

Sème et récolte



Carine CHEVRIER

Business Model

Sommario

Nome della ditta	3
Rappresentante legale	3
Visione, Missione, Ambizione e Ruolo	4
Scopo: Per chi e perché (ambizione e visione)	4
Identità: chi (ruolo e missione).....	5
Valori e credenze: perché (Riconoscimenti e ispirazioni)	5
Abilità: come (cognitive ed emotive)	6
Comportamento: cosa (reazione e pro-azione)	6
Ambiente: dove, quando (vincoli pericoli opportunità opzioni)	6
Why, What, and How : il tuo prodotto/servizio	9
Why	9
What	9
How	9
I 9 componenti del Business Model Canvas	11
Offerta/proposta di valore	11
Segmenti di clientela	12
Rapporto col cliente	13
Canali	13
Attività chiave	14
Risorse chiave	14
Partner chiave	14
Struttura dei costi.....	14
Flusso di reddito	15

Nome della ditta

Ragione Sociale: Sème et Récolte

Dirigenti: Carine CHEVRIER

Rappresentante legale

Nome e cognome: Carine CHEVRIER

E-mail: carinechevrier@seme-et-recolte.fr

Cellulare: +33 06 61 26 79 09

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

Visione, Missione, Ambizione e Ruolo

Scopo: Per chi e perché (ambizione e visione)

- *Cosa ti appassiona?*

Agricoltura urbana

Scoperta della vita, economia circolare,

Sviluppo personale, supporto al progetto

- *In relazione alle sue passioni, cosa vorresti apportare in azienda ?*

Le mie competenze in questo settore

Una filosofia: produrre per piacere, imparare e gustare, portare colore nelle nostre vite

Uno stato d'animo: imparare attraverso l'esperienza, promuovere la condivisione, agire per trovare un significato.

Con l'obiettivo di accompagnare le persone in un percorso di realizzazione personale

- *Cosa c'è di unico in te?*

Un mix di conoscenze: conoscenze tecniche come ingegnere agrario specializzato in "giardinaggio naturale"

Know-how: pratiche pluriennali di realizzazione di orti urbani partecipativi

Competenze trasversali: la mia motivazione in tutti i casi condivisa con i miei clienti, per fargli venire voglia di mettersi in discussione

- *Perché qualcuno dovrebbe scegliere te?*

La mia piccola struttura permette di offrire un'offerta di qualità, personalizzabile e scalabile, a tutte le situazioni, secondo le esigenze del cliente.

Con metodi e strumenti per massimizzare i raccolti

Con giochi da scoprire e imparare

- *Chi potrebbe essere interessato alla tua offerta e in modo che possa trarne vantaggio?*

Le aziende turistiche ampliano la loro offerta, soddisfano le esigenze dei loro clienti, integrano prodotti freschi e locali in cucina e migliorano così la loro attrattività, reputazione, redditività e sostenibilità.

Aziende partner di aziende turistiche per ampliare la propria offerta.

Identità: chi (ruolo e missione)

- *Qual è il tuo contributo al raggiungimento del tuo obiettivo – qual è il tuo ruolo?*

Apporto delle mie competenze tecniche e relazionali, dalla A alla Z: dalla produzione al marketing

- *Caratteristiche e motivazioni delle persone che possono lavorare/interagire con la tua azienda?*

Partner: paesaggisti, designer di permacultura, orto sul tetto

Vari fornitori che cercano strumenti legati alla Transizione (esempio: Julien)

... al fine di sviluppare la loro attività professionale

Il collettivo Var per l'agricoltura urbana che integra altri attori UA

Enti locali: “a lungo termine”

I media: comunicare l'innovazione locale

La rete Noocity: crescere insieme

reti di imprese locali (upv, adeto, umih, gni, cci, ecc.): ?

Valori e credenze: perché (Riconoscimenti e ispirazioni)

- *Quali sono le tue aspirazioni?*

Sviluppare la mia attività professionale con clienti ricorrenti e trovare un equilibrio economico.

Sviluppare un team attorno al progetto (dipendenti, partner, collaboratori, ecc.)

