

Canevas de modèle économique

CEMI.ai

PARTENAIRES CLÉS • Fournisseurs tiers de modèles d’IA, sur les modèles desquels reposent les produits et face au remplacement desquels les actifs durables sont délibérément portables. • Partenaires technologiques qui amènent du matériel et des systèmes sur le plateau du laboratoire pour y être testés. • Parrains qui soutiennent une aire d’expérimentation, une zone ou un défi nommé, et bailleurs qui financent le bras d’impact social. • Les institutions que chaque laboratoire engage — institutions financières et régulateurs sur le plateau financier, groupes de médias au Laboratoire Médias, écoles, universités et entreprises au Laboratoire d’Apprentissage. • Le Laboratoire d’Innovation Médias, constitué en entité de R&D à but non lucratif indépendante. • Les clients commerciaux pour lesquels CEMI MediaMax a déjà livré — Juguetón (CCN), ADOCOSE, la Chambre de Commerce Franco-Dominicaine (CCIFRD), Quantum Corredores de Seguros et iBizAI.	ACTIVITÉS CLÉS • Rechercher et développer les modèles dans CEMI Labs, et imaginer et concevoir les initiatives qui les portent. • Construire et livrer des logiciels en fonctionnement dans CEMI Factory — la même activité pour une mission client que pour une nouvelle initiative. • Faire mûrir les modèles en produits packagés dans CEMI Solutions, et faire passer un modèle mûr au rang d’initiative indépendante. • Rédiger et maintenir le registre de personas, les registres de source unique et le canon éditorial et anti-fabrication qui régit ce que chaque persona peut dire. • Publier et maintenir les propriétés en trois langues, avec recherche, chat et assistance ancrée sur chacune. • Exploiter les laboratoires — le plateau, le jumeau numérique, la simulation, les cohortes — et convertir ce qui s’y produit en partenariats, parrainages et pilotes privés. • Commercialiser les propriétés qui publient déjà un prix, et rédiger le profil d’activité et le kit investisseurs qui rendent chacune lisible pour un acheteur ou un soutien. RESSOURCES CLÉS • Un noyau permanent de moins de dix, plus un banc trilingue certifié à la demande. • Le réseau du fondateur, et les canaux latino-américains de la direction commerciale. • Le plateau du laboratoire financier — matériel ATM/ITM réel, jumeau numérique, laboratoire vivant. • La plateforme partagée, ses points d’accès publics et les dépôts du canon. • Plus de 30 propriétés trilingues vivantes — produit, preuve et matériel de vente à la fois. • L’actif durable est un ensemble de modèles répliquables, non un portefeuille de brevets. • Les produits reposent sur des modèles de tiers, et les actifs qui comptent sont portables d’un modèle à l’autre.	PROPOSITIONS DE VALEUR • CEMI ne vend pas d’outillage d’IA horizontal. Elle vend une transformation à la forme du secteur — chaque initiative associe le cadrage du domaine, les personas et la méthodologie d’une verticale, sur une infrastructure partagée qui rend chaque verticale suivante moins coûteuse à ouvrir. La conviction de fond est que la collaboration humain-IA produit des résultats que ni les humains ni l’IA n’atteignent séparément, et que le contexte culturel et professionnel profond, et non l’accès aux modèles, est ce qui transforme une capacité d’IA générique en application transformatrice. Pour l’acheteur, cela signifie un moteur en fonctionnement plutôt qu’un pilote — un studio de livraison qui a bâti son propre portefeuille, une équipe qui existe déjà, et le même travail publié en anglais, en espagnol et en français dès le premier jour.	RELATIONS CLIENTS • Équipes de projet dédiées pour les missions de Factory et de Media, menées par projet avec un petit noyau permanent et un banc de spécialistes certifiés à la demande. • Abonnement en libre-service sur les sites des initiatives, avec l’échelle de prix publiée et un palier gratuit là où l’initiative en publie un. • Relations de parrainage et de partenariat par laboratoire, convenues par écrit avant tout démarrage, avec recouvrement des coûts uniquement là où une dépense réelle existe. • Accès ouvert et sans clé pour la simulation publique et les programmes ouverts — une relation sans transaction commerciale, par conception. • Comptes rendus et comptabilité ouverte des coûts pour les bailleurs et les programmes d’investissement social des entreprises, au niveau d’un secteur, d’une cohorte ou d’une série en présentiel. • Relations avec les investisseurs et les partenaires à cadence trimestrielle, conduites depuis un kit publié par propriété et selon une même norme, afin que celui qui en lit deux y trouve une seule histoire. CANAUX • Développement commercial direct mené par le fondateur, porté par le kit publié et le dossier institutionnel plutôt que par le volume de prospection. • L’essai de trois semaines de CEMI Factory, facturé uniquement si le client poursuit — le point d’entrée le moins contraignant du groupe et le mécanisme qui convertit l’intérêt en un livrable réel. • Le site propre de chaque initiative, qui atteint ses propres acheteurs dans leur langage professionnel et en EN, ES et FR. • Les trois laboratoires sectoriels comme surface de développement commercial — les institutions viennent sur le plateau financier en tant que partenaires, parrains et clients de pilotes privés, les groupes de médias viennent avec des formats, et écoles, universités et entreprises viennent par l’AI Learning Challenge. • Distribution et partenariats menés par la direction commerciale en Amérique latine, reliant l’offre aux acheteurs et aux canaux qui façonnent l’adoption. • Le portefeuille lui-même comme étude de cas — un client potentiel peut inspecter une propriété en fonctionnement bâtie par l’équipe qui bâtirait la sienne.	SEGMENTS DE CLIENTÈLE • Grandes entreprises • PME • Gouvernement et secteur public • Banques et institutions financières • Médias et éditeurs • Éducateurs et établissements • ONG et fondations • Investisseurs • Indépendants et professions libérales
STRUCTURE DE COÛTS • La masse salariale du noyau permanent plus le banc de spécialistes à la demande, engagés par projet — la ligne la plus importante et la plus variable. • Utilisation de modèles d’IA de tiers et infrastructure en nuage sur l’ensemble du portefeuille. • Matériel de laboratoire, instrumentation, temps machine de tiers et plateau physique. • Domaines, hébergement, outillage et maintenance de plus de 30 propriétés web vivantes en trois langues. • Développement commercial, travail de partenariat et déplacements, et coût de la formalisation de la structure de l’entreprise. • Les montants ne sont pas publiés. Le poids relatif de ces lignes est un plan et non une mesure, et aucun chiffre de coût n’apparaît dans ce kit.	SOURCES DE REVENUS • Vente de services • Conseil • Abonnements (SaaS, adhésions) • Vente de produits • Parrainages • Subventions et dons • Formation et événements • Données et analyses • Gratuit — sans revenu direct			

