>Apprentissage en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Compléter un court exercice pour identifier les traits de personnalité</p> <p>Passez en revue les caractéristiques typiques d'un mentor à l'aide de matériel de classe/recherche/lecture recommandée</p> <p>Développer une liste de « souhaits » de</p>	<p><a href="#">Programme de mentorat de croissance</a></p> <p><a href="#">Programme de démarrage Empower</a></p> <p><a href="#">L'examen d'Alison Rose sur l'entrepreneuriat féminin - Gov.uk</a></p> <p>Dahlberg &amp; Byars - Winston 2019</p>

pour être en mesure d'aider		compétences – groupes de discussion  Examiner l'analyse de l'enquête  Identifier le besoin d'un Mentor	
<b>Auto-évaluation :</b> identifier les compétences, les traits, les forces et les faiblesses. Pour mentor et mentoré	<b>Apprentissage en classe et en ligne</b>  <b>Autogéré</b>	Instrument d'auto-évaluation complet	<a href="#">Conseil Compétences Académie</a>  <a href="#">Caractéristiques d'un excellent mentor</a>

## Session 2 : Avantages et obstacles du mentorat

### Description

Le point central de cette session est d'explorer l'expérience et les pratiques de mentorat qui peuvent soutenir le développement de l'entreprise des mentorés à un nouveau niveau supérieur. Tout au long de cette session, les apprenants bénéficieront d'une myriade d'opportunités de réseautage et se verront offrir des conseils pratiques pour améliorer leur expérience en tant que mentorés. Cette session traite également de ces problèmes courants qui peuvent potentiellement survenir lors de l'approche et de la communication avec un mentor.

### Résultats d'apprentissage

À la fin de la deuxième session, les étudiants :

1. Avoir une compréhension approfondie de l'importance d'interagir correctement avec un mentor afin de s'assurer qu'il acquiert le plus de connaissances possible,
2. Posséder une foule de stratégies de résolution de problèmes à utiliser au besoin,
3. Avoir créé de nouvelles relations et réseauté avec le personnel pertinent, comme d'autres entrepreneurs de leur secteur,
4. Être capable de définir l'expérience et les conseils qu'un mentoré recherche souvent auprès d'un mentor,
5. Avoir la confiance nécessaire pour identifier et approcher un mentor approprié dont l'expérience et les conseils conviendront à leur entreprise spécifique,
6. Être en mesure d'identifier les préoccupations spécifiques qu'un mentoré peut avoir lorsqu'il s'agit de trouver un mentor dans son domaine d'activité particulier

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
Avantages du	Apprentissage en	Activités individuelles	<a href="#">Réseautage : les</a>



<p><b>mentorat</b></p> <p>Identifier des mentors appropriés</p> <p>Communication autour des avantages du mentorat</p> <p>Histoires de réussite des cohortes de mentorat précédentes</p>	<p><b>classe et en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>avec des mentors potentiels pour identifier les jumelages appropriés</p> <p>Participation à des événements de formation et de perfectionnement professionnel pour élargir les connaissances et les compétences</p> <p>Analyse vidéo des réussites précédentes et comment cela peut être appliqué à leur entreprise</p>	<p><a href="#">avantages d'avoir un mentor</a></p> <p><a href="#">Soutenir les femmes et l'entrepreneuriat</a></p> <p><a href="#">Programme de mentorat WIIS Italie</a></p> <p><a href="#">Mère Autonomiser</a></p>
<p><b>Obstacles au mentorat</b></p> <p>Analyse critique des obstacles potentiels, c'est-à-dire le sexe, l'accès aux mentors, le manque de confiance</p> <p>Identifier les méthodes pour surmonter les obstacles à être un mentor / mentor</p>	<p><b>Apprentissage en classe et en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Discussion de groupe sur l'identification des obstacles à devenir un mentor/mentoré</p> <p>Réfléchissez à des solutions aux obstacles</p> <p>Mentors et mentorés en tant que conférenciers invités</p> <p>Organiser des réunions avec Mentor/Mentee pour apprendre leur expérience</p> <p>Examiner l'analyse de l'enquête</p>	<p><a href="https://www.asha.org/students/mentoring/excmmentor/">https://www.asha.org/students/mentoring/excmmentor/</a></p> <p><a href="#">Le manque de mentorat est le principal obstacle pour les femmes dans l'agriculture - Agriland.ie</a></p> <p><a href="#">Programme de mentorat - Les femmes dans l'alimentation et l'agriculture (wfa-initiative.com)</a></p>

**Session 4 : Comment s'engager avec un mentor**

**Description**

Le point central de cette session est d'explorer et de mieux comprendre les différentes façons dont un mentor peut s'engager avec son mentoré. De plus, il vise à fournir aux apprenants une

compréhension plus claire et plus complète des attentes souvent attendues du mentor ou du mentoré et à définir en détail les rôles spécifiques d'un mentor dans cette relation.

**Résultats d'apprentissage**

A l'issue de la session 4, les étudiants :

1. Avoir une compréhension claire de leurs attentes spécifiques dans une relation mentor-mentoré et être capable de clarifier leurs désirs à partir d'une telle expérience,
2. Être capable de créer ou d'assister à une variété d'opportunités de réseautage et lors de tels événements, être en mesure d'établir des contacts pertinents adaptés à leurs besoins commerciaux.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>Engager un mentor</b></p> <p>Identifier le bon Mentor</p> <p>Présenter à un mentor</p> <p>Découvrir les opportunités de réseautage au sein du secteur des affaires</p>	<p><b>Apprentissage en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Identifier les voies d'accès aux mentors</p> <p>Créez un plan clair du rôle que vous voulez que le mentor joue</p> <p>Organisez des réunions pour vous assurer que vous êtes en contact avec le bon mentor pour l'entreprise</p> <p>Organiser une réunion avec un mentor potentiel pour être clair sur l'engagement et les attentes</p>	<p><a href="#">Nation d'entreprise</a></p> <p><a href="#">Mentorat de femmes en affaires</a></p> <p><a href="#">Me mentor</a></p> <p><a href="#">Entreprise locale Irlande</a></p> <p><a href="https://www.aiche.org/chenected/2019/02/networking-benefits-having-mentor">https://www.aiche.org/chenected/2019/02/networking-benefits-having-mentor</a></p> <p><a href="#">Programme de mentorat   Wii Italie</a></p> <p><a href="#">Le programme de mentorat des femmes chefs d'entreprise de Santander Breakthrough   Percée de Santander</a></p>

**Apprentissage autodirigé. Au cours desquelles, les étudiants sont encouragés à lire/visualiser et revoir les ressources recommandées.**

## Module 4 : Réglementation et durabilité des entreprises alimentaires

7,5 ECTS (75 heures théoriques)

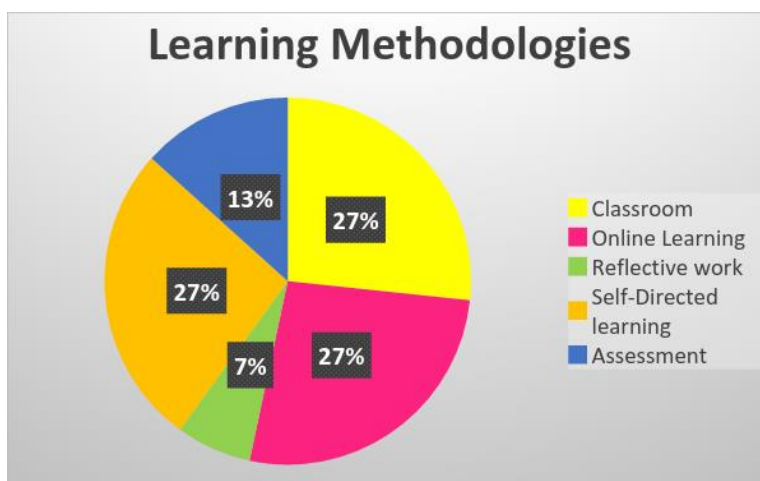
Ce quatrième module est dédié à l'approfondissement de la compréhension des apprenants et au développement des principales compétences nécessaires à la réussite de leur entreprise. Ces enseignements incluent les sujets suivants;

1. Réglementation alimentaire (région, produit, accès au marché, réglementation commerciale, étiquetage),
2. Assurance qualité – systèmes qualité,
3. Traitement,
4. Nutrition,
5. Durabilité,
6. Valeur ajoutée/valeur ajoutée : Logistique, distribution, accès au marché,
7. Marketing en ligne.

À la fin du module, les étudiants:

1. Être en mesure de démontrer une compréhension approfondie des lois et réglementations en matière d'étiquetage et d'emballage des aliments
2. Posséder les connaissances et la compréhension nécessaires pour discuter et reconnaître en toute confiance la qualité, la sécurité, les allégations de santé et les réglementations en matière d'hygiène des aliments ,
3. Avoir la capacité de décrire et de démontrer adéquatement l'intégralité de leur processus de développement de produits,
4. Être doté d'une compréhension approfondie du processus de création d'un plan d'affaires, y compris des connaissances sur l'utilisation d'évaluations des besoins financiers de base, et effectuer une planification financière, un contrôle et une tarification pour la croissance de l'entreprise,

### Méthodologies d'apprentissage



	Total Heures
Salle de classe	20
Apprentissage en ligne	20
Apprentissage autonome	20
Travail de réflexion	5
Évaluation	dix
<b>Total:</b>	<b>75</b>

**Apprentissage autodirigé . Au cours desquelles, les étudiants sont encouragés à lire et à réviser les ressources recommandées.**

## Structure des modules

Séances	Titre	Semaine
1	Réglementation et législation	1,2
2	Développement de nouveaux produits	2,3

## Session 1 : Réglementation et législation

### Description

Avoir une compréhension approfondie et à jour des lois et réglementations applicables à ce secteur est impératif pour le développement et l'expansion réussis de toute entreprise alimentaire. En reconnaissance de cela, cette section est dédiée à informer les étudiants des lois et réglementations alimentaires en vigueur qui peuvent affecter leur entreprise alimentaire. Ce faisant, les étudiants participeront à diverses applications pratiques de ces lois en évaluant les réglementations particulières qui s'appliquent à leur produit ou à leur entreprise, ainsi qu'en enquêtant et en examinant des études de cas pertinentes.

