

# EURINFLUENCE

## Business Game



Un jeu pour l'intégration des acteurs et de leurs influences sur les questions  
Économiques, scientifiques et technologiques

by JC & B Frezal



Concepts methodes et outils issus de "Influence & Systemes"

Frezal B, J-C, Leininger-Frezal C, Mathia T.G and Mory .

L'objectif de ce jeu est d'élargir la vision des acteurs afin d'intégrer les dimensions environnementales des acteurs et leur influence sur les questions scientifiques et technologiques. L'objectif est de fournir les questions de base pour créer des conditions optimales pour la prise de décision stratégique dans le domaine de l'innovation.

### LE CONTEXTE

La société Syrup est active dans le domaine de la production, de l'emballage et de la commercialisation de sirops et d'additifs pour boissons sous ses propres marques et sous marque privée; Syrup travaille pour les hypermarchés Carrefour, Leclerc et Intermarché. Syrup SA est une PME qui emploie 400 personnes en France.

La société Syrup est détenue à 60% par une famille française et jusqu'à 40% par un groupe koweïtien. En 2014, le chiffre d'affaires de la société Syrup devrait atteindre 440 millions d'euros, 144 millions en France, stagnant par rapport à 2012.

Le marché se stabilise en 2015, avec un léger accroissement des volumes (+0,1%) et une augmentation de la valeur (+4,2%) liée aux innovations.

Compte tenu de cette situation, le PDG de Syrup Cie M Pierre LEROY a décidé de réagir.

Compte tenu du précédent «Red Bull», le PDG prévoit le développement d'un nouveau produit: un sirop énergisant avec une recette exceptionnelle et secrète (projet WAOU!), Mais il craint de faire face aux risques des autorités alimentaires et nutritionnelles.

Avant d'investir dans la R & D, il souhaite s'appuyer sur des experts pour accompagner cette entreprise délicate et éviter le risque d'une opinion négative.

De l'affaire «Red Bull», il a appris que l'ANSES, avec lequel il entretient des liens depuis de nombreuses années, n'est plus le seul organisme concerné.

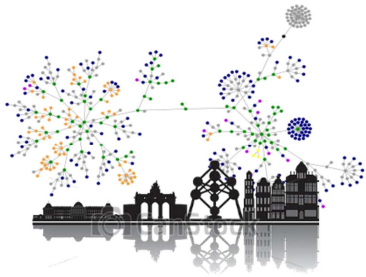
L'EFSA (Autorité européenne de sécurité des aliments) semble jouer un rôle croissant et devenir un acteur déterminant pour les marchés européens.

## LA SITUATION

Le conseil d'administration de la société SYRUP vient d'ajouter à l'ordre du jour de sa session d'aujourd'hui une présentation de la stratégie relationnelle pour le développement du nouveau sirop énergisant Nom est WAOU! . Pierre Leroy a lancé un appel urgent à la société EURINFLUENCE que vous représentez.

Vous avez 1h 30 pour soumettre votre stratégie d'influence relationnelle dans l'étape importante de l'élaboration du produit

## EURINFLUENCE



**Vous êtes une société de conseil en stratégie d'influence** située au centre de Bruxelles

Votre but est de conseiller les entreprises, les organismes publics, les syndicats d'affaires ... pour les accompagner afin de révéler et de développer leur influence auprès de leurs parties prenantes.

Vos activités:

- **Audit:** analyse et diagnostic de la situation et du contexte existants et prospectifs, évaluation des problèmes
- **Suivi:** Collecte et traitement de l'information pour aider à prendre des décisions
- **Développement stratégique** et formalisation des outils: modélisation des positions des leaders d'opinion, cartographie des acteurs concernés
- **Mise en œuvre** favorisant les relations et les contacts: un dialogue (formel ou informel) avec les centres de décision dans l'intérêt du service. (Élus, administrations, entreprises, syndicats, associations professionnelles, scientifiques, universitaires, etc.).

## DELIVERABLE

Présenter votre stratégie d'influence relationnelle en proposant et en justifiant une approche de l'environnement (ou du milieu), en choisissant des acteurs ciblés et en développant des actions possibles, afin de faciliter la conception et le lancement du NOUVEAU sirop

Vous aurez probablement à

- Question clé du cas (une par groupe).
- Formulation de la mise.
- Énumérez les parties prenantes identifiées ou pour identifier et concevoir une cartographie.
- Analyser leur relation
- Proposer des actions pour recueillir les informations manquantes.
- Analyser les informations disponibles pour une première approche du milieu.

Rencontrons-nous bientôt!

Le jeu se compose de



Acteurs et organisations liées à l'EFSA

44 compris 8 cartes vides pour compléter si nécessaire



Stakeholder Théorie et concepts

12 cartes



4 cartes d'information