



## MISSION

- Nous soutenons les jeunes curieux. Nous éveillons leur **talent** scientifique et leur créativité.
- Nous organisons des **concours** durant lesquels les jeunes font preuve d'excellentes capacités intellectuelles.
- Nous découvrons des **talents** pour la science.
- Nous créons des **rencontres** entre les jeunes ainsi qu'avec des scientifiques.
- Nous planifions à long terme et gérons nos ressources de manière durable.

## PROBLÈMES

*Quels sont les problèmes sociaux ?  
Qui est concerné ?*

- Les jeunes ne sont pas conscients de leur **potentiel**.
- Les jeunes dont la soif de connaissances n'est pas **satisfaite** et qui sont sous-stimulés.
- Les jeunes doués sont **isolés** et ne peuvent pas se mesurer et échanger avec leurs pairs.
- Les parents, les écoles et les enseignants manquent souvent de temps pour encourager les jeunes talents.
- Les performances scientifiques de haut niveau sont peu récompensées. Leur image auprès du public est mauvaise.

*Quelles alternatives existe-t-il ?*

- Entreprises
- Écoles secondaires & universités
- Associations pour les personnes douées
- Internet

## SOLUTIONS

*Comment nous résolvons ces problèmes ?*

- Concours avec enseignement
- Échanges entre participants & coaches
- Plateformes de réseau
- **Communication** des performances

## EFFETS

*Quels sont les indicateurs importants pour mesurer les performances ?*

- 4000 participants p.a.
- 700 subventionnés p.a.
- 350 bénévoles
- Satisfaction des bénéficiaires
- Nombre de participants et de bénévoles internationaux

## PROMESSES DE VALEUR

*Quelle valeur ajoutée élaborons-nous pour les bénéficiaires ?*

- **Défi**
  - Connaissances & compétences
  - Plaisir & motivation
  - Échange & cultures
- **Reconnaissance**
  - Prix
  - Diplômes & médailles
  - Voyages
  - Présence dans les médias
- **Coaching entre pairs**
- **Aperçu & perspectives** Filière d'études
- **Bilan de compétences** des élèves
- **Soutien supplémentaire** pour les élèves

*Message simple pour les bénéficiaires ?*

« Show your brain »

## AVANTAGES

*Nos différences par rapport aux co-fournisseurs ?*

- **Olympiades** en tant que format & marque
- **Travail bénévole**
- Accompagnement par les **pairs**
- Partie de l'**offre de formation** du SBFI
- **Internationalité**

## CANAUX

*Comment atteignons-nous les bénéficiaires ?*

- **Marketing direct** (CRM contrôlé en ligne/hors ligne, adapté)
- **Promotion de la participation**
- **Travail avec les médias** (en ligne/hors ligne, portée)
- **Canaux de contenu** (news et blog, magazine, réseaux sociaux)
- Réseau de communautés (en ligne et événements)

## BÉNÉFICIAIRES

*Pour qui élaborons-nous une valeur ajoutée ?*

- **Participants**
  - Jeunes de 17 à 19 ans
  - Jeunes de 12 à 17 ans (aspirants)
- **Enseignants & Écoles**  
Focus sur le secondaire II

## PARTENAIRES CLÉ

*Qui nous aide et nous soutient dans notre entreprise ?*

- **Bénévoles des associations**
- **Familles & amis**
- **Partenaires de soutien**
  - Autorités (Confédération, canton)
  - Associations, fondations & fonds
  - Universités & hautes écoles
  - Économie
- **Co-fournisseurs & prestataires in-out**

## STRUCTURE DES COÛTS

**Budget d'environ CHF 900'000** (sans les Olympiades internationales en Suisse). L'aperçu des coûts détaillé se trouve dans le rapport annuel actuel.

**Objectif** : Centres de coûts et objets de coûts transparents en s'appuyant sur les normes NPO (ZEW0 / présentation des comptes Swiss GAAP FER 21).

## FINANCEMENT

**Budget financé par 50% de fonds publics, 30%** de fondations, d'associations et de particuliers, 20% d'entreprises.

**Objectif** : maintenir l'équilibre du portefeuille, maintenir la gratuité de l'offre, financement de base de la Confédération pour la promotion à grande échelle avec des co-organisateur, des particuliers.