PROBLÈME · L'accès aux modèles est devenu ordinaire ; la transformation ne l'est pas. Une organisation peut acheter de la capacité et manquer encore du cadrage du domaine, de l'équipe, de la méthodologie et de la discipline éditoriale qui la rendent utilisable dans un métier réel — et les pilotes restent des pilotes. Du côté de l'offre, le problème miroir s'applique : ouvrir un nouveau secteur coûte normalement une entreprise à chaque fois, et c'est pourquoi la transformation par l'IA arrive secteur par secteur au rythme des levées de fonds plutôt qu'au rythme du besoin. Et le travail qui doit exister en anglais, en espagnol et en français porte un coût de second marché qui empêche l'essentiel d'être un jour publié dans la deuxième et la troisième langue.	SOLUTION · CEMI Factory · CEMI Media / MediaMax · CEMI Labs · CEMI Solutions · CEMI Social Impact · The Personai engine · The trilingual publishing stack · The single-source-of-truth registries · Initiative-level offerings across the portfolio	PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE · CEMI ne vend pas d'outillage d'IA horizontal. Elle vend une transformation à la forme du secteur — chaque initiative associe le cadrage du domaine, les personas et la méthodologie d'une verticale, sur une infrastructure partagée qui rend chaque verticale suivante moins coûteuse à ouvrir. La conviction de fond est que la collaboration humain-IA produit des résultats que ni les humains ni l'IA n'atteignent séparément, et que le contexte culturel et professionnel profond, et non l'accès aux modèles, est ce qui transforme une capacité d'IA générique en application transformatrice. Pour l'acheteur, cela signifie un moteur en fonctionnement plutôt qu'un pilote — un studio de livraison qui a bâti son propre portefeuille, une équipe qui existe déjà, et le même travail publié en anglais, en espagnol et en français dès le premier jour.	AVANTAGE DÉLOYAL · Ce qui est difficile à assembler rapidement plutôt que difficile à imaginer — un portefeuille trilingue vivant de plus de 30 propriétés et un registre de plus de 400 personas d'IA documentés, bâtis par une petite équipe sur une seule plateforme, avec le canon anti-fabrication appliqué qui les régit. Un concurrent peut acheter le même accès aux modèles le même après-midi. Les équipes, les registres, les méthodologies et la discipline éditoriale représentent des années de rédaction accumulée, et le studio de livraison qui les a produits est la même équipe que le client engage. Cela est affirmé comme une position coûteuse à copier, et non comme une prétention d'être le premier ou le seul.	SEGMENTS DE CLIENTÈLE · Grandes entreprises · PME · Gouvernement et secteur public · Banques et institutions financières · Médias et éditeurs · Educateurs et établissements · ONG et fondations · Investisseurs · Indépendants et professions libérales
	INDICATEURS CLÉS · Essais de trois semaines démarrés, et la part d'entre eux qui se poursuit en mission payante. · Clients payants face à un prix publié, par initiative — l'écart entre le prix publié et le premier client payant est la mesure que le groupe surveille le plus étroitement. · Nœuds de laboratoire parrainés et pilotes privés convenus par écrit, et institutions amenées sur le plateau. · Délai et coût d'ouverture d'une nouvelle verticale, mesurés par rapport à la précédente — le chiffre dont la thèse de plateforme vit ou meurt. · Profils d'activité rédigés par élément du registre, et kits investisseurs publiés selon la norme — la mesure propre au groupe de savoir si son tableau commercial est interrogeable plutôt que reconstitué à la main. · Personnes atteintes par les lignes ouvertes et d'impact social, au coût publié par personne atteinte.		CANAUX · Développement commercial direct mené par le fondateur, porté par le kit publié et le dossier institutionnel plutôt que par le volume de prospection. · L'essai de trois semaines de CEMI Factory, facturé uniquement si le client poursuit — le point d'entrée le moins contraignant du groupe et le mécanisme qui convertit l'intérêt en un livrable réel. · Le site propre de chaque initiative, qui atteint ses propres acheteurs dans leur langage professionnel et en EN, ES et FR. · Les trois laboratoires sectoriels comme surface de développement commercial — les institutions viennent sur le plateau financier en tant que partenaires, parrains et clients de pilotes privés, les groupes de médias viennent avec des formats, et écoles, universités et entreprises viennent par l'AI Learning Challenge. · Distribution et partenariats menés par la direction commerciale en Amérique latine, reliant l'offre aux acheteurs et aux canaux qui façonnent l'adoption. · Le portefeuille lui-même comme étude de cas — un client potentiel peut inspecter une propriété en fonctionnement bâtie par l'équipe qui bâtirait la sienne.	
STRUCTURE DE COÛTS · La masse salariale du noyau permanent plus le banc de spécialistes à la demande, engagés par projet — la ligne la plus importante et la plus variable. · Utilisation de modèles d'IA de tiers et infrastructure en nuage sur l'ensemble du portefeuille. · Matériel de laboratoire, instrumentation, temps machine de tiers et plateau physique. · Domaines, hébergement, outillage et maintenance de plus de 30 propriétés web vivantes en trois langues. · Développement commercial, travail de partenariat et déplacements, et coût de la formalisation de la structure de l'entreprise. · Les montants ne sont pas publiés. Le poids relatif de ces lignes est un plan et non une mesure, et aucun chiffre de coût n'apparaît dans ce kit.		SOURCES DE REVENUS · Vente de services · Conseil · Abonnements (SaaS, adhésions) · Vente de produits · Parrainages · Subventions et dons · Formation et événements · Données et analyses · Gratuit — sans revenu direct		

