



Carine CHEVRIER

Business Model

Sommaire

| | |
|--|-----------|
| Nom de l'entreprise | 3 |
| Représentant légal | 3 |
| Vision, Mission, Ambition et Rôle | 4 |
| But: Pour qui et pourquoi (ambition et vision) | 4 |
| Identité: Qui (Rôle et mission) | 5 |
| Valeurs et convictions - pourquoi (Approbations et inspirations) | 5 |
| Capacités - comment (Cognitives et émotives) | 5 |
| Comportement - quoi (Réaction et pro-action) | 6 |
| Environnement - où, quand (contraintes dangers opportunités options) | 6 |
| Why, What, and How - ton produit-service | 9 |
| Why | 9 |
| What | 9 |
| How | 9 |
| Les 9 composantes du Business Model Canvas | 11 |
| Offre/Proposition de valeur | 11 |
| Segments Clients | 12 |
| Relation Client | 12 |
| Canaux | 13 |
| Activités Clés | 13 |
| Ressources Clés | 13 |
| Partenaires Clés | 13 |
| Structure des coûts | 14 |
| Flux de revenus | 14 |

Nom de l'entreprise

Nom de l'entreprise : Sème et Récolte

Gérants/es : Carine CHEVRIER

Représentant légal

Prénom et NOM: Carine CHEVRIER

Email: carinechevrier@seme-et-recolte.fr

Portable: 06 61 26 79 09

Site web: <http://seme-et-recolte.fr/>

Vision, Mission, Ambition et Rôle

But: Pour qui et pourquoi (ambition et vision)

- *Qu'est-ce qui te/vous passionne ?*

Agriculture urbaine

Découverte du vivant, économie circulaire,

Développement personnel, accompagnement de projets

- *Que souhaitez-vous apporter de cette passion à l'entreprise ?*

. Mes compétences en la matière

. Une philosophie : produire pour le plaisir, apprendre et déguster, apporter de la couleur dans nos vie

. Un état d'esprit : apprendre par l'expérience, favoriser le partage, agir pour trouver du sens.

Dans l'objectif d'accompagner les personnes sur un chemin d'épanouissement personnel

- *Qu'il y a-t-il d'unique en toi/vous ?*

. Un mix de savoir : connaissances techniques en tant qu'ingénieure agronome spécialisée en "jardinage au naturel"

. Savoir-faire : pratiques de plusieurs années de création de potagers participatifs urbains

. Savoir-être : ma motivation à toutes épreuves partagée à mes clients, donner envie de se questionner

- *Pourquoi quelqu'un devrait vous choisir ?*

Ma petite structure permet de proposer une offre de qualité, personnalisable, et évolutive, à toutes situations, en fonction des besoins du client.

. Avec méthodes et outils pour maximiser les récoltes

. Avec des jeux pour découvrir et apprendre

- *Qui peut être intéressé par ton offre et afin qu'il puisse en tirer profit ?*

. Les entreprises touristiques pour élargir leur offre, répondre aux besoins de leurs clients, intégrer en cuisine des produits frais et locaux, et ainsi améliorer leur attractivité, réputation, rentabilité et pérennité.

. Les entreprises partenaires des entreprises touristiques pour élargir leur offre.

Identité: Qui (Rôle et mission)

- *Quelle est votre contribution à la réalisation de votre objectif – quel est votre rôle ?*

. Apport de mes compétences techniques et relationnelles, de A à Z : de la production à la commercialisation

- *Caractéristiques et motivations des personnes qui peuvent travailler/interagir avec votre entreprise ?*

. Les partenaires : paysagistes, designer en permaculture, potager sur toitures

Fournisseurs divers qui recherchent des outils liés à la Transition (exemple : Julien)

... afin de développer leur activité professionnelle

. Le Collectif varois pour l'agriculture urbaine intégrant les autres acteurs de l'AU

. Les collectivités locales : "temps long"

. Les médias : communiquer sur l'innovation locale

. Le réseau Noocity : grandir ensemble

. les réseaux d'entreprises locaux (upv, adeto, umih, gni, cci ...) : ?

