Approche de co-création pour la conception innovante
de chaînes de valeurs agro-alimentaires Exemple du
projet européen FAIRCHAIN
Geneviève Gésan-Guiziou

To cite this version:
Geneviève Gésan-Guiziou. Approche de co-création pour la conception innovante de chaînes de valeurs agro-alimentaires Exemple du projet européen FAIRCHAIN. Séminaire IDEAS - Conception & recherche participative, cellule animation du réseau IDEAS, Oct 2021, En ligne, France. hal-03363570

HAL Id: hal-03363570
https://hal.inrae.fr/hal-03363570
Submitted on 4 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives| 4.0 International License
Approche de co-création pour la conception innovante de chaînes de valeurs agro-alimentaires
Exemple du projet européen FAIRCHAIN

Geneviève Gésan-Guiziou
UMR STLO 1253, Rennes

Conception et recherche participative - Séminaire IDEAS – 1er octobre 2021
## Project ID card

<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>Acronym</strong></th>
<th><strong>FAIRCHAIN</strong></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Title</strong></td>
<td><strong>Innovative technological, organisational and social solutions for FAIRer dairy and fruit and vegetable value CHAINs</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Topic RUR-06-2020</strong></td>
<td><strong>Innovative agri-food value chains : boosting sustainability-oriented competitiveness under the programme SC 2 “Food security, sustainable agriculture and forestry, marine, maritime and inland water research and the bioeconomy”</strong> → Innovation Action</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Budget &amp; funding</strong></td>
<td><strong>Overall budget: 8 036 566 €</strong>&lt;br&gt;<strong>EU contribution: 6 996 636 €</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Duration</strong></td>
<td><strong>1 November 2020 – 31 October 2024 (48 months)</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Consortium</strong></td>
<td><strong>A total of 22 partners from 8 countries</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

*Séminaire IDEAS – 1 oct, 2021*
What is FAIRCHAIN about?

**Goal**: Enable small and mid-sized farmers and food producers to scale up and expand production of nutritious food through competitive intermediate value chains at the regional level

Intermediate Food Value Chain

- **Cooperation** of small and mid-sized actors – from farmers, to processors, distributors, retailers, supporting organizations and other enterprises

- **Network or strategic alliance** in order to supply fresh, sustainable and high-quality food products to consumers beyond the local market in **greater quantities** – often on a regional level.

- **Trusted and transparent relationships** and an **equal distribution of value** created among the involved actors
FAIRCHAIN methodology

- **Multi-actor approach**, with a consortium including scientific and private partners, and involving all relevant stakeholders along the case-study specific value chains in the different Case Studies

- **Co-creation process**, throughout the entire duration of the project, with active actors who will provide knowledge, data and experience

- **6 Case studies**
6 Case Studies covering a large range of agri-food systems across 6 countries
Swi, Fr, Swe, Bel, Gre, Aus

Each Case study represents a value chain
- involving small or mid-sized actors (may also include large actors)
- defined selecting:

1. A food sector
2. A specific location
3. A production site / farmers / cooperative
4. A process and associated products and co-products
5. Some stakeholders (e.g. retailer) along the value chain to represent the chain steps
6. A business model
Within each CS, at the proposal stage, we defined
- the baseline (“unsatisfactory situation”)
- the major expectations of the actors / partners
- the identification of technological, organisational and social innovations that could be included in the CS to support the farmers / producers to:
  - Scale up from short value chains to intermediate value chains
  - Sustain their so far weak position in the intermediate value chain
  - Scale down from large supply chains to intermediate value chains
  - Create a whole intermediate value chain

FAIRCHAIN = in-depth analysis of the CS
development of innovations,
implement of innovations through the co-creation process
re-design and assessment of innovative solutions.
## Case Studies

