

VOYAGE AU PAYS DES ENTREPRISES À MISSION



Prophil
Beyond Philanthropy

EN COLLABORATION
AVEC

 **FONDATION
DES POSSIBLES**
FONDATION D'ENTREPRISES



entreprisesetcités

KPMG



ITINÉRAIRE DÉCRYPTÉ

RÉINVENTER SON MODÈLE ÉCONOMIQUE À L'AUNE DE LA MISSION !

Commencez par le cœur des modalités de réalisation de la mission : la définition d'une proposition de valeur ainsi que l'identification des outils de production de cette dernière.

Ensuite interrogez-vous sur la dimension réelle pour caractériser les liens humains qui découlent du processus de réalisation de la mission.

Enfin, approfondissez la dimension monétaire afin de vous inscrire dans un partage transparent de la valeur créée collectivement.



dimension réelle

tangible

intangible

dimension monétaire €

DISTRIBUTION DE LA VALEUR

APPROPRIATION DE LA VALEUR

CRÉATION DE VALEUR

PRODUCTION DE VALEUR

MONÉTISATION DE LA VALEUR

RÉPARTITION DE LA VALEUR

au cœur de la mission

DISTRIBUTION DE VALEUR

- Comment l'entreprise distribue-t-elle de la valeur?
- Comment rend-elle disponible la valeur créée à ses clients ou bénéficiaires? Par quel(s) canal(aux)?

APPROPRIATION DE LA VALEUR

- Comment l'entreprise fait-elle pour que ses clients ou bénéficiaires perçoivent la valeur créée et en aient connaissance?
- Comment les parties prenantes ont-elles intégré la politique de création de valeur?
- Est-elle en phase avec leurs besoins et/ou attentes?

PRODUCTION DE VALEUR

- Comment l'entreprise produit-elle de la valeur?
- De quels moyens dispose-t-elle pour produire cette valeur?
- Quelles ressources matérielles et immatérielles, financières et extra-financières, humaines et techniques, utilise-t-elle pour la réalisation de sa mission?

CRÉATION DE VALEUR

- Quelle est la proposition de valeur liée à la mission de l'entreprise?
- Quelle est la valeur ajoutée, l'utilité sociétale de l'entreprise?
- Quels bénéfices l'entreprise apporte-t-elle à ses clients, ses collaborateurs et ses autres parties prenantes?

MONÉTISATION DE LA VALEUR

- Comment l'entreprise monétise-t-elle la valeur créée?
- Comment le prix est-il fixé?
- Reflète-t-il la valeur créée pour les clients/bénéficiaires?

RÉPARTITION DE LA VALEUR

- Quels sont les mécanismes de répartition financière et non-financière (ex : formation) pour les différentes parties prenantes impliquées dans le processus de création de valeur?
- Comment la valeur se répartit-elle entre les différents départements et activités de l'entreprise?