Canevas de proposition de valeur — Grandes entreprises

CEMI.ai · Segment: Grandes entreprises

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES

- CEMI Factory — Le studio logiciel — intelligence artificielle sur mesure, infrastructure d'IA souveraine, applications, tableaux de bord intelligents et agents, construits projet par projet, avec un essai de trois semaines facturé uniquement si le client poursuit.
- CEMI Media / MediaMax — Production intégrale de film, d'audio et d'éditorial, réalisée par des créatifs humains avec une équipe d'IA spécialisée, avec des clients commerciaux déjà livrés.
- CEMI Solutions — La couche de mise en produit — modèles et produits arrivés à maturité, proposés aux organisations et aux particuliers qui ne souhaitent pas un projet sur mesure. Aucun prix, forfait ni palier n'est publié à ce jour.
- Initiative-level offerings across the portfolio — Abonnements et produits à paiement unique vendus par les plateformes sectorielles sur leurs propres sites à mesure qu'elles se commercialisent — Skaills, iBizAI, Alrtistic, Journalaism, Lawra — ainsi que l'échelle de parrainage publiée de papas.academy. Chaque prix publié, cité mot pour mot avec la page qui le publie, est exposé sur cemi.ai/investors/revenue.

CRÉATEURS DE GAINS

- Une livraison à la forme du secteur — cadrage du domaine, personas et méthodologie pour la verticale propre de l'entreprise, sur une infrastructure déjà bâtie.
- EN/ES/FR dès le premier jour, parce que chaque propriété publiée par le groupe est déjà trilingue.