### Résultats d'apprentissage

À la fin de la première session, les étudiants :

1. Être en mesure de démontrer une compréhension approfondie d'une pléthore de lois et de réglementations en matière d'étiquetage et d'emballage des aliments,
2. Posséder la capacité d'interpréter la législation alimentaire, la réglementation et les normes d'hygiène et d'appliquer celles qui sont pertinentes pour le développement de leurs produits et leurs plans d'affaires,
3. Comprendre les principes généraux du droit alimentaire européen et international,
4. Être capable d'élaborer et de mettre en œuvre des plans d'hygiène alimentaire conformes aux normes nationales/internationales.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources
Règlements	Conférences en ligne et en classe  Autogéré	Réviser le règlement de l'UE  QCM	Règlement (UE) n° 1169/2011  <a href="#">Informations nutritionnelles sous FIC - Résumé (fsai.ie)</a>
Étiquetage  -Exigences générales et obligatoires en matière d'étiquetage	Conférences en ligne et en classe  Autogéré	Activité : présenter une maquette d'étiquette pour un produit alimentaire fictif/personnel	<a href="https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/labelling-and-standards_en">https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/labelling-and-standards_en</a>  <a href="https://ec.europa.eu/food/safety/labelling-and-nutrition/food-information-consumers-legislation/mandatory-food-information_en">https://ec.europa.eu/food/safety/labelling-and-nutrition/food-information-consumers-legislation/mandatory-food-information_en</a>

<p>Principes généraux de la législation alimentaire</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étiquetage des aliments – information, considération, conception, calcul des éléments nutritifs</li> <li>• Plans d'hygiène alimentaire</li> <li>• Stockage et transport de la transformation des aliments</li> <li>• Revendications de santé</li> </ul> <p>Allégations nutritionnelles</p>	<p>Conférence en classe et en ligne</p> <p>Autogéré</p>	<p>Examiner quelles allégations de santé peuvent être incluses dans l'étiquetage des aliments</p> <p>Études de cas et revue de scénario</p> <p>Analyse des réglementations pertinentes applicables au produit/service/entreprise de l'étudiant</p>	<p><a href="http://www.eurofoodlaw.com/">http://www.eurofoodlaw.com/</a></p> <p><a href="https://ec.europa.eu/food/safety_fr">https://ec.europa.eu/food/safety_fr</a></p> <p><a href="https://www.food.gov.uk/enforcement/regulation/europeleg">https://www.food.gov.uk/enforcement/regulation/europeleg</a></p> <p>Nouvelle législation sur l'étiquetage des denrées alimentaires : <a href="#">règlement (UE) n° 1169/2011</a></p> <p>Autorité de sécurité alimentaire d'Irlande (FSAI) <a href="https://www.fsai.ie/legislation/food_legislation/food_information_fic/food_information-fic.html">https://www.fsai.ie/legislation/food_legislation/food_information_fic/food_information-fic.html</a></p> <p>Règlement (UE) n° 1169/2011 : <a href="https://www.fsai.ie/uploadedFiles/Conso/Reg1169_2011.pdf">https://www.fsai.ie/uploadedFiles/Conso/Reg1169_2011.pdf</a> <a href="http://www.safefood.eu">www.safefood.eu</a></p>
<p>Allergènes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition et liste</li> <li>• Intolérances</li> <li>• Symptômes</li> <li>• Déclaration</li> </ul>	<p>Conférence en classe et en ligne</p> <p>Autogéré</p>	<p>Identifier la liste des allergènes</p> <p>Exigences d'examen</p> <p>Créer une déclaration d'allergènes</p> <p>Fiche d'information complète sur les allergènes pour le produit</p> <p>Analyse des allergènes du produit</p> <p>Questionnaire de classe</p>	<p>Règlement (UE) n° 1169/2011</p> <p><a href="#">EUR-Lex - CELEX:52017XC1213(01 - FR - EUR-Lex (europa.eu))</a></p> <p><a href="#">Stratégie de la ferme à la fourchette (europa.eu)</a></p>
<p>Principes généraux de la législation alimentaire</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étiquetage des aliments – information,</li> </ul>	<p>Conférence en classe et en ligne</p> <p>Autogéré</p>	<p>Concevoir l'étiquette du produit</p> <p>Élaborer un plan de santé et de</p>	<p><a href="http://www.eurofoodlaw.com/">http://www.eurofoodlaw.com/</a></p> <p><a href="https://ec.europa.eu/food/safety_en">https://ec.europa.eu/food/safety_en</a></p> <p><a href="https://www.food.gov.uk/enforcement/regulation/europeleg">https://www.food.gov.uk/enforcement/regulation/europeleg</a></p>

<p>considération, conception, calcul des éléments nutritifs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plans d'hygiène alimentaire (HACCP)</li> <li>• Stockage et transport de la transformation des aliments</li> <li>• Revendications de santé</li> </ul> <p>Allégations nutritionnelles</p>		<p>sécurité</p> <p>Examiner quelles allégations de santé peuvent être incluses dans l'étiquetage des aliments</p> <p>Études de cas et revue de scénario</p> <p>Analyse des réglementations pertinentes applicables au produit/service/ entreprise de l'étudiant</p>	<p>Nouvelle législation sur l'étiquetage des denrées alimentaires : <a href="#">règlement (UE) n° 1169/2011</a></p> <p>Autorité de sécurité alimentaire d'Irlande (FSAI) <a href="https://www.fsai.ie/legislation/food_information/food_information-fic.html">https://www.fsai.ie/legislation/food_information/food_information-fic.html</a></p> <p>Règlement (UE) n° 1169/2011 : <a href="https://www.fsai.ie/uploadedFiles/Conso_Reg1169_2011.pdf">https://www.fsai.ie/uploadedFiles/Conso_Reg1169_2011.pdf</a> <a href="http://www.safefood.eu">www.safefood.eu</a></p>
--	--	---	--

## Séance 2 : Développement de nouveaux produits

### Description

La deuxième session vise à fournir aux étudiants une compréhension détaillée du processus de développement d'un nouveau produit, en plus d'étudier et d'examiner de nouveaux ingrédients fonctionnels. Les étudiants seront initiés aux différentes théories et concepts complexes du développement alimentaire, ainsi qu'aux techniques qu'ils impliquent. Les principaux sujets d'attention tout au long de cette session incluent l'importance de développer une stratégie commerciale innovante, la compréhension des tendances d'achat et d'intérêt des consommateurs, les processus de réflexion derrière la conception de nouveaux produits et la modélisation financière essentielle à comprendre pour la tarification et les ventes des produits.

### Résultats d'apprentissage

À la fin de la deuxième session, les étudiants :

1. Être capable d'évaluer de manière critique le processus de développement de nouveaux produits et son importance dans les secteurs alimentaires,
2. Être au courant des données sur les tendances alimentaires provenant de diverses sources et avoir confiance en leur interprétation de ces données afin d'identifier les opportunités de marché potentielles,
3. Avoir de l'expérience dans l'exploration des différentes étapes conceptuelles impliquées dans le développement d'un nouveau produit alimentaire.

Programme indicatif			
Sujet	Méthodologie	Activités	Ressources pertinentes
<p><b>Planning d'affaires</b></p> <p>Plan d'affaires Analyse de marché Processus de réflexion conceptuelle</p>	<p><b>Conférence en classe et en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Carte complète de l'empathie client</p> <p>Modèle commercial Lean canvas complet</p> <p>Présenter le modèle à la classe</p> <p>Mettre en œuvre le processus de réflexion en 5 étapes en utilisant le défi de la classe</p>	<p>Le point de basculement : comment de petites choses peuvent faire une grande différence par Malcolm Gladwell</p> <p>Si vous le construisez, viendront-ils ? Trois étapes pour tester et valider toute opportunité de marché, Rob Adam</p> <p><a href="https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-analysis-model">https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-analysis-model</a></p>
<p><b>Développement de nouveaux produits</b></p> <p>Stratégie d'innovation Les tendances Durabilité alimentaire Distribution et acheminement vers le marché Études de cas pertinentes</p>	<p><b>Conférence en classe et en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Compléter une stratégie d'innovation pour l'entreprise</p> <p>Identifier les tendances du secteur agroalimentaire à travers des projets collectifs</p> <p>Réaliser des découvertes clients et des études de marché</p> <p>Identifier des modèles/méthodes de distribution innovants pour les petites entreprises</p>	<p><a href="https://www.netsolutions.com/7-etapes-du-processus-de-developpement-de-nouveaux-produits">7 étapes du processus de développement de nouveaux produits (netsolutions.com)</a></p> <p><a href="https://blog.hubspot.com/marketing/product-development-process">https://blog.hubspot.com/marketing/product-development-process</a></p>
<p><b>Finances</b></p> <p>Modélisation financière Prévision Opportunités de financement</p>	<p><b>Conférence en classe et en ligne</b></p> <p><b>Autogéré</b></p>	<p>Élaborer un plan financier/ un plan de structure des coûts</p> <p>Identifier les flux de revenus</p>	<p>Revenus prévisibles : transformez votre entreprise en machine de vente grâce aux meilleures pratiques de 100 millions de dollars de</p>

		<p>invité - s'engager avec un mentor financier pour examiner et développer les finances de l'entreprise</p> <p>une stratégie de prévision</p> <p>Identifier et s'engager avec des sources de financement</p>	<p>Salesforce.com – Aaron Ross et Marylou Tyler</p> <p><u><a href="#">Le choix d'un entrepreneur entre capital-risqueur et business angel pour le financement d'une start-up - Daniel Schmidt.</a></u></p> <p><u><a href="https://www.entreprise-ireland.com/en/funding-supports/company/large-company-funding/">https://www.entreprise-ireland.com/en/funding-supports/company/large-company-funding/</a></u></p> <p><u><a href="https://www.parp.gov.pl/component/grants/grantss">https://www.parp.gov.pl/component/grants/grantss</a></u></p> <p><u><a href="https://be.brussels/services-en-ligne/travailler-faire-des-affaires/faire-des-affaires-a-bruxelles/fonds-bourses-et-subsventions">https://be.brussels/services-en-ligne/travailler-faire-des-affaires/faire-des-affaires-a-bruxelles/fonds-bourses-et-subsventions</a></u></p> <p><u><a href="https://www.gov.uk/business-finance-support">https://www.gov.uk/business-finance-support</a></u></p> <p><u><a href="https://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/impresa/fondo-a-sostegno-impresa-femminile">https://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/impresa/fondo-a-sostegno-impresa-femminile</a></u></p> <p><u><a href="#">Programmes de financement de l'UE - L'Europe est à vous (europa.eu)</a></u></p> <p><u><a href="#">Accès au financement - L'Europe est à vous (europa.eu)</a></u></p>
--	--	--	---



