

# Business Model Canvas

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| <p><b>Partenaires clés</b></p> <p>Qui sont vos partenaires clés ?<br/>         Qui sont vos fournisseurs clés ?<br/>         Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ?<br/>         Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producteurs</li> <li>• Université</li> <li>• Prestataires</li> <li>• Exposants</li> <li>• Clubs (Sono, Agriment'aire) et associations</li> <li>• Créancier de matériel (Tonnelle, Plancha, bancs, tables)</li> </ul> <p>Ressources obtenues auprès des partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestation culinaires ainsi que la matière première</li> <li>• Matériel de réception.</li> <li>• Lieu où faire l'évènement</li> </ul> <p>Activités réalisées par nos partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vente de nourriture, activités diverses selon le stand, prêt de matériel, etc.</li> </ul> | <p><b>Activités clés</b></p> <p>Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l'offre ? (logistique, marketing, production...)<br/>         Quel lien avec les canaux de distribution ?<br/>         Quel lien avec la relation client ?<br/>         Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?,</p> <p>Notre but est d'organiser un événement durant lequel les étudiants du campus Cité Scientifique pourront se restaurer de manière saine et ce grâce à un marché avec des stands de vente de matière première et vente de ces matières premières cuisinées, ainsi que, potentiellement, la fidélisation des clients avec des paniers bio</p> <p>Nos activités clés sont la gestion de l'évènement, ainsi que la mise en relation des étudiants avec les producteurs.</p> | <p><b>Offre (proposition de valeur)</b></p> <p>Quelle proposition de valeur pour les clients ?<br/>         Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ?<br/>         Quelles solutions l'offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ?<br/>         Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?</p> <p>Mise en relation entre les exposants et les étudiants, dans le but de promouvoir le fait de mieux manger, de manger local et de manger des légumes</p> <p>Nous n'avons aucun concurrent, car un tel marché ne s'est jamais tenu sur le campus Cité Scientifique auparavant. Notre offre est donc nouvelle et innovante.</p>  | <p><b>Relation client</b></p> <p>Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l'entreprise ?<br/>         Lister les types de relations client.<br/>         Comment la relation client s'intègre-t-elle au reste du modèle économique ?<br/>         Quel en est le coût ?</p> <p>Nous allons essentiellement communiquer par les réseaux sociaux, par mail (par exemple par le biais du secrétariat de Polytech) et pourquoi pas par un site internet.</p>        | <p><b>Segments de clientèle</b></p> <p>Quels sont les segments de clientèle cibles ?<br/>         Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <p>Nos clients sont les étudiants ainsi que les membres du personnel du campus Cité Scientifique d'une part (les consommateurs), et les exposants du marché d'autre part (producteurs et transformateurs [cuisine, notamment]).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jusqu'à 25 000 étudiants et personnels exercent leur activité sur le campus et pourraient donc être touchés par l'évènement.</li> <li>• Le nombre d'exposants n'est pas fixé.</li> </ul> |
|   | <p><b>Ressources clés</b></p> <p>Quelles ressources clés la production de l'offre requiert-elle ?<br/>         Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?<br/>         Nous avons besoins des ressources suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stands</li> <li>• Tonnelles</li> <li>• Emplacement pour le marché</li> <li>• Bancs et Tables</li> <li>• Matériels pour cuisiner</li> </ul>  |   | <p><b>Canaux de distribution</b></p> <p>A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ?<br/>         Comment les différents canaux s'intègrent-ils ?<br/>         Quel est le canal privilégié ?<br/>         Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?<br/>         Le canal de distribution serait l'évènement en lui même : en effet, la distribution se fera sur place le jour de l'évènement.</p> |   |
| <p><b>Structure des coûts</b></p> <p>Quels sont les coûts (dépendances) les plus importants générés par le modèle économique ?<br/>         Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ?<br/>         Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p>La location du matériel et le financement de la sécurité sont nos dépenses les plus importantes. Ce sont des dépenses fixes.</p> <p>La consommation d'électricité et d'eau (par exemple pour les stands de cuisine) représente un coût variable à ne pas négliger.</p>   |   | <p><b>Sources de revenus</b></p> <p>Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ?<br/>         Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ?<br/>         Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ?<br/>         Nous pouvons demander des subventions auprès d'organismes publics (Université, Associations, Polytech, CROUS, Région, etc.) et privées (prêt de matériel ou financement par des sponsors)</p> <p>Pour la première édition, les producteurs et exposants viendraient sans payer. Si le premier marché se déroule très bien d'un point de vue rentabilité pour les exposants, on peut imaginer faire payer l'emplacement aux exposants, dans le but de ne plus dépendre des subventions</p> |   |   |