Valeurs et convictions : pourquoi (Approbations et inspirations)

- *Quelles sont vos aspirations ?*

Développer mon activité professionnelle avec des clients récurrents, et trouver un équilibre économique.

Développer une équipe autour du projet (salariés, associés, coopérateurs ...)

- *Ce qui vous gratifie... ?*

Voir mes potagers évoluer dans de bonnes conditions

Recevoir les témoignages des bénéficiaires (sur leur motivation, découverte, transition...)

Découvrir et expérimenter des techniques de transition et de m'émerveiller sur le vivant...

Capacités : comment (Cognitives et émotives)

Vos forces et vos faiblesses

+

Compétences techniques

Persévérance

Expérimentation, apprentissage, curiosité

Envie de partager

Observation, écoute et empathie

-

Relation commerciale

Réservée

Manque de planification

Comportement : quoi (Réaction et pro-action)

Capacité à réagir de manière appropriée à l'environnement ?

Construire des solutions appropriées en fonction de l'environnement nature

15 années en tant que chef de projet coordinateur de projets me permettent d'être très réactive à toutes nouvelles situations avec des nouveaux paramètres,

Par exemple :

. Aléa climatique : conseils pour reprendre, refaire ... le potager

Capacité à être proactif ?

. Apporter du conseil/des recommandations en fonction des demandes

. Ajuster le contrat aux contraintes et les outils, planification

Environnement : où, quand (contraintes dangers opportunités options)

- Quelles sont les conditions qui vous limitent, quelles sont les limites et les dangers que vous percevez, comment pourriez-vous les dépasser ?

Limite 1 : je ne propose pas un potager avec d'importantes productions

Danger : je ne réponds pas aux besoins d'une cible qui souhaite une production importante

Solution ? travailler avec un partenaire prêt à réaliser ce type de potager ? ...

Limite 2 : je ne suis pas située près de chacun des potagers et je ne peux donc suivre de près et régulièrement l'évolution des potagers

Dangers :

- . Je ne peux anticiper ou gérer les risques propres à un potager (climat, "parasites" ...)
- . Risques pouvant détruire une/plusieurs plantations
- . Et conduire à un "esthétique" du potager pas très joli

Solution ? former en interne une personne dédiée à ce suivi, vendre une prestation ad hoc, proposer un partenaire local ? ...

Limite 3 : je ne suis pas "fan" de la fonction commerciale

Danger : mon développement commercial (démarchage et vente) n'est pas très performant

Solution : fixer des objectifs et des petits pas. Travailler en partenariat avec une personne motivée par ce sujet ... ?

Limite 4 : réussir à trouver un juste milieu concernant mon offre "animation" entre plaisir perçu et connaissances acquises par le public de la séance, autour d'un message à faire passer.

Danger : pas toujours rentable sur ce genre d'opérations, je peux passer 4 heures à préparer un atelier qui dure 2 heures, les participants posent des questions très diverses et mon objectif de message à transmettre peut ne pas être atteint.

Solution : structurer mes ateliers autour de thématiques ...