<table>
<thead>
<tr>
<th>Case study</th>
<th>Description title</th>
<th>Country</th>
<th>Sector</th>
<th>Partners</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>CS-Swi</td>
<td>Co-product valorisation and generation of additional added value</td>
<td>Switzerland</td>
<td>Fruits &amp; Vegetables</td>
<td>[Institut Agricole de Grangenueve], [Cogiterre], [INRAE]</td>
</tr>
<tr>
<td>Cs-Fra</td>
<td>Production and distribution of dairy drinks based on co-products of cheese</td>
<td>France</td>
<td>Dairy</td>
<td>[INRAE], [SODIAL], [PETAREL]</td>
</tr>
<tr>
<td>CS-Swe</td>
<td>Development of the wild berry business to boost local economy and social cohesion</td>
<td>Sweeden</td>
<td>Fruits &amp; Vegetables</td>
<td>[RISE], [SLU], [Swedish University of Agricultural Sciences]</td>
</tr>
<tr>
<td>CS-Bel</td>
<td>Conception of a packaging machine for small and midsize actors</td>
<td>Belgium</td>
<td>Dairy</td>
<td>[UNIVERSITET GENT], [INRAE], [GREENYARD], [Pack4Food]</td>
</tr>
<tr>
<td>CS-Gre</td>
<td>Improvement of traceability and information sharing in dairy production</td>
<td>Greece</td>
<td>Dairy</td>
<td>[SYNELIXIS]</td>
</tr>
<tr>
<td>CS-Aut</td>
<td>Establishment of the Food Innovation Incubator</td>
<td>Austria</td>
<td>Fruits &amp; Vegetables, Dairy</td>
<td>[FH JOANNEUM], [Fraunhofer]</td>
</tr>
</tbody>
</table>
The French Case study

The Vevy cheese dairy

Comté

Raclette

Morbier

Tomme
The French Case study – Current situation

The Vevy cheese dairy

Processing 1
- Pressing
- Slightly acidified sweet whey
  - Preconcentrator plant
  - Drying plant

Processing 2
- Sweet whey
- Molding & maturing
  - Slightly acidified sweet whey
  - Wastewater treatment plant

Séminaire IDEAS – 1 oct, 2021
Objectifs

- Aider les petits et moyens fromagers à être plus compétitifs en valorisant mieux leur lactosérum
  - Produire de nouvelles boissons fermentées à base de lactosérum
  - Récupérer de la valeur économique du lactosérum
  - Réduire les rejets (moins de lactosérum à la station / en méthanisation / en alimentation animale)

- Proposer des modes de distribution ‘zéro déchet’ adaptés
  - À des produits ‘non stables bactériologiquement’ (boissons à base de lactosérum)
  - À des petits / moyens volumes de produits
  - À des modes de distribution régionaux

- Réduire les coûts de transports et les impacts environnementaux des lactosérums produits par les petites / moyennes fromageries
The French Case study – Future situation

The Vevy cheese dairy

Processing 1
- Pressing
- Slightly acidified sweet whey
  - Preconcentrator plant
  - Drying plant

Processing 2
- Molding & maturing
  - Slightly acidified sweet whey
  - Wastewater treatment plant
Objectifs

- Aider les petits et moyens fromagers à être plus compétitifs en valorisant mieux leur lactosérum
  - Produire de nouvelles boissons fermentées à base de lactosérum
  - Récupérer de la valeur économique du lactosérum
  - Réduire les rejets (moins de lactosérum à la station / en méthanisation / en alimentation animale)

- Proposer des modes de distribution ‘zéro déchet’ adaptés
  - à des produits “non stables bactériologiquement” (boissons à base de lactosérum)
  - à des petits / moyens volumes de produits
  - à des modes de distribution régionaux

- Réduire les coûts de transports et les impacts environnementaux des lactosérums produits par les petites / moyennes fromageries
Cas d’étude Français

Production et distribution (0 déchet) de boissons à partir d’un coproduit de la fabrication du fromage (lactosérum)

- France (Franche Comté, Jura)
- Secteurs concernés: secteurs laitier + Fruits & Légumes

Séminaire IDEAS – 1 oct, 2021
Résultats attendus (1/2)

• Développer de nouvelles boissons fermentées à base de lactosérum
  • dans la tendance actuelle (Kombtucha, kéréf ...) 
  • sans ajout de sucre / additifs artificiels-chimiques → Clean Label 
  • permettant de valoriser les propriétés nutritionnelles du lactosérum (ex: protéines) 
  • avec « une histoire à raconter » 
  • proposant différents arômes (mixtes fruits/légumes/herbes aromatiques)

• Augmenter l'accessibilité des boissons à base de lactosérum
  Considérant que ces boissons sont produites à partir d'un coproduit et que l'emballage est un emballage à usage multiple, le prix sera abordable, pour un bénéfice commun producteur /consommateurs
Résultats attendus (2/2)

• Améliorer les connaissances sur la fermentation des lactosérum
  → Guide des bonnes pratiques pour la valorisation d’un large panel de lactosérum

• Définir des modèles économiques de distribution zéro-déchet de boissons à basse température ou température ambiante : gestion circulaire des emballages
  • Pour différentes options (consommateur qui gère son emballage, ou producteur qui fournit l’emballage)
→ ce qui est **fixe** / **flexible**

