

Coopérative territoriale

Ecosistema Comunale Castell'Azzara

Note de description du business plan

Sommaire

1. Description de la coopérative territoriale **Errore. Il segnalibro non è definito.**
2. Modalités opérationnelles **Errore. Il segnalibro non è definito.**
3. Le business plan comme outil de développement futur **Errore. Il segnalibro non è definito.**

1. Description de la coopérative territoriale

Le Business Plan a pour objectif de valoriser les atouts identifiés dans le Plan Marketing de la coopérative territoriale Castell'Azzara.

Les atouts, c'est-à-dire les points forts de la Coopérative, sont les suivants :

- Boutique Ecosistema
- Location de vélos électriques
- Réseau Tos.ca.na.
- Sites touristiques
- Ancienne pépinière
- Station d'essence.

D'autres atouts sont les suivants :

- Galerie minière de Cornacchio
- Possibilité d'ouverture d'un centre sportif dispersé
- App = il y a un important projet qui se profile, lié à la numérisation et plus précisément à la création d'une application constituée d'une carte comme outil de communication et de valorisation du territoire.

2. Modalités opérationnelles

À la différence du Plan Marketing, qui se lit comme un récit qui raconte dans le document même comment il a été réalisé, il convient de garder la trace de la façon dont le Business Plan a été réalisé, afin de suivre la même méthode pour d'éventuels projets futurs, ou d'identifier au début du projet les améliorations possibles à apporter à la méthode de travail, dans le but de donner la plus grande valeur ajoutée possible aux coopératives.

Dans ce cas précis, le groupe de travail a reçu un rapport de la coopérative territoriale contenant une prévision du compte de pertes et profits.

Par rapport aux prévisions, on a vérifié la cohérence avec le Plan Marketing ainsi qu'avec le potentiel économique réel (recettes) et les ressources nécessaires (coûts).

3. Le business plan comme outil de développement futur

Comment utiliser le Plan Marketing et le Business Plan de manière stable et constructive ?

Les prévisions figurant dans le Business Plan sont le résultat de l'estimation du flux de touristes et des activités des habitants du village au cours des trois prochaines années. Puisque le coût de vente de chaque service est connu, la valeur des recettes a pu être calculée.

À la fin de chaque année, il faudrait comparer le montant réel des recettes avec le montant estimé, pour voir s'il y a eu des écarts et quelle en est la cause.

Cela conduit à une double action :

- prendre des mesures de redressement pour ramener le flux du tourisme et des activités aux niveaux assumés
- mettre à jour le Business Plan pour que les objectifs restent valables.

Deux lignes d'action sont identifiées sur lesquelles se concentrer pour maintenir la coopérative territoriale viable et donc augmenter les résultats obtenus :

- Ligne d'action « Communication »
- Ligne d'action « Stratégie et développement ».

ACTIONS DE COMMUNICATION

Parallèlement au Plan Marketing, un clip vidéo a été réalisé, dont le message est la *découverte, à travers un regard différent, d'un territoire qui offre sans efforts la possibilité de vivre selon un mode de vie sain pour le corps et pour l'esprit*. Il s'agit du mode de vie que les « riches » tâchent d'atteindre dans des hébergements durables, dans des spas régénérateurs auxquels ils peuvent accéder le week-end à des prix très élevés parce qu'ils ont un bon emploi qui leur permet de dépenser le week-end l'argent qu'ils gagnent en travaillant dur pendant la semaine, pour régénérer leur corps et leur esprit.

Ainsi, le message du clip vidéo et de notre étude de marketing, que le Business Plan met en valeur, est le suivant : *arrêtez-vous, regardez avec les yeux d'un enfant et vous comprendrez comment il faut vivre, pour ne pas passer toute une vie à la recherche de ces moments de bonheur que procure un déjeuner entre amis en plein air, dans un environnement propre, non pollué et peuplé d'une flore et d'une faune autochtones. Venez vivre ici vos moments de paix, ou pourquoi pas, décidez de rester avec nous pour toute la vie.*

Ces messages doivent être envoyés au public.

Le clip vidéo est un outil de communication très efficace qui, pour obtenir les résultats escomptés, doit être intégré dans un « plan rédactionnel » précis, composé de petites actions bien conçues. Plus précisément, les actions qui peuvent être menées sont principalement liées aux aspects suivants :

- site web
- gestion des médias sociaux
- création de packages expérientiels
- renforcement des services aux habitants
- gadgets pour valoriser la marque territoriale.

ACTIONS DE STRATÉGIE ET DE DÉVELOPPEMENT

Pour avoir des contenus de communication efficaces, pour avoir un territoire « à communiquer », gardons toujours à l'esprit que nous avons besoin de « constructions » et d'« infrastructures » dont l'utilisateur pourra se servir lorsqu'il arrivera à Castell'Azzara.

Par conséquent, en plus du plan rédactionnel, la coopérative doit avoir la possibilité de réaliser des travaux de construction, de rénovation de bâtiments, de créer de nouvelles activités et des emplois pour les jeunes.

À cette fin, il est très important d'avoir une stratégie claire. Il peut suffire qu'elle soit dans la tête de la « direction » de la coopérative, mais nous recommandons de la matérialiser par écrit.

Poursuivre ensuite les actions en cours : sur la base des informations actuellement connues, nous soulignons en particulier l'opportunité offerte par le projet « Réseau Tos.ca.na », qui, grâce à la bonne gestion des zones forestières produisant des « crédits carbone », peut générer de l'emploi ainsi qu'un important retour d'image positif.

Grâce au PNRR (Plan national de reprise et résilience), plusieurs ressources à ce stade sont affectées aux activités des coopératives et des sociétés.

Il est à noter qu'un avis sera lancé en septembre pour financer les dépenses de marketing à hauteur de 80%.

Des fonds pour les conseils et les formations en matière d'organisation et d'environnement sont également disponibles.

D'autres stratégies pourront être examinées plus en profondeur dans les contextes appropriés.

SERAFINELLI CONSULTING remercie toutes les personnes qui ont permis la réalisation du projet SE.MI.N.A.RE. et reste à la disposition des coopératives territoriales pour les informer et les soutenir.