Limite 5 : logistique, je n'ai pas d'espace approprié

Danger : difficulté pour déployer mon activité de production, et la présenter

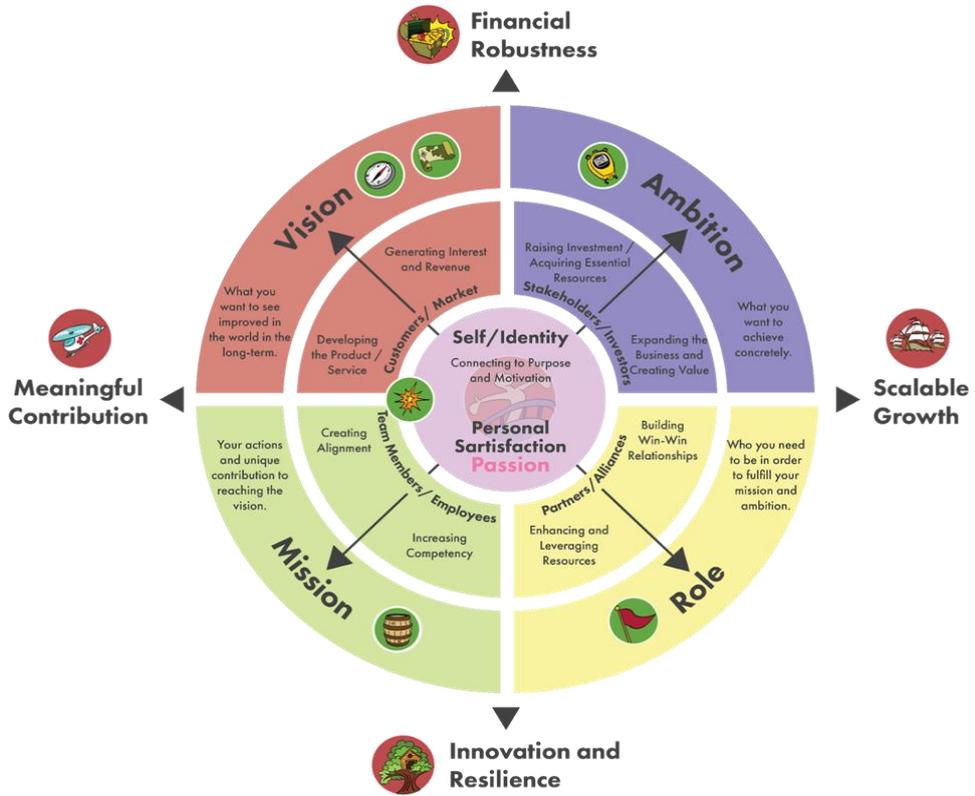
Solution : trouver un lieu ou un partenariat pour stocker les plants et les matériaux.

Limite 6 : Je suis Entrepreneur multifonctions

Danger : manque de temps pour des fonctions telles que marketing, ...

Solution : stagiaire, partenaires, mieux utiliser les médias...

Supprimer quelques fonctions bénévoles.



Why, What, and How : ton produit/service

Why

Ce qui est unique dans ton entreprise et ton produit-service ?

- . Un mix de savoir : connaissances techniques en tant qu'ingénieure agronome spécialisée en "jardinage au naturel"
- . Savoir-faire : pratiques de plusieurs années de création de potagers participatifs urbains
- . Savoir-être : ma motivation à toutes épreuves partagée à mes clients

What

Quelle est ton activité et le produit-service ?

Vous accompagnez dans la mise en place de votre **potager participatif** et la pratique du jardinage au naturel :

- Conception, aménagement et suivi en culture plein sol ou en toiture-terrasse.
- Ateliers et animations, ponctuels ou récurrents, pour permettre aux jardiniers sa prise en main.

Autour des entreprises, des collectivités et des organisations

Le contour de mon offre

- Ancrage local : Var
- Plaisir et découverte
- Jardinage au naturel (sans pesticide)
- Culture méditerranéenne
- Spécialisation agriculture urbaine
- Animation « partage »