# Annexe 1

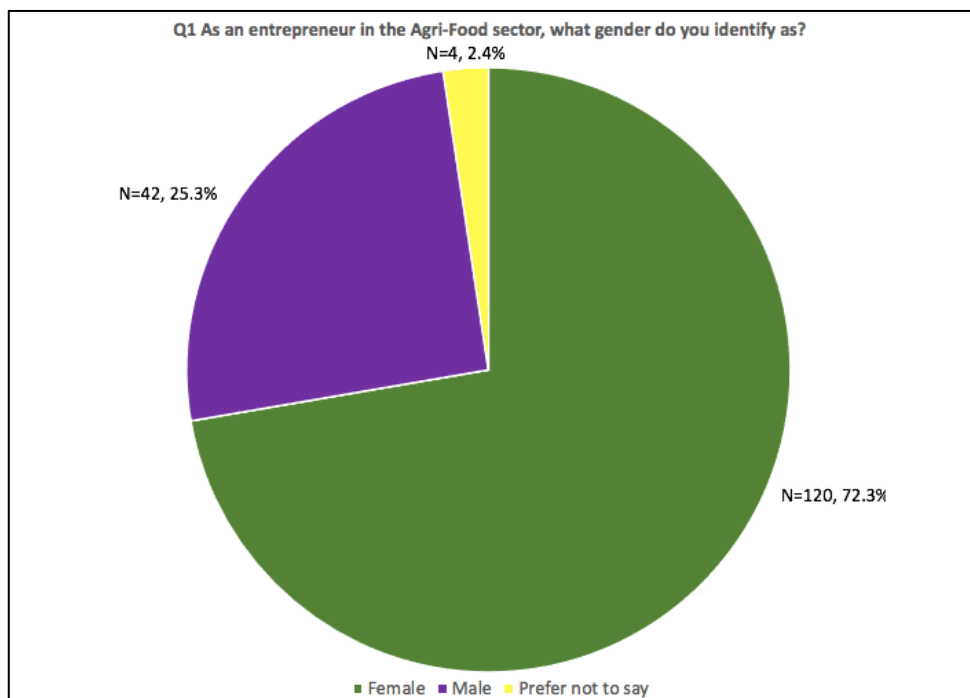
## Annexe 1

### Résumé de l'enquête

- ❖ 166 répondants, entrepreneurs du secteur Agroalimentaire de toute l'Europe ont participé à cette enquête.
- ❖ Lorsqu'on leur a demandé à quel stade en était leur entreprise / idée agroalimentaire, 30,1 % (n = 50) des entrepreneurs ont répondu qu'ils en étaient au stade initial de l'idée, 15,1 % (n = 25) des entrepreneurs se considèrent en phase de démarrage, 34,3 % (n = 57) classeraient leur entreprise comme étant dans ses 5 premières années et réalisant des bénéfices, 1,8 % (n = 3) n'ont pas encore démarré d'entreprise, 5,4 % (n = 9) sont en activité depuis 5 ans mais ne réalisent pas de profit, 6,6 % (n=11) des répondants se considéreraient en phase de développement. **Question 3, figure 1.3**
- ❖ Lorsque les entrepreneurs du secteur agroalimentaire ont été interrogés à **la question 4** « Quelle est votre idée/entreprise agroalimentaire ? » 25,3 % (n=42) ont sélectionné Farm to fork/ Raw material to market, 38 % (n=63) ont choisi l'option produit, 15,7 % (n=26) ont sélectionné la catégorie service pour leur activité agroalimentaire, 8,4 % (n=14) placent leur entreprise agroalimentaire dans la catégorie conseil, 3,6% (n=6) choisissent l'option agrotourisme, 6%(n=10) **Figure 1.4**
- ❖ 12,2 % (n=68) le manque de temps comme obstacle, 12,9 % (n=72) les opportunités financières limitées, 9,7 % (n=54) les anciens schémas de pensée/méthodes de travail traditionnelles et 9,7 % (n=54) le manque de la chaîne d'approvisionnement locale/le manque d'accès aux clients ont été sélectionnés comme les principaux obstacles à la croissance et au développement des affaires
- ❖ Les opportunités de compétences et de formation les mieux classées qui, selon les entrepreneurs, les conduiraient au succès incluent 22,1 % (n = 86) des opportunités de réseautage, 17,7 % (n = 69) l'accès aux événements de l'industrie et 15,4 % (n = 60) la création d'un travail / vie personnelle. équilibre. **Question 6, figure 1.6**
- ❖ 48,1 % des répondants ont une présence en ligne et pensent que les avantages de cette présence incluent des clients plus faciles à cibler, des cibles à l'échelle nationale, la création de la notoriété de la marque, l'affichage des produits, les études de marché, sa gratuité et sa visibilité **Question 7 & 8 Figure 1.7**
- ❖ Les premières étapes de la planification 25 % (N = 21), les contraintes de temps 22,6 % (n = 19 ) et le manque de connaissances sur les médias sociaux 17,9 % (n = 15) ont été sélectionnés comme les principales raisons qui ont empêché les entrepreneurs de démarrer une présence en ligne. **Question 9, figure 1.9**
- ❖ Les entrepreneurs ont été interrogés à **la question 11** "Si vous en aviez l'opportunité, vous engageriez-vous avec un mentor ?" ? 12,7 % (n=21) ont répondu non tandis que 87,3 % (n=144) ont répondu oui. **Illustration 1.11**
- ❖ Les principales raisons qui empêchent les entrepreneurs de s'engager avec un mentor incluent . 17,6% (n=56) aucun mentor dans ma région, 25,4% (n=81) problèmes d'argent , , 16,6% (n=53) manque de temps . **question 13 Illustration 1.12.**

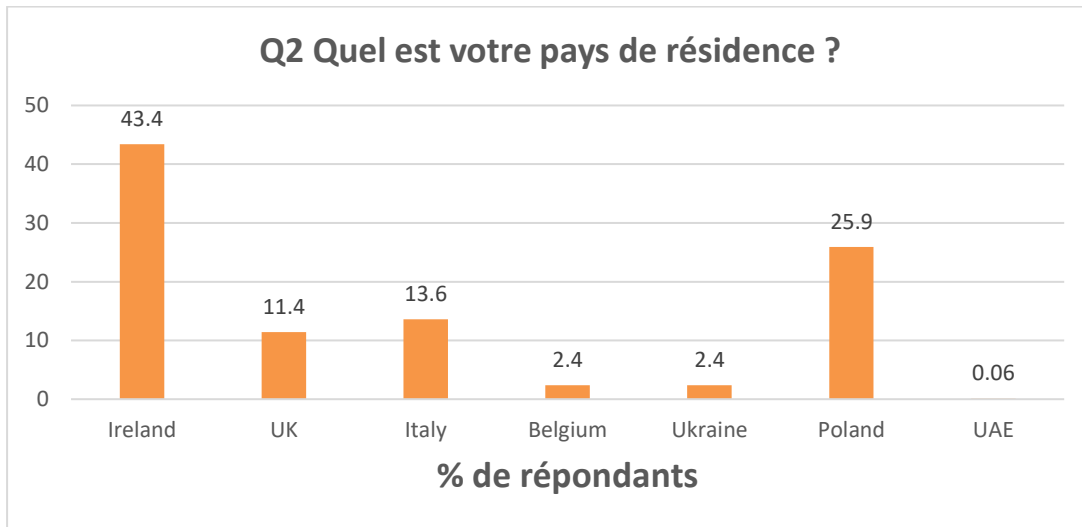
- ❖ Être capable de donner une rétroaction constructive 14,7 % (n = 94), l'honnêteté 13,1 % (n = 84) et la confiance et la confidentialité 11,1 % (n = 71) ont été sélectionnés comme les traits les plus importants qu'un mentor doit posséder par les entrepreneurs. **Question 16 Figure 1.14**
- ❖ **Figure 1.18** Ce que pensent les entrepreneurs du secteur agroalimentaire d'un mentor qui les aiderait à réussir. 25,3 % (n=91) ont commenté l'obtention de conseils de travail pratiques, 25,3 % (n=91) ont appris de l'expérience, 22,8 % (n=82) ont établi des relations et développé des réseaux, 23,4 % (n=84) ont développé des stratégies de résolution de problèmes et 3,1 % (n=11) entrepreneurs ont choisi l'autre option.
- ❖ Les principales raisons sélectionnées pour expliquer ce que les entrepreneurs pensent de la manière dont les mentors les aideraient à réussir incluent obtenir des conseils de travail pratiques 25,3 % (n=91), tirer des enseignements de l'expérience 25,3 % (n=91) et développer des stratégies de résolution de problèmes 23,4 % (n=84) Question **18 Figure 1.18**
- ❖ Lorsqu'on a demandé aux entrepreneurs du secteur agroalimentaire à **la question 19** s'il était important pour eux d'avoir un mentor sexospécifique, 86,7 % (n = 144) ont répondu non tandis que 13,3 % (n = 22) ont répondu oui. **Illustration 1.19**

