



**SAVOIR
AFFAIRES**

*Une initiative de
l'Université du Québec*

Tirer profit du *savoir* pour innover en *affaires*

PLAN DE VISIBILITÉ DES PARTENAIRES FINANCIERS

Savoir Affaires^{MC} Maritime

8 janvier 2024

© Tous droits réservés – Université du Québec | Frappier Tandem +
9^e édition - Savoir Affaires^{MC}

^{MC} Marque de commerce déposée de l'Université du Québec

Table des matières

1. L'initiative Savoir Affaires ^{MC}	3
1.1 Impacts et retombées	3
2. Savoir Affaires ^{MC} Maritime – 9 ^e édition	5
2.1. Adaptation de la formule originale	5
2.2. Objectifs principaux du Savoir Affaires ^{MC} Maritime	5
3. Plan de visibilité des partenaires financiers du Savoir Affaires ^{MC} Maritime	6
4. Contacts	8
5. ANNEXE	9
5.1 Démarche d'organisation d'une édition	9
5.2 Déroulement d'une édition	9
5.3 Caractère novateur de l'initiative	11
5.4 Gouvernance	12
5.5 Gestion opérationnelle	12
5.6 Suivi post-édition	12

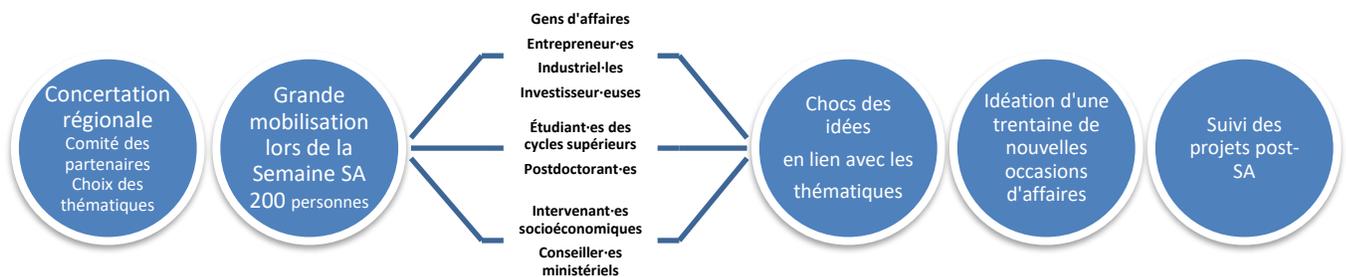


1. L'initiative Savoir Affaires^{MC}

L'Université du Québec (UQ) propose depuis 2011, conjointement avec Frappier Tandem +, un instrument¹ de diversification et de développement économique régional innovant, contribuant de façon originale à mettre en œuvre la mission de Services aux collectivités des établissements du réseau de l'UQ et appuyant les stratégies gouvernementales en matière de soutien à l'entrepreneuriat et à l'innovation : **Savoir Affaires^{MC}**.

La démarche **Savoir Affaires^{MC}** vise à *tirer profit du savoir pour innover en affaires*. À travers ses huit éditions réalisées jusqu'ici, l'initiative a su s'adapter au contexte particulier de chacune des régions visitées, notamment via sa phase initiale de concertation régionale qui constitue une partie importante de la démarche. Elle s'appuie sur les connaissances et la créativité d'une cinquantaine d'étudiants et étudiantes aux cycles supérieurs et de niveau postdoctoral² de toutes les disciplines ainsi que sur l'expertise et l'expérience concrète de plus d'une centaine de personnes du milieu des affaires (incluant les milieux industriel, entrepreneurial et de l'investissement) et du milieu socioéconomique de la région visitée. Toutes ces personnes travaillent en équipe et mettent leur savoir-faire au service de la région d'accueil.

Grande mobilisation des milieux académique, économique, des affaires et de l'entrepreneuriat



Les étudiants et étudiantes sélectionnés sont appelés, au cours d'une intense semaine d'idéation et de créativité, à proposer quotidiennement, en synergie avec les participants et participantes régionaux, des projets d'affaires porteurs, adaptés à la réalité régionale et répondant aux thématiques identifiées par le milieu d'accueil. Ultiment, **Savoir Affaires^{MC} a pour objectif** d'une part, de soutenir la diversification et le développement économique, en générant de nouvelles occasions d'affaires et des retombées économiques pour les régions et territoires visités et d'autre part, de stimuler l'entrepreneuriat, l'innovation ainsi que le développement de compétences chez les étudiants et étudiantes.