- *Cosa ti gratifica...?*

Guardare i miei orti crescere in buone condizioni

Ricevere testimonianze dai beneficiari (sulla loro motivazione, scoperta, transizione, ecc.)

Scoprire e sperimentare le tecniche di transizione e ammira la vita...

Abilità: come (cognitive ed emotive)

I tuoi punti di forza e di debolezza

+

Abilità tecniche

Perseveranza

Sperimentazione, apprendimento, curiosità

Voler condividere

Osservazione, ascolto ed empatia

-

Relazione d'affari

Riservatezza

Mancanza di pianificazione

Comportamento: cosa (reazione e pro-azione)

Capacità di rispondere in modo appropriato all'ambiente?

Costruire soluzioni appropriate in base all'ambiente naturale

15 anni come project manager e project coordinator mi permettono di essere molto reattivo a tutte le nuove situazioni con nuovi parametri,

Per esempio :

Pericoli climatici: consigli per riprendere, rifare... l'orto

Capacità di essere proattivi?

Fornire consigli/raccomandazioni in base alle richieste

Adeguare il contratto ai vincoli e agli strumenti, progettuali

Ambiente: dove, quando (vincoli pericoli opportunità opzioni)

- *Quali sono le condizioni che ti limitano, quali sono i limiti ei pericoli che percepisci, come potresti superarli?*

Limite 1: non propongo un orto con produzioni significative

Pericolo: non soddisfo le esigenze di un target che vuole una grande produzione

Soluzione? lavorare con un partner pronto a creare questo tipo di orto? ...

Limite 2: non mi trovo vicino a ciascuno degli orti e quindi non posso seguire da vicino e regolarmente l'evoluzione degli orti

Pericoli:

- Non posso prevedere o gestire i rischi specifici di un orto (clima, "parassiti"...)
- Rischi che potrebbero distruggere una/più piantagioni
- E portano ad una "estetica" dell'orto non molto carina

Soluzione? formare internamente una persona dedicata a questo follow-up, vendere un servizio ad hoc, proporre un partner locale? ...

Limite 3: non sono un "fan" della funzione di vendita

Pericolo: lo sviluppo del mio business (canvassing e vendite) non è molto efficiente

Soluzione: fissare obiettivi e piccoli passi. Lavorare in collaborazione con una persona motivata da questo argomento...?

Limite 4: riuscire a trovare una giusta via di mezzo riguardo alla mia offerta di "animazione" tra il piacere percepito e la conoscenza acquisita dal pubblico della sessione, attorno a un messaggio da veicolare.

Pericolo: non sempre redditizio su questo tipo di operazione, posso dedicare 4 ore alla preparazione di un workshop che dura 2 ore, i partecipanti fanno una grande varietà di domande e il mio obiettivo del messaggio da trasmettere potrebbe non essere raggiunto.

Soluzione: strutturare i miei workshop attorno a temi...