### question 1



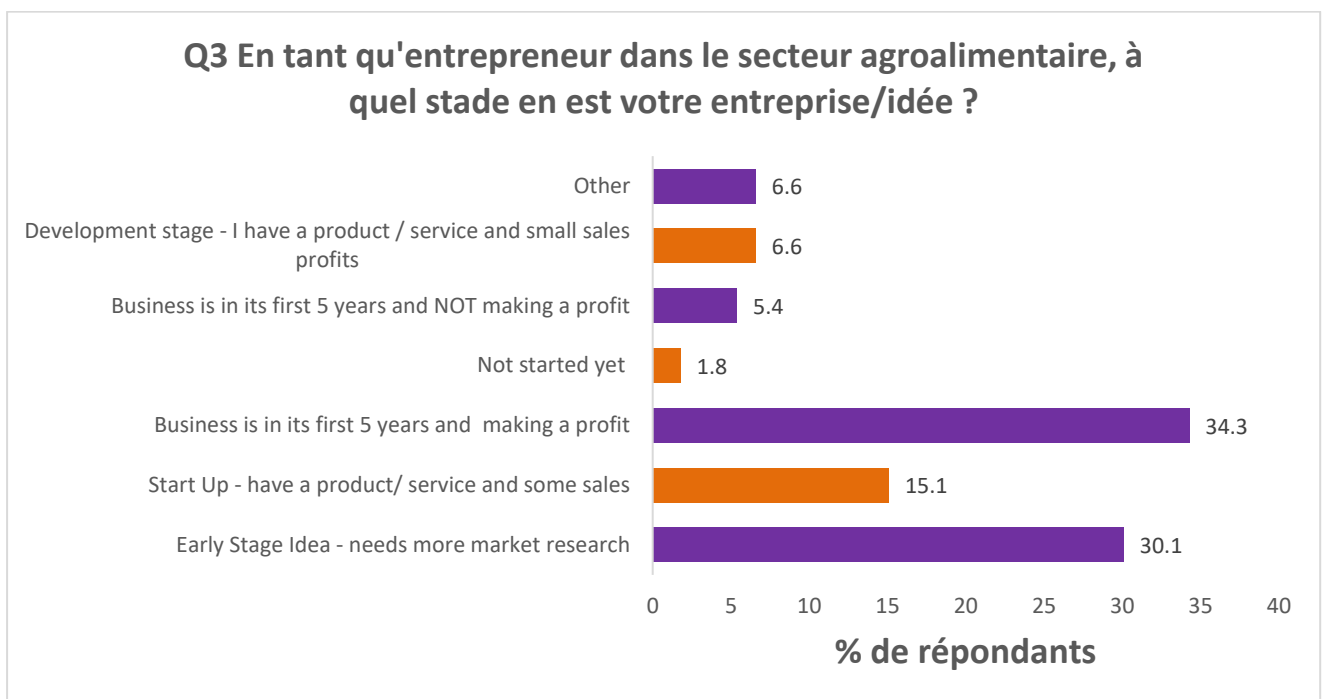
**Figure 1.1 :** Les entrepreneurs ont été interrogés à la question 1 « à quel genre ils s'identifient ». 166 ont répondu, 120 d'entre eux s'identifient comme des femmes, 42 comme des hommes et 4 préféreraient ne pas répondre.

question 2



**Figure 1.2 :** Question 2, 166 Européens ont participé à cette enquête, 43,4 % (n=72 ) sont irlandais, 11,4 % (n=19) d'entre eux viennent du Royaume-Uni, 13,6 % (n=23) sont italiens, 2,4 % (n=4) viennent de Belgique, 2,4 % (n=4) viennent d'Ukraine, 25,9 % (n=43) viennent de Pologne et 0,06 % (n=1) viennent des Émirats arabes unis.

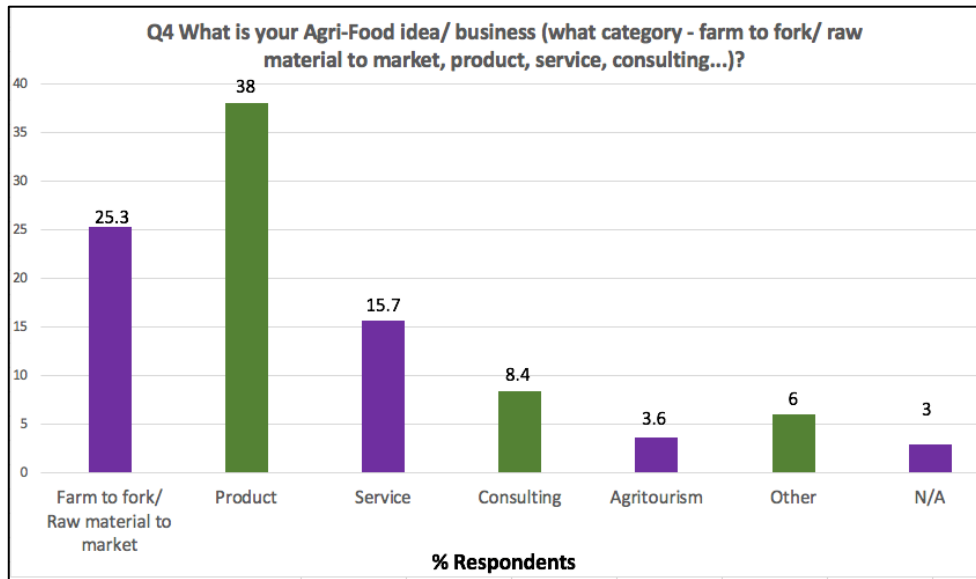
question 3



**Figure 1.3** Les entrepreneurs du secteur agroalimentaire décrivent à la question 3 à quel stade se trouve leur entreprise/idée. Il y avait 166 répondants pour la question 3 , 30,1 % (n=50) des entrepreneurs sont à l'étape initiale de l'idée, 15,1 % (n=25) des répondants se considèrent en phase de démarrage, 34,3 % (n=57) classeraient leur entreprise comme dans ses 5 premières années et réalisant des bénéfices, 1,8% (n=3) n'ont pas encore créé d'entreprise, 5,4% (n=9) sont en activité depuis 5 ans mais ne réalisent pas de bénéfices, 6,6% (n=11) des répondants se considéreraient en phase de

développement et 6,6 % (n=11) ont choisi autre comme option.