1.1 Impacts et retombées

Les Savoir Affaires ont un impact indéniable tant sur l'ensemble des participants et participantes que sur les milieux d'accueil. Les récents travaux d'évaluation (2021) des huit éditions de Savoir Affaires ont permis de mettre en lumière plusieurs retombées à court, à moyen et à long terme, en fonction des six cibles de l'initiative :

¹ Consulter l'annexe pour plus de détails sur l'initiative

² Ci-après appelés « étudiants et étudiantes ».

Augmentation de la diversification et du développement économique régionale :

258 opportunités d'affaires originales ont jusqu'ici été imaginées, ayant abouti au dépôt de 9 brevets provisoires, à l'octroi d'une vingtaine de licences et au développement de 43 projets ayant fait l'objet d'un prédémarrage ou d'un démarrage d'entreprise par 69 promoteurs ou promotrices (dont le tiers étaient des étudiants ou étudiantes), totalisant 44 M\$ d'investissement. Six projets sont pleinement actifs aujourd'hui et près d'une dizaine sont en prédémarrage (R&D, faisabilité).

Création d'emplois :

223 emplois directs et une quinzaine d'emplois indirects ont été créés, une centaine d'expériences d'insertion professionnelle ont été offertes à des personnes en difficulté et une douzaine d'étudiants ou étudiantes stagiaires (maîtrise, doctorat et postdoctorat) ont été intégrés aux 43 projets développés.

Augmentation de l'étendue des compétences des étudiants et étudiantes :

La perception d'un besoin, le travail d'équipe et l'élaboration d'un plan d'affaires sont les trois compétences entrepreneuriales qui ont été les plus développées par les étudiants et étudiantes qui ont participé.

Rapprochement et collaboration entre les milieux :

De nouveaux liens entre >1700 participants et participantes, organisateurs et organisatrices, collaborateurs et collaboratrices des milieux universitaire, socioéconomique et des affaires ont été créés et plusieurs ont perduré post-Savoir Affaires. Dans certaines régions, un effet mobilisateur régional a persisté, de nouveaux mécanismes de rapprochement des milieux ont été mis en place et plusieurs autres projets de mobilisation et de collaboration entre les milieux, inspirés de Savoir Affaires, sont nés.

Augmentation de la capacité et de la culture d'innovation :

En plus du désir d'innover qui a augmenté chez les personnes participantes, celles-ci ont développé plus d'intérêt pour les projets d'innovation, ainsi que le réflexe d'identifier des besoins et d'imaginer des solutions. Les personnes du milieu des affaires ont davantage pris conscience de l'importance de la multidisciplinarité des expertises, de la qualité et de la pertinence de la formation universitaire dans le développement de projets novateurs, jusqu'à doubler leur envie d'embaucher un finissant ou une finissante hautement qualifiée avec une maîtrise, un doctorat ou un postdoctorat. La protection de la propriété intellectuelle (licences et brevets) assumée par l'Université du Québec, relativement aux projets imaginés lors des Savoir Affaires, a quant à elle augmenté la crédibilité des promoteurs et promotrices auprès de futurs partenaires et investisseurs.

Amélioration de l'ancrage de la culture entrepreneuriale dans certaines régions :

Le désir d'entreprendre et le niveau de connaissances générales de l'ensemble des participants et participantes (des milieux académiques et des affaires) à propos des programmes d'aide et des ressources de soutien à l'entrepreneuriat ont augmenté. Plusieurs étudiants et étudiantes ont pu découvrir ou confirmer s'ils avaient une fibre entrepreneuriale. Presque la moitié d'entre eux a été stimulée à participer à d'autres activités à caractère entrepreneurial ou à s'inscrire à une formation en entrepreneuriat; certains ont même démarré leur propre entreprise. Des suites inspirées de Savoir Affaires ont été mises en œuvre dans certaines régions pour poursuivre les efforts d'ancrage de la culture d'entrepreneuriat dans leur milieu.