SOLUTIONS À LA DOULEUR

- L'essai de trois semaines — un processus réel, aucune facture à moins que le client ne souhaite poursuivre, de sorte que la question de l'engagement est reportée après l'obtention d'un résultat.
- Une équipe qui existe déjà — la mission puise ses spécialistes dans le registre Personai et le banc certifié au lieu de recruter ou de concevoir une équipe d'abord.

Profil du client

GAINS

- Un livrable en fonctionnement plutôt qu'une recommandation, par l'équipe qui a bâti son portefeuille.
- Un résultat trilingue par défaut, et non comme un avenant.
- Un partenaire dont les autres travaux peuvent être inspectés publiquement avant toute signature.

DOULEURS

- Des pilotes qui restent des pilotes — la capacité a été achetée, mais pas le cadrage du domaine ni l'équipe pour l'utiliser.
- Des cycles d'achat et de budget qui exigent un engagement avant d'avoir vu quoi que ce soit fonctionner.
- Des versions en deuxième et troisième langue qui arrivent tard, coûtent en supplément ou n'arrivent jamais.

TÂCHES DU CLIENT

- Mettre l'IA au travail dans un processus métier réel, avec un résultat que l'entreprise peut montrer.
- Produire communication et contenu au volume dont la marque a besoin, en plus d'une langue, sans multiplier la facture d'agence.
- Décider quoi construire en interne et quoi faire construire, sans engager une année de budget pour le savoir.

Canevas de proposition de valeur — PME

CEMI.ai · Segment: PME

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES

- CEMI Factory — Le studio logiciel — intelligence artificielle sur mesure, infrastructure d'IA souveraine, applications, tableaux de bord intelligents et agents, construits projet par projet, avec un essai de trois semaines facturé uniquement si le client poursuit.
- CEMI Solutions — La couche de mise en produit — modèles et produits arrivés à maturité, proposés aux organisations et aux particuliers qui ne souhaitent pas un projet sur mesure. Aucun prix, forfait ni palier n'est publié à ce jour.
- Initiative-level offerings across the portfolio — Abonnements et produits à paiement unique vendus par les plateformes sectorielles sur leurs propres sites à mesure qu'elles se commercialisent — Skaills, iBizAI, Alrtistic, Journalaism, Lawra — ainsi que l'échelle de parrainage publiée de papas.academy. Chaque prix publié, cité mot pour mot avec la page qui le publie, est exposé sur cemi.ai/investors/revenue.

CRÉATEURS DE GAINS

- Des produits packagés de CEMI Solutions plutôt qu'une mission sur mesure, pour les acheteurs qui ne veulent pas d'un projet.
- Une tarification régionale à deux paliers là où une initiative la publie, afin qu'un acheteur d'économie en développement soit tarifé pour son propre marché.

SOLUTIONS À LA DOULEUR

- Des abonnements au niveau de l'initiative avec l'échelle de prix publiée sur la page propre de l'initiative, y compris un palier gratuit là où il est proposé, sans devis nécessaire pour commencer à lire.
- Le même mécanisme d'essai de trois semaines lorsque l'entreprise a besoin d'un développement sur mesure, de sorte que le risque repose sur CEMI et non sur l'acheteur.

Profil du client

GAINS

- Une échelle de prix publiée qui peut se lire sans appel commercial, là où l'initiative en publie une.
- Un premier pas suffisamment petit pour être franchi sans approbation du conseil.
- Un support et un produit dans la langue dans laquelle l'entreprise fonctionne réellement.

DOULEURS

- Des prix et des délais de mise en œuvre d'échelle entreprise, pour une société qui n'a aucune de ces formes de budget.
- Personne en interne qui puisse distinguer une capacité d'IA réelle d'une démonstration.
- Des outils publiés uniquement en anglais, pour une entreprise qui travaille en espagnol.

TÂCHES DU CLIENT

- Obtenir l'effet de levier opérationnel que les concurrents plus grands tirent de l'IA, à une taille qui n'a pas d'équipe d'IA.
- Remplacer le travail manuel d'arrière-guichet par quelque chose qui fonctionne seul et n'exige pas un spécialiste pour l'entretenir.
- Acheter à un prix mensuel prévisible plutôt que de commander un projet.

