

COMPTE-RENDU

Temps d'intelligence collective - mars 2019

Depuis la dernière conférence Action de Janvier, les cercles se sont constitués avec les premiers explorateurs.trices qui ont travaillé sur l'appel à candidature, les critères d'éligibilité de l'entreprise sélectionnable, la création d'une charte d'engagement de l'entreprise sélectionnée, le process de sélection, les modes et moyens de diffusion envisagés de l'appel à candidature...

Le thème de ce temps d'intelligence collective concerne notre ambition quant à la visibilité du projet dans l'espace public et auprès des différentes parties-prenantes, à travers la question suivante :

« Comment amplifier le rayonnement et la visibilité du projet ? »

En World Café, les participants ont réfléchi sur les questions suivantes:

- Quels seraient les indicateurs qui montreraient que le projet a le rayonnement souhaité ?

A court terme, le premier facteur de succès sera le nombre de candidatures que nous recevrons pour participer à ce projet, le nombre d'Engagé.e.s qui le rejoignent et la qualité des partenaires qui souhaitent le soutenir.

Le second facteur concerne plus classiquement le retour médias et réseaux sociaux (nombre de parutions presse et de citations par les acteurs territoriaux ou politiques, nombre de mentions sur les réseaux sociaux ..).

A moyen terme, le rayonnement se mesurera par le nombre d'entreprises qui manifesteront de l'intérêt pour un tel projet, une fois l'entreprise sélectionnée (rôle de modèle), ainsi que par la dynamique et le changement générés dans l'entreprise sélectionnée et la manière dont en parleront les collaborateurs.

A plus long terme, il s'agira d'évaluer l'évolution positive des critères de biodiversité à la fin de la mission auprès de l'entreprise.

- Quelles sont nos sources et nos ressources sur lesquelles nous appuyer ?

La motivation à la cause de la biodiversité et son incarnation par des citoyens mobilisés au sein d'ENGAGE pour contribuer à cette aventure seront les forces et ressources principales.

Le positionnement d'ENGAGE et le lancement d'actions concrètes comme ce défi devraient permettre d'utiliser des figures emblématiques, et de trouver des influenceurs en lien avec le sujet de la biodiversité mais aussi de la transformation au sens large (transformation sociétale, transformation des entreprises..).

Ensuite, le story telling à bâtir au fur et à mesure, avec le cas concret d'une entreprise engagée à tous les niveaux (Humain, Economie, Production, Vision ..), permettra de nourrir le discours.

D'ailleurs, n'hésitez pas à revenir vers nous si vous avez des contacts auprès desquels vous pourriez nous introduire.

- **Quelles sont les actions les plus pertinentes à mener ?**

La réalisation d'un kit de communication (Communiqué de presse, flyer..) est un élément clé pour accompagner le lancement de l'appel à candidature et expliciter le projet autant que le plan de communication.

Nous avons déjà commencé à y travailler dans le cercle Communication.

Nous souhaitons entrer en contact avec des médias comme BRUT ou KONBINI par exemple, faire du story telling sur les réseaux sociaux et pourquoi pas travailler sur un format de télé-réalité avec l'entreprise choisie, pour l'accompagner dans sa transformation.

Nous devons travailler notre discours pour donner envie aux partenaires culturels, économiques, académiques, et aux influenceurs (campagne Youtube), et communiquer auprès des réseaux d'entreprise après les avoir identifiés.

Nous rêvons à une « BFM BIODIVERSITE ACADEMIE »

L'idée se développe aussi d'avoir un benchmark de l'existant, et une veille des entreprises qui auraient déjà une démarche d'inclusion de la Biodiversité dans leur activité. Nous comptons aussi sur les salariés de ces entreprises comme ambassadeurs d'un tel projet.

Comme vous le voyez, l'ambition est grande et nous avons toujours besoin de vos talents pour rejoindre nos cercles !

Prochaine conférence-action à Bright City courant mai.