Autres impacts positifs mesurés :

Augmentation de la visibilité & du rayonnement des régions d'accueil, des universités hôtes et des établissements du réseau de l'UQ, développement de nouvelles offres de formation, meilleure vision du rôle que les étudiants et étudiantes pourraient jouer, avec leur formation universitaire, dans la société et ouverture d'esprit des participantes et participants régionaux face au multiculturalisme et face à l'importance du transfert de leurs connaissances à la relève; l'envie des gens d'affaires de le faire a d'ailleurs augmenté.

2. Savoir Affaires^{MC} Maritime – 9^e édition

2.1. Adaptation de la formule originale

La 9^e édition Savoir Affaires^{MC} Maritime présente certaines particularités par rapport à la formule originale :

- Édition sectorielle dans le domaine du maritime québécois
- Édition provinciale avec un volet international France-Québec :
 - Ouverture à l'ensemble des 18 universités au Québec
 - Ouverture aux universités françaises et antillaises membres de l'Institut France-Québec pour la coopération scientifique en appui au secteur maritime (IFQM)
 - Ouverture à la participation d'entreprises de partout au Québec et de la France du secteur maritime
- Édition ouverte à une communauté étudiante plus diversifiée :
 - Candidatures d'étudiants et d'étudiantes au profil entrepreneur en fin de Baccalauréat
 - Candidatures exceptionnelles d'étudiants et d'étudiantes de cégep/CCTT (centres collégiaux de transfert de technologie) qui ont des liens avec le maritime
 - Étudiants et étudiantes à la maîtrise, au doctorat et au postdoctorat des universités québécoises :
 - Ayant une spécialisation dans le domaine du maritime
 - De tous les domaines d'études
 - Étudiants et étudiantes à la maîtrise, au doctorat et au postdoctorat d'universités françaises et antillaises :
 - Ayant une spécialisation dans le domaine du maritime
- Édition intégrant l'innovation sociale (intérêt à ce que le SA génère aussi des projets à caractère social en plus de projets technologiques)
- Édition visant un impact régional du Savoir Affaires, dans la région d'accueil du Bas-St-Laurent, malgré le fait que cette 9^e édition soit sectorielle et d'envergure provinciale avec un volet international :
 - Valorisation de l'écosystème entrepreneurial de la région
 - Offre de bourses pour le démarrage d'entreprise en région et création de prix régionaux

2.2. Objectifs principaux du Savoir Affaires^{MC} Maritime

- À partir de la thématique principale « maritime » et de ses déclinaisons identifiées via une concertation, par le milieu d'accueil (comité des partenaires du secteur maritime), proposer des projets entrepreneuriaux responsables et durables, porteurs et à forte valeur ajoutée, pouvant contribuer, dans une perspective d'innovation technologique et sociale, à la vitalité du secteur maritime provincial.
- Mettre, au service du secteur maritime du Québec, l'ensemble des 10 établissements du réseau de l'UQ, incluant l'Université du Québec à Rimouski (UQAR; l'hôte de l'événement), les huit autres universités québécoises, quelques universités françaises et antillaises, des Centres Collégiaux de Transfert de Technologie (CCTT), ainsi que des acteurs et actrices du milieu des affaires œuvrant dans le maritime, en

utilisant les compétences et les connaissances des étudiants et étudiantes universitaires et collégiaux et l'expertise des participants et participantes du milieu des affaires du secteur maritime.

- Favoriser chez les étudiants et étudiantes la capacité à travailler en équipe et le développement de compétences entrepreneuriales.
- Encourager le maillage et le développement de nouveaux partenariats dans le secteur maritime québécois en mobilisant les participants et participantes autour des projets résultant du Savoir Affaires^{MC} Maritime.
- Accélérer le rapprochement et renforcer les liens entre les milieux des affaires, économique et académique (universités, collèges) en matière d'entrepreneuriat et d'innovation, dans le secteur maritime québécois et français.
- Démystifier et valoriser la formation universitaire auprès du milieu des affaires.
- Sensibiliser à l'entrepreneuriat.