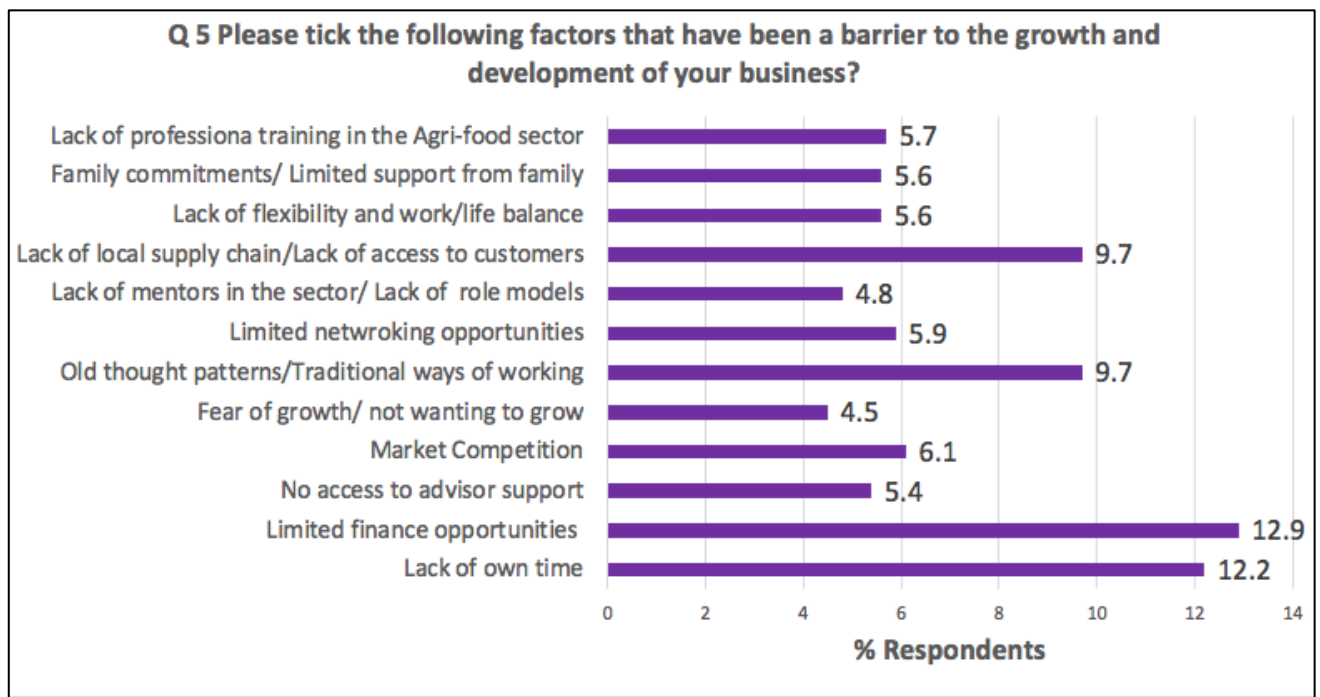
**question 4**



**Figure 1.4**

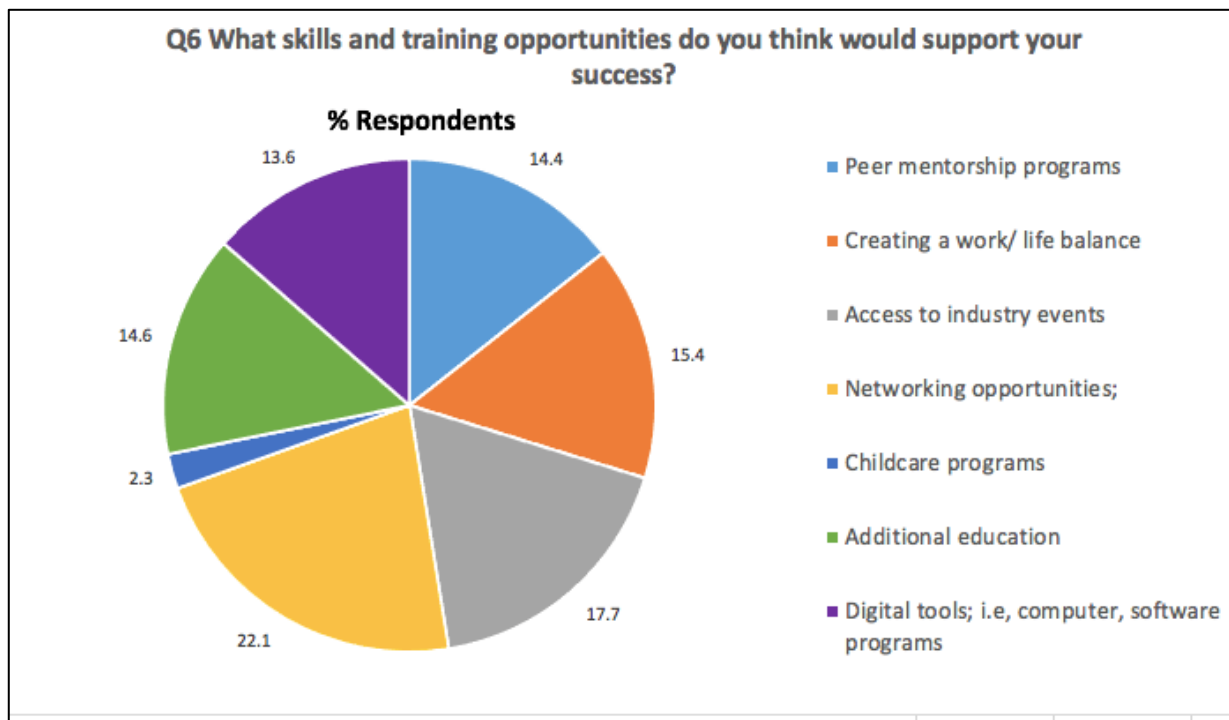
Les entrepreneurs du secteur agroalimentaire ont été interrogés à la question 4 « Quelle est votre idée/entreprise agroalimentaire ? ». Il y a eu 166 réponses pour la question 4, 25,3 % (n=42) ont sélectionné De la ferme à la fourchette/De la matière première au marché, 38 % (n=63) ont choisi l'option produit, 15,7 % (n=26) ont sélectionné la catégorie service pour leur Entreprise Agroalimentaire, 8,4% (n=14) placent leur entreprise Agroalimentaire dans la catégorie conseil, 3,6% (n=6) choisissent l'option agrotourisme, 6%(n=10) choisissent autre et 3%(n= 5) a préféré ne rien dire.

**question 5**



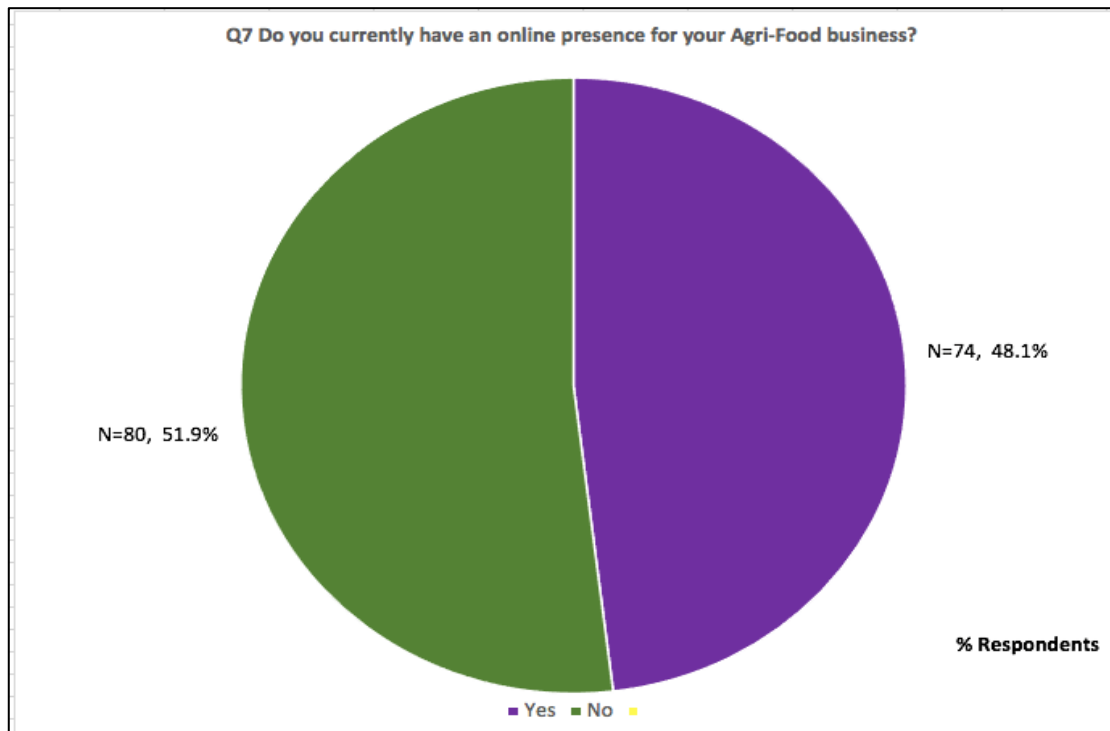
**Figure 1.5** Les entrepreneurs ont décrit les facteurs qui ont fait obstacle à la croissance et au développement de leur entreprise à la question 5. Les 166 entrepreneurs ont tous répondu à cette question, mais comme il s'agissait d'une question à choix multiples, il y a eu 557 réponses. 12,2 % (n=68) ont mentionné le manque de temps libre comme un obstacle, 12,9 % (n=72) des opportunités financières limitées, 5,4 % (n=30) aucun accès au soutien d'un conseiller, 6,1 % (n=34) la concurrence sur le marché, 4,5 % (n=25) peur de la croissance/ne pas vouloir grandir, 9,7% (n=54) anciens schémas de pensée/méthodes de travail traditionnelles, 5,9% (n=33) opportunités de réseautage limitées, 4,8% (n=27) manque de mentors dans le secteur/ manque de modèles, 9,7 % (n=54) manque de chaîne d'approvisionnement locale/ manque d'accès aux clients, 5,6 % (n=31), manque de flexibilité/ équilibre travail/vie personnelle, 5,6 % (n=31) engagements familiaux / soutien familial limité et 5,7%(n=32) ont sélectionné le manque de formation professionnelle dans le secteur Agroalimentaire.

**question 6**



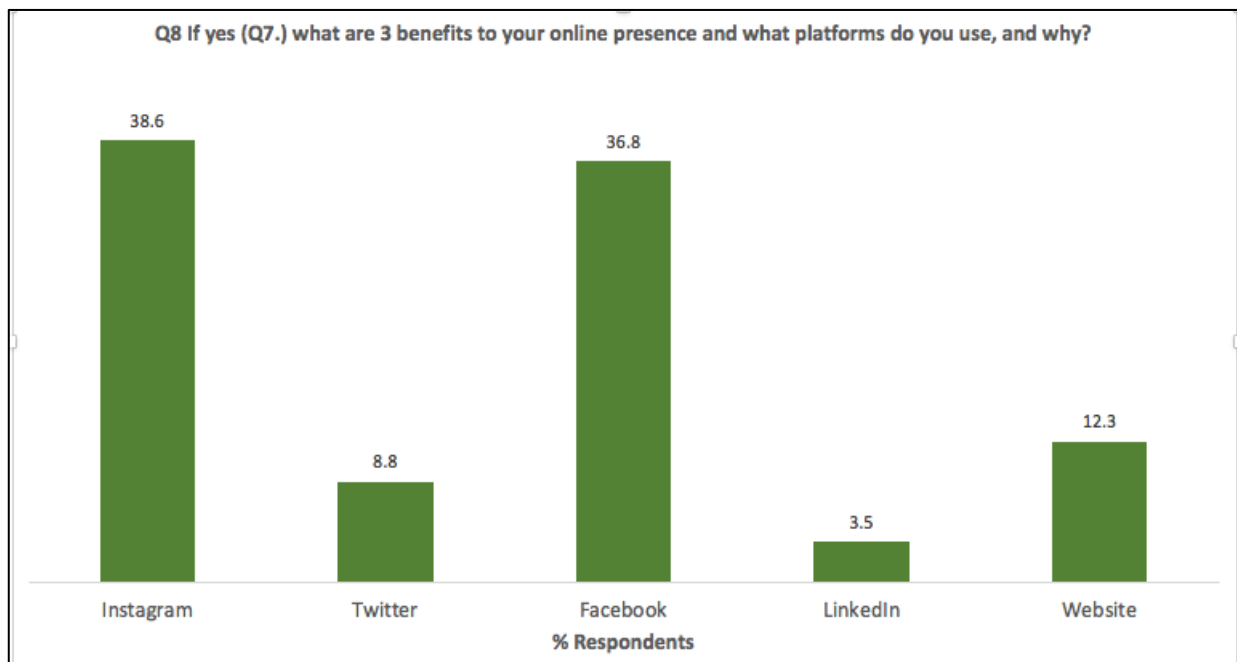
**Figure 1.6** Ce que les entrepreneurs du secteur agroalimentaire ont sélectionné pour quelles compétences et possibilités de formation soutiendraient leur réussite. Il y avait 166 répondants mais 390 réponses car cette question était une réponse à choix multiples. Les réponses sont présentées dans la figure 1.6 ci-dessus. 14,4 % (n = 56) ont commenté les programmes de mentorat par les pairs, 15,4 % (n = 60) la création d'un équilibre travail / vie personnelle, 17,7 % (n = 69) l'accès aux événements de l'industrie, 22,1 % (n = 86) les opportunités de réseautage 2,3 % (n=9) programmes de garde d'enfants, 14,6 % (n=57) éducation complémentaire et 13,6 % (n=53) ont commenté les outils numériques.

question 7



**Figure 1.7** À la question 7, on a demandé aux entrepreneurs s'ils avaient actuellement une présence en ligne pour leur entreprise agroalimentaire. 154 ont répondu tandis que 12 ont sauté cette question. 74 % (n=74) ont répondu oui et 51,9 % (n=80) non.