- **Production de** *boissons fermentées parfumées* /**Options** :
  - Plates / pétillantes
  - Conservation au froid / à température ambiante
  - Co-fermentation lactosérum / fruits et-ou légumes
  - *Choix des fruits, légumes, herbes (jus / purées /...*)
  - **Lieu de production**
  - **Organisation avec les filières fruits et légumes**

- **Distribution** *zéro-déchet* – **Options** :
  - Consigne / vrac
  - **Lieu de nettoyage des conteneurs, volume, nature des emballages …**
  - **Lieu de vente**

- **Valeurs partagées**
Consortium partners

Case study coordinator
Expertise in dairy processing and microbiology

Cheese cooperative + associated farmers. Demonstration and implementation of solutions at industrial scale

Expert in Biotechnology, in preservation and fermented products. Selection and production of selected strains at industrial scale

Expertise in implementation of circular packaging management

Skills in technology and microbiology of food products, in sensory and consumer science (consumers studies and food innovations)

- External Stakeholder: Carrefour

Séminaire IDEAS – 1 oct, 2021
Goals of the Co-Creation Approach

- **Integrate expertise** from **different stakeholders**
- Include and address stakeholders and actors across the **entire value chain**
  → **mutual learning**
- Generate new perspectives on each of the case studies
- **Continuous exchange** between the different FAIRCHAIN case studies to provide new insights from other areas of expertise and can lead to spill-overs.
- Foster collaboration and partnerships among stakeholders that can thrive and grow **during and beyond the duration of the project**.
- Design **new/reconfigured intermediate value chains** in each case study
- **Ensure fair(er) distribution of benefits and risks** along the value chain (win-win situation)

Séminaire IDEAS – 1 oct, 2021
### The FAIRCHAIN Co-creation process

<table>
<thead>
<tr>
<th>Task 1.3: WS#1: Goal-defining workshops</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Concept development, test and training workshop</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Austria</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Task 1.4: WS#2: Implementation workshops</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Concept development, test and training workshop</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Austria</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Task 1.4: WS#3: Mid-term review workshop</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Concept development and moderation for all case studies</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Austria</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY France</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Sweden</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Belgium</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Greece</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Switzerland</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Task 1.5: WS#4: Final review workshops</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Concept development, test and training workshop</td>
</tr>
<tr>
<td>CASE STUDY Austria</td>
</tr>
</tbody>
</table>

The workshops in the remaining 5 case studies will be carried out by the project partners.
Methodology overview
Detailed explanation of one series of workshops

I) Workshop concept for goal-defining workshops

II) Testing the concept in the Austrian CS

III) Training workshop for CS coordinators

IV) Goal-defining workshops for CSs (WP3.1)

Involved partners:

Fraunhofer
FH JOANNEUM
University of Applied Sciences

CASE STUDY AUSTRIA

CASE STUDY SWITZERL.
CASE STUDY FRANCE
CASE STUDY SWEDEN
CASE STUDY BELGIUM
CASE STUDY GREECE

CASE STUDY SWITZERL.
CASE STUDY FRANCE
CASE STUDY SWEDEN
CASE STUDY BELGIUM
CASE STUDY GREECE

Séminaire IDEAS – 1 oct, 2021
Methodology overview
The workshops at a glance

• Goal-defining workshop
  • What are the most pressing concerns for the respective case study?
  • What do you want the case study to achieve?
  • Which of the various alternative options should be chosen and why?
  • How can a fair distribution of benefits and risks for all affected stakeholders and a more sustainable value chain be achieved with the chosen option(s)?

• Implementation workshops
  • What support exist already?
  • Which support would be helpful?
  • For what more creative exchange is needed?
  • Which actors are active where and when/how should they be involved?
  • What are new partners needed for?
  • What are the next steps specifically required?
  • Which steps, actions and competencies are required by which actor to achieve the goals and implement the innovation?
  • What are the tasks and responsibilities of each actor?

• Interim review workshops
  • What are the experiences of the first 2 years?
  • Which adjustments are possible and useful?
  • Where could we learn from the other case studies?

• Final review workshops:
  • Which goals have been achieved/not achieved?
  • Were the goals set appropriately?
  • Which intended and unintended outputs, outcomes and impacts have been achieved?
  • What were supporting/hindering factors?
  • How can sustainable and long-lasting impacts be achieved?
  • How can the achievements be disseminated and transferred to other contexts?