3. Plan de visibilité des partenaires financiers du Savoir Affaires^{MC} Maritime

Les partenaires financiers du Savoir Affaires^{MC} Maritime (SA Maritime) bénéficieront de la visibilité associée aux types de partenariats suivants selon leur contribution : 1) en argent; et/ou 2) en biens et services monnayables équivalents à 75% de leur valeur :

- Élite : contribution de 25 000 \$ et plus – Commanditaires officiels de l'événement, logo partout où apparaît celui du SA Maritime et possibilité de 4 prises de paroles pendant la semaine d'activité.
- Privilégié : contribution de 5 000 \$ et plus – Commanditaires des journées thématiques, allocution de bienvenue au début de la journée thématique.
- Supporteur : contribution de 2 500 \$ et plus – Commanditaires d'une pause santé, identification à l'aide de tente de table.

La prédominance des logos et le nombre de répétitions dans les présentations déroulantes utilisées à différents moments (lancement officiel, journée d'accueil et de formation, journées thématiques et clôture de la semaine) varieront selon la catégorie.



Visibilité associée aux types de partenariats	Élite	Privilegié	Supporteur
Visibilité globale			
Mention lors d'activités de promotion et de recrutement (p. ex. : séances d'information pour gens d'affaires)	x	x	
Logo sur la bannière de l'activité	x	x	x
Logo sur les pages de l'événement dans le site Web www.savoiraffaires.ca	x	x	x
Logo sur les écrans TV et sur les présentations PowerPoint déroulantes en boucle sur la scène	x	x	x
Logo sur les programmations (journée de formation des étudiants et semaine SA Maritime)	x	x	x
Lancement officiel de la 9^e édition			
Prise de parole lors de la conférence de presse du lancement officiel de l'activité (7 février 2024)	x		
Présence du logo sur le communiqué de presse et sur les invitations envoyées aux médias	x		
Remerciements lors du discours d'ouverture	x	x	x
Semaine d'activités (journée d'accueil et de formation + 4 journées thématiques)			
Allocution lors de la journée d'accueil et de formation des étudiant·es ou au cocktail d'ouverture	x		
Prise de parole lors de la conférence de presse du lancement de la semaine SA Maritime (6 mai 2024)	x		
Présence visuelle continue tout au long de la semaine (bannière, affiches, kiosque, etc.)	x		
Bannière de l'organisation tout au long de la semaine	x		
Présence du logo sur le communiqué de presse et sur les invitations envoyées aux médias	x		
Vidéo promotionnelle* de l'organisation (2 minutes)	x	x	
Allocution avant la présentation de la thématique journalière		x	
Logo sur la fiche de la thématique journalière et sur le PowerPoint de bienvenue		x	
Bannière de l'organisation sur la scène lors de la journée commanditée		x	
Vidéo promotionnelle* de l'organisation (1 minute)			x
Clôture			
Place d'honneur et prise de parole à l'activité de clôture (10 mai 2024)	x		
Remise du grand prix par un des partenaires (LE meilleur projet de la semaine)	x		
Présence du logo sur le communiqué de presse de clôture	x		
Remise des prix et prise de parole	x		
Remerciement lors du discours de clôture	x	x	x

* La vidéo promotionnelle, fournie par le partenaire, devra être envoyée au comité de gestion de l'événement au plus tard 1 semaine avant le début du Savoir Affaires Maritime.



4. Contacts

Gwenaëlle Chaillou

Représentante du Maître d'œuvre – Volet provincial
du Savoir Affaires^{MC} Maritime

Directrice générale

Réseau Québec maritime (RQM)

300, allée des Ursulines, C. P. 3300, succ. A

Rimouski (Québec), Canada, G5L 3A1

Téléphone : 418 723-1986, poste 1407

Courriel : Gwenaelle_Chaillou@uqar.ca

Dominique Robert

Représentant du Maître d'œuvre – Volet France-
Québec du Savoir Affaires^{MC} Maritime

Co-directeur

Institut France-Québec pour la coopération

scientifique en appui au secteur maritime (IFQM)