Limite 5: logistica, non ho uno spazio adatto

Pericolo: difficoltà nel dispiegare la mia attività di produzione e presentarla

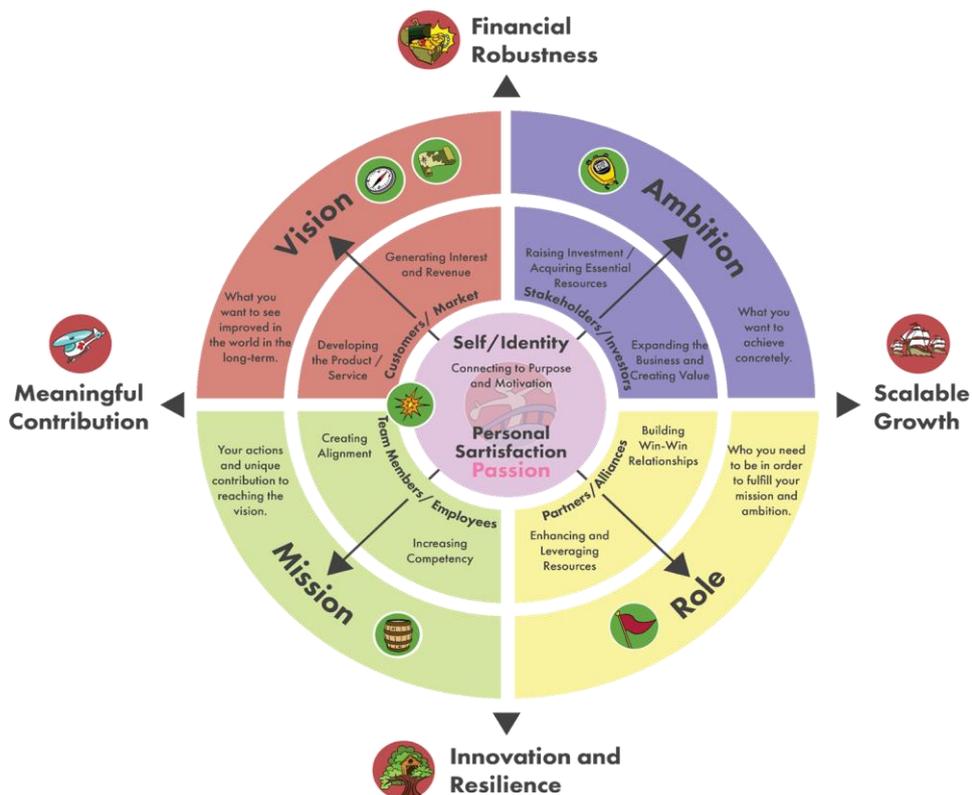
Soluzione: trovare un luogo o una partnership per immagazzinare piante e materiali.

Limite 6: sono un imprenditore multifunzionale

Pericolo: mancanza di tempo per funzioni come marketing, ...

Soluzione: tirocinante, partner, migliore utilizzo dei media...

Rimuovi alcune funzioni di volontariato.



Why, What, and How : il tuo prodotto/servizio

Why

Cosa rende unico il tuo business e il tuo prodotto-servizio?

Un mix di conoscenze: conoscenze tecniche come ingegnere agrario specializzato in "giardinaggio naturale"

Know-how: pratiche pluriennali di realizzazione di orti urbani partecipativi

Soft skills: la mia immancabile motivazione condivisa con i miei clienti

What

Qual è la tua attività e il prodotto-servizio?

Sostieni nella realizzazione del tuo orto partecipativo e nella pratica del giardinaggio naturale:

- Progettazione, layout e follow-up nella coltivazione in piena terra o in terrazzamento.
- Workshop ed eventi, una tantum o ricorrenti, per aiutare i giardinieri a iniziare.

Con aziende, comunità e organizzazioni

Lo schema della mia offerta

- Ancoraggio locale: Var
- Piacere e scoperta
- Giardinaggio naturale (senza pesticidi)
- Cultura mediterranea
- Specializzazione dell'agricoltura urbana
- Animazione "Condivisione".

Il profilo dei miei obiettivi

- Ha un campo o una terrazza sul tetto
- Sensibile alla biodiversità
- In un processo di sviluppo e innovazione...

How

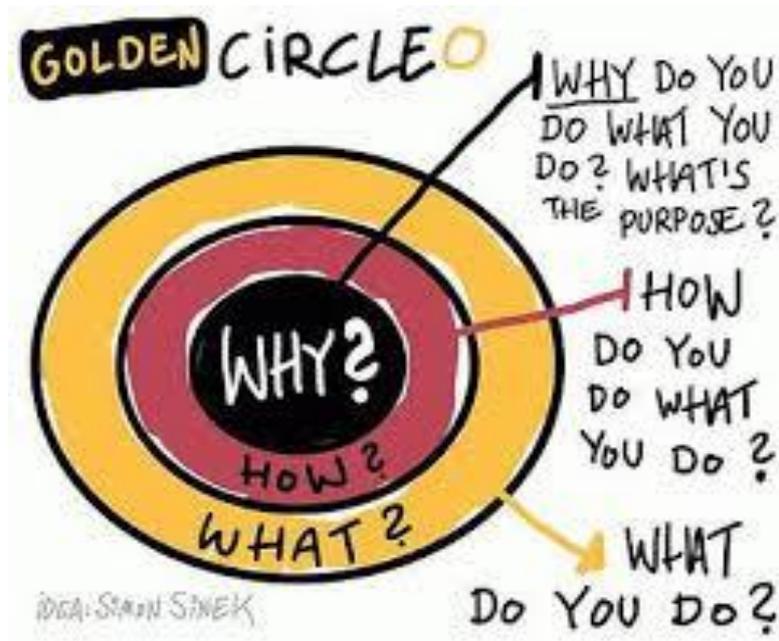
Come è fatto il tuo prodotto-servizio?

