



# Montage de plan d'affaires bancable dans le secteur du tourisme durable

Formation COI – Programme **INTPA/MRU/2022/EA-RP/0019**

Les 3-4-5 Juin 2024



COMMISSION DE L'OCEAN INDIEN



UNION EUROPEENNE

Diversité · Partage · Solidarité



ENFA-OI

# Sommaire

Introduction

Module 1 – Tourisme et développement durable

Module 2 – Business Model et Business Plan

Module 3 – Comment bien présenter son projet (Pitch)

Conclusion

# Introduction



# Introduction

## 1. Présentation des participants et intervenants:

- Nom
- Activité/ Profession
- Relation au tourisme et tourisme durable
- Relation au secteur privée/ public
- Connaissance des business plans/ analyse financière
- Vos objectifs et attente de cette formation

## 2. Intention de la formation:

- Echange - Entraide
- Partage d'expérience
- Remarques/ questions/ commentaires sont les bienvenus

# Sommaire de la formation

## JOUR 1

### 1. Introduction

- Introduction par la COI
- Présentation des participants et du programme des 3 jours

### 2. Module 1 – Définition et contexte des opportunités de business dans le Tourisme durable

1. Définition du tourisme durable
2. Chaîne de valeur du tourisme
3. Opportunités de business dans le tourisme durable
4. Un Business plan c'est quoi et à quoi ça sert?
5. C'est quoi un Business Model ?
6. Techniques de formation

# Sommaire de la formation

## JOUR 2

### Module 2 – Comment préparer un Business Plan ?

#### 1. Business model

- Comment définir son business model
- Outils: Lean Canvas / Value Proposition Canvas/ Gantt chart

#### 2. Business plan

1. Analyse du marché - Tendances, segments de clientele, concurrence
2. Analyse SWOT
3. Concept, vision , produits
4. Plan de vente et marketing
5. Etude financière – Modèle excel
6. Plan d'action

#### 3. Cas pratique

# Sommaire de la formation

## JOUR 3

### **Module 3 – Comment bien présenter son business (Pitch)/ Visibilité / Positionnement**

1. Présenter à qui et comment dans le tourisme?
2. Power of storytelling – how to convince
3. Executive summary – un Sales Pitch – c'est quoi?
4. Format / presentation
5. Jeux de rôle
6. Conclusions des 3 jours

## Module 1

# Définition et contexte des opportunités de business dans le Tourisme durable



A- Le tourisme durable c'est quoi  
et qu'elles sont les opportunités

# TOURISME DURABLE – dans quel contexte?



**LES GENS ET LA  
PLANETE**  
DIVERSITÉ ET INCLUSION



**LOCAL**  
VALEUR POUR TOUS



**TRANSPARENCE**  
AUTHENTIQUE ET AVEC DU  
SENS



**COLLABORER  
ENSEMBLE**  
RECONSTRUIRE EN MIEUX

# Les Objectifs de Développement Durables (ODD) ou Sustainable development goals (SDG)



# Pourquoi les ODD (SDG) sont importants dans votre Business?



- Les objectifs de développement durable (ODD) nous donnent **la marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous.**
- Ils répondent aux **défis mondiaux** auxquels nous sommes confrontés, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice.
- Les objectifs sont **interconnectés et, pour ne laisser personne de côté**, il est important d'atteindre chacun d'entre eux, et chacune de leurs cibles, **d'ici à 2030.**
- Les **17 ODD sont intégrés** - reconnaissant que les interventions dans un domaine affecteront les résultats dans d'autres et que le **développement doit équilibrer les aspects sociaux, économiques et environnementaux.**
- La **créativité, le savoir-faire, la technologie et les ressources financières** de toute la société seront nécessaires pour atteindre les ODD dans tous les contextes

# Pourquoi le tourisme durable est important?

- Positionner l'image des îles de l'océan Indien au niveau international en mettant en avant la durabilité, les actions régénératives, l'inclusivité et la résilience des îles
- Positionner le but, la quête de sens et les voyages transformateurs comme une source d'avantage concurrentiel et de résilience, guidant la prise de décision stratégique pour chaque entreprise du secteur



# ... et qu'est ce qu'il apporte à l'industrie touristique dans son ensemble

Le **tourisme durable** fait référence aux pratiques durables dans et par l'industrie du tourisme.

Il s'agit d'une aspiration à reconnaître tous les impacts du tourisme, l'objectif étant de minimiser les impacts négatifs et de maximiser les impacts positifs.

- Parmi les **impacts négatifs** sur une destination, on trouve la fuite économique, les dommages à l'environnement naturel et la surpopulation, pour n'en nommer que quelques-uns.
- Quant aux **impacts positifs** sur une destination, ils comprennent la création d'emplois, la préservation et l'interprétation du patrimoine culturel, la préservation de la faune, la restauration du paysage, et bien d'autres encore



Le tourisme durable est défini par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement et l'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies comme "**un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, répondant aux besoins des visiteurs, de l'industrie, de l'environnement et des communautés d'accueil**"

# Différents types de tourisme durable

- **Le Tourisme responsable :**

En effet, pour un tourisme durable, le touriste responsable est le premier objectif aussi bien que le premier acteur. Bien entendu, l'un ne va pas sans l'autre, si rien n'est proposé pour responsabiliser le touriste. Celui-ci ne respectera pas les règles de base du développement durable. La protection de l'environnement et de la population est le fer de lance du tourisme responsable.

- **Le Tourisme solidaire :**

Le tourisme solidaire va encore plus loin que le tourisme communautaire. En effet, si c'est toujours un tourisme équitable, responsable, respectant la biodiversité, l'environnement, les populations et les cultures, le tourisme solidaire ne doit s'organiser qu'avec les populations locales lors du séjour. Cependant, cela implique aussi le voyageur qui doit investir une partie du montant du voyage dans l'économie locale, dans des actions sociales, etc.

- **Le slow Tourisme :**

Le slow tourisme, comme sa traduction l'indique, est un tourisme où l'on prend son temps. En effet, à la découverte des paysages, de la culture, de la gastronomie...

Il se pratique de différentes façons : à pied avec les pèlerinages, en vélo avec le cyclotourisme, sur les fleuves avec le tourisme fluvial.

De plus, très en vogue dans ces temps compliqués pour les voyages à l'étranger... Un tourisme qui permet un voyage écologique avec une très faible émission de CO2.

- **L'écotourisme :**

L'écotourisme se pratique dans la nature, en respectant et en mettant en œuvre la sauvegarde de la biodiversité. En effet, le touriste et la population locale sont des acteurs actifs de l'écotourisme. De plus, le tourisme durable le plus en vogue actuellement, il paye la rançon de son succès en créant un afflux de personnes (avec de bons sentiments) dans des lieux jusqu'alors préservés avec peu de passage. Finalement, l'écotourisme peut se compléter avec des missions d'écovolontariat pour aider les populations locales.

- **Le Tourisme communautaire :**

Tourisme qui est organisé par et pour les communautés locales. En effet, le tourisme communautaire permet aux populations locales, qui gèrent les hébergements et les activités, d'être directement au contact des ressources du tourisme. Cependant, ce tourisme situé dans des pays étrangers peut être complexe à mettre en place

# Les tendances du tourisme durable à l'horizon 2030

- La demande a de plus en plus d'exigence quand à sa consommation de produit du tourisme durable et de l'impact positif ou négatif qu'ils peuvent avoir, et ceci se retrouve sur tout le parcours du voyage client
  - Choix de l'hébergement (chez l'habitant)
  - Moyen de transport
  - Activité pendant le séjour
  - Consommer local
  - Activité de soutien ou de partage avec les populations locales (enseigner, former, construire, sauvegarder, partager, etc..)
  - Achat de souvenirs locaux (participer à l'économie locale)
  - Expérience avec les locaux (coworking/ festivals de musique/ etc)





# Changement de paradigme du tourisme durable au tourisme régénératif

## Tourisme durable

- L'objectif du tourisme durable est de garantir que les destinations touristiques restent attractives et viables à long terme, tout en offrant des expériences enrichissantes et authentiques aux visiteurs.
- Triple Bottom line ou "triple bilan" en français fait référence à une approche de mesure de la performance d'une entreprise qui prend en compte trois dimensions : économique, sociale et environnementale

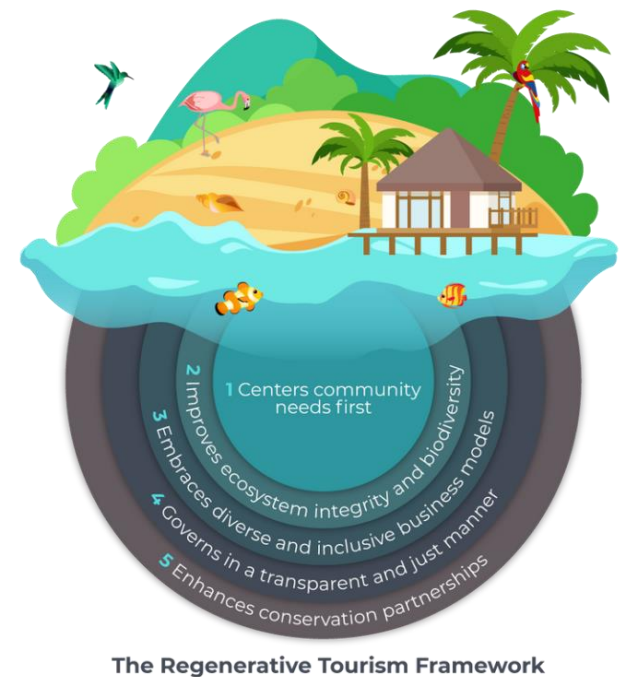
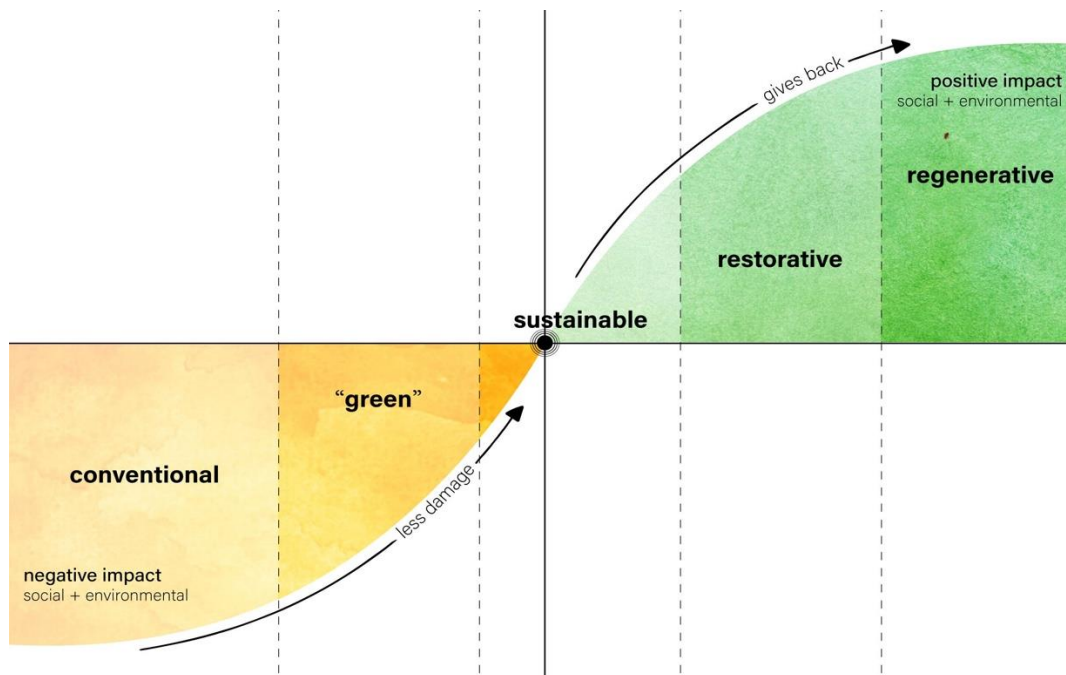


## Tourisme Régénératif

- L'objectif du tourisme régénératif est de ne laisser aucun impact négatif dans le pays
- Le tourisme Régénératif va au-delà de la durabilité car il utilise des solutions basées sur la nature dans les pratiques touristiques.
- Cinq facteurs sont essentiels pour passer du tourisme "durable" au tourisme "régénératif":
- notamment en plaçant les besoins de la communauté au centre,
- en améliorant l'intégrité des écosystèmes,
- en adoptant des modèles commerciaux diversifiés et inclusifs,
- en gouvernant de manière transparente et juste,
- et en renforçant les partenariats de conservation.