300, allée des Ursulines, C. P. 3300, succ. A

Rimouski (Québec), Canada, G5L 3A1

Téléphone : 418 723-1986, poste 1043

Courriel : Dominique_Robert@uqar.ca

Marina Soubirou

Représentante du Maître d'œuvre – Volet industriel
du Savoir Affaires^{MC} Maritime

Directrice générale

Technopole maritime du Québec (TMQ)

352, rue Alcide C. Horth, Suite 203

Rimouski (Québec), Canada, G5M 0W6

Téléphone : 418 724-9616

Courriel : msoubirou@tmq.ca

Pietro-Luciano Buono

Représentant de l'Université hôte du Savoir
Affaires^{MC} Maritime

Doyen de la recherche

Université du Québec à Rimouski (UQAR)

300, allée des Ursulines, C. P. 3300, succ. A

Rimouski (Québec), Canada, G5L 3A1

Téléphone : 418 723-1986, poste 1540

Courriel : pietro-luciano_buono@uqar.ca

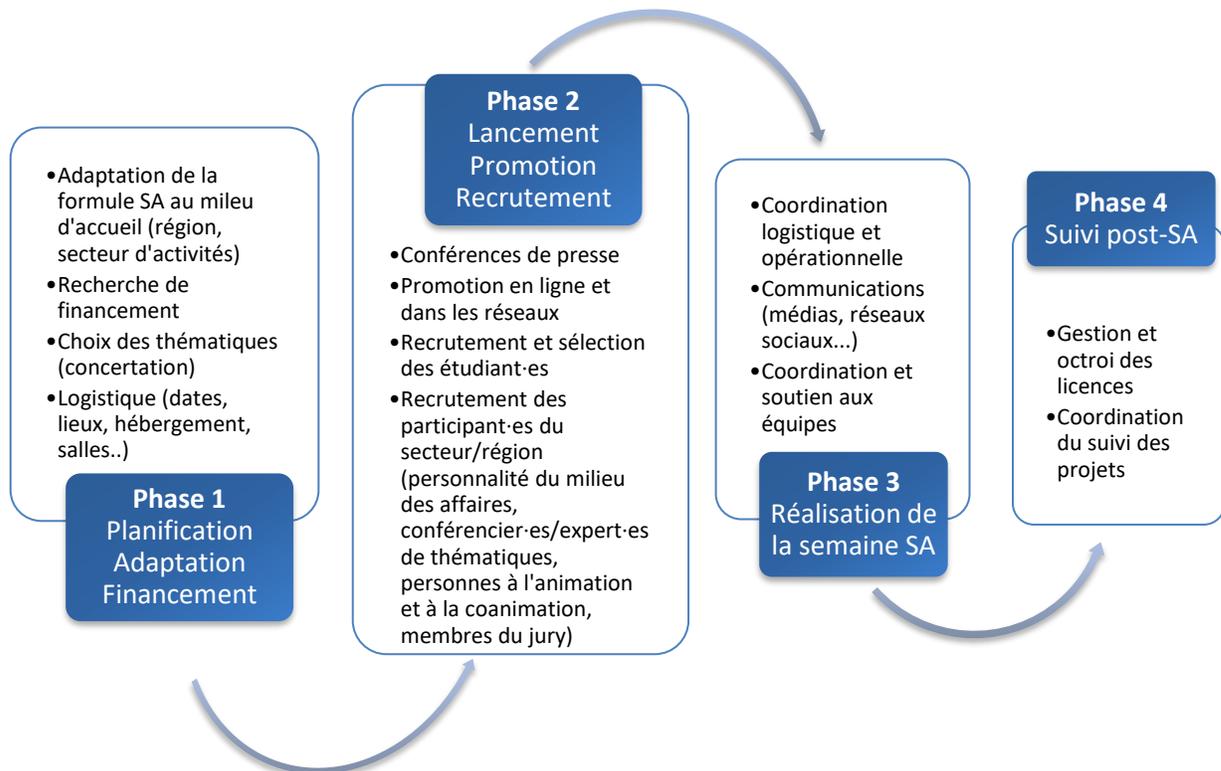
Savoir Affaires en images



5. ANNEXE

5.1 Démarche d'organisation d'une édition

Quatre phases d'activités successives constituent la démarche Savoir Affaires. De l'adaptation de la formule à la tenue de la semaine Savoir Affaires jusqu'au suivi post-Savoir Affaires, des activités de planification, de recherche de financement, de lancement, de promotion et de recrutement des participants et participantes sont nécessaires pour assurer la bonne mise en œuvre de chaque édition. Toutes ces étapes sont interdépendantes et requièrent une bonne coordination et une constante communication entre les différents acteurs et actrices impliqués (partenaires organisateurs).