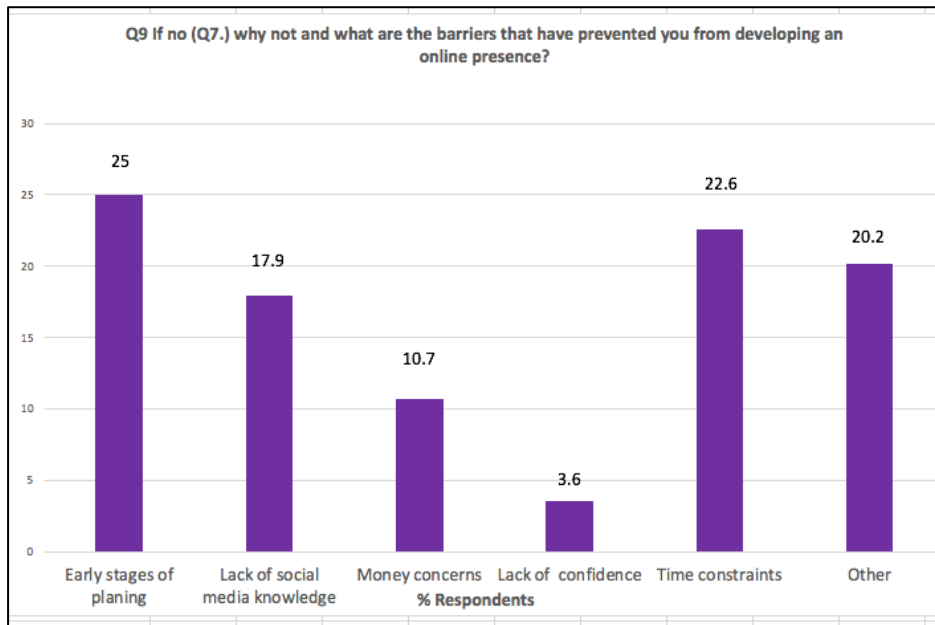
question 8



**Figure 1.8** La question 8 était une question en deux parties, la première partie "Quels sont les 3 avantages de votre présence en ligne" avait une multitude de réponses, les plus courantes incluent des commentaires tels que, plus facile de cibler les clients, les cibles à l'échelle nationale, la création de la

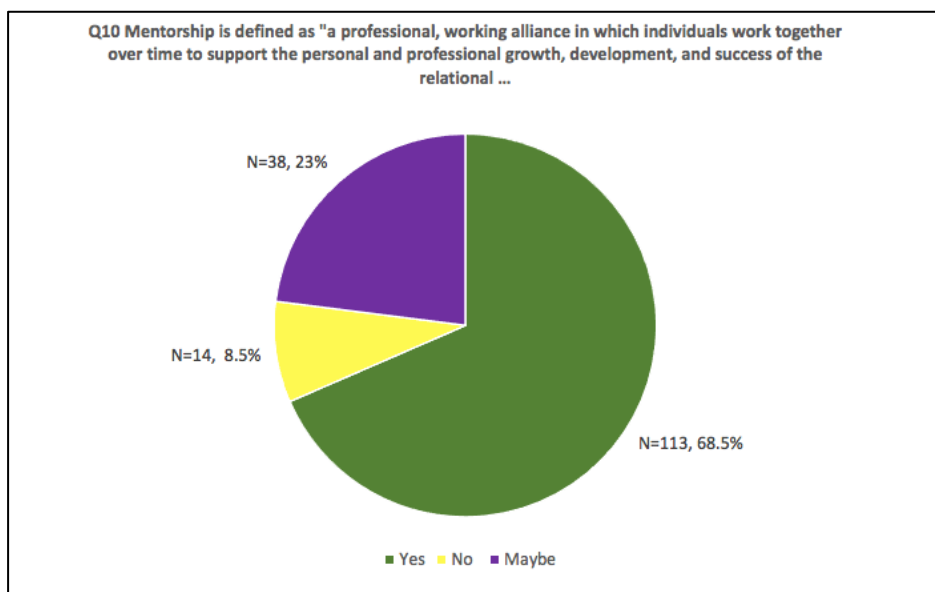
notoriété de la marque, le produit display, étude de marché, sa gratuité et sa visibilité. **La figure 1.8** présente les réponses des 57 entrepreneurs qui ont choisi de répondre à cette question « Quelles plateformes utilisez-vous et pourquoi ». 38,6 % (n=22) ont mentionné Instagram, 8,8 % (n=5) twitter, 36,8 % (n=21) Facebook, 3,5 % (n=2) LinkedIn et 12,3 % (n=7) ont mentionné avoir un site Web .

**question 9**



**Figure 1.9** Ce que pensent les entrepreneurs du secteur agroalimentaire sont les obstacles qui les ont empêchés de développer une présence en ligne. Il y avait 84 répondants à **la question 9**. Les réponses sont présentées par thèmes à **la figure 1.9**. Parmi les entrepreneurs qui ont commenté, 25 % (n=21) ont commenté les premières étapes de la planification, 17,9 % (n=15) le manque de connaissances sur les médias sociaux, 10,7 % (n=9) les problèmes d'argent, 3,6 % (n=3) le manque de confiance, 22,6 % (n=19) contraintes de temps et 20,2 % (n=17) ont choisi l'autre option.

**question 10**

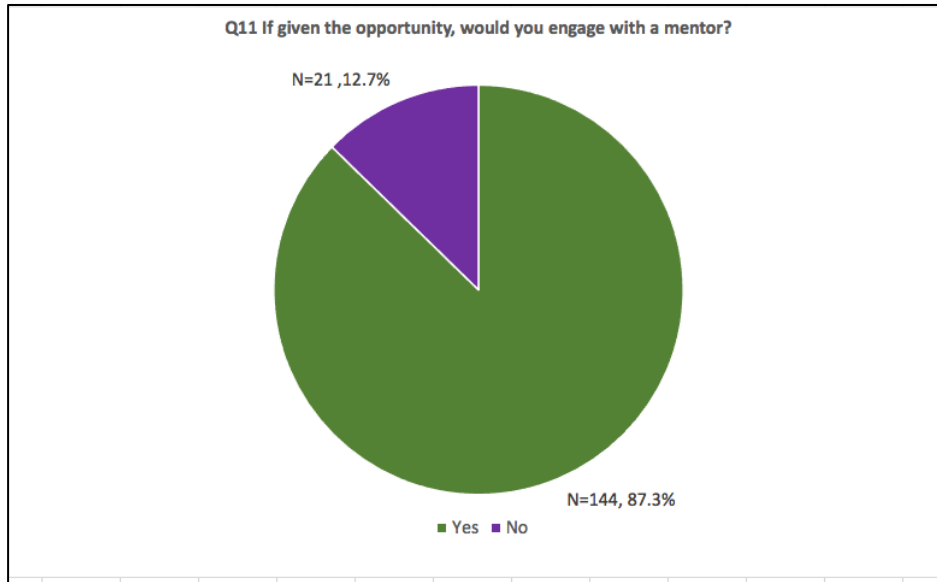


**Figure 1.10** Entrepreneurs décrits à la question 10 si la réponse est d'accord avec l'énoncé « Le



mentorat est défini comme une alliance de travail professionnelle dans laquelle les individus travaillent ensemble au fil du temps pour soutenir la croissance et le développement personnels et professionnels et le succès des partenaires relationnels grâce à l'offre de carrière. et un soutien psychosocial ». 165 ont répondu 1 a sauté cette question, 23% (n=38) ont commenté peut-être, 8,5% (n=14) non et 68,5% (n=113) oui.

**question 11**

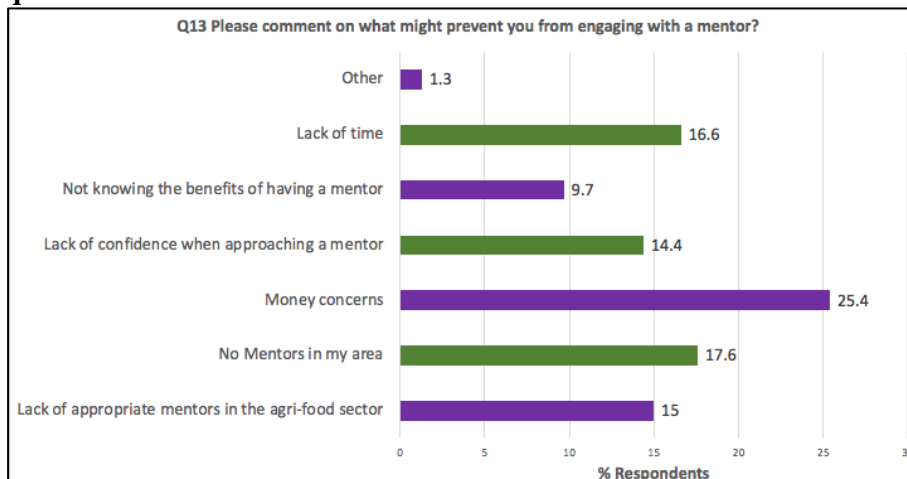


**Figure 1.11** Les entrepreneurs du secteur agroalimentaire ont été interrogés à la question 11 « Si vous en aviez l'opportunité, engageriez-vous un mentor » ? 165 entrepreneurs ont répondu, 1 entrepreneur a sauté cette question. 12,7 % (n=21) ont répondu non tandis que 87,3 % (n=144) ont répondu oui.

**question 12** Veuillez commenter ce qui pourrait vous empêcher de vous engager avec un mentor ?

118 entrepreneurs ont répondu à cette question, tandis que 48 ont sauté cette question. Il y avait une multitude de réponses données pour cette question et certaines des réponses les plus courantes qui n'étaient pas une option à la question 13 incluent, les compétences/pertinence du mentor, ne pas savoir où trouver un mentor, la confiance, l'opinion de la famille et le manque de connaissance du secteur.