# Tendance du tourisme régénératif

- Cette tendance fait référence au fait que les touristes doivent, en partant, laisser la destination qu'ils ont visité **dans un meilleur état qu'ils ne l'ont trouvé à leur arrivée.**
- La réflexion porte sur « **comment voyager en faisant profiter le territoire et en le rendant meilleur ?** », ainsi, le touriste devient un véritable consomm'acteur de ses vacances



# Réinventer les transports pour façonner le futur du tourisme vert

- Transfert aéroport (voiture/ van/ bus hybride)
- Location de voiture hybride
- Option de Car Pooling
- Vélos électriques
- Quads électriques
- Vélos/ VTT/ Bicyclettes en location
- Activités sportives en nature: Marche/ sentier de randonnées/ sentiers découverte, etc..
- Découverte en ville: vélo, à pied ou autre mobilité douce



# Repenser l'expérience touristique de vos clients

- Capter les nouvelles générations avec des contenus, des expériences et des services qui répondent à leurs attentes et leur vision de préserver la nature et les populations locales
  - Immersion avec les populations locales (éco-tourisme, tourisme communautaire, tourisme culturel et autres)
  - Budget client va directement dans l'économie et ne passe pas par de grandes institutions/ entreprises/ intermédiaires
  - Outils marketing, social media pour teaser
- Améliorer l'expérience opérationnelle du secteur grâce à des pratiques clés innovantes en utilisant les nouvelles technologies (panneaux solaires, pompe à chaleur/ air conditionné nouvelle génération/ normes, certification verte)



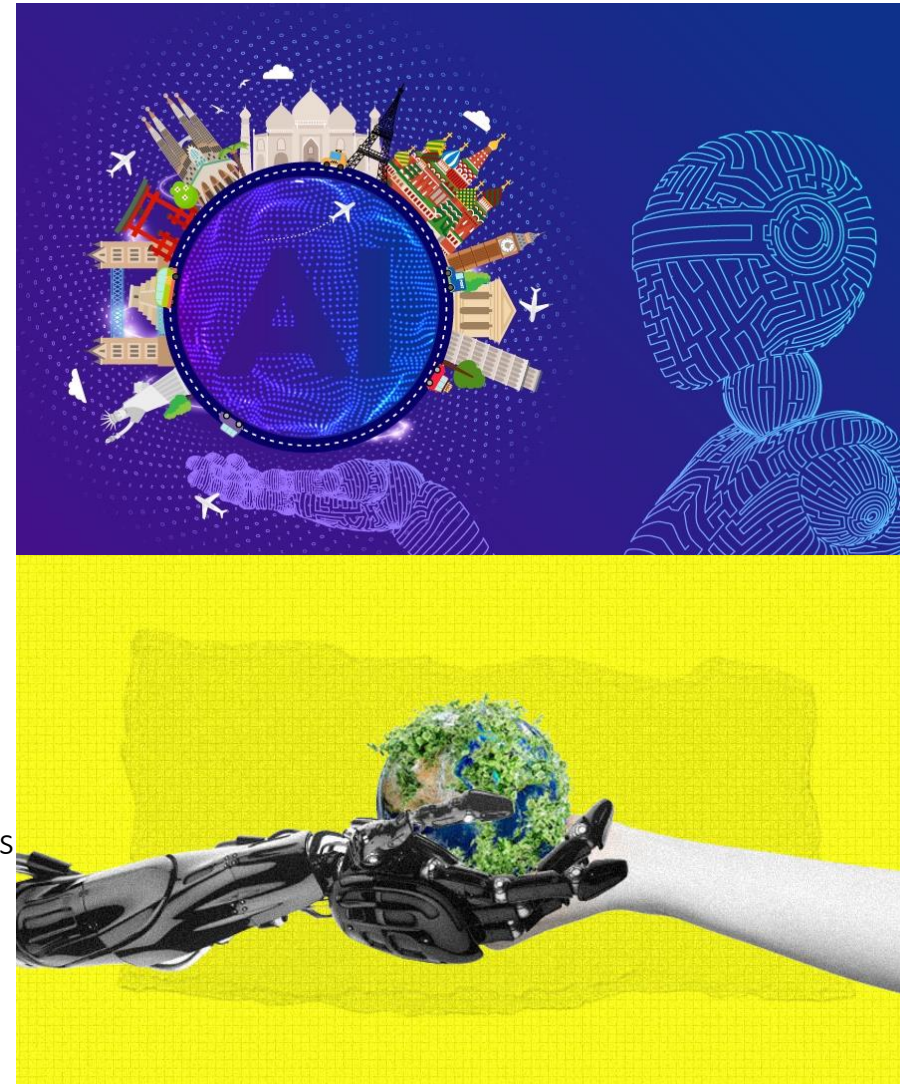
# Faire attention au greenwashing dans le parcours client

- **Greenwashing**
  - Risque réputationnel du produit/ de l'entreprise qui se veut durable
  - Faire du marketing qui n'est pas conforme au produit proposé
- **La transparence** est un outil clé dans le développement de son activité touristique car aujourd'hui toutes les informations sont accessibles par le client
- Aujourd'hui on doit aller au delà de bannir les bouteilles et les sacs en plastiques ou d'utiliser des panneaux solaires dans l'expérience client
- Il faut s'assurer de **proposer le maximum de produits locaux** avec le moins d'empreinte carbone ce qui est difficile quand la plupart des produits sur les îles sont importés, notamment pour la restauration et les boissons



# Le pouvoir des nouvelles technologies et de l'intelligence artificielle

- **L'avantage:**
  - développer de nouveaux métiers dans le secteur du tourisme
  - optimiser l'expérience client
  - être plus accessible à un plus grand nombre de personnes dans le monde
  - Simplifie des tâches complexes administratives par exemple (Chat GPT)
  - Utiliser l'analyse des données pour optimiser les opérations
  - Faire des partenariats avec des fournisseurs qui privilégier la durabilité
  - Connecter les voyageurs à travers des technologies qui favorisent le contact avec les communautés locales
- **L'avantage des pays en développement :**
  - accès à cette technologie sans passer par les anciens modèles, ce qui peut accélérer leur croissance (ex: banque en ligne et autres services de paiement)
- il y aura bien sur **des challenges et des défis** à relever pour s'adapter à ces nouvelles technologies qui au final seront là et il faudra s'adapter au mieux



# Quel est le rapport entre les tendances du tourisme durable et le business plan ?

1. Un business n'est durable que si on **intègre la demande**
2. Il faut donc **connaître son marché**
3. La demande aujourd'hui **façonne l'offre**
4. Les îles de l'océan indien sont dépendante du **transport aérien** pour le tourisme et c'est déjà un frein au tourisme durable de part l'empreinte carbone de l'aérien aujourd'hui
5. **La concurrence** mondiale, régionale et local est là et il faut en tenir compte
6. Comprendre les tendances c'est aussi développer de **nouveaux produits et faire des benchmarks**



Le tourisme est transversal et impacte l'ensemble de la chaîne de valeur, y compris l'agriculture, la culture entre autres



Il existe des opportunités de changement et d'innovation à travers toute la chaîne de valeur qui aideront à être plus compétitif à l'échelle mondiale et à créer de la valeur pour les habitants, les visiteurs et les touristes dans la destination



# Opérateurs touristiques opportunité de business durable dans le tourisme

Une entreprise de voyage responsable est celle qui dispose d'une **stratégie environnementale claire, d'un plan d'action sociale et d'une structure de gouvernance qui intègre la durabilité** au cœur de son activité principale

- **Transport:**
  - Terrestre – taxi – bus touristique (hybride)
  - Aérien – avion (gros porteur/ jet privé/ hydravions) – hélicoptère (hybride/ nouvelle génération)
  - Naval – excursions catamaran/ hors bord/ barque/ boutre (privilégier le vent/ solaire)
- **Hébergements:**
  - Hotels traditionnels
  - Eco lodges/ structure de tentes
  - B&B – logement chez l'habitant
  - Labels, certification, etc..
- **Activités touristiques:**
  - Excursions en vélo
  - Excursions avec transport solaire/ vent
  - Excursions avec le tissu local (pêcheur, agriculteur, cours de cuisine local, cours d'artisanat, huiles essentielles, bien-être)
  - Restauration chez l'habitant
  - Artisanat
  - Guide local (randonnée, visite de lieux historiques)

Liste non exhaustive



# Questions

Pensez à un business que vous souhaiteriez développer pour le cas pratique de demain dans le tourisme

B- Un business plan durable c'est  
quoi et ca sert à quoi?

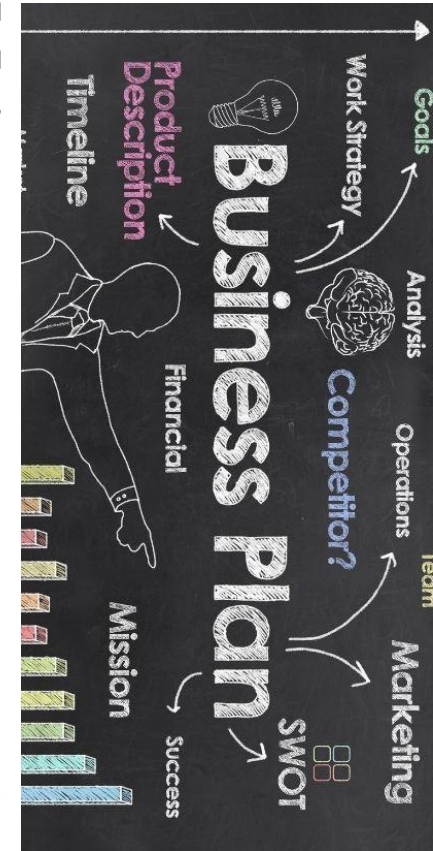
# Définition d'un Business Plan (1/2)

## 1. C'EST QUOI?

- Il s'agit d'un **document détaillé** qui décrit les objectifs d'une entreprise petite ou grande, existante ou en création, start-ups, demandeurs de financement ou partenaires potentiels incluant la stratégie pour les atteindre et les moyens nécessaires pour la mettre en œuvre.

## 2. COMMENT CA SE PRESENTE?

- Le business plan ou plan d'affaires est composé de plusieurs sections, telles que :
  1. Résumé exécutif
  2. Description de l'entreprise
  3. Analyse de marché
  4. Stratégie marketing
  5. Analyse stratégique
  6. Plan opérationnel
  7. Plan financier
  8. Risques et stratégies d'atténuation
- Lors de la rédaction du plan d'affaires de l'entreprise, il faut s'assurer de détailler le concept, d'avoir une analyse du secteur, des clients potentiels, d'un aperçu du marché; de développer la vision de l'entreprise et comment elle sera mise en place, d'inclure les données financières, y compris la trésorerie, les investisseurs potentiels et les plans budgétaires pour les prochaines années.



# Définition d'un Business Plan (2/2)

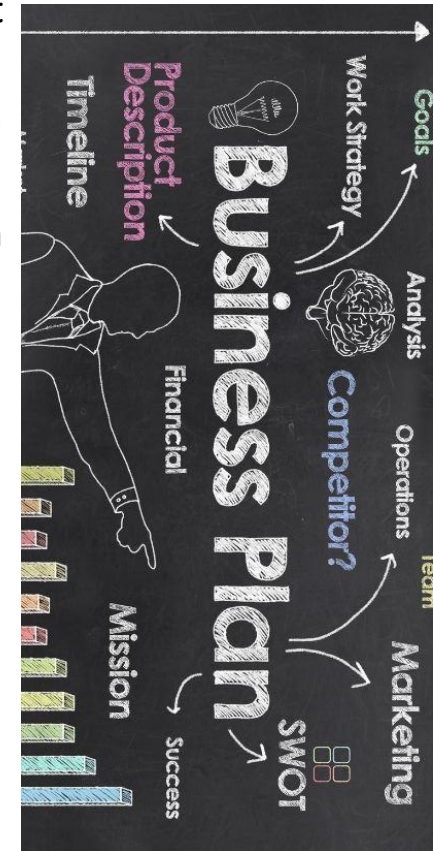
## 3. CA SERT A QUOI?

- Le plan d'affaires ou business plan est un **outil crucial pour planifier, gérer et obtenir du financement pour une entreprise**
- **Développer une entreprise nécessite une vision**, et le business plan permet de fournir une feuille de route détaillée de son développement et de sa croissance
- Les Business Plan sont importants pour les entreprises **quelque soit leur taille** afin de définir où l'entreprise **se trouve, et/ou elle souhaite aller**.

## 4. A QUI EST-CE DESTINÉ?

Le public cible du business plan dépend de l'objectif spécifique du plan, mais il s'adresse dans la majorité des cas aux:

- Investisseurs potentiels
- Banques et prêteurs
- Partenaires commerciaux potentiels
- Clients potentiels (B2B)
- L'équipe interne
- Les organismes gouvernementaux et les organismes de réglementation .



**NOTE:** Lorsque vous travaillez sur un plan d'affaires, assurez-vous d'avoir autant d'informations que possible afin de pouvoir le **simplifier pour synthétiser et ne garder que les informations les plus pertinentes**.