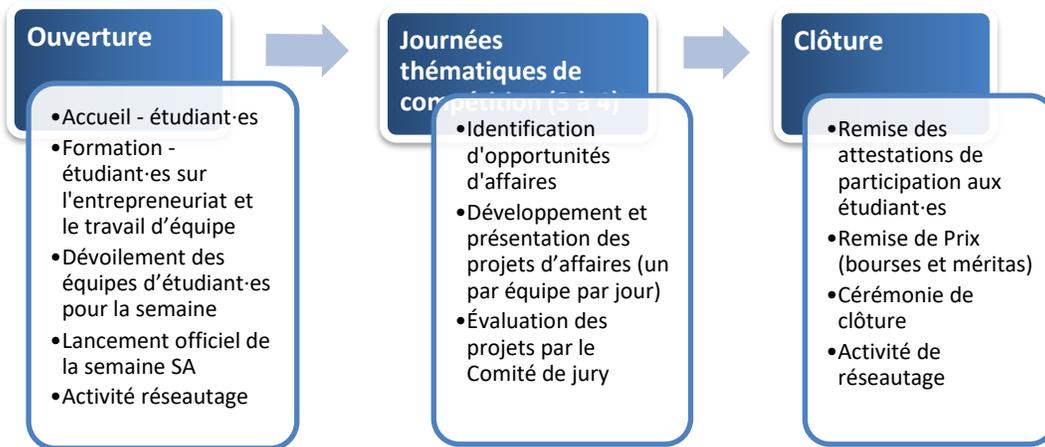
5.2 Déroulement d'une édition

En moyenne, chaque édition Savoir Affaires rassemble près de 200 personnes³ qui ont à cœur le développement régional. Cette mobilisation exceptionnelle⁴ culmine lors d'un grand rassemblement multidisciplinaire et multisectoriel : **la semaine Savoir Affaires**. Les éditions ont normalement lieu sur une période d'environ une semaine⁵ et celle-ci se déroule en *trois étapes* :

³ Soit une cinquantaine d'étudiants et étudiantes, plus d'une soixantaine de personnes du milieu des affaires (incluant les milieux industriel, entrepreneurial et de l'investissement), environ quarante intervenants et intervenantes du milieu économique (provenant d'une dizaine d'organismes) et une dizaine de conseillers et conseillères des ministères à vocation économique et de chercheurs ou chercheuses spécialisés dans les thématiques.

⁴ Plusieurs productions télévisuelles donnent un excellent aperçu de l'originalité et du dynamisme des Savoir Affaires : <http://www.savoiraffaires.ca/ug/videos>