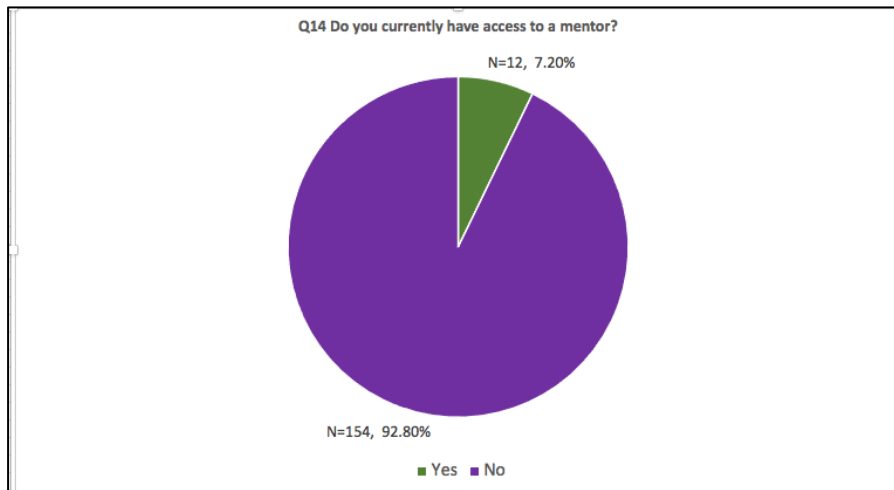
**question 13**



**Figure 1.12** Ce que pensent les entrepreneurs pourrait les empêcher de s'engager avec un mentor. Il y

avait 166 réponses mais comme cette question était à choix multiples, il y avait 319 réponses. Les réponses sont présentées ci-dessus dans la figure 1.12. Parmi les entrepreneurs qui ont formulé des commentaires, 15 % (n=48) ont mentionné le manque de mentors appropriés dans le secteur agroalimentaire, 17,6 % (n=56) aucun mentor dans ma région, 25,4 % (n=81) des problèmes d'argent, 14,4 % (n=46) manque de confiance lors de l'approche d'un mentor, 9,7 % (n=31) ne connaissent pas les avantages d'avoir un mentor, 16,6 % (n=53) manquent de temps et 1,3 % (n=4) ont commenté autre.

**question 14**

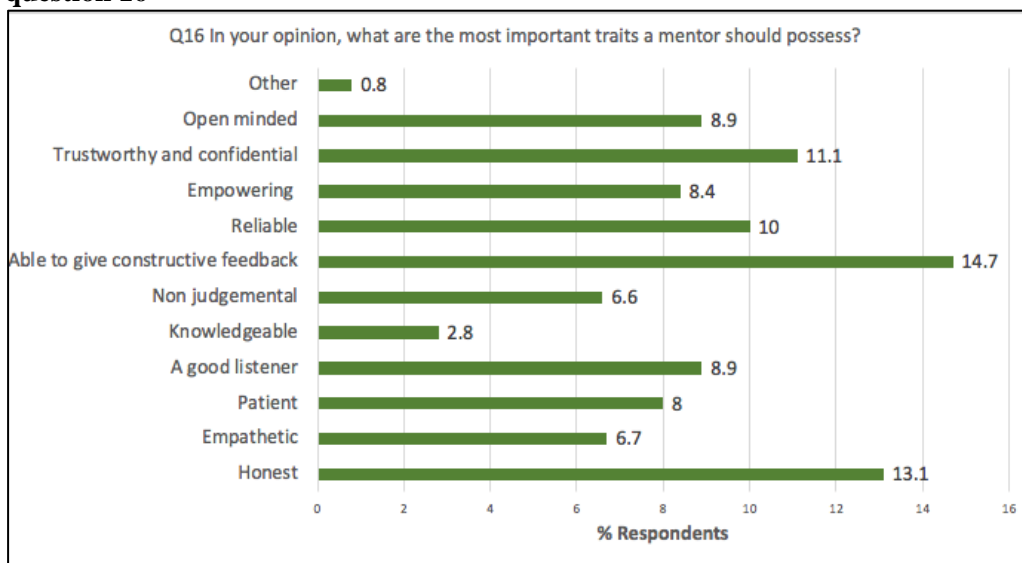


**Figure 1.13** Les 166 entrepreneurs ont tous répondu à la question 14 « Avez-vous actuellement accès à un mentor » ? 92,8 % (n=154) ont répondu Oui tandis que 7,2 % (n=12) ont répondu Non.

**Q15, Si oui à Q14, quel impact cela a-t-il sur vous et votre entreprise ?**

Pour la question 15, 11 des 12 entrepreneurs qui ont répondu oui à Q14 ont répondu. Tous les entrepreneurs qui ont accès à un mentor ont constaté que la relation avait un impact positif sur leur entreprise. Les réponses les plus courantes incluses étaient, mon mentor me fournit des conseils pratiques, un soutien constant, renforce la confiance, transmet des connaissances, oriente la prise de décision, les opportunités de réseautage et aide au développement de l'entreprise.

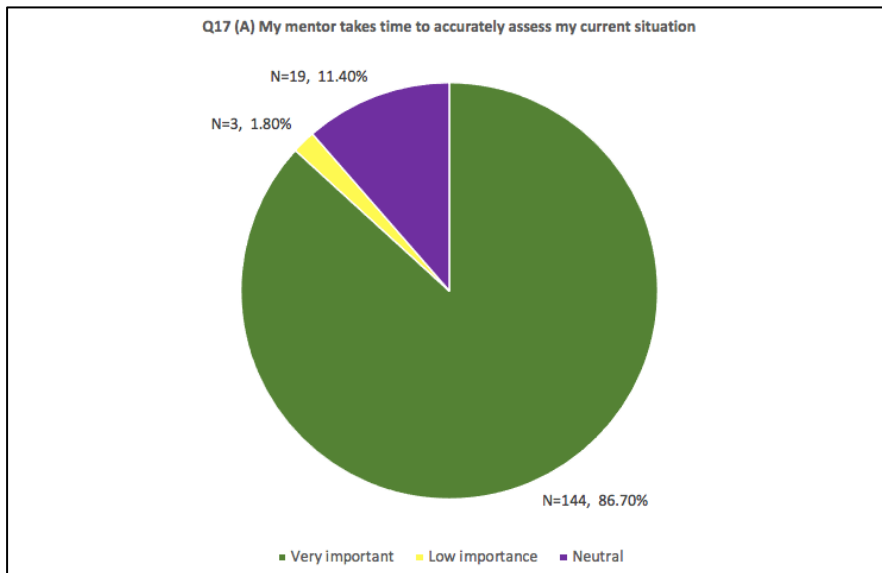
**question 16**



**Figure 1.14** Les caractéristiques les plus importantes qu'un mentor doit posséder. Les 166

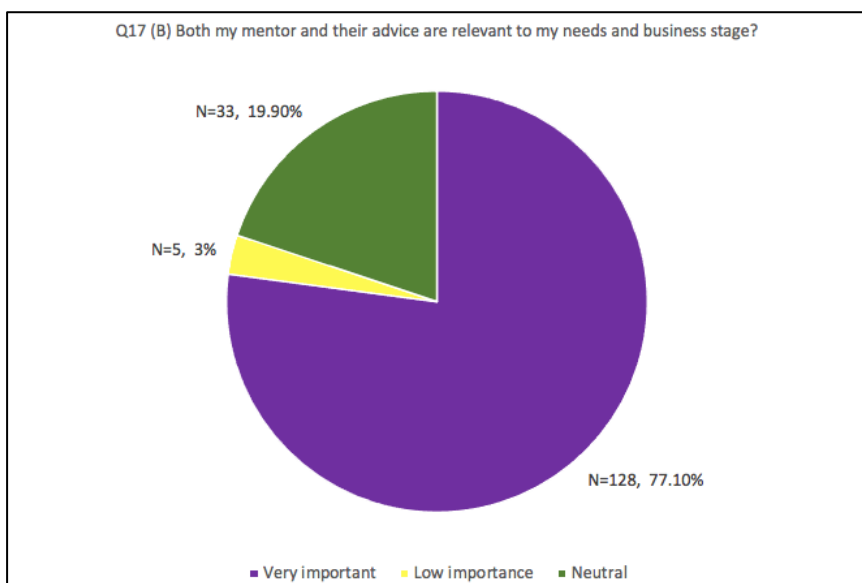
entrepreneurs du secteur Agroalimentaire ont répondu à cette question, cette question était à choix multiples et il y a donc eu 640 réponses. Les réponses des entrepreneurs ont inclus, 13,1 % (n=84) mentionnant l'honnêteté, 6,7 % (n=43) l'empathie, 8 % (n=51) la patience, 8,9 % (n=57) une bonne écoute, 2,8 % (n=43) =18 bien informés, 6,6 % (n=42) sans jugement, 14,7 % (n=94) capables de donner des commentaires constructifs, 10 % (n=64) fiables, 8,4 % (n=54), 11,1 % (n =71) dignes de confiance et confidentiels et 0,8 % (n=%) entrepreneurs ont choisi autre.

**question 17 (UN)**



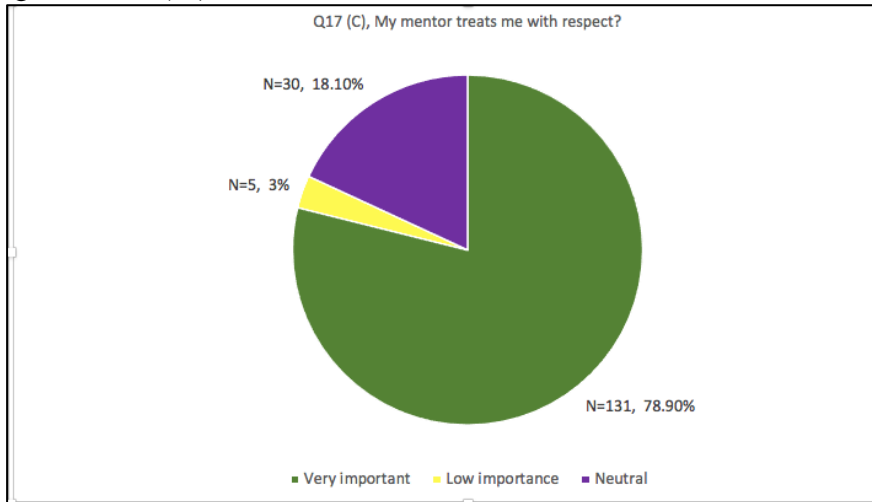
**Figure 1.15** Les entrepreneurs du secteur agroalimentaire ont été interrogés à la question 17(A) À quel niveau d'importance sont-ils d'accord avec l'énoncé suivant, « Mon mentor met du temps à accéder avec précision à ma situation actuelle » ? 166 entrepreneurs ont répondu, 1,8% (n=3) ont choisi l'option neutre, 11,4% (n=19) ont répondu peu important tandis que 86,7% (n=144) ont répondu très important.