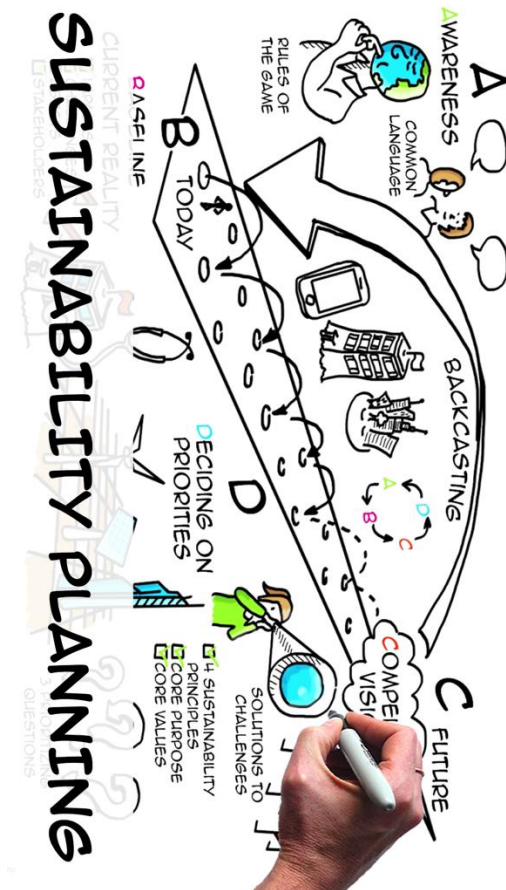
# Définition d'un Business Model

## C'EST QUOI?

- Un "business model" est la manière dont une entreprise prévoit de générer des revenus et de réaliser des bénéfices à partir de ses activités.

## COMMENT ON LE DEFINIT?

- **Proposition de valeur** : Ce que l'entreprise offre à ses clients pour répondre à leurs besoins ou résoudre leurs problèmes.
- **Segment de marché cible** : Les groupes spécifiques de clients auxquels l'entreprise s'adresse.
- **Canaux de distribution** : Les moyens par lesquels l'entreprise atteint et interagit avec ses clients pour fournir sa proposition de valeur.
- **Sources de revenus** : Les différentes façons dont l'entreprise génère des revenus à partir de ses produits ou services.
- **Structure des coûts** : Les dépenses nécessaires pour faire fonctionner l'entreprise et fournir sa proposition de valeur.
- **Ressources clés** : Les actifs et compétences nécessaires pour faire fonctionner le business model de manière efficace.
- **Partenariats stratégiques** : Les collaborations avec d'autres entreprises ou organisations qui contribuent à renforcer le modèle commercial.
- **Avantages concurrentiels** : Les éléments qui distinguent l'entreprise de ses concurrents et lui permettent de réussir sur le marché



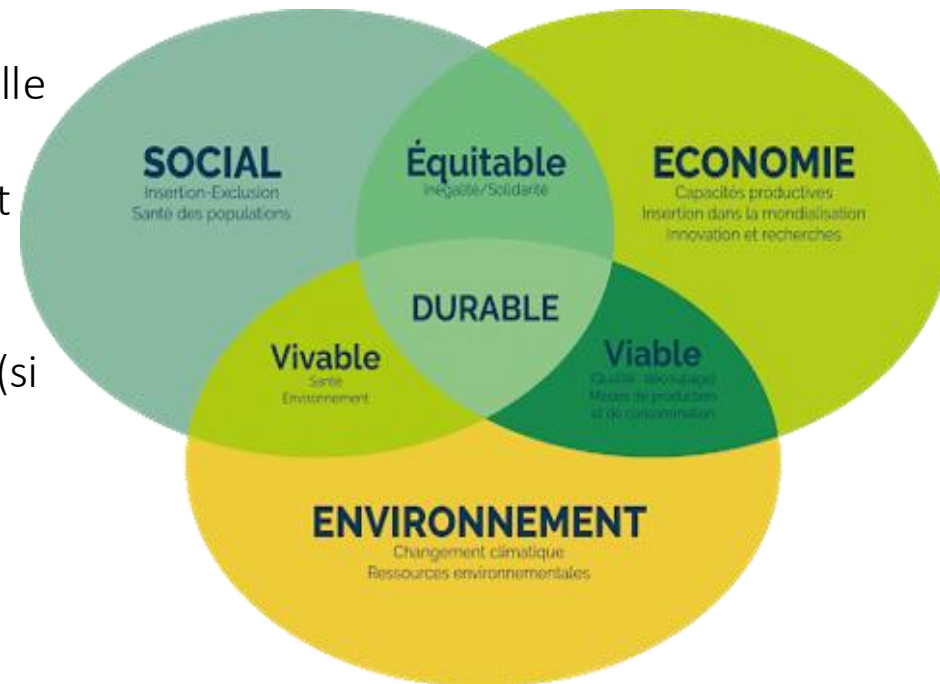
# Un Business Plan réussi doit répondre aux questions suivantes avant même de démarrer:

- Quel problème votre entreprise résout-elle pour vos clients ?
- Quel résultat votre entreprise crée-t-elle pour vos clients ?
- Comment votre entreprise crée-t-elle ce résultat ?
- Pour qui votre entreprise travaille-t-elle ?
- Pourquoi faites-vous ce que vous faites ?
- Pourquoi les clients devraient-ils vous choisir plutôt que vos concurrents ?



# Questions complémentaires relatives au positionnement, au développement durable, au marketing et au plan l'action

- Où trouverez-vous des clients ?
- Comment les gens vont-ils prendre conscience de votre marque ?
- Quelle solution durable votre produit intègre-t-il ?
- Quel impact positif votre entreprise a-t-elle dans le secteur ?
- Comment pouvez-vous utiliser cet impact positif pour communiquer sur votre entreprise ?
- Comment fabriquerez-vous vos produits (si applicable) ?
- Où fabriquerez-vous votre produit (si applicable) ?
- Comment pouvez-vous utiliser ce plan d'affaires pour obtenir des fonds/ financements ?
- Quel est votre plan étape par étape ?





# Building a Successful Sustainability Plan for Business



# Questions

- Avez vous compris la définition de business model et business plan?
- Qu'est ce qui est le plus important dans le développement d'un business durable à prendre en compte?

# C- Techniques à destination des formateurs

# Techniques de formation

## 1. Introduction:

- **Mettre en conditions** : présentation - change en début de formation et pendant les pauses
- **Créer un environnement bienveillant** où chaque apprenant se sent en sécurité, respecté et valorisé

## 2. Être à l'écoute des participants

## 3. Savoir s'adapter au niveau des participants

## 4. Être flexible et modifier sa présentation si besoin

## 5. Gérer et respecter le temps de la formation

## 6. Maintenir l'attention des participants

- **Présentation du contenu** doit être **dynamique** et visuelle (qui attire l'œil)
- **Le discours et les mots employés** doivent être claire et simple

## 7. Créer des interactions:

- **Poser des questions** aux participants
- **Faire des petits exercices** ou quizz régulièrement

## 8. Résumer les principaux messages à intégrer et faire simple et concis

## 9. Récupérer des feedbacks

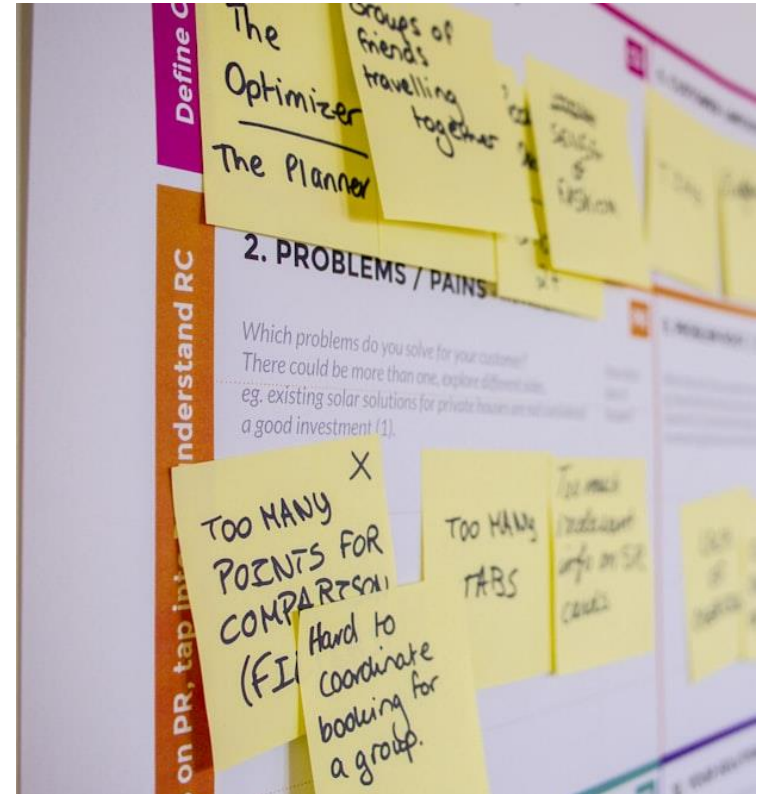
## 10. En online:

- En demandant d'avoir les caméras allumée quand les présentations sont online, ca permet d'avoir un public et de s'assurer que tout le monde reste concentré
- Possibilité de faire des quizz ou qcm online (à explorer en fonction des outils utilisés)

# Techniques de formation en Business Plan Durable

Au delà des techniques de formation habituelle, les points spécifiques à garder en mémoire quand vous présentez cette formation à des entrepreneurs:

- **Bien connaître leur niveau financier/ comptable** et s'adapter dans le processus de formation
- Bien s'assurer que les **termes utilisés** ou les **concepts stratégiques** ou financiers sont compris
- Essayer de dédramatiser l'aspect technique et financier qui souvent fait peur
- **Bien connaître la culture de son public** parce que les notions de temps, de vision ou de planification ne sont pas comprises de la même façon et/ou peuvent être mal interprétées
- **Evaluer la connaissance technologique:** utilisation des outils excel/ word/ email/ réseaux sociaux

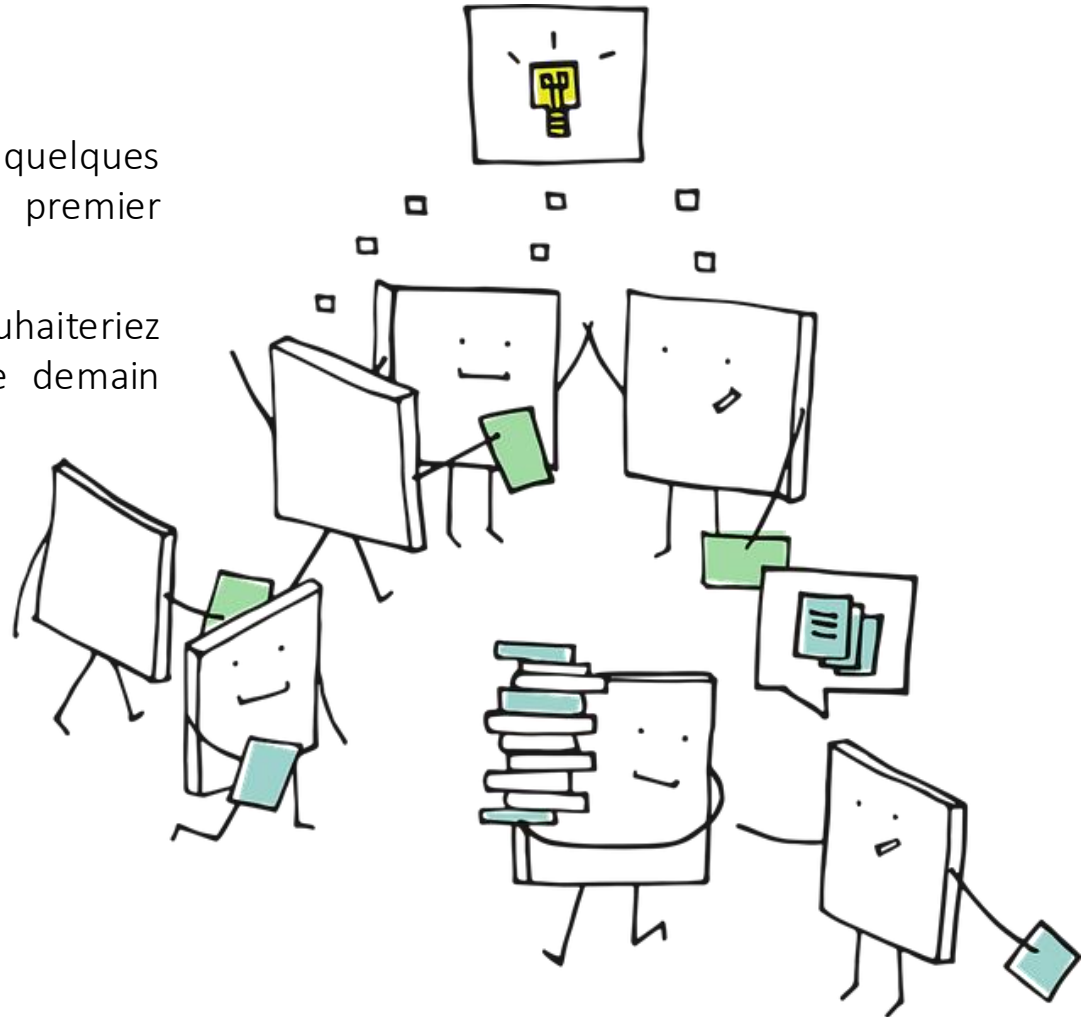


**Votre expérience personnelle reste le meilleur moyen de convaincre votre auditoire car cela donne de la crédibilité à vos propos**

# EXERCICE

# Exercice du jour

- NOW: 3 mots pour définir ce que vous avez retenu de la formation du jour?
- TOMORROW: Faire un résumé en quelques lignes des éléments appris sur ce premier module, en mode bullet points
- Pensez à un business que vous souhaiteriez développer pour le cas pratique de demain dans le tourisme



# Merci de votre attention!





# Ce qu'il fallait retenir de la session du Module 1

- Les ODD ou SDG sont un outil de base pour la mise en place de projet durable quelque soit le secteur
- Le tourisme durable est basé sur le triple bottom ligne qui est la somme d'un projet économiquement viable, qui respecte l'environnement et les communautés / populations locales
- Il est important de bien connaître son marché et notamment la demande avant de développer son projet
- Pour les projets de tourisme durable ou régénératif, les tendances du marché sont essentielles dans la définition du produit
- Le tourisme durable ou la durabilité dans son concept est lié à la sensibilisation des acteurs, à changer leur perception (mindset) pour leur montrer que les îles n'ont pas le choix face aux enjeux de demain
- la différence entre un Business Model (Comment générer des revenus) et un Business plan (plan d'affaires) qui va intégrer le business model dans la description

# Module 2

## Comment préparer un Business Plan ?



# Programme du jour 2

## Module 2 – Comment préparer un Business Plan ?

9h00 – 10h- Business model

- Comment définir son business model ?
- Outils: Lean Canvas / Value Proposition Canvas/ Gantt chart
- Questions

10h-10h15 - Pause

10h15- 12h - Business plan

1. Analyse du marché - Tendances, segments de clientele, concurrence
2. Analyse SWOT
3. Concept, vision , produits
4. Plan de vente et marketing
5. Etude financière – Modèle excel
6. Plan d'action

12h – 12h45 - Cas pratique

12h45- 13h – Questions et feedback

# A- Comment définir son Business Model

# La proposition de valeur : définition

**Votre proposition de valeur est la raison d'être de votre entreprise.**

Plus qu'un simple slogan marketing, elle doit mettre en avant ce pour quoi votre entreprise existe et ce qui fait d'elle une pépite aux yeux de votre clientèle.