Studio le esigenze del cliente

Offro loro una soluzione personalizzata basata su diversi criteri: le loro esigenze, le loro risorse materiali (esistenza di terreni, tetti, terrazzi.), le loro risorse umane (numero di persone, tempo a disposizione, competenze, motivazioni, ecc.), le loro risorse finanziarie risorse...

Ho allestito la soluzione in loco: orti, laboratori...

Poi l'assistenza fornita, ad hoc o ricorrente, a seconda del contratto



I 9 componenti del Business Model Canvas

Offerta/proposta di valore

1. Segmento 1: Per le imprese turistiche del “marketing verde”.

Cosa porterai ai tuoi clienti?

Supporto nella realizzazione di un orto in un sito “naturale” partecipativo: dalla progettazione alla gestione.

Produrre verdure di stagione per introdurre sapori e creare un legame con la cucina locale

esempi: ortaggi antichi, piante aromatiche

A quale esigenza e/o problema si rivolgerà la tua azienda/il tuo progetto?

L'orto diventa una vetrina "verde" per l'azienda: ne migliora l'immagine, la reputazione (notorietà "verde"),

Garanzia di attrattività, migliora fatturato, redditività e quindi sostenibilità

2. Segmento 2: Le "Animazioni di atelier"

Cosa porterai ai tuoi clienti?

Animazione del cliente

Per bambini, famiglia o gruppo

Divertenti laboratori di giardinaggio e imparare a coltivare in modo naturale

esempi: laboratorio di semina pomodoro / talee / pesto / miniconf

A quale esigenza e/o problema si rivolgerà la tua azienda/il tuo progetto?

Soddisfare le esigenze dei propri clienti:

- Riconnettiti con la natura
- Conciliare soggiorno e ambiente
- "mangiar bene"

3. Segmento 3: I "seminari"

Cosa porterai ai tuoi clienti?

Laboratorio di teambuilding

Su misura per ospitare gruppi e diversificare l'offerta

esempi: giornata alla scoperta della permacultura...

A quale esigenza e/o problema si rivolgerà la tua azienda/il tuo progetto?

Completare la loro offerta di seminari differenziandosi dalla concorrenza e soddisfacendo le esigenze della società.

Per i 3 segmenti:

Qual è il tuo valore aggiunto? Quali sono i tuoi punti di forza rispetto alla concorrenza?

- Chiavi in mano = risparmio di tempo, nessuna preoccupazione
- Su misura = adattamento alle tue esigenze
- Scalabile
- Da un ingegnere agronomo = qualità assicurata
- Budget adattato, formazione finanziabile = risparmio di denaro
- Combina paesaggio, biodiversità (giardinaggio "naturale"), nuovi servizi turistici = asset di marketing
- Migliora il QVT dei tuoi team = migliore produttività
- Buono per te, Buono per il Pianeta = migliore reputazione

Segmenti di clientela

- **Segmento 1:** Imprese turistiche con un'esigenza orientata: "marketing verde/paesaggio" e comunicazione, al fine di aumentare la loro attrattività e reputazione (differenziazione e diversificazione) e quindi migliorare la loro redditività e sostenibilità.

Servizio offerto: realizzazione e gestione di un orto in loco (piante aromatiche/ortaggi antichi, ecc.) utile anche per cucinare, in coltivazione in piena terra o su un terrazzo di copertura.

Obiettivi: ristoranti

- **Segmento 2:** Aziende turistiche che necessitano di: servizio di animazione, in risposta a una richiesta dei loro clienti,

Servizio offerto: workshop ed eventi unici o ricorrenti, per il giardinaggio naturale.

Target: campeggi, villaggi turistici, grandi alberghi, ecc.

- **Segmento 3:** Aziende turistiche con necessità: organizzare seminari,

completando così la propria offerta differenziandosi dai concorrenti e rispondendo alle esigenze della società.