Canevas de proposition de valeur — Gouvernement et secteur public

CEMI.ai · Segment: Gouvernement et secteur public

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · CEMI Factory — Le studio logiciel — intelligence artificielle sur mesure, infrastructure d'IA souveraine, applications, tableaux de bord intelligents et agents, construits projet par projet, avec un essai de trois semaines facturé uniquement si le client poursuit. · CEMI Labs — Là où les modèles sont développés et les initiatives conçues, avec trois laboratoires sectoriels sur le terrain — le Laboratoire d'Innovation Financière avec du matériel ATM/ITM réel et un jumeau numérique, le Laboratoire d'Innovation Médias constitué en entité de R&D à but non lucratif indépendante, et le Laboratoire d'Innovation en Apprentissage opéré par aiLearning. Les partenaires amènent leur technologie sur le plateau, les parrains soutiennent une aire d'expérimentation ou un défi nommé, et les clients commandent des pilotes privés. · CEMI Solutions — La couche de mise en produit — modèles et produits arrivés à maturité, proposés aux organisations et aux particuliers qui ne souhaitent pas un projet sur mesure. Aucun prix, forfait ni palier n'est publié à ce jour.	CRÉATEURS DE GAINS · L'Arc d'Impact appliqué à la mission — l'institution prend part à la compréhension de sa propre situation, et le rôle est un échafaudage plutôt que la construction du bâtiment. · Une livraison trilingue, pour qu'un service destiné au public n'ait pas besoin d'un second projet pour atteindre une deuxième langue.
	SOLUTIONS À LA DOULEUR · Le déploiement souverain et sur site est une ligne explicite de l'offre, et non une exception négociée à la fin. · Les laboratoires absorbent l'expérimentation — le plateau financier, le jumeau numérique et la simulation ouverte permettent de tester une technologie avant tout marché, avec recouvrement des coûts uniquement là où une dépense réelle existe.

Profil du client



Canevas de proposition de valeur — Banques et institutions financières

CEMI.ai · Segment: Banques et institutions financières

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES

- CEMI Labs — Là où les modèles sont développés et les initiatives conçues, avec trois laboratoires sectoriels sur le terrain — le Laboratoire d'Innovation Financière avec du matériel ATM/ITM réel et un jumeau numérique, le Laboratoire d'Innovation Médias constitué en entité de R&D à but non lucratif indépendante, et le Laboratoire d'Innovation en Apprentissage opéré par aiLearning. Les partenaires amènent leur technologie sur le plateau, les parrains soutiennent une aire d'expérimentation ou un défi nommé, et les clients commandent des pilotes privés.
- CEMI Factory — Le studio logiciel — intelligence artificielle sur mesure, infrastructure d'IA souveraine, applications, tableaux de bord intelligents et agents, construits projet par projet, avec un essai de trois semaines facturé uniquement si le client poursuit.
- CEMI Solutions — La couche de mise en produit — modèles et produits arrivés à maturité, proposés aux organisations et aux particuliers qui ne souhaitent pas un projet sur mesure. Aucun prix, forfait ni palier n'est publié à ce jour.

CRÉATEURS DE GAINS

- Des pilotes privés et des tests de pré-déploiement commandés sur le même plateau où se déroulent les programmes ouverts, afin qu'une institution passe d'observatrice à participante sans changer de lieu.
- Le parrainage d'une aire d'expérimentation, d'une zone ou d'un défi nommé, qui finance le laboratoire et ouvre des portes institutionnelles sans être vendu comme une ligne de marge.

SOLUTIONS À LA DOULEUR

- Le Laboratoire d'Innovation Financière existe et est ouvert — l'accès aux zones expérimentales, à la simulation et aux programmes ouverts ne comporte aucun frais de service, et la simulation publique ne demande aucune clé.
- Un tarif limité de recouvrement des coûts s'applique uniquement là où une dépense réelle existe, convenu par écrit avant tout démarrage, de sorte que la question commerciale ne bloque jamais la question technique.

Profil du client

GAINS

- Un plateau avec du matériel ATM/ITM réel, un jumeau numérique et un laboratoire vivant.
- Une présence nommée — une aire d'expérimentation, une zone ou un défi — que l'institution peut montrer.
- Des conclusions que l'institution conserve, qu'elle poursuive ou non.

DOULEURS

- Il n'existe nulle part où tester — un appareil réel, un corpus de règles réel et de vraies personnes se trouvent rarement au même endroit.
- Un budget d'innovation qui doit montrer un résultat institutionnel, et non une expérimentation pour elle-même.
- Une incertitude réglementaire qui rend tout engagement prématuré jusqu'à ce que quelqu'un l'ait modélisé.

TÂCHES DU CLIENT

- Tester un canal, un appareil ou un parcours client face à quelque chose de plus proche du réel qu'une diapositive.
- Parvenir à une décision sur une nouvelle technologie financière sans y exposer d'abord la production ni les clients.
- Faire visiblement partie de la conversation d'innovation du marché sans construire un laboratoire.