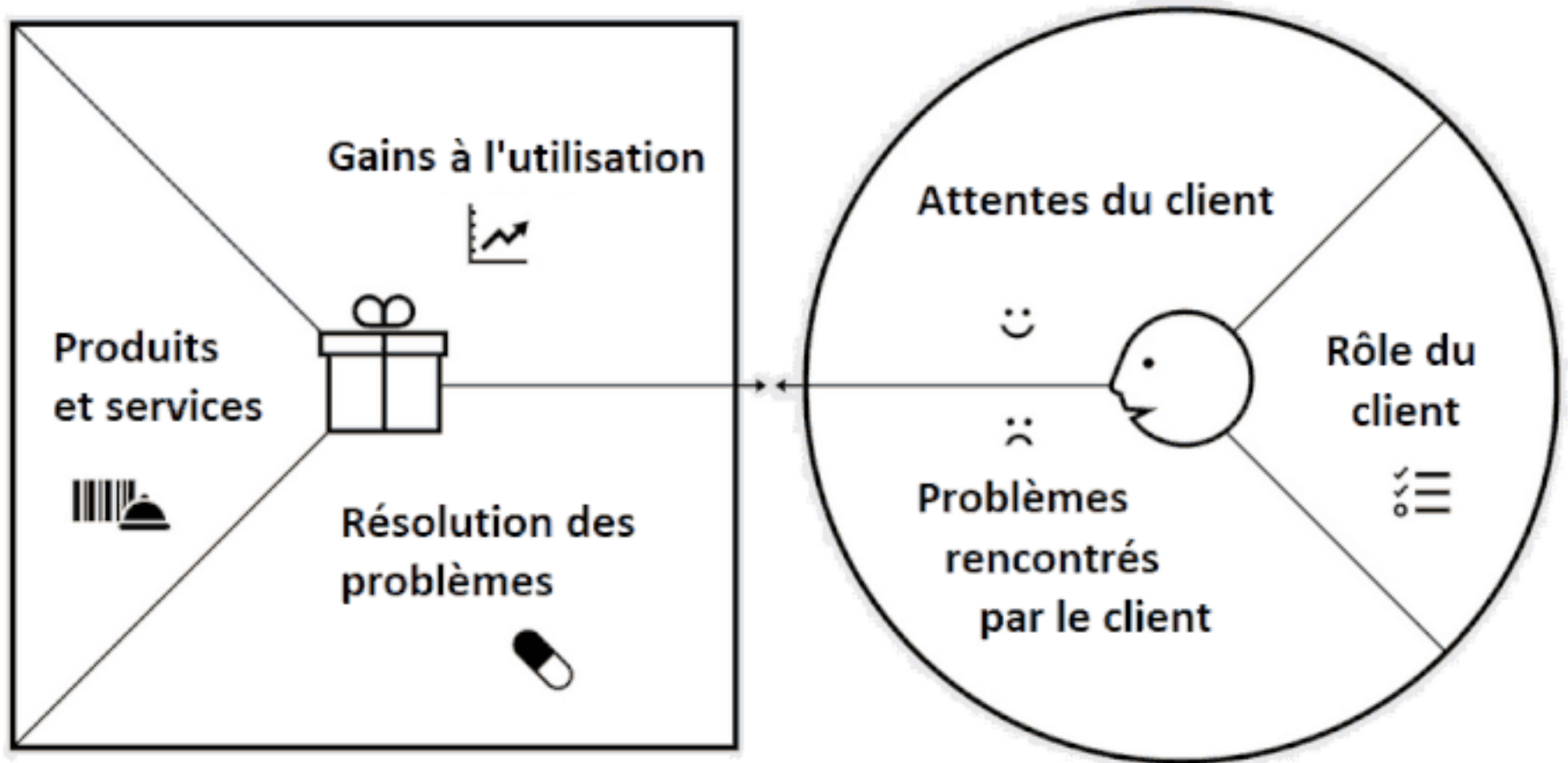
**Définition : La proposition de valeur est la description des produits/services que vous offrez qui met en exergue en quoi ils ont de la valeur pour vos clients.**

Exemple de proposition de valeur : Airbnb est une plateforme digitale de mise en relation entre voyageurs et loueurs particuliers, de type communautaire. Les membres ont accès à une grande variété de logements et peuvent eux-mêmes arrondir leurs fins de mois en proposant leur logement. Un système d'avis croisés permet de responsabiliser tous les participants.

Ainsi, pour avoir de la valeur votre offre doit répondre aux attentes de vos clients et leur faciliter la vie.

**Comment fait-on pour la définir?**

# Le canevas de proposition de valeur

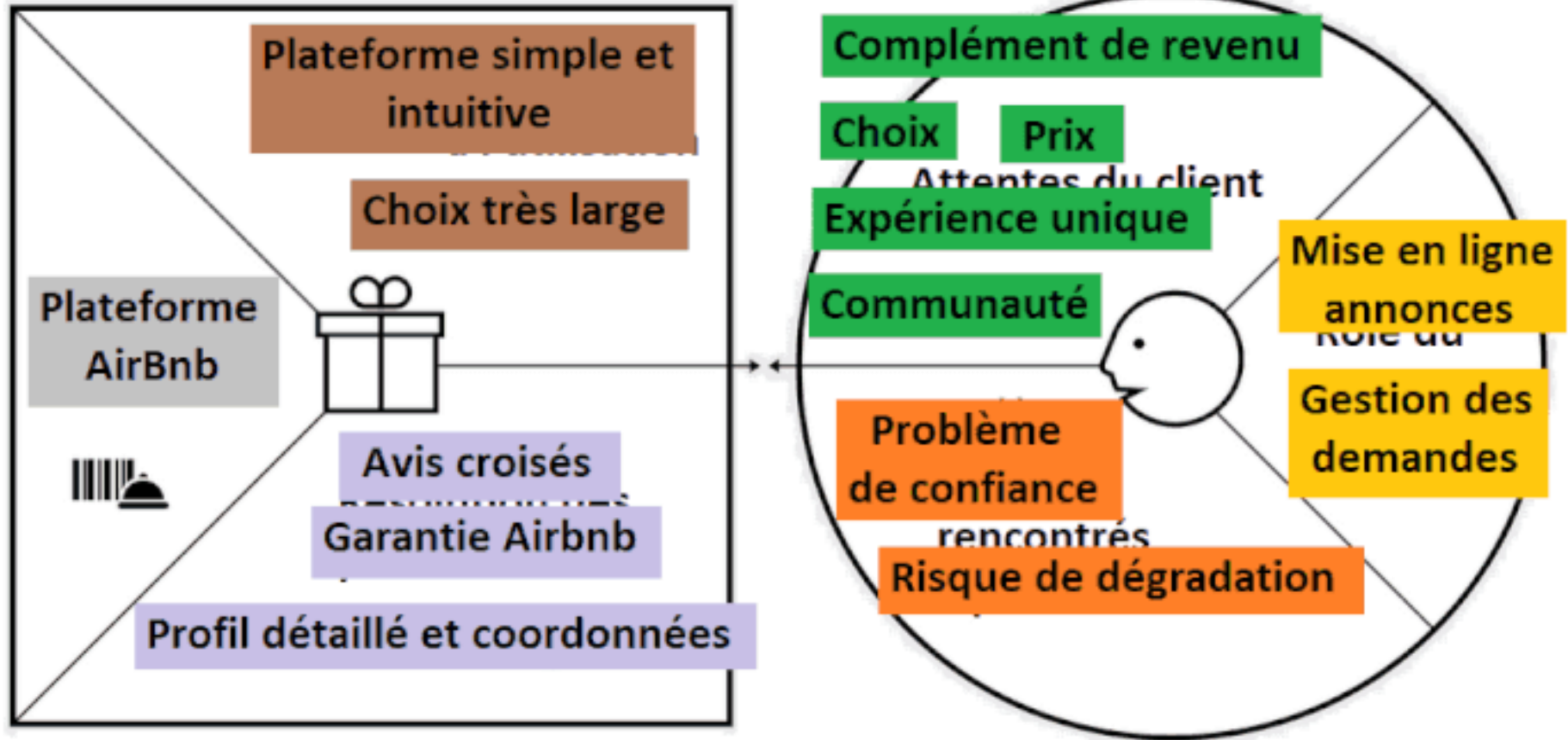


La partie gauche du schéma s'intéresse au produit et la partie droite au client.

Le client peut parfois correspondre à un client imaginaire

Si vous voulez vous assurer que votre offre est pertinente pour vos clients, il faut vérifier l'adéquation entre les deux parties, dans une logique de symétrie.

# Exemple de AirBnb

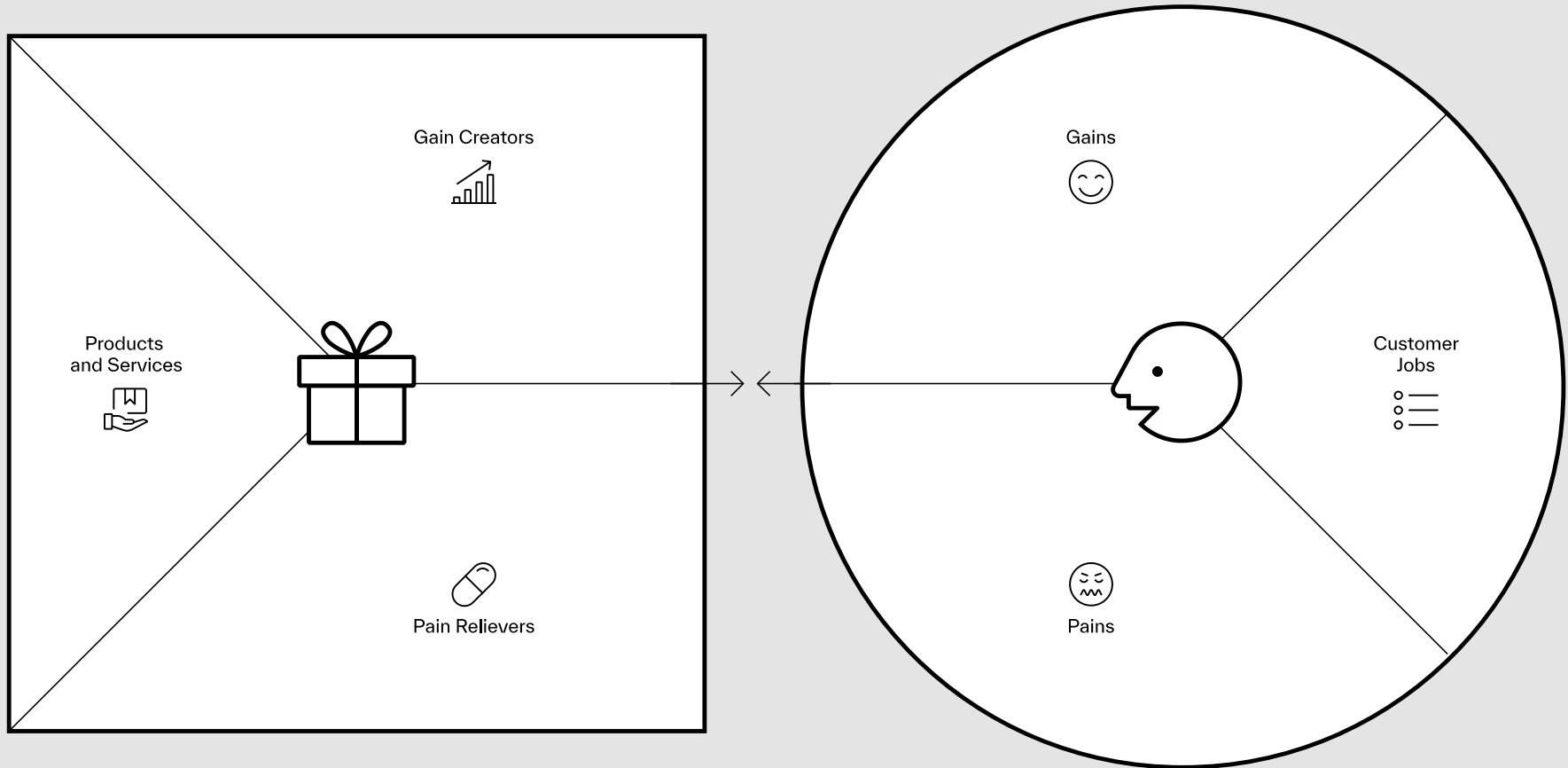


# Outil: le canevas de proposition de valeur

## The Value Proposition Canvas

Value Proposition:

Customer Segment:





# Exercice

Chacun prend l'exemple d'une petite entreprise durable dans le tourisme et définit sa proposition de valeur










# Comment définir son business model ?

**Un modèle économique est une représentation de la manière dont une organisation crée, fournit et capte de la valeur.**

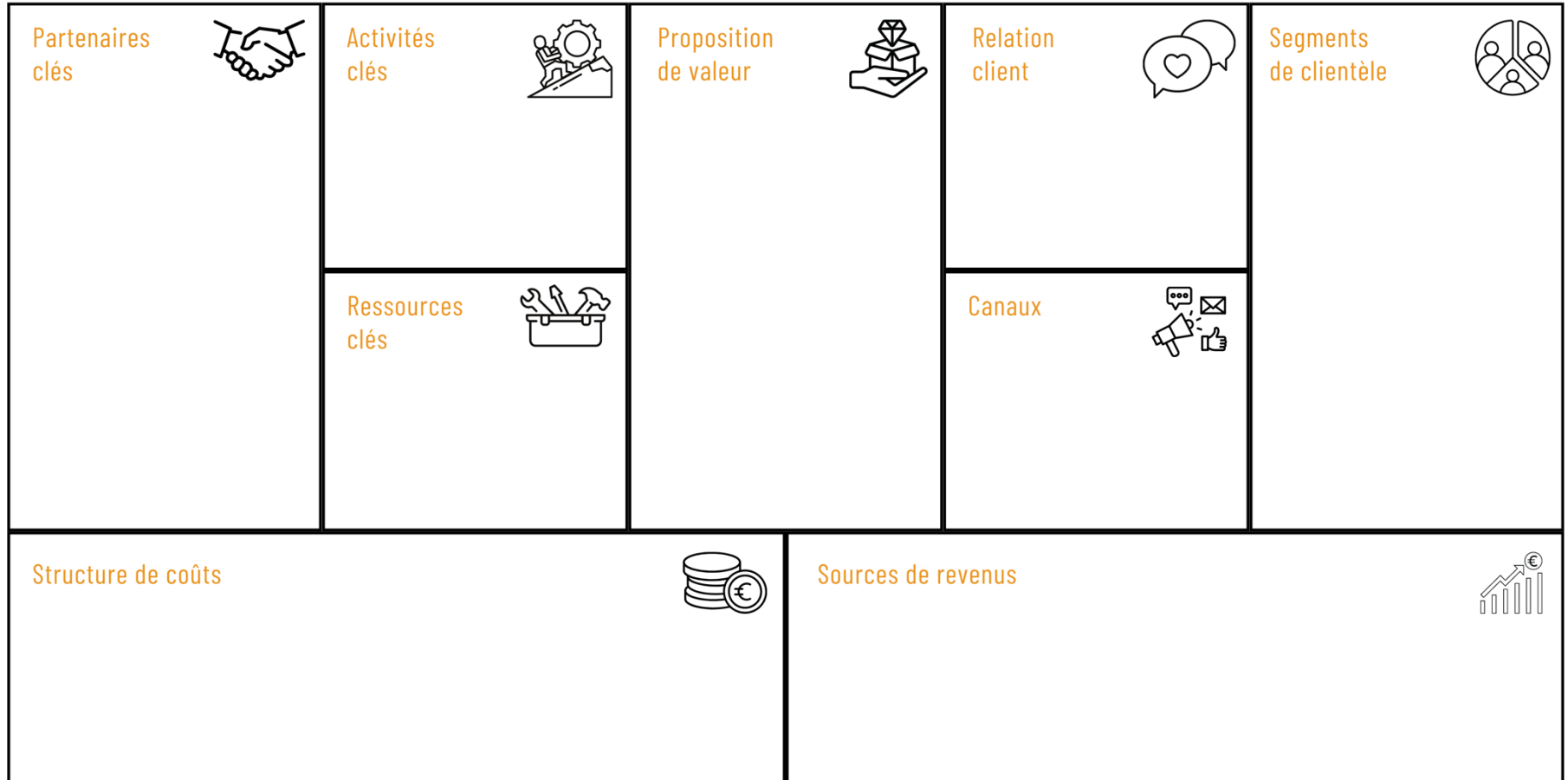
Le Lean Canvas se compose généralement de neuf éléments clés :

1. **Problème** : Cette section décrit le problème spécifique ou le point de douleur que votre produit ou service vise à résoudre.
2. **Solution** : Décrivez comment votre produit ou service aborde le problème identifié. Il s'agit généralement d'une brève description de la proposition de valeur.
3. **Indicateurs de performance clés** : Identifiez les indicateurs clés de performance (KPI) que vous utiliserez pour suivre le succès de votre entreprise.
4. **Proposition de valeur unique (PUV) (Unique Value Proposal (UVP))** : Indique clairement ce qui rend votre produit ou service unique et pourquoi il est meilleur que les alternatives existantes.
5. **Avantage Compétitif** : Identifie les avantages ou les facteurs uniques qui donnent à votre entreprise un avantage concurrentiel.
6. **Canaux** : Décrivez les canaux de marketing et de distribution que vous prévoyez d'utiliser pour atteindre vos clients cibles.
7. **Segments de clients** : Définit les groupes spécifiques ou types de clients que votre entreprise cible.
8. **Structure des coûts (Cost Structure)** : Énumère les principaux coûts associés à la gestion de votre entreprise.
9. **Sources de revenus (Revenus Streams)** : Décrit comment votre entreprise générera des revenus, y compris les stratégies de tarification et les sources de revenus.
10. **Bénéficiaires du projet** dans le cadre d'un Business Model de développement durable
11. **Bénéfices de développement durable** : quels ont les ODD qui sont suivis/ utilisés dans le projet

# Outils Business model canvas

The Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
Key Partnerships 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 	
	Key Resources 		Channels 		
Cost Structure 			Revenue Streams 		

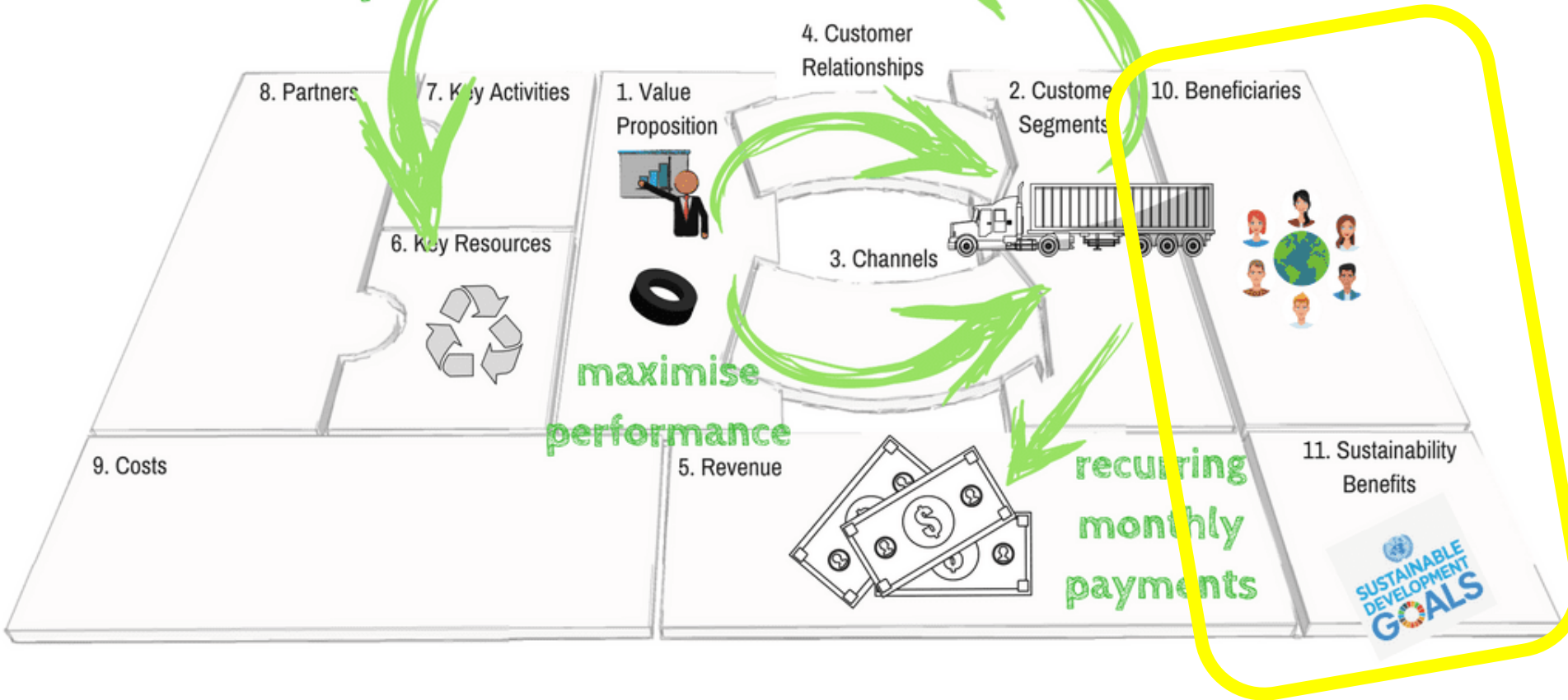
# Outil Canevas de Modèle Economique en Français



product stewardship



waste recovery



# New Sustainable Business Model

# Exercice

Compléter maintenant le Business Model Canvas pour votre petite entreprise

# B- Comment définir son Business plan

# Methodologie pour bien construire son Business Plan

Etape 1	Etape 2	Etape 3	Etape 4
Analyse / Diagnostic	Vision – Concept – Définition du produit	Analyse financière	Action Plan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etude de marché</li> <li>• Analyse de l'offre</li> <li>• Analyse de la demande</li> <li>• Analyse de la concurrence</li> <li>• Analyse des tendances</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition de la vision</li> <li>• Définition du concept</li> <li>• Définition du produit/ projet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition du Business Model</li> <li>• Investissement initial</li> <li>• Revenus</li> <li>• Dépenses/ Coûts</li> <li>• Chiffre d'affaires</li> <li>• Retour sur investissement</li> <li>• Calcul de la dette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition du plan d'actions</li> <li>• Préparation et phasage</li> <li>• Calendrier</li> </ul>
Analyse SWOT /AFOM	Plan de vente et marketing		
Gap analysis			
Outils: SWOT	Outils: business model Canvas/ Value proposition Canvas	Outils: Modèle financier Excel	Outils: Gantt Chart



# ETAPE 1- ANALYSE DIAGNOSTIC

# Le Marché

- **C'est quoi une étude de marché? / une étude de faisabilité?**
  - On ne peut pas lancer un business si on ne connaît pas son marché
  - De plus aujourd'hui c'est la demande qui façonne l'offre et non l'inverse
  - C'est encore plus vrai dans le tourisme durable avec une niche experte du sujet
  - Une étude de marché est primordiale quelque soit la taille du business et l'opération
  - Votre investisseur potentiel ou votre banque vous demandera
  
- **A QUI JE PROPOSE MON PRODUIT?**
  - Quels sont mes segments de clientèle?
  - Quelles sont mes cibles de clients?
  - Quels sont mes marchés?
  - Qui sont mes concurrents? Benchmark?
  - Quelles sont les tendances du marché? Best Practices

# SWOT ANALYSIS MATRIX

## SWOT ANALYSIS MATRIX

INTERNAL FACTORS		
STRENGTHS (+)		IMPORTANCE
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

INTERNAL FACTORS		
WEAKNESSES (-)		IMPORTANCE
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

EXTERNAL FACTORS		
OPPORTUNITIES (+)		IMPORTANCE
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

EXTERNAL FACTORS		
THREATS (-)		IMPORTANCE
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

# Gap analysis - Opportunit 

## BUSINESS PLANNING CHECKLIST WITH SWOT ANALYSIS

DONE	DATE DUE	TASKS	NOTES
		<b>SELF-ASSESSMENT</b>	
		Define business vision	
		Define business mission	
		Identify relevant skills and experience you possess	
		Identify relevant skills and experience you are lacking	Determine how you will source the skills and resources needed
		Determine business ownership structure	
		Seek professional business advisors and mentors	
		Assess feasibility of idea	
		<b>DEFINE OPPORTUNITIES AND RISKS</b>	
		Research market	Market size and segmentation
		Conduct interviews	Subject matter experts, potential partnerships, etc.
		Identify needed resources	
		Identify startup costs	Permits, legal fees, equipment, office space, etc.
		Identify operating costs	
		Conduct SWOT Analysis	You can use the SWOT Analysis tab in this template
		Research competitors	
		Determine financial requirements	
		Determine sources of funding	
		Evaluate profitability	
		Develop business strategy	Determine competitive advantage, pinpoint target audience, identify low-hanging fruit
		<b>PREPARE AND PITCH BUSINESS PLAN</b>	
		Create business plan outline	Use a standard business plan outline and modify it according to your needs
		Fill in each section of plan	Use historical data and research
		Develop investor pitch deck	
		Revisit business plan	Update plan as objectives and strategies change

## ETAPE 2- LA VISION- LE PROJET

# Mon projet : Ma Vision - Mon Concept

Avant de commencer un business plan, il y a derrière, une histoire, une ou des personnes

- Pourquoi je lance ce business?
- Pour qui je lance ce business?
- C'est quoi ma motivation principale?
- Comment ce lance ce business?
- C'est quoi mon concept de business durable?