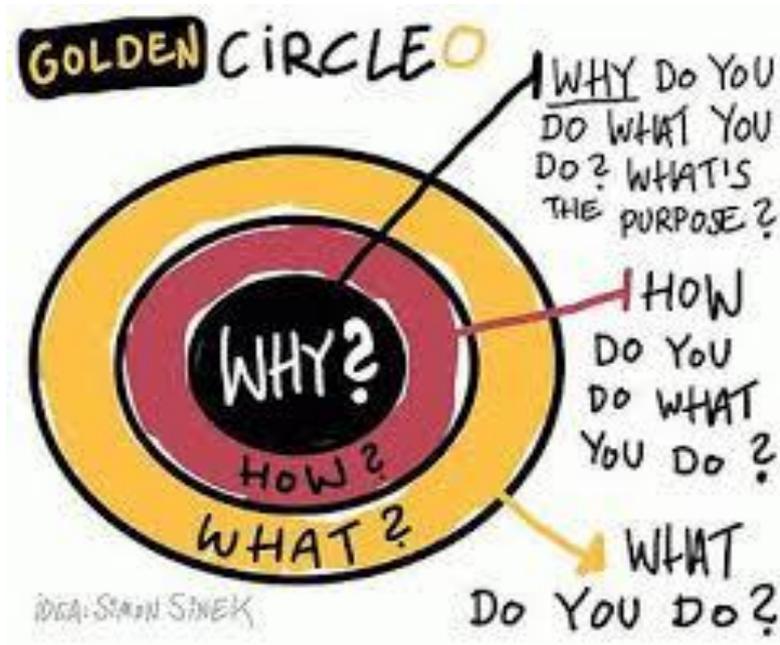
Le contour de mes cibles

- Dispose d'un terrain ou toit-terrasse
- Sensible à la biodiversité
- Dans une démarche de développement et d'innovation...

How

Comment est fabriqué ton produit-service ?

- . J'étudie le besoin du client
- . Je lui propose une solution personnalisée en fonction de différents critères : ses besoins, ses ressources matérielles (existence d'un terrain, de toits, de terrasses.), ses ressources humaines (nombre de personnes, temps disponible, compétences, motivations ...), ses ressources financières ...
- . Je mets en place la solution sur site : potagers, ateliers ...
- . Puis assistance assurée, de manière ponctuelle ou récurrente, selon le contrat



Les 9 composantes du Business Model Canvas

Offre/Proposition de valeur

1. Segment 1 : Pour les Entreprises Touristiques "marketing vert"

Qu'est-ce vous allez apporter à vos clients ?

Accompagnement dans la mise en place d'un potager sur site participatif "au naturel" : de la conception à la gestion.

Produire des légumes de saison pour faire découvrir les saveurs et faire le lien avec la cuisine du terroir

exemples : légumes anciens, plantes aromatiques

A quel besoin et/ou problème votre entreprise/votre projet va répondre ?

. Le potager devient une vitrine "verte" de l'entreprise : permet d'améliorer leur image, leur réputation (notoriété "verte"),

. Gage d'attractivité, améliore le Chiffre d'Affaires, la rentabilité et donc la pérennité

2. Segment 2 : Les ET "animation d'ateliers"

Qu'est-ce vous allez apporter à vos clients ?

Animation clientèle

Pour enfants, famille ou groupe

Des ateliers ludiques pour jardiner et apprendre à cultiver au naturel

exemples : atelier semis de tomates / bouturage / pesto / mini-conf

A quel besoin et/ou problème votre entreprise/votre projet va répondre ?

Répondre aux besoins de leurs clients :

- Se reconnecter à la nature
- Concilier séjour et environnement
- "bien manger"

3. Segment 3 : Les ET "séminaires"

Qu'est-ce vous allez apporter à vos clients ?

Atelier team building

Sur mesure pour accueillir les groupes et diversifier l'offre

exemples : journée découverte de la permaculture...

A quel besoin et/ou problème votre entreprise/votre projet va répondre ?

Compléter leur offre de séminaires en se différenciant des concurrents, et en répondant aux besoins sociétaux.

Pour les 3 segments :

Quelle est votre valeur ajoutée ? Quels sont vos points forts par rapport à la concurrence ?

- . Clef en mains = gain de temps, aucun souci
- . Sur mesure = adaptation à vos besoins
- . Évolutive =
- . Par une ingénieure agronome = qualité assurée
- . Budget adapté, formation finançable = gain d'argent
- . Allie paysage, biodiversité (jardinage "au naturel"), nouveaux services touristiques = atout marketing
- . Améliore la QVT de vos équipes = meilleure productivité
- . Bon pour vous, Bon pour la Planète = meilleure réputation

Segments Clients

- **Segment 1 :** Entreprises Touristiques avec un besoin orienté : "marketing vert/paysage" et de communication, afin d'accroître leur attractivité et réputation (différenciation et diversification) et ainsi améliorer leur rentabilité et pérennité.
Service proposé : création gestion d'un potager sur site (plantes aromatiques / légumes anciens ...) utile pour la cuisine également, en culture plein sol ou en toiture-terrasse.
Cibles : les restaurants
- **Segment 2 :** Entreprises Touristiques avec un besoin de : prestation animation, en réponse à une demande de leurs clients,
Service proposé : ateliers et animations ponctuels ou récurrents, pour jardiner au naturel.
Cibles : campings, villages vacances, grands hôtels ...
- **Segment 3 :** Entreprises Touristiques avec un besoin : d'organisation de séminaires, complétant ainsi leur offre en se différenciant des concurrents, et répondant aux besoins sociétaux.
Service proposé : atelier team building sur mesure pour accueillir les groupes.
Cible : grands hôtels, villas, exemple : hôtel la dolce frégate