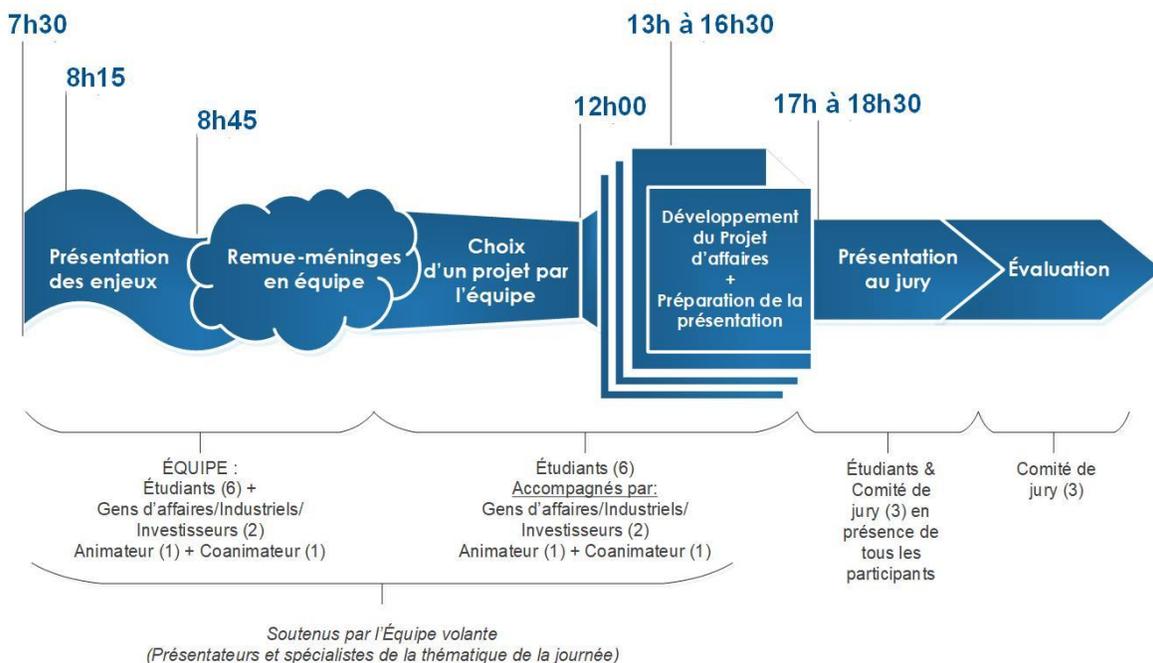
⁵ Le déroulement d'un Savoir Affaires est toujours adapté en fonction des besoins du milieu d'accueil.



Au cours des *Journées thématiques de compétition* (sessions de travail), les personnes en provenance des milieux des affaires et économique de la région sont ainsi appelées à faire équipe avec les étudiants et étudiantes (*10 personnes/équipe*). Tous les membres de l'équipe ont à mettre en commun leurs idées et efforts, et ce, afin de proposer de nouveaux projets d'affaires novateurs. Au terme de la semaine et de l'évaluation des projets réalisée par un comité de jury, une cérémonie de clôture est organisée pour remettre les méritas Savoir Affaires et les bourses aux étudiants et étudiantes dont les équipes ont proposé les meilleurs projets.

Le processus d'idéation Savoir Affaires^{MC}, mis en branle quotidiennement, permet aux équipes de développer efficacement des projets concrets touchant à chacune des *thématiques* de la semaine (préalablement établies par le milieu d'accueil). Le schéma suivant illustre le déroulement type d'une journée thématique.

Déroulement d'une journée thématique type





Chacune des éditions Savoir Affaires mises en œuvre jusqu'ici a été orientée autour de thématiques en émergence ou à fort potentiel économique, identifiées par les acteurs et actrices régionaux du développement.

Mauricie	Centre-du-Québec	Lanaudière-Laurentides	Saguenay – Lac-Saint-Jean	Côte-Nord Tremplin vers le Nord	Montréal Ville intelligente	Beauce	ATNDQ Allons vers l'avenir <i>Nikan iaten</i>
2011	2013	2014	2016	2016	2017	2018	2019
Énergie Bioéconomie Tourisme Diversification	Agroalimentaire Transport Matériaux transformés	Agroalimentaire et bioproduits végétaux Technologies et design durable Matériaux composites, bois et métaux	AgroBoréal Forêt, bois et sous-produits Numérique et applications technologiques Transformation de l'aluminium	Tourisme Transformation métallique et minérale Bioalimentaire Matières résiduelles et rejets industriels	Technologie financière (Fintech) Transport et mobilité Gestion de l'eau Tourisme et culture	Tourisme Bois et bioproduits forestiers Agro-industrie Mécatronique	Mines Agriculture et agroalimentaire Tourisme et culture Forêt

5.3 Caractère novateur de l'initiative

Au-delà du concept qui est unique, la mobilisation régionale générée par un Savoir Affaires instaure une nouvelle dynamique de collaboration entre le milieu des affaires (incluant les milieux industriel, entrepreneurial et de l'investissement), les organismes de développement économique, les incubateurs d'entreprises, les universités et les ministères à vocation économique. Cette dynamique perdure même après l'événement à travers la mise en œuvre de la phase de suivi post-Savoir Affaires d'une durée minimum d'un an.