Canevas de proposition de valeur — Médias et éditeurs

CEMI.ai · Segment: Médias et éditeurs

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES

- CEMI Media / MediaMax — Production intégrale de film, d'audio et d'éditorial, réalisée par des créatifs humains avec une équipe d'IA spécialisée, avec des clients commerciaux déjà livrés.
- Initiative-level offerings across the portfolio — Abonnements et produits à paiement unique vendus par les plateformes sectorielles sur leurs propres sites à mesure qu'elles se commercialisent — Skaills, iBizAI, Alrtistic, Journalaism, Lawra — ainsi que l'échelle de parrainage publiée de papas.academy. Chaque prix publié, cité mot pour mot avec la page qui le publie, est exposé sur [cemi.ai/investors/revenue](#).
- The Personai engine — Un registre de source unique de plus de 400 agents et personas d'IA augmentés par l'humain — des identités durables dotées d'une expertise, d'une voix, d'une biographie et de garde-fous documentés — qui dotent les initiatives d'équipes de production, de facultés, de guides sectoriels et de dirigeants, sous un canon anti-fabrication appliqué. Une nouvelle verticale y puise son équipe au lieu de la concevoir.

CRÉATEURS DE GAINS

- Le Laboratoire d'Innovation Médias, entité de R&D à but non lucratif indépendante, attire les groupes de médias avec des formats plutôt qu'avec un argumentaire de vente.
- Journalaism donne à une rédaction sa propre suite tarifée et ses services sur la même plateforme partagée, afin qu'une décision sur un sujet puisse devenir une décision sur la rédaction.

SOLUTIONS À LA DOULEUR

- Le canon anti-fabrication appliqué — aucune statistique, citation ni biographie inventée, uniquement des anecdotes documentées — est synchronisé dans chaque dépôt et compté comme une part de la propriété intellectuelle, non comme une charte de style.
- MediaMax associe des créatifs humains à l'équipe d'IA au lieu de les remplacer, et l'agence publie ses fourchettes d'engagement sur son propre formulaire de contact.

Profil du client

GAINS

- Un travail livré de bout en bout — film, audio, éditorial — par des créatifs humains outillés.
- Une position éditoriale défendable sur la manière dont l'IA a été utilisée.
- Une fourchette d'engagement lisible avant même le début d'une conversation.

DOULEURS

- Un coût de production et des délais de cycle qui mettent les formats hors de portée.
- Un fournisseur fortement outillé en IA suscite la question de savoir si le résultat peut être digne de confiance.
- Les citations, statistiques et références fabriquées sont le mode de défaillance qui met fin à une carrière, et les outils génériques ne font rien pour l'empêcher.

TÂCHES DU CLIENT

- Produire plus de travail de film, d'audio et d'éditorial que la rédaction ou le studio ne peut doter en personnel.
- Adopter l'IA dans le travail éditorial sans y dépenser la crédibilité du média.
- Atteindre un public dans une deuxième et une troisième langue avec la même histoire.

Canevas de proposition de valeur — Éducateurs et établissements

CEMI.ai · Segment: Éducateurs et établissements

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES

- CEMI Labs — Là où les modèles sont développés et les initiatives conçues, avec trois laboratoires sectoriels sur le terrain — le Laboratoire d'Innovation Financière avec du matériel ATM/ITM réel et un jumeau numérique, le Laboratoire d'Innovation Médias constitué en entité de R&D à but non lucratif indépendante, et le Laboratoire d'Innovation en Apprentissage opéré par aiLearning. Les partenaires amènent leur technologie sur le plateau, les parrains soutiennent une aire d'expérimentation ou un défi nommé, et les clients commandent des pilotes privés.
- Initiative-level offerings across the portfolio — Abonnements et produits à paiement unique vendus par les plateformes sectorielles sur leurs propres sites à mesure qu'elles se commercialisent — Skaills, iBizAI, Alrtistic, Journalaism, Lawra — ainsi que l'échelle de parrainage publiée de papas.academy. Chaque prix publié, cité mot pour mot avec la page qui le publie, est exposé sur [cemi.ai/investors/revenue](#).
- CEMI Social Impact — Le canal des bailleurs et de l'investissement social des entreprises, délibérément distinct des lignes commerciales — une demande entièrement chiffrée et publiée ouvertement pour mettre une capacité d'apprentissage trilingue déjà existante devant les personnes, finançable en totalité ou au niveau d'un seul secteur, d'une cohorte ou d'une série en présentiel.

CRÉATEURS DE GAINS

- Plus de 200 programmes d'apprentissage et un campus trilingue existent déjà, de sorte qu'une institution part d'un catalogue plutôt que d'une commande.
- CEMI Social Impact peut porter le coût là où l'institution ne peut pas, à un coût publié par personne atteinte.

