

Coopérative territoriale

Daide Lazzaretti di Roccalbegna

Note de description du business plan

Sommaire

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

- Il existe un atout essentiel, représenté par l'*hébergement dispersé*, qui permet aux maisons qui ne sont plus habitées de reprendre vie en accueillant des touristes et qui permet à Roccalbegna d'accueillir un flux plus important de touristes.
- Les *réserves naturelles*, telles que les Réserves naturelles de Pescinello et la Réserve naturelle de Bosco Rocconi, constituent un autre atout important.
- Les *activités pour enfants*, qui sont actuellement réservées aux résidents, peuvent également être considérées comme un atout. Elles peuvent être valorisées dans le sens de la formation expérientielle.

2. Modalités opérationnelles

Le groupe de travail a établi des prévisions économiques pour la période triennale 2022-2024 sur la base d'un document analytique Excel préparé par la coopérative, qui couvrait la période quinquennale 2021-2025 et fournissait des informations analytiques en termes de coûts et de recettes unitaires, ainsi que d'éventuelles estimations des quantités « des ventes ».

Sur la base des informations recueillies, le groupe de travail confirme la validité de ces estimations.

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.

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 « Soutien à la création d'une méthode de gestion ».

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
- digital detox

ACTIONS POUR LE DÉVELOPPEMENT D'UNE MÉTHODE

Lors de la discussion sur la mise en œuvre du Plan Marketing, il est apparu qu'il était utile de définir une méthode, c'est-à-dire un modèle de travail pour rendre efficaces les différentes activités réalisées jusqu'à présent.

Pour atteindre cet objectif, il est utile de procéder selon les étapes suivantes :

- cartographier les activités à l'aide d'un logigramme
- expliciter les activités réalisées sous forme de procédure
- disposer d'un plan de travail avec une description des tâches et un calendrier (simplifiés).

Outre ce besoin soulevé par le groupe de travail Lazzaretti, l'équipe de Serafinelli Consulting pose également la question de savoir s'il serait possible de valoriser davantage les réserves en les incluant dans le circuit des *crédits carbone*.

Nous rappelons que 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