• Business models workshop
Concrètement …

• CS-France
• Goal-defining Workshop
Etapes préalables (1/2)

• Identification des parties prenantes
  • Affectation des parties prenantes aux catégories PESTEL et étape de la chaîne de valeur. Parties prenantes dans toutes les catégories de manière aussi complète que possible. → « as many as possible in all categories»
  • Influence des parties prenantes
  • Les acteurs pertinents peuvent fournir des informations sur l'état actuel, les initiatives existantes, les ressources nécessaires, les idées, les projets comparables, les voies de développement possibles (...) ET / OU peuvent contribuer à la mise en œuvre, par exemple en tant que décideurs, promoteurs ou similaires.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Categories</th>
<th>PESTEL et Foodchain</th>
<th>examples of organisations/actor groups</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Society</td>
<td>Youth- and elderly organisations</td>
<td>Cultural initiatives, musea, theater, etc.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Events (Street Food Market, fairs etc.)</td>
<td>NGOs, Civil Initiatives or Associations</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Media incl. Social media, influencer</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Politics</td>
<td>City, regional and state institutions</td>
<td>Political parties</td>
</tr>
<tr>
<td>Administration</td>
<td>Holding</td>
<td>Disaster Management Department (City + Countryside)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>Tourism Department</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>Sustainability Coordinator</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>Central purchasing</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Municipality</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Spatial planning</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>District administration</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Federal ministries, (sponsors)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Agricultural Advisory Council</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Environmental Office</td>
<td>LEADER, Regional management</td>
</tr>
<tr>
<td>Environment</td>
<td>Environmental Advocacy</td>
<td>NGOs, Civil engineering offices, planning offices</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Economy</td>
<td>Food Retail</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gourmet region, quality seal award</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Interest groups: Economic Chamber trade and other branches, guilds (bakers, butchers)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Tourism (establishments)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Suppliers</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Research</td>
<td>Universities, institutes, associations, consumer research</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Education</td>
<td>Schools, colleges</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Agricultural colleges</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Waste management</td>
<td>Regional School Board</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Consumers</td>
<td>Food Waste</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gastronomy</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Industrial kitchens</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Communal caterers (incl. schools, kindergarten, etc.)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Distribution</td>
<td>Conventional intermediaries: Wholesale/retail</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>New intermediaries: specialty stores, platforms</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Pick-up markets</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Logistics</td>
<td>Suppliers, warehouses, cold storage</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Logistics companies (federal railroad, freight companies)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Packaging</td>
<td>Packaging producers</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Zero-waste initiatives</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Packing facilities</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Processing</td>
<td>Vegetable and fruit processing plants</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Dairy production plants</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Producers of processing plants</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Production</td>
<td>Fruit-, Vegetable and Dairy Producers</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Producer associations or cooperatives</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Direct marketing farms, CSAs</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Organic and other certification organisations</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Agricultural chamber representatives</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Prosumer (urban gardeners, community gardens etc.)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

01/10/2021
Etapes préalables (2/2)

• **Echanges téléphoniques avec les parties prenantes** identifiées: Présentation du projet, attentes, déroulement, ...

• **Envoi aux parties prenantes**
  • Document décrivant le projet, le cas d’études
  • Document expliquant les arrangements pratiques
  • Document de consentement (données personnelles, photos, vidéos, enregistrements...)
Workshop en lui-même

• Définition des objectifs (cas d’étude Français)

Impliquer l’expertise de différents acteurs dans le développement et la distribution (sans déchet) de nouvelles boissons à base de lactosérum produit par les petites et moyennes fromageries

Enquêter sur les besoins actuels et futurs du secteur laitier concerné, avec une collaboration avec le secteur des fruits et légumes

Déterminer les objectifs et les buts à poursuivre pour développer et distribuer (sans déchet) la boisson innovante du cas d’étude Français

• Facilitation / encouragement des parties prenantes
Organisation du workshop

Agenda

- 4 hour workshop
- Emphasis on making time for conversations and co-creation.

• Plenary : Welcome and Introductions
• Your case study (Q & A)
• Break
• Breakout Workgroups
• Plenary Presentation and Open Discussion

Petit groupes de compétences / expertises complémentaires

Questions : difficultés, motivations and challenges
Organisation du workshop

Agenda

• Workgroups of 4-6 people (introductions and casual talk)

• 1 Moderator, 1 Recorder per group

Moderation

• Introduce Topic (i.e. sector concerns)

• Share the voice (has everyone contributed?)