**Question 17 (B)**



**Figure 1.16** Les entrepreneurs du secteur agroalimentaire ont été interrogés à la question 17(B) À quel niveau d'importance sont-ils d'accord avec l'énoncé suivant, « Mon mentor et ses conseils sont pertinents par rapport à mes besoins et à l'étape de mon entreprise » ? 166 entrepreneurs ont répondu, 3% (n=5) ont choisi l'option neutre, 19,9% (n=33) ont répondu peu important tandis que 77,1% (n=144) ont répondu très important

**Question 17 ( C )**



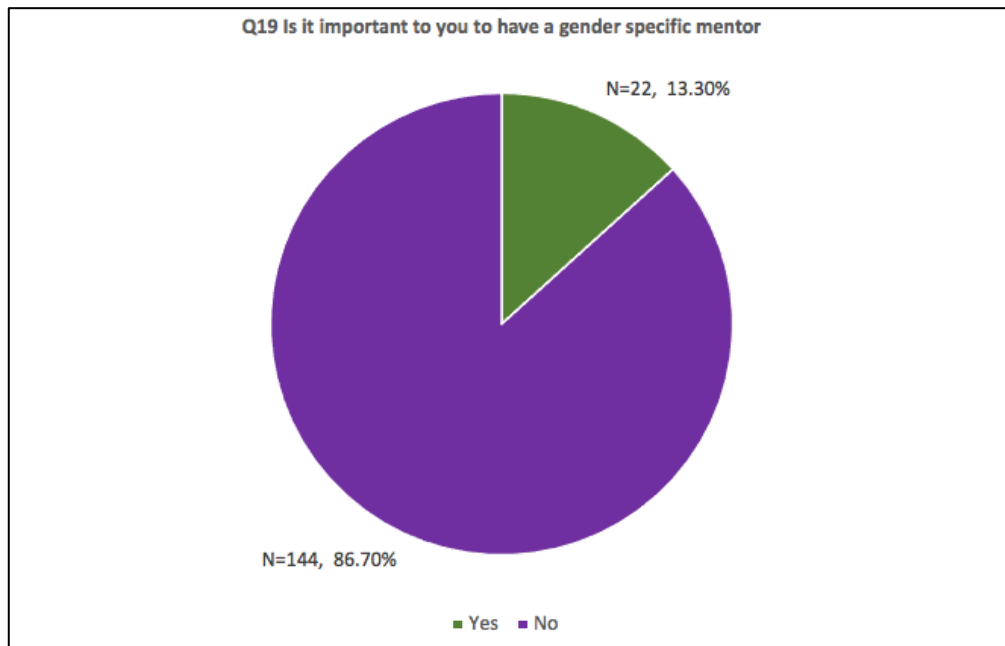
**Figure 1.17** Les entrepreneurs du secteur agroalimentaire ont été interrogés à la question 17( C ) À quel niveau d'importance sont-ils d'accord avec l'énoncé suivant, « Mon mentor me traite avec respect » ? 166 entrepreneurs ont répondu, 3% (n=5) ont choisi l'option neutre, 18,1% (n=30) ont répondu peu important tandis que 78,9% (n=131) ont répondu très important

**question 18**



**Figure 1.18** Ce que pensent les entrepreneurs du secteur agroalimentaire d'un mentor qui les aiderait à réussir. Les 166 entrepreneurs ont tous répondu à la question 18 , mais il s'agissait d'une question à choix multiples, il y avait donc 359 réponses. 25,3 % (n = 91) ont commenté l'obtention de conseils de travail pratiques, 25,3 % (n = 91) ont appris de l'expérience, 22,8 % (n = 82) ont établi des relations et développé des réseaux, 23,4 % (n = 84) ont développé des stratégies de résolution de problèmes et 3,1 % (n=11) entrepreneurs ont choisi l'autre option.

**question 19**



**Figure 1.19** On a ensuite demandé aux entrepreneurs du secteur agroalimentaire à la **question 19** s'il était important pour eux d'avoir un mentor sexospécifique ? 166 répondants ont répondu à cette question. 86,7 % (n = 144) ont répondu non tandis que 13,3 % (n = 22) ont répondu oui.

**Q20 Si oui à Q18, veuillez fournir plus d'informations sur la raison.**

19 des 22 entrepreneurs ont répondu à cette question, 3 entrepreneurs ont sauté cette question. Certaines réponses à cette question incluent, étant plus à l'aise avec un genre spécifique, les femmes comprennent les obstacles auxquels les autres femmes sont confrontées dans les affaires, gagnent en confiance avec un mentor du même sexe, deux réponses se contredisent, un entrepreneur trouve les femmes plus compréhensives tandis qu'un autre trouve les hommes compréhensifs et un entrepreneur pense que les mentors masculins ont plus de contacts.

**Q21 Si vous étiez mentor, quelles qualités, expertises et compétences pourriez-vous apporter à votre mentoré dans le secteur Agroalimentaire ?**

123 entrepreneurs ont répondu à la question 21, tandis que 43 entrepreneurs ont sauté cette question. Il y avait une multitude de réponses à cette question, les qualités et les compétences qui apparaissaient le plus étaient l'honnêteté, les connaissances, l'empathie, les conseils sur les subventions et les aides disponibles, l'expérience dans leurs domaines, les opportunités de réseautage, une bonne écoute et la patience.

# Annexe 2

## Annexe 2

### Critères de mentorat

Lors de la sélection des mentors pour contribuer au cours, il est important de noter qu'aucun mentor ne sera en mesure de dispenser le cours complet. Une équipe multidisciplinaire est la plus appropriée pour réussir la prestation de la formation. Il devrait inclure un panel d'universitaires, d'entrepreneurs alimentaires et de mentors. Le panel doit être **mixte**. Vous trouverez ci-dessous une liste de critères suggérés auxquels se référer lors de la sélection d'entrepreneurs et de mentors du secteur alimentaire pour s'impliquer dans le cours :

### Communication

- environnement d'apprentissage par les pairs
- Concevoir et présenter une présentation orale professionnelle aux femmes
- Démontrer des stratégies de communication efficaces qui aideront les femmes à développer et à promouvoir leur entreprise
- Communiquer en toute confiance, sur son produit, sa vision, sa marque et ses points de valeur
- Compétences en communication écrite et orale
- Compétences en communication en ligne - l'utilisation des médias sociaux pour la promotion et le développement des entreprises
- Chaque mentor doit être en mesure de fournir des exemples de situations réelles où la mise en œuvre de stratégies de communication a été essentielle pour développer la croissance et la pérennité de son entreprise

### Mentorat

- Choisissez une personne qui comprend les défis auxquels sont confrontées les FFE. Un mentorat sans jugement et sans préjugés est un grand avantage. Pour les femmes entrepreneures établies dans le secteur alimentaire, la possibilité de partager leur expertise et leurs compétences générales peut être très satisfaisante. Le processus de mentorat n'est pas qu'une question de théorie. Les FFE ont besoin d'entendre que **d'autres FFE/entrepreneurs ont eu des difficultés similaires** et d'obtenir des conseils sur la façon dont ils ont surmonté les défis/craintes/obstacles. Le partage des frustrations liées au genre est une partie essentielle du processus.
- Un **compétent** mentor peut faire la différence entre le succès et l'échec pour les FFE émergentes.

- Les mentors doivent fournir des encouragements. Beaucoup de femmes ont de grandes idées d'affaires. Cependant, un manque de courage ou une quantité malsaine de doute de soi poussent souvent les femmes à abandonner ces idées. L'entrepreneuriat nécessite de prendre de gros risques pour rechercher de plus grandes récompenses.
- Pas d'aversion au risque - les femmes devraient être encouragées par des entrepreneurs prospères à aspirer à prendre des risques. Prendre le risque servira comme une série de leçons précieuses. Le succès n'est pas linéaire.
- Les mentors doivent être **proactifs** dans leur approche du mentorat FFE – Ouvert à aider les femmes qui hésitent à demander de l'aide. La recherche <sup>2</sup>a indiqué que la peur d'être rejeté ou ridiculisé est élevée parmi les FFE.
- Les formateurs/mentors doivent être **accessibles** . Avoir une politique de porte ouverte encouragera plus d'engagement avec le mentor - ce mouvement d'ouverture crée une opportunité pour qu'une relation de mentorat commence.
- FFE **en groupe** - Le contact en tête-à-tête peut être très intense et intimidant pour certains FFE. Les séances de mentorat de groupe peuvent s'avérer tout aussi fructueuses. Un mentor peut créer une plateforme où les FFE peuvent se rencontrer en ligne car beaucoup peuvent rencontrer des défis similaires.
- Le mentor devrait jouer davantage un rôle de facilitateur, c'est-à-dire commencer la session, donner des conseils et des orientations, puis ouvrir la discussion.
- Avoir la capacité de donner **une rétroaction honnête** même quand c'est négatif
- L'un des aspects les plus importants d'une relation de mentorat est la rétroaction. Les FFE doivent **apprendre de leurs succès et de leurs erreurs** . Avoir un parrain qui hésite à pointer les manquements n'est pas bénéfique pour la FFE.
- **Partager des expériences de la vie réelle** dans le cadre du mentorat
- **Les questions liées au genre** sont toujours un combat pour de nombreuses femmes entrepreneurs malgré la législation sur l'égalité des sexes dans de nombreux pays. Il est souvent encore difficile pour les femmes d'entrer dans les industries dominées par les hommes. Dans certaines sociétés, les femmes ont des responsabilités traditionnelles comme le ménage et l'éducation des enfants à assumer tout en gravissant les échelons vers le succès. Discuter de la façon d'équilibrer le travail et la vie personnelle donnera aux élèves la force de persévérer.
- **empathique** le mentorat est une approche efficace. Le mentorat empathique rend l'étudiant **se sentir rassuré et en sécurité dans la relation**. Se sentir en sécurité dans l'espace créé par le

<sup>2</sup> Enquête Monkey Inc, 2019



mentor rendra l'étudiant plus susceptible de tout partager au lieu de se retenir.

Le mentorat empathique est une approche connue pour créer une relation à long terme. Les compétences nécessaires à cette approche peuvent ne pas venir naturellement au mentor. Ils peuvent être développés avec du temps et de la patience.