Pour les régions, la démarche Savoir Affaires s'insère parfaitement dans leur planification stratégique de développement et de diversification économique. De plus, cet instrument propose aux étudiants et étudiantes une véritable immersion entrepreneuriale touchant au démarrage d'entreprise, à la gestion de projet et au travail d'équipe. Il leur offre une expérience pratique à forte valeur ajoutée et incontestablement ancrée dans la réalité des PME, dans celle des entrepreneurs et entrepreneuses et plus largement, dans celle du monde des affaires qu'ils ont l'opportunité de côtoyer directement.

Afin d'assurer un certain avantage concurrentiel et inciter le milieu des affaires à participer au Savoir Affaires, toute l'information produite au cours d'un Savoir Affaires (projets d'affaires, esquisses entrepreneuriales, présentations, banque d'idées, etc.) est par ailleurs exclusivement réservée aux personnes participantes et ce, pour une période prédéterminée⁶ par les responsables du projet, après quoi, l'information est rendue publique.

Notons qu'en 2014, l'initiative Savoir Affaires s'est mérité le Prix d'excellence de l'administration publique du Québec dans la catégorie Éducation (un prix décerné par l'Institut d'administration publique du Québec) et la mention honorable de la catégorie générale des Prix de la qualité et de la productivité de l'Association canadienne du personnel administratif universitaire. L'initiative a également reçu une mention honorable aux Prix IAPC/Deloitte de leadership dans le secteur public de 2015.

⁶ Dans une perspective d'innovation ouverte, la période d'embargo est normalement levée après quelques mois et l'information est alors entièrement rendue publique.



5.4 Gouvernance

La mise en œuvre des Savoir Affaires se démarque en ne créant aucune nouvelle structure permanente. Elle mise plutôt sur un processus participatif faisant appel à l'engagement de nombreux partenaires (privés et publics). Les démarches de réalisation se déroulent dans un cadre structuré avec des rôles et des mandats bien définis et détaillés dans un cahier des charges. La gouvernance du Savoir Affaires^{MC} Maritime repose sur la mise en place des comités suivants : comité de gestion, comité des partenaires et comité de suivi post-SA.

5.5 Gestion opérationnelle

Sur le plan opérationnel, la complexité de la mise en œuvre de la démarche Savoir Affaires a poussé l'équipe Université du Québec/Frappier Tandem + à optimiser la gestion et la coordination de chacune des éditions, toujours avec le souci de répondre aux attentes du milieu d'accueil. Les efforts de structuration des outils de coordination ont permis de réduire considérablement la période nécessaire à la mise en œuvre d'un Savoir Affaires, passant de deux ans, lors du projet pilote, à moins d'une année aujourd'hui. Au fil des éditions, le partage d'information (en temps réel, à plusieurs personnes, à différents endroits, etc.) et le suivi des actions se sont révélés être des enjeux nécessitant une vigilance constante et beaucoup d'agilité. L'utilisation d'outils infonuagiques permet de fournir un lieu centralisé, souple et efficace de partage et d'échange, évitant du même coup toute redondance et perte d'information.

5.6 Suivi post-édition

La mise en place du Comité de suivi se fait préalablement à la semaine Savoir Affaires, de manière à pouvoir poser les actions requises rapidement après l'événement, tel qu'informer les personnes ayant participé des modalités d'accès aux projets et de prise de licences. Un organe de coordination de la phase de suivi est d'abord nommé. Une entente balisant les objectifs et les modalités de la phase de suivi est ensuite signée entre l'Université du Québec et cet organe de coordination, qui a la responsabilité de mettre en place et de piloter le Comité de suivi. Après la semaine Savoir Affaires et une fois le bilan financier complété, le Comité de gestion se dissout et le Comité de suivi prend la relève des opérations pour coordonner les actions visant la promotion, l'accompagnement au démarrage, la mise en œuvre et l'implantation (à moyen ou long terme) des projets. Ce comité est normalement actif pour une période d'environ un an ou deux (selon le financement obtenu). Au terme de cette phase de suivi, un bilan du suivi est présenté par l'organe de coordination de la phase de suivi aux acteurs et actrices clefs ayant organisé le Savoir Affaires.