Segment non étudié : Le participant particulier à l'atelier ou au potager : segment non envisagé pour le moment, peut être étudié uniquement sur opportunité. Son besoin serait de se reconnecter à la "nature", concilier séjour et environnement, bien manger.

Relation Client

- Segment 1 : co-crédation pour prendre en compte attentes et contraintes sur la durée / confiance / suivi logistique et réponses techniques
- Segment 2 : clef en main,
- Segment 3 : clef en main, catalogue d'ateliers,
- Tous : campagne de démarchage, 1er temps : échange tél, puis rencontre chez le prospect/client

Canaux

✓ Où votre produit/service sera vendu ? Sur internet ? Dans des magasins physiques, dans des salons professionnels ?

. Vente directe

. Lors de ma rencontre avec le prospect sur RDV

✓ Comment vos clients connaîtront votre offre ?

. Lors de démarchage téléphonique pour présenter mon offre

. Lors de manifestations locales : par ex Les 48h de l'agriculture urbaine, les salons

. Via internet : les réseaux sociaux (Facebook), mon site web

. Via mes partenaires

. Le bouche à oreille : par mes clients, mes connaissances

. Presse

✓ Quelles relations existent entre ces canaux ?

le lien est le nom de mon entreprise : Sème et Récolte ou mon nom : Carine Chevrier.

✓ Quel est le canal le plus adapté à vos segments de clients ?

. La rencontre en présentiel

Activités Clés

- Activités jardinage récurrentes autour du potager
- Créer un espace de vie, d'expérience et de biodiversité = aménagement d'un potager
- Animation thématique sur le potager =, la nature et/ou la biodiversité pour enfants / pour adultes
- Animation construction autour du potager (team building)
- Activités de communication et de formation continue, logistique planification

Ressources Clés

- Connaissances techniques
- Logistique
- Marketing pour fiches de suivi et informations
- Animations team building
- Carine Chevrier
- Potager démo : celui des clients
- Terrain pour la logistique (à créer) et garage : stockage
- Immatérielles : réseaux sociaux, site internet
- Matérielles : véhicule, téléphone, ordinateur

Partenaires Clés

- Noocity (jardinières terrasse et réseaux techniques)

- Sécateurs & Fourchette, Khryshine (plants)
- Jardica coopazur, Sud élagage (matériaux)
- Alchimistes, Collectif varois AU (réseaux locaux, promotion, actions collectives)
- Tiers Lieu la Seyne (Eco Circulaire et mini-potager, stockage)
- Jardin partagé (support de test)
- Autres à travailler : nutritionniste, célia (team building), Richard (perma)...
- Réseau de prescripteurs (bouche à oreille)

Structure des coûts

Approvisionnement (amendement, terre, broyat, plants, semences...)

- Matériels (planches de construction, jardinière)
- Frais fixes (tel, véhicule,)
- Loyer pour emplacement stockage
- Petits matériels animations et impression

Formations / documentation

Flux de revenus

- Prestation ponctuelle ou récurrente : atelier, animation, création gestion potager
- Tarif selon plusieurs lignes de facturation, fonction du temps et des frais (matériels, fournitures.) engagés + débours : aménagement, démarrage, nombre de rdv, matériels fournitures, déplacements ; taux de marge différent selon : le segment, si ponctuel ou récurrent, nature de la prestation
- Prestation "toiture" : facture de sous-traitance à Noocity, commission apporteuse d'affaires
- Prestation formation financée par les OPCO ou le DIF : à étudier
- Prestation financée par les CE : B to C pas prévue, éventuellement avec des partenaires

Voir document en annexe