SOLUTIONS À LA DOULEUR

- Smoother — des expériences d'apprentissage personnalisées et adaptatives — est la méthodologie, et elle place l'apprentissage d'abord par construction. Un outil ne gagne sa place que là où il approfondit ce que le participant comprend et sait faire.
- Le Laboratoire d'Innovation en Apprentissage conçoit et teste les expériences avec de vrais participants avant toute mise à l'échelle, et l'AI Learning Challenge attire écoles, universités et entreprises avec des places de parrainage par édition.

Profil du client

GAINS

- Une méthodologie qui centre le processus de l'apprenant plutôt que la transmission.
- Des programmes déjà publiés en trois langues.
- Une voie de parrainage ou de financement philanthropique là où l'institution ne peut payer.

DOULEURS

- L'IA arrive comme un outil à adopter plutôt que comme une question sur ce que l'apprenant finit par savoir faire.
- Un contenu qui existe dans une seule langue, pour une cohorte qui n'est pas dans cette langue.
- Aucun lieu sûr pour tester la conception d'un programme avant qu'il n'atteigne une cohorte réelle.

TÂCHES DU CLIENT

- Décider ce que l'IA doit faire au sein d'un programme d'apprentissage, et prouver qu'elle approfondit ce que l'apprenant sait réellement faire.
- Offrir aux participants une expérience d'apprentissage qu'ils terminent, et non un cours auquel ils s'inscrivent.
- Trouver le financement pour l'animer, lorsque le budget propre de l'institution ne le couvre pas.

Canevas de proposition de valeur — ONQ et fondations

CEMI.ai · Segment : ONG et fondations

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES

- CEMI Social Impact — Le canal des bailleurs et de l’investissement social des entreprises, délibérément distinct des lignes commerciales — une demande entièrement chiffrée et publiée ouvertement pour mettre une capacité d’apprentissage trilingue déjà existante devant les personnes, finançable en totalité ou au niveau d’un seul secteur, d’une cohorte ou d’une série en présentiel.
- CEMI Media / MediaMax — Production intégrale de film, d’audio et d’éditorial, réalisée par des créatifs humains avec une équipe d’IA spécialisée, avec des clients commerciaux déjà livrés.
- CEMI Labs — Là où les modèles sont développés et les initiatives conçues, avec trois laboratoires sectoriels sur le terrain — le Laboratoire d’Innovation Financière avec du matériel ATM/ITM réel et un jumeau numérique, le Laboratoire d’Innovation Médias constitué en entité de R&D à but non lucratif indépendante, et le Laboratoire d’Innovation en Apprentissage opéré par aiLearning. Les partenaires amènent leur technologie sur le plateau, les parrains soutiennent une aire d’expérimentation ou un défi nommé, et les clients commandent des pilotes privés.

CRÉATEURS DE GAINS

- L’Arc d’Impact — Engager, Rendre possible, Inspirer, Autonomiser et Connecter — créé par Carlos Miranda Levy et hérité par CEMI comme sa perspective d’impact social, énoncé honnêtement comme une philosophie organisationnelle et une position de conception, et non comme un cadre fondé sur des preuves.
- MediaMax peut produire la documentation et la narration d’un programme financé selon le même canon éditorial, et les laboratoires peuvent accueillir les parties qui demandent des tests.

SOLUTIONS À LA DOULEUR

- La demande d’impact social dit clairement que l’argent ne construit rien — il met une capacité déjà existante devant les personnes — et publie son coût par personne atteinte ainsi que sa condition que le parrainage n’achète jamais d’influence éditoriale.
- La capacité financée est déjà bâtie, déjà trilingue et déjà publiée. Ce que la subvention achète est la portée, non la construction.

Profil du client

GAINS

- Une demande entièrement chiffrée et publiée, finançable en totalité ou par secteur ou cohorte.
- Un coût publié par personne atteinte qu’un conseil peut comparer à tout autre dossier sur la table.
- Une conception de programme qui remet la propriété au participant.

TÂCHES DU CLIENT

- Mettre une subvention au travail là où elle produit de la capacité et non de la dépendance.
- Financer quelque chose qui fonctionne déjà, plutôt que de payer sa construction en espérant.
- Rendre compte à un conseil de ce que l’argent a atteint, avec des chiffres qui tiennent.

DOULEURS

- Des propositions aux coûts opaques et aux affirmations d’impact invérifiables.
- Des subventions qui bâtissent une plateforme, puis s’achèvent avant que quiconque ne l’utilise.
- Une conception de programme assistantielle qui laisse la communauté pas plus capable qu’au départ.