Il est donc essentiel d'avoir une vision à plus ou moins moyen terme pour pouvoir se projeter, anticiper la demande de ces clients et faire des projections financières de retour sur investissement



# La Vision

Ici il s'agit de définir la vision du projet:

- La vision d'un business durable est une représentation inspirante de l'avenir vers lequel l'entreprise aspire dans le contexte de la durabilité.
- Il s'agit d'un engagement à opérer de manière économiquement viable tout en **ayant un impact positif sur l'environnement, la société et les communautés.**
- Cette vision permet de définir **les objectifs à long terme** de l'entreprise en matière de durabilité, en mettant l'accent sur la création de valeur à **long terme pour toutes les parties prenantes,**
- Elle guide les décisions stratégiques et les actions de l'entreprise, tout en servant de source d'inspiration et de motivation pour ses employés et ses partenaires



# Le Concept du Business

## 1. Je vend quoi?

- Une nuit, un package, un circuit, une excursion, un billet d'avion

## 2. C'est quoi mon produit?

- HARD: Un bien (artisanat, souvenir)
- SOFT: Une expérience (dans le majorité des cas dans le tourisme)

## 3. Comment décrire mon produit?

- Comment expliquer le concept ?
- J'investis dans quoi?
  - HARD: Dans des murs/ des biens (guest house, hotel, kayaks, bateaux, agence réceptive, huiles essentielles, etc..)
  - SOFT: Je vend une expérience (Randonnée/ visite. Massage, etc..)





## ETAPE 3- ANALYSE FINANCIERE

# BUSINESS PLAN SUR EXCEL

## LES PARTIES INDISPENSABLES A INTEGRER SUR UN MODELE FINANCIER SUR EXCEL:

1. **Un onglet avec les différentes Hypothèses du projet** pour éviter de se perdre dans les calcul des différentes feuilles si jamais il y a des modifications à faire
2. **PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT** (cela ne s'applique que s'il y a une construction)
3. **Compte de résultats ou PROFIT & LOSS (P&L) & Besoin de trésorerie ou Cash Flows sur 5 ans**
  1. **Les revenus**
    - En lien avec les business model
    - D'où viennent les revenus?
    - Comment les calcule t-on?
  2. **Les dépenses**
    - Générales/ Admin (utilities, assurance)
    - Salaires
    - Opérationnelles (chambres/ F&B par exemple)
    - Marketing
    - Website/ Technologiques
4. **L'INVESTISSEMENT dans le projet (dette et/ou fond propre)**
  - intégrer des phases dans le développement
5. **DETTE**
  - Remboursement des emprunts
  - Fond de roulement
6. **ONGLET DE SYNTHÈSE DES CASH FLOW CONSOLIDÉS**

# Les éléments à intégrer à votre Business Plan durable

Le plan financier peut être composé de plusieurs sous-parties :

1. Le compte de résultat
2. le Bilan prévisionnel
3. Le Plan de financement
4. Le Budget de trésorerie

Il convient de rajouter et/ ou de faire ressortir les ratios suivant dans la partie du plan financier:

- Le chiffre d'affaires prévisionnel ;
- Le résultat d'exploitation et le résultat net ;
- Le seuil de rentabilité ;
- La capacité d'autofinancement ;
- Les Besoins en Fonds de Roulement (BFR).

# Les Ratio Financiers (1/2)

Nom	Formule
<i>Les ratios généraux</i>	
<b>Autonomie financière</b> Financial autonomy	= Capitaux propres / total du bilan
<b>Financement des immobilisations</b> Capital asset financing	= Capitaux stables / Immobilisations nettes
<b>Productivité</b> Productivity	= Chiffre d'affaires / Nombre de salariés
<b>Liquidité Générale</b> General liquidity	= Actif circulant / Dettes à court terme
<b>Capacité d'autofinancement</b> Self-financing capacity	= Résultat net + Dotations nettes aux amortissements et provisions
<b>Solvabilité Générale</b> Overall solvency	= Actifs / Dettes
<i>Les ratios de rentabilité (Profitability Ratio)</i>	
<b>Rendement des capitaux propres</b> (Return on Equity)	= Résultat net / Capitaux propres
<b>Marge bénéficiaire nette</b> (Net Profit Margin)	= Résultat net / Chiffre d'affaires
<b>Rentabilité économique</b> Economic Return	= Résultat net / Actif total
<b>Marge brute d'exploitation</b> (Gross Profit Margin)	= Excédent brut d'exploitation / Chiffre d'affaires
<b>Retour sur Investissement</b> Return On Investment	= (Bénéfice net - investissement initial) / Investissement Initial *100 - si c'est positif c'est rentable

# Les Ratios Financiers (2/2)

<i>Les ratios de trésorerie (Cash Ratio)</i>	
Trésorerie immédiate	= Disponibilités / Dette à court terme
Trésorerie nette	= Fonds de roulement - Besoin en fonds de roulement
Délai des encaissements clients	= ( Créances clients * 360 ) / Chiffres d'affaires TTC
Délai des règlements fournisseurs	= ( Dettes fournisseurs * 360 ) / Total des achats TTC
Rotation du Besoin en Fond de Roulement	= ( BFR * 360 ) / Chiffre d'affaires
<i>Les ratios de fonds de roulement (Working Capital)</i>	
Besoin en Fond de Roulement (BFR)	= Stocks + Créances – Dettes si le <b>BFR &gt; 0</b> l'entreprise aura besoin d'être financée à court terme par des découverts par exemple
Fonds de roulement net global	= Capitaux permanents - Actifs immobilisés
Autres Ratios	
Excédent brut d'exploitation (EBE) (EBITDA en anglais)	Valeur Ajoutée de l'entreprise + Subventions d'exploitation – Impôts, taxes et versements assimilés – Charges de personnel
Seuil de rentabilité (Break even point)	Il s'agit du point où l'entreprise ne fait ni perte ni profit

# Modèle de compte de résultat (Profit & Loss)

Le compte de résultat prévisionnel met en comparaison des recettes (**produits**) avec des dépenses (**charges**); et plus précisément, il les soustrait entre eux.

Le différentiel constitue un **résultat** qui peut être bénéficiaire (lorsque les produits excèdent les charges) ou déficitaire (cas inverse)

Il va retracer les performances d'une entreprise à différents niveaux :

- **Résultat d'exploitation** : il s'agit des résultats de l'activité économique de l'entreprise ;
- **Résultat financier** : c'est le résultat des activités financières de l'entreprise (placements, endettement, politique de financement, etc.)
- **Résultat courant avant impôts** : c'est le résultat des activités économiques et financières de l'entreprise ;
- **Résultat exceptionnel** : les opérations ayant un caractère non-courant sont classés dans cette rubrique (peu rencontrée dans les business plan) ;
- **Résultat net** : c'est le résultat de l'entreprise sur le plan global (exploitation, financier et exceptionnel).

Désignation	Calcul	Année N	%	Année N+1	%	Année N+2	%
Ventes de marchandises	1						
Production vendue	2						
Prestations vendues	3						
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>4=1+2+3</b>						
Achats effectués de marchandises	5						
Variation stock marchandises	6						
Achats effectués de matières	7						
Variation de stock de matières	8						
Fournitures consommables	9						
Services extérieurs	10						
Charges externes (Total)	<b>11=5+6+7+8+9+10</b>						
Impôts et taxes	12						
Salaires bruts (Salariés)	13						
Charges sociales (Salariés)	14						
Salaires bruts (Dirigeant)	15						
Cotisations TNS	16						
Charges de personnel (Total)	<b>17=12+13+14+15+16</b>						
Dotations aux amortissements	18						
Total des charges d'exploitation	<b>19=11+17+18</b>						
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>20=4-19</b>						
Produits financiers	21						
Charges financières	22						
<b>Résultat financier</b>	<b>23=21-22</b>						
Produits exceptionnels	24						
Charges exceptionnelles	25						
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>26=24-25</b>						
<b>Résultat courant</b>	<b>27=20+23+26</b>						
Impôt sur les bénéfices	28						
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>29=27-28</b>						

# Besoin en Fond de roulement ou Working Capital

- Le besoin en fonds de roulement (BFR) est un indicateur très important pour les entreprises.
- Il représente les besoins de financement à court terme d'une entreprise résultant des décalages des flux de trésorerie correspondant **aux décaissements et aux encaissements liés à l'activité opérationnelle.**
- on considère que l'entrepreneur doit financer, lors de la création de son activité, le Besoin en Fond de Roulement ainsi que les immobilisations (**investissements en biens durables**) nécessaires à l'exploitation de l'activité.

Désignation	N	N+1	N+2
<b>Besoins</b>			
Stocks de marchandises	25 200	31 127	32 201
Stocks de matières	2 940	2 800	3 062
Créances clients (marchandises)	12 960	16 008	16 560
Créances clients (production)	34 272	32 640	35 700
Crédit de TVA			
<b>Total des besoins (I)</b>	<b>75 372</b>	<b>82 575</b>	<b>87 523</b>
<b>Ressources</b>			
Achats de marchandises	16 656	22 768	23 249
Achats de matières	9 248	8 632	9 466
Achats effectués (Total)	25 904	31 400	32 715
Impôts et taxes	8 479	8 716	8 893
Cotisations sociales	5 968	12 986	13 880
TVA à payer	4 127	3 986	4 448
TVA collectée	5 712	5 440	5 950
Impôt société	24 510	5 297	4 416
<b>Total des ressources (II)</b>	<b>74 700</b>	<b>67 825</b>	<b>70 302</b>
<b>Besoins en fonds de roulement (I-II)</b>	<b>672</b>	<b>14 750</b>	<b>17 221</b>
Variation du B.F.R.	672	14 078	2 471

# Modèle budget de trésorerie

Le **budget de trésorerie** est un état qui récapitule le montant de la trésorerie de l'entreprise et **détaille tous les flux monétaires**

- **entrants** (encaissement des créances clients, déblocage de prêts, réalisation d'apports en comptes courants, octroi de subventions, etc.)
- et **sortants** (paiement des dettes fournisseurs, règlement de la TVA, remboursement des prêts ou des comptes courants et distribution de dividendes)

Désignation	Calcul	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Total
<b>Encaissements</b>						
Apports en capital	1					
Apports en comptes courants	2					
Emprunts	3					
Ventes de marchandises	4					
Production vendue	5					
Prestations vendues	6					
Remboursement du crédit TVA	7					
<b>Total des encaissements</b>	<b>8=1+2+3+4+5+6+7</b>					
<b>Décaissements</b>						
Immobilisations incorporelles	9					
Immobilisations corporelles	10					
Immobilisations financières	11					
Echéances d'emprunts	12					
Achats de marchandises	13					
Achats effectués de matières	14					
Achats effectués (Total)	<b>15=13+14</b>					
Fournitures consommables	16					
Services extérieurs	17					
Etat - Impôts	18					
Salaires nets (Salariés)	19					
Charges sociales (Salariés)	20					
Salaires nets (Dirigeant)	21					
Charges sociales (Dirigeant)	22					
TVA à payer	23					
Impôt société	24					
<b>Total des décaissements</b>	<b>25=9+10+11+12+15+16+17+18+19+20+21+22+23+24</b>					
<b>Solde de trésorerie</b>						
Solde précédent	26					
Variation de la trésorerie	27=8-25					
<b>Solde de trésorerie</b>	<b>28=26+27</b>					



# Modèle de plan de financement

Le plan de financement établi au titre de la période initiale **ne fait pas intervenir la capacité d'autofinancement** étant donnée qu'on suppose qu'elle soit générée à la fin de l'exercice.