• Visibly record key ideas, issues

• Manage Time

Recording
Organisation du workshop

Agenda

Moderation

Recording

**During Workshop:**

- Encourage people to write their own ideas on the whiteboard.
- Record key elements of discussion.
- Ensure that no major issues have not been recorded.
Discussion 1 : Freins / moteurs

• 1/ Quels sont les obstacles que vous identifiez qui pourraient freiner :
  • La valorisation du lactosérum par fermentation avec fruits & Légumes ?
  • La distribution (zéro déchet) pour des produits fermentés ciblés ?
    • Quelles sont les questions actuelles en matière de recherche et de développement ?

• 2/ Qu'aimeriez-vous voir accomplir par le cas d’études ?
  • Qu'est-ce qui ne devrait pas se produire ?

Démarche
1. Les participants réfléchissent pendant 10 min à des idées pour les deux questions ci-dessus.
2. Les participants présentent brièvement leurs idées pendant que les 2 secrétaires de groupe prennent des notes.
3. Une idée par post-it
4. Les participants discutent sur la base des post-its sur le Miro-board.
Discussion 2 – Perspectives d’exploitation

Quels objectifs l’étude de cas français doit atteindre en 4 ans ?
Pour mon entreprise/organisation
ou pour la communauté
ou les secteurs concernés par le cas d’étude

Comment surpasser les freins identifiés précédemment pour le succès du projet ?
A partir des freins identifiés précédemment, quels challenges poursuivre ?
Que pourrions nous “réussir” à faire ?

Démarche
1. Les participants réfléchissent pendant 10 min à des idées pour la question ci-dessus.
2. Les participants présentent brièvement leurs idées pendant que les 2 secrétaires de groupe prennent des notes.
3. Une idée par post-it
4. Les participants discutent sur la base des post-its sur le Miro-board.
Etapes finales (après workshop)

• Restitution sommaire des points forts pour partenaires (template)

• Enquête de satisfaction pour partenaires
  • Aviez-vous des attentes concernant l'atelier ? Si oui, comment les décririez-vous ?
  • Dans quelle mesure ces attentes ont-elles été satisfaites ?
  • Pensez-vous que tous les acteurs ou parties prenantes concernés ont été représentés de manière appropriée lors de l'atelier ? Sinon, quels manques ?
  • Comment avez-vous perçu le climat de travail concernant les aspects suivants? (Atmosphère générale, Possibilité d'apporter ses propres intérêts et opinions, Dialogue et échange entre les participants, Opportunités de participation balancées pour tous les participants, Clarté des objectifs de l'atelier )
  • Comment évaluez-vous la procédure méthodologique de l'atelier?
  • Dans quelle mesure êtes-vous satisfait des résultats de l'atelier ?
  • Après cet atelier, comment a évolué votre niveau d’intérêt et votre envie de vous impliquer dans l'étude de cas?
  • Y a-t-il autre chose que vous aimeriez partager avec nous?

• Analyse des résultats (sur la base des notes (exhaustives)
Key aspects for a successful co-creation (1/3)

• A réfléchir au montage du projet
  • Équilibre entre description les tâches du projet et co-création
    • Dans FAIRCHAIN : définition de CS et identification des innovations

• Équilibre entre développement méthodologique de co-création / utilisation de méthodes et demande de soutien méthodologique
Key aspects for a successful co-creation (2/3)

- Stakeholders
  - Représentativité: identification implication selon les catégories PESTEL, affectation, influence, couvrant toutes les étapes de la chaîne de valeurs
  - Implication très tôt dans le projet, pour leur donner la possibilité d'avoir un rôle dans la construction du projet : cas d'études
  - Communication claire sur les attentes des parties prenantes depuis le début (et tout au long) du projet : Bien expliquer les modalités (contextuelles, temporelles, financières)
  - Communication claire sur les objectifs des ateliers de co-création : bien préciser les objectifs, ce qui est négociable, ce qui ne l’est pas. Bien expliquer les attentes,
  - Faciliter le dialogue (temps de question, discussion, pas d’enregistrement, …)
  - Prévoir un budget (réunions, déplacements, dédommagements)
Key aspects for a successful co-creation (3/3)

• Adapter le processus de co-création : Il n'existe pas de processus de co-création par défaut ; il doit être adapté spécifiquement au contexte de l'étude de cas et aux ressources des parties prenantes.
• Ouverture d'esprit pour tout type d'innovations (technologiques, organisationnelles, sociales)
Thank you for your attention!

Genevieve.gesan-guiziou@inrae.fr
Telephone: +33 6 07 30 55 40
Website: https://www.fairchain-h2020.eu/