Canevas de proposition de valeur — Investisseurs

CEMI.ai · Segment: Investisseurs

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES

- The Personal engine — Un registre de source unique de plus de 400 agents et personas d'IA augmentés par l'humain — des identités durables dotées d'une expertise, d'une voix, d'une biographie et de garde-fous documentés — qui dotent les initiatives d'équipes de production, de facultés, de guides sectoriels et de dirigeants, sous un canon anti-fabrication appliqué. Une nouvelle verticale y puise son équipe au lieu de la concevoir.
- The trilingual publishing stack — Le patron Astro/Svelte/Firebase que partage chaque propriété de l'écosystème, avec la recherche, le chat et une assistance ancrée déjà résolu, publié en EN/ES/FR sur l'ensemble du site, de sorte que le coût habituel du second marché ne se répète pas par propriété.
- The single-source-of-truth registries — Écosystème, personas, références, comptes sociaux et profils d'activité, chacun avec un point d'accès public et une interface d'administration, afin que chaque propriété, agent conversationnel et page lise les mêmes faits et que rien ne dérive.
- Initiative-level offerings across the portfolio — Abonnements et produits à paiement unique vendus par les plateformes sectorielles sur leurs propres sites à mesure qu'elles se commercialisent — Skailis, iBizAI, Alrtistic, Journalaism, Lawra — ainsi que l'échelle de parrainage publiée de papas.academy. Chaque prix publié, cité mot pour mot avec la page qui le publie, est exposé sur cemi.ai/investors/revenue.

CRÉATEURS DE GAINS

- La thèse de plateforme est mesurable plutôt que rhétorique — le délai et le coût d'ouverture de la verticale N+1 face à la verticale N, sur quatre actifs écrits une fois et hérités par chaque propriété.
- Aucune taille de marché n'est revendiquée, faute de source citable, et le refus vaut mieux qu'un chiffre sans source.

SOLUTIONS À LA DOULEUR

- Un kit par propriété selon une même norme, avec les conditions du tour tenues dans une source unique et rendues plutôt que retapées, afin que celui qui en lit deux y trouve une seule histoire.
- Les risques de personne clé, d'étendue, de commercialisation, de dépendance aux fournisseurs, de crédibilité et de structure de l'entreprise sont exposés dans le plan d'affaires avec ce qui est fait pour chacun, et il n'est pas prétendu que la dépendance soit résolue.

Profil du client

GAINS

- Une entrée à deux niveaux — la plateforme partagée, ou une activité sectorielle proche de sa commercialisation.
- Chaque affirmation traçable, du portefeuille jusqu'à chaque prix publié cité avec sa page.
- Des risques nommés par l'entreprise avant que l'investisseur n'ait à les trouver.

DOULEURS

- Des présentations dont les chiffres ne peuvent être rattachés à rien de publié.
- Deux tours du même dirigeant, à deux valorisations, découvrables en un après-midi.
- Un portefeuille aussi large peut se lire comme un manque de concentration, et l'étendue est la première question de toute diligence.

TÂCHES DU CLIENT

- Prendre une position sur la transformation par l'IA sans jouer toute la thèse sur un seul secteur.
- Vérifier ce qu'une entreprise a réellement bâti avant de croire ce qu'elle projette.
- Comprendre quelle part de l'histoire dépend d'une seule personne.

Canevas de proposition de valeur — Indépendants et professions libérales

CEMI.ai · Segment: Indépendants et professions libérales

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Initiative-level offerings across the portfolio — Abonnements et produits à paiement unique vendus par les plateformes sectorielles sur leurs propres sites à mesure qu'elles se commercialisent — Skaills, iBizAI, Alrtistic, Journalaism, Lawra — ainsi que l'échelle de parrainage publiée de papas.academy. Chaque prix publié, cité mot pour mot avec la page qui le publie, est exposé sur cemi.ai/investors/revenue. · CEMI Solutions — La couche de mise en produit — modèles et produits arrivés à maturité, proposés aux organisations et aux particuliers qui ne souhaitent pas un projet sur mesure. Aucun prix, forfait ni palier n'est publié à ce jour.	CRÉATEURS DE GAINS · Une équipe plutôt qu'un outil — le professionnel travaille avec des personas d'IA documentés qui portent une expertise, une voix et des garde-fous, ce qui tient plus du recrutement que de l'abonnement. · L'augmentation, non le remplacement — l'offre est bâtie pour renforcer ce que le professionnel sait faire et non pour se substituer à ce qu'il est.
	SOLUTIONS À LA DOULEUR · Skaills évalue et développe les capacités sur une ontologie de compétences ancrée dans ISCO/ESCO, et publie une échelle de prix complète commençant par un palier gratuit, de sorte qu'une personne peut commencer sans décision d'achat. · Les suites professionnelles du portefeuille sont tarifées aussi bien pour une personne que pour une entreprise, avec un essai gratuit ou un palier gratuit là où l'initiative en publie un.

Profil du client