- En revanche, il doit bien tenir compte du **besoin en fonds de roulement initial** (achat de stocks, financement des premières créances clients, etc.),
- dans les périodes ultérieures, c'est la variation du besoin en fonds de roulement qui doit être insérées (et non le montant du besoin en fonds de roulement),
- la différence entre les ressources et les besoins financiers impacte la trésorerie prévisionnelle de l'entreprise

Désignation	Calcul	Initial	N	N+1	N+2
<b>Ressources</b>					
Apports en capital	1				
Apports en comptes courants	2				
Souscription d'emprunts	3				
Capacité d'autofinancement	4				
<b>Total des ressources</b>	<b>5=1+2+3+4</b>				
<b>Besoins</b>					
Immobilisations incorporelles	6				
Immobilisations corporelles	7				
Immobilisations financières	8				
Variation du B.F.R.	9				
Remboursement d'emprunts	10				
Remboursement de compte courant	11				
Distribution de dividendes	12				
<b>Total des besoins</b>	<b>13=6+7+8+9+10+11+12</b>				
<b>Trésorerie</b>					
Variation de la trésorerie	15=5-13				
<b>Solde de trésorerie</b>	<b>16=14+15</b>				

# Définition du seuil de rentabilité ou break even point

Le calcul du seuil de rentabilité implique la détermination du niveau d'activité où les revenus totaux sont égaux aux coûts totaux. Voici la formule générale pour calculer le seuil de rentabilité :

**Seuil de rentabilité = Charges fixes totales / (Prix unitaire de vente – Coûts variables unitaires)**

- *Coûts fixes totaux* : le total des coûts fixes de l'entreprise.
- *Prix unitaire de vente* : le prix de vente unitaire d'un produit ou d'un service.
- *Coûts variables unitaires*: le coût variable associé à la production d'une unité de produit ou de service.

## Exemple:

Supposons que vous ayez une entreprise qui vend un produit au prix de 50 € par unité.  
Les coûts variables associés à la production de chaque unité sont de 20 €.  
Les coûts fixes totaux de l'entreprise s'élèvent à 10 000 €.

Étape 1 : Calcul de la contribution marginale par unité

Prix de vente unitaire – Coûts variables unitaires = 50 € – 20 € = 30 €

**La contribution marginale par unité est de 30 €.**

Étape 2 : Calcul du seuil de rentabilité

**Seuil de rentabilité = 10,000 € / 30 € = 333,33**

**Il faut 333,33 unités pour avoir un résultat = 0 où on ne perd pas de l'argent**

# Calcul du Taux Rentabilité Interne (TRI) ou IRR (Internal Rate of Return)

Le Taux de Rendement (ou de rentabilité) Interne (TRI) est le taux d'actualisation pour lequel la valeur actuelle nette est égale à 0, c'est-à-dire le taux qui équilibre le montant de l'investissement et les flux de trésorerie dégagés par cet investissement (les cash flows)

Supposons que vous envisagez d'investir dans un projet qui nécessite un investissement initial de 10 000 €. Vous prévoyez que ce projet générera des flux de trésorerie futurs comme suit :

- Année 1 : 3 000 €
- Année 2 : 4 000 €
- Année 3 : 5 000 €

Pour calculer le TIR, vous devez d'abord établir la **valeur actuelle nette** (VAN) des flux de trésorerie futurs.

Ensuite, vous itérez pour trouver le taux qui rend la **VAN égale à zéro**.

Voici comment cela se fait :

**1.Établissement de la VAN des flux de trésorerie futurs :**

$$VAN = \frac{3000}{(1+TIR)^1} + \frac{4000}{(1+TIR)^2} + \frac{5000}{(1+TIR)^3} - 10000$$

**2.Itération pour trouver le TRI :** Vous pouvez utiliser des outils financiers, des logiciels spécialisés ou des fonctions intégrées dans des tableurs pour trouver le TIR qui rend la VAN égale à zéro.

Dans cet exemple, supposons que le **TRI calculé est d'environ 12%**.

Cela signifie que le projet aurait un taux de rendement interne d'environ 12%, ce qui indique que l'investissement est rentable, car le TIR est supérieur au taux de rendement attendu ou au coût du capital

# Exemples excel

## Modèle en anglais:

- [Startup-Financial-Projections-template.xlsx](#)
- [Sample-Business-Plan-Excel-Template.xlsx](#)
- [Small-Business-Budget-10937.xlsx](#)
- [Financial-Plan Free-Excel-Template by BrainHive-Business-Planning-1.xls](#)
- [Business-plan-Excel-gratuit-5-ans.xlsx](#)

## Modèle en Français:

<https://fr.smartsheet.com/content/simple-business-plan-templates#mod%C3%A8le-simple-de-plan-pour-les-petites-entreprises>

Julie Fraser's

# The 3 P's of Business Sustainability

## Profit



- High earning potential
- Positive cashflow
- Healthy profit margins
- Sustainable business model

## Planet



- Lower carbon footprint
- Lower emissions
- Decrease pollution
- Conscious of landfill use
- Eliminate use of “conflict minerals”

## People



- Consider labor costs
- Manage customer expectations
- Provide measurable value
- Treat everyone with respect

# Modèle financier durable

- S'assurer que ce qui est **décrit dans la vision et le concept** soit soutenu dans **la partie financière** pour s'assurer que les actions durables soient pérennes
- **Intégrer un % qui ira sur des projets ou des actions durables:**
  - Energie (panneaux solaires par exemple)
  - Formation du staff
  - Contribution à la conservation/ sauvegarde de la nature ou des animaux (% du CA par exemple qui peut venir d'un fond alimenté par les clients)
- Penser à avoir **un fond de roulement/ des provisions** sur tous vos projets
- Intégrer un **budget marketing pour le lancement**, surtout pour tester le produit avant d'intégrer de grosses dépenses, tester le marché est essentiel
- **Durable veut aussi dire rentable** sur un moyen-long terme pour vous, la banque et les investisseurs potentiels
- Il est important d'être **entouré de personnes qui sauront appuyer votre projet** comme la COI/UE EDB/ incubateurs pour le PME ou autres organismes équivalent dans vos pays respectifs



## ETAPE 4- PLAN D'ACTION

# Plan marketing

Il s'agit d'un **guide complet** qui définit comment votre entreprise va positionner :

- ses produits ou services sur le marché,
- atteindre son public cible,
- générer des ventes
- et renforcer sa marque.

Un plan marketing typique comprend généralement :

- une analyse de marché,
- une analyse de la concurrence,
- la définition du public cible,
- la stratégie de produit,
- la stratégie de prix,
- la stratégie de distribution,
- la stratégie de communication
- et les tactiques spécifiques à mettre en œuvre.



**CONCRETEMENT ICI POUR LE BP:**

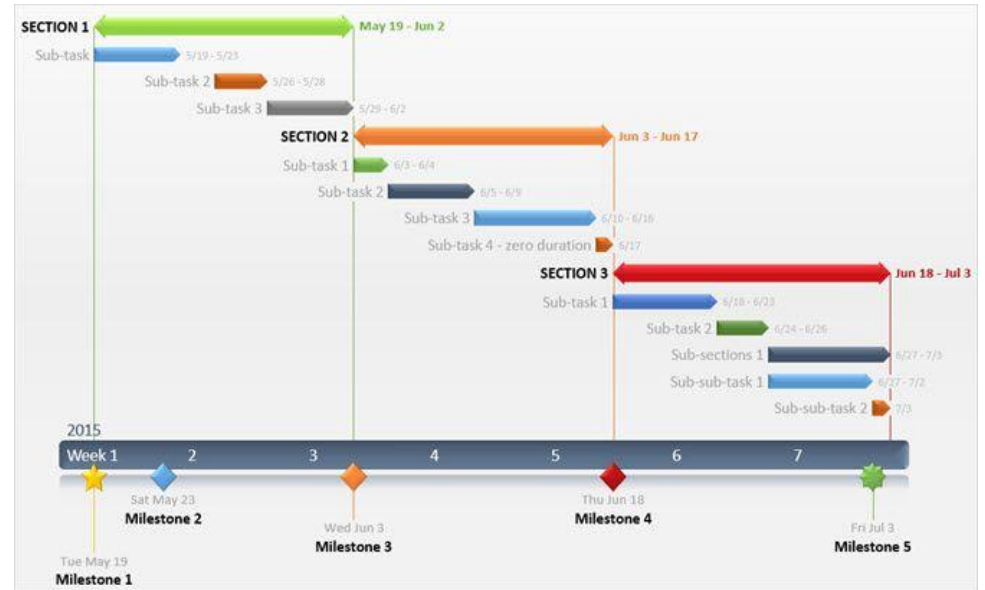
- Décrivez comment vous prévoyez d'atteindre et d'engager vos clients potentiels, ainsi que votre approche pour augmenter les ventes
- Mettre en place un plan vente et marketing avec des actions concrètes
  - Digital marketing
  - Canaux de distribution
  - Réseaux sociaux
  - Etc..



# Phasage du projet

## Créer une Roadmap & des Milestones

- Créer un calendrier avec des phases
- Utiliser le Gantt chart
- Qui fait quoi?
- L'investissement démarre à quelle période, quand est ce que je prévois de mettre en place des actions vente et marketing?
- Quand est ce que je fais le lancement?
- Quand est ce que je commence à recruter? Etc..
- Qui est en charge de quelle action ?



	Team involved				Jan	Feb	Mar
	Process	IT	Vendor	% complete			
4							
5							
6	National holidays						
7	Local holidays						
8	<b>CONCEPT PHASE</b>						
9	Project Kick-off	X	X	X	100%		
10	Process workshops	X			70%		
11	Requirement specification	X			20%		
12	Workshops with vendors	X	X	X	0%		
13	Vendor evaluation	X	X	X	0%		
14	Technical concept		X	X	0%		
15	Project status meeting	X	X	X	0%		

## ETAPE 5- AUTRES ELEMENTS

# A RAJOUTER AU BUSINESS PLAN

- **DESCRIPTION & CV DE L'ÉQUIPE** pour montrer la compétence et l'expérience pour faire fonctionner le business
- **PREPARER UN EXECUTIVE SUMMARY** en début pour résumer
  - Le projet et/ou l'opportunité
  - L'investissement requis



# Outils

## Canevas Model

<https://www.strategyzer.com/library/how-business-models-help-generate-business-plans>

<https://www.creerentreprise.fr/canevas-proposition-valeur-definition-exemple-modele/>

## Diagramme de Gantt

[https://www.canva.com/fr\\_fr/graphiques/diagramme-gantt/](https://www.canva.com/fr_fr/graphiques/diagramme-gantt/)

## Excel

<https://www.smartsheet.com/>

<https://www.vertex42.com/WordTemplates/business-plan-template.html>

<https://www.growthink.com/businessplan/help-center/business-plan-excel-template>

# D- Cas Pratique- Exercice

# Exercice

Prenez un exemple de business que vous souhaitez mettre en place dans le tourisme

Quelque chose de simple et high level, voici 3 exemples

- Guest house ou petit hébergement insolite
- Activités découverte de la nature/ forêt primaire
- Restaurant chez les mamans du village

## **A faire en 15 mn:**

- Description de l'entreprise et de l'équipe - 1 ligne
- Définissez votre vision ou Exprimez votre vision à long terme pour l'entreprise.
- Écrivez les principales conclusions sur votre marché y compris la concurrence
- Définissez les produits et services que vous offrez
- Écrivez votre stratégie de vente et de marketing
  - Définissez votre business model (revenus/ dépenses)



**MERCI POUR VOTRE  
ATTENTION**

# Ce qu'il fallait retenir de la session du Module 2

- Définition de son Business Model
  - Outils canevas pour définir le problème et la solution apporté par mon projet
- Les étapes pour bien construire son business plan
  1. Analyse de marché
  2. Définition du concept/ vision
  3. Plan marketing
  4. Elaboration du plan financier
    1. Ratios financiers
    2. Exemple de plan excel
  5. Plan d'action et calendrier
- La partie du modèle financier sur excel vient compléter toute la partie de brainstorm et de recherche du marché pour définir les prix, les hypothèses d'occupation, les couts etc...
- C'est la partie qui est la version chiffré de tout le travail fait en amont
- Un Excel tout seul n'a pas de sens



## Module 3

# Comment bien présenter son business? (Sales Pitch)/ Visibilité / Positionnement



# Programme du jour 3

Module 3 -Comment bien présenter son business (Pitch)/ Visibilité / Positionnement

9h – 9h45 -Format / presentation

9h45-10h30 - Présenter à qui dans le secteur du tourisme?

10h30- 10h45 – Pause

10h45- 11h30 - Power of storytelling – how to convince – technique de presentation

11h30- 11h45- Un Sales Pitch – c'est quoi?