Servizio offerto: laboratorio di team building su misura per ospitare gruppi.

Target: grandi hotel, ville, esempio: hotel la dolce frégate

Segmento non studiato: Il particolare partecipante al laboratorio o all'orto: segmento non previsto per il momento, può essere studiato solo su opportunità. La sua esigenza sarebbe riconnettersi con la "natura", conciliare soggiorno e ambiente, mangiare bene.

Rapporto col cliente

- Segmento 1: co-creazione per tenere conto di aspettative e vincoli nel tempo/fiducia/monitoraggio logistico e risposte tecniche
- Segmento 2: chiavi in mano,
- Segmento 3: chiavi in mano, catalogo officine,
- Tutti: campagna di propaganda, 1a fase: scambio telefonico, quindi incontro con il prospect/cliente

Canali

✓ Dove verrà venduto il tuo prodotto/servizio? Su internet ? Nei negozi fisici, alle fiere?

. Vendita diretta

. Durante il mio incontro con il potenziale cliente su appuntamento

✓ Come faranno i tuoi clienti a conoscere la tua offerta?

. Durante la propaganda telefonica per presentare la mia offerta

. Durante eventi locali: ad esempio Le 48 ore dell'agricoltura urbana, fiere

. Via internet: social network (Facebook), il mio sito web

. Attraverso i miei partner

. Passaparola: dai miei clienti, dai miei conoscenti

. Fretta

✓ Quali relazioni esistono tra questi canali?

il link è il nome della mia azienda: Sème et Récolte o il mio nome: Carine Chevrier.

✓ Quale canale è più adatto per i tuoi segmenti di clientela?

. L'incontro faccia a faccia

Attività chiave

- Attività di giardinaggio ricorrenti intorno all'orto
- Creare uno spazio per la vita, l'esperienza e la biodiversità = sviluppo di un orto
- Animazione tematica sull'orto =, natura e/o biodiversità per bambini / per adulti
- Costruzione animata intorno all'orto (team building)
- Attività di comunicazione e formazione continua, pianificazione della logistica

Risorse chiave

- Conoscenze tecniche
- Logistica
- Marketing per fogli di monitoraggio e informazioni
- Attività di team building
- Carine Chevrier
- Orto dimostrativo: quello dei clienti
- Terreno per logistica (da realizzare) e garage: deposito
- Immateriali: social network, sito web
- Materiali: veicolo, telefono, computer

Partner chiave

- Noocity (fioriere da terrazzo e reti tecniche)
- Cesioie e forche, Khryshine (piante)
- Jardica coopazur, potatura Sud (materiali)
- Alchimisti, Var collettivo AU (reti locali, promozione, azioni collettive)
- Tiers Lieu la Seyne (Eco Circular e mini-orto, deposito)
- Giardino condiviso (supporto al test)
- Altri su cui lavorare: nutrizionista, célia (team building), Richard (perma)...
- Rete di prescrittori (passaparola)

Struttura dei costi

- Fornitura (ammendamento, terriccio, materiale triturato, piante, sementi, ecc.)
- Materiali (pannelli da costruzione, fioriera)
- Costi fissi (telefono, veicolo,)
- Affitto per spazio di archiviazione
- Piccole attrezzature per l'animazione e la stampa
- Formazione / documentazione

Flusso di reddito

Servizio una tantum o ricorrente: laboratorio, animazione, realizzazione orto gestione

Tariffa su più linee di fatturazione, in funzione dei tempi e dei costi (materiali, forniture.) sostenuti + esborsi: allestimento, avviamento, numero appuntamenti, forniture materiali, trasferte; tasso di margine diverso a seconda: del segmento, se una tantum o ricorrente, della natura del servizio

Servizio "Roofing": subappalto fattura a Noocity, provvigione business provider

Servizio di formazione finanziato dagli OPCO o dal DIF: da studiare

Servizio finanziato dalla CE: da B a C non pianificato, possibilmente con partner

Business Model Canvas

Partenaires Clés	Activités Clés	Proposition de Valeur	Relation Client	Segments Clients
	Ressources Clés		Canaux	
Structure de Coûts			Flux de revenus	