11h45 – 12h - Jeux de rôle

12h- 12h15 - Conclusions des 3 jours

12h15 – 12h30 – Questions – Echange

12h30 – 12h45 - Feedback/ Evaluation

# A- Format - Présentation

# Quelques tips avant de travailler sur le business plan

- 1. Se focaliser sur les détails trop tôt = vous risquez de perdre du temps.**
  - Gardez vos premières idées très approximatives (par exemple, sur une seule page avec le Business Model Canvas et/ou la Proposition de Valeur) et testez-les immédiatement.
  - Affinez progressivement vos idées avec des preuves croissantes.
- 2. Vendre une idée et un plan à la direction ou aux investisseurs = Vous risquez d'être figé dans une direction.**
  - Ne présentez pas à la direction un plan d'affaires poli et raffiné.
  - Présentez-leur une opportunité et un processus rigoureux qui transformeront votre idée en un modèle commercial exécutable en produisant des preuves de marché.
  - Montrez-leur comment cette approche minimisera le risque d'échec, contrairement à un plan d'affaires qui maximise le risque de s'enfermer dans une direction qui reste à prouver.
- 3. Embaucher sur la base d'une idée et d'un plan = vous risquez de passer à l'échelle trop rapidement.**
  - N'investissez pas dans l'exécution tant que vous n'avez pas de solides preuves que votre idée fonctionnera. Sinon, vous risquez de passer à l'échelle trop tôt et de manquer d'argent.
- 4. Il n'y a pas de place pour un plan d'affaires lorsque vous recherchez encore le bon modèle économique et la proposition de valeur pour votre idée.**
  - C'est simplement le mauvais outil pour la tâche et cela pourrait même maximiser votre risque d'échec.
  - Les plans d'affaires devraient être remplacés par une approche plus dynamique jusqu'à ce que vous ayez suffisamment de preuves que votre idée fonctionnera.

# Format de rédaction du Business Plan

1. **Résumé exécutif – en 1 ou 2 slides**
  - Les fonds requis – le projet – les résultats attendus
2. **Description de l'entreprise** - Rédigez la description de votre entreprise.
3. **L'équipe:** Comprenez la structure de l'entreprise/l'équipe.
4. **Vision:** Définissez votre vision.
5. **Business Model**
6. **Analyse de marché** - Rédigez votre analyse de marché.
7. **Concept-** Définissez vos produits et services.
8. **Stratégie marketing** - Rédigez votre stratégie de vente et de marketing.
9. **Analyse financière:**
  - **Plan opérationnel**
  - **Plan financier** - Incluez votre analyse financière et vos projections de flux de trésorerie.
  - **Risques et stratégies d'atténuation** – en lien avec le SWOT analysis
10. **Roadmap – calendrier de mise en place – plan d'actions**

Format de votre document:

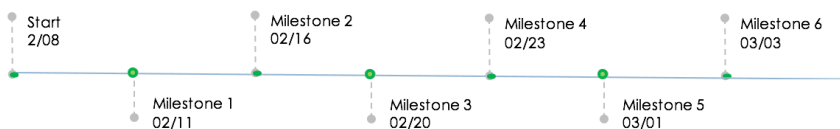
- Times New Roman - Document Word ou PPT à éditer en PDF

# One page Business Plan

## ONE PAGE BUSINESS PLAN FOR A SERVICE BUSINESS TEMPLATE

BUSINESS OVERVIEW	
OUR VISION	
OUR MISSION	
THE SERVICE WE PROVIDE	
MARKET ANALYSIS	
WHO WE ARE TARGETING	
THE PROBLEM WE ARE SOLVING	
OUR COMPETITORS	
OUR COMPETITIVE ADVANTAGE	
MARKETING AND SALES PLAN	
MARKETING CHANNELS	
MARKETING MATERIALS	
CUSTOMER INCENTIVES (REFERRALS, DISCOUNTS, ETC.)	
STAFF REQUIREMENTS/ TRAINING	
KEY OBJECTIVES AND SUCCESS METRICS	
OBJECTIVES WE PLAN TO ACHIEVE IN A GIVEN TIMEFRAME AND HOW THEY'LL BE MEASURED	
1	
2	
3	

### Timeline of Milestones



## One-Page Business Plan

Answer each question with one or two sentences

### PROBLEM

What problem will your business solve?

---



---



---

### SOLUTION

What will your business provide to solve that problem?

---



---



---

### BUSINESS MODEL

How will your business make money?

---



---



---

### TARGET CUSTOMERS

Who will purchase your products or services?

---



---



---

### PROMOTION

How will your target customers learn about your business?

---



---



---

### COMPETITIVE ADVANTAGE

What will your business do better than the competitors?

---



---



---

### FINANCIAL PROJECTIONS

How much money do you need to start? Spend every month? Earn every month?

---



---



---

### FUNDING REQUIRED

How much money do you need to start and operate the business?

---



---



---

# Formattage et présentation

- Les erreurs les plus courantes dans un plan d'affaires sont des problèmes d'écriture courants tels que des erreurs de grammaire ou des fautes d'orthographe.
- Il est important d'être clair dans la structure de vos phrases et de relire votre plan d'affaires avant de l'envoyer à des investisseurs ou partenaires.
- Utilisez l'IA telle que ChatGPT comme une alternative pour vous aider à écrire et corriger vos erreurs, mais elle peut également vous aider à structurer le document

## Outils

- <https://slidemodel.com/templates/effective-business-plan-powerpoint-template/>

B- Présenter à qui ?



# A qui et comment présenter dans le secteur du tourisme?

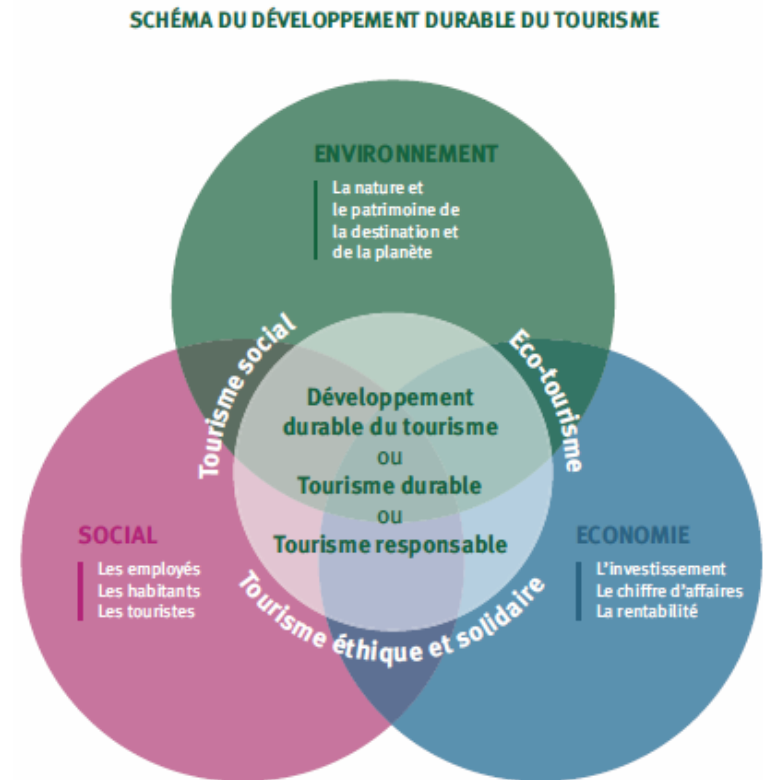
## Identifier des investisseurs potentiels pour le projet

- Banques
- Organismes publics ou para publics (CCI, EDB, etc..)
  - Accès aux fonds verts de financement
- Bailleurs (UE, Banque Mondiale, AFD, etc..)
  - Ligne de crédit ODD/ verte/ énergies renouvelables
- Investisseurs potentiels
- Investisseurs à impact
- Partenaires potentiels à cibler



# Comment convaincre les réticents à monter un Business Plan et un projet durable

- Montrer l'avantage marketing de proposer un projet durable
- Les potentielles subventions/ aides disponibles de la part des bailleurs
- Certifications/ labels
- Choix des fournisseurs et/ou des prestataires de services qui recherchent des produits durables



C- Comment présenter?

# Le storytelling c'est quoi?

Racontez une histoire, c'est le secret d'une bonne présentation

Pourquoi?

- Parce que quand on ramène de l'émotion dans notre présentation, on la rend vivante et ce n'est pas juste quelque chose de technique et dépourvu de sens
- Il y a une personnalité et une vision derrière ce projet et ça aidera à avoir un fils conducteur, surtout en matière de durabilité
- Et dans le tourisme on peut utiliser le storytelling pour convaincre les investisseurs et ses potentiels clients et les emmener dans notre voyage!!
- Mais il faut bien sur avoir une bonne base d'argument chiffrés qui répondrons aux interrogations ou doutes de ces investisseurs
- Il faut donc imaginer tous les scénarios et questions possible pour avoir un projet solide



# Techniques de présentation

- **Utiliser le storytelling** dans le domaine des affaires pour présenter une entreprise, un produit ou une marque de manière plus convaincante et mémorable.
  - Plutôt que de simplement énumérer des faits ou des caractéristiques, le storytelling permet de créer un récit engageant qui permet au public de mieux comprendre et de s'identifier à ce qui est présenté.
  - Cela peut renforcer l'impact des messages et faciliter la rétention de l'information.
  - En résumé, le storytelling est une technique puissante pour communiquer des idées et des messages de manière plus efficace en les insérant dans une structure narrative engageante et significative.
- **Avoir confiance en son projet**, croire en sa vision et expliquer pourquoi
- **Anticiper toutes les questions possibles** du business plan et plus encore
- **Pratiquer sa présentation** à plusieurs personnes avant avec ses amis sa famille
- Il faut que les explications soient **claires et concises**
- **Grooming:**
  - Choisir des vêtements confortables et agréables pour être à l'aise et beau à la fois!!
  - Respirer avec de faire la présentation et pendant
  - Sourire même si on est stressé



D- Sales pitch

# Sales Pitch c'est quoi?

- Un "sales pitch" est une présentation persuasive ou un discours visant à convaincre quelqu'un d'acheter un produit ou un service.
- Il est généralement réalisé par un vendeur ou un représentant et vise à mettre en avant les caractéristiques, les avantages et la valeur de ce qui est vendu afin de conclure une vente.
- Un sales pitch réussi capte l'attention de l'audience, répond à ses besoins ou à ses points de douleur, et fournit une raison convaincante pour laquelle elle devrait faire un achat.
- Il s'agit essentiellement de démontrer comment le produit ou le service proposé peut résoudre un problème ou améliorer la situation du client.
- Élaborer un sales pitch efficace nécessite de comprendre l'audience, d'adapter le message à ses intérêts, et de le délivrer avec confiance et enthousiasm
- **Technique du Sales Pitch:**
  - **Commencer par une anecdote personnelle, intégrer une histoire qui vous tient à Coeur et pourquoi vous avez fait ce projet**
  - **Faites court.**
  - **Soyez clair :** Assurez-vous d'être compréhensible.
  - **Identifiez vos clients :** Précisez qui sont vos clients.
  - **Exposez le problème :** Décrivez le problème qu'ils rencontrent.
  - **Expliquez la solution :** Présentez comment votre produit répond à leurs besoins.
  - **Décrivez le succès :** Indiquez à quoi ressemblera le succès grâce à l'utilisation de votre produit

# Sales Pitch en 10mn



- Minute 1: Faire une Introduction sur soi et comment on est arrive à ce projet, mettre de l'émotion et de la passion
- Minute 2: Le Problème – c'est quoi le problème auquel je répond avec mon projet?
- Minute 3: La Solution – montrer en quoi votre projet répond au besoin de la demande et des tendances
- Minute 4: Business Model – montrer comment vous allez faire de l'argent avec ce projet
- Minute 5: La concurrence – montrer l'élément différenciateur de votre projet par rapport à la concurrence
- Minute 6: Sales and Marketing – montrer les éléments clés de votre plan marketing et vente
- Minute 7: Money-money – Montrer combien d'argent on va faire avec ce projet et parler des ratios par exemple (mettre des graphiques c'est plus visuel)
- Minute 8: Parler de l'équipe et montrer les compétences claires pour le succès du projet
- Minute 9: Preuve du Concept/ adhérence du client au concept– Montrer l'engouement de votre équipe pour le projet et les résultats si vous avez déjà démarré l'activité
- Minute 10: Demander la somme dont vous avez besoin pour démarrer cette aventure



# Jeux de rôle - Exercice

- **10mn** pour préparer un pitch et raconter une histoire
- **2mn** pour présenter votre projet
  - Aller droit à l'essentiel
  - Produits
  - Clients
  - Revenus

# Conclusion des 3 jours et Evaluation



# Conclusions

## **Le message à transmettre au futurs entrepreneurs**

- Avoir une vision et définir un business model clair
  - Intégrer les objectifs de développement durable dans son projet et le mentionner
  - Eviter le greenwashing
  - Garder le focus sur l'objectif de son projet
  - Ajuster les chiffres et le plan financier en fonction de l'interlocuteur
  - L'excel avec le plan financier se fera à la suite de la définition du Lean Canvas avec une idée claire de son projet et à quel problème il répond
  - Les hypothèses pour construire le modèle financier se trouveront dans les éléments obtenus en analysant le marché et les concurrents
  - Préparer un document synthétique pour faire une présentation en 5-10mn
  - Savoir expliquer son projet en 5mn
- 
- **Comment se faire aider pour obtenir les financements et un support technique**
    - Les incubateurs
    - Les organismes de promotion des investissements et organisme de support aux entrepreneurs



Commission de l'Océan Indien – COI

Union Européenne

ENFA-OI

Ebene

Tél:

Email:



Formation préparée par

Sandrine SUMODHEE

Albion Encounters by AIC International Ltd

Tel: +230 52522801

Email: [ssumodhee@albionencounters.com](mailto:ssumodhee@albionencounters.com)