



# BUSINESS MODEL

## Les 9 rubriques

### Segments de clients

#### Nos clients

Les grandes surfaces alimentaires (Carrefour, Leclerc, Auchan etc.)

#### Leurs besoins

Soigner leur image  
Fidéliser leur clientèle  
Accroître leur chiffre d'affaires

#### Nos bénéficiaires

Les consommateurs soucieux de lutter contre le gaspillage alimentaire et/ou de réaliser des économies

### Proposition de valeur

#### Pour nos clients

Une image d'acteur engagé dans la lutte contre le gaspillage alimentaire  
Une réponse positive aux attentes environnementales et économiques des consommateurs  
Une fidélisation de leurs clients  
Une hausse de leur chiffre d'affaires

#### Pour nos bénéficiaires

Lutter contre le gaspillage alimentaire  
Améliorer leur pouvoir d'achat

#### Nos points forts

Une solution innovante inscrite dans l'ère du temps (une application mobile)  
Un deal gagnant-gagnant pour nos clients comme nos bénéficiaires  
Une solution peu onéreuse aux débouchées majeures pour nos clients

### Canaux

#### Une application

Disponible en téléchargement gratuit pour nos bénéficiaires sur App Store & Play Store

### Relations client

#### Nos relations avec nos bénéficiaires

- Les canaux publicitaires

Télévision, Radio, Affichage public, Stands, Mailing, Bouche à oreille ...

- Fidélisation & mesure de la satisfaction

Démonstration de l'impact de l'application sur le gaspillage alimentaire et le pouvoir d'achat  
Mesure de la satisfaction par une évaluation de l'application et un formulaire de suggestions  
Création d'une communauté et émergence d'un sentiment de participation

#### Nos relations avec nos clients

- Les canaux publicitaires

Démarchage direct de toutes les grandes surfaces alimentaires (Carrefour, Leclerc, Auchan etc.)

- Fidélisation & mesure de la satisfaction

Démonstration de l'impact de l'application sur le chiffre d'affaires de chaque magasin grâce à la comptabilisation du chiffre d'affaires provenant des clients utilisant l'application

### Activités clés

#### 1° Le développement de l'application

Création de l'application et des produits annexes (logiciel(s) à installer chez les clients afin de permettre la création des QR codes et leur impression sur les tickets de caisse)

#### 2° Le démarchage

Démarchage direct et massif de toutes les grandes surfaces alimentaires (Carrefour, Leclerc, Auchan etc.) avec l'objectif de toucher l'ensemble de leurs magasins

#### 3° Marketing, publicité & communication

Communication à destination des bénéficiaires (les consommateurs)

## Ressources clés

### Les ressources humaines nécessaires à la mise en place et à l'exploitation de l'activité

Développeurs (pour le développement de l'application)  
Informaticiens (pour la maintenance informatique de l'application)  
Commerciaux (pour le démarchage des grandes surfaces alimentaires)  
Chargé(s) de communication (marketing, publicité et communication à destination des bénéficiaires)

### Les ressources financières nécessaires à la mise en place et à l'exploitation de l'activité

Business angel(s) et/ou investisseur(s) privé(s) (fond(s) d'investissement, BPI etc.)  
Incubateur d'entreprises (notamment celui de Sciences Po, station F etc.)  
Subventions (régionales, nationales, européennes, privées etc.)  
Prêts bancaires

### Les ressources matérielles nécessaires à la mise en place et à l'exploitation de l'activité

Local ou bureau permettant la domiciliation de la société et l'accueil des ses membres  
Matériel informatique

## Partenaires clés

### Les grandes surfaces alimentaires

Carrefour, Leclerc, Auchan, Casino, Intermarché etc.

### Les collectivités & l'Etat

Départements, régions etc.

### Les sociétés partenaires

Marmiton, 750g etc.

### Les partenaires financiers

Business angel(s), fond(s) d'investissement, banques etc.

### La presse

Télévision, Radio, Presse écrite etc.

## Structure des coûts

### Investissements & coûts fixes

Local ou bureau pouvant être mis gratuitement (ou à prix réduit) à disposition par un incubateur d'entreprises

R&D permettant la création de l'application et son développement (poste de coût le plus important)

Coûts inhérents à la création de la société et son installation (frais d'immatriculation, petites fournitures, mobiliers etc.)

Frais de gestion (cabinet comptable, cabinet d'avocats, assurance(s) etc.)

### Coûts variables

Les ressources humaines et les besoins en capitaux progressent avec la croissance de l'activité

Une partie des coûts fixes évolue également avec la croissance de l'activité mais l'évolution s'opère par paliers (prestations comptables, surface des locaux etc.)

## Flux de revenus

### Source de revenus principale

L'abonnement mensuel de chaque magasin de chaque grande surface alimentaire (Carrefour, Leclerc, Auchan etc.)

### Sources de revenus secondaires (envisageables)

Revenus publicitaires liés aux publicités sur l'application et aux partenariats (Marmiton etc.)  
Vente de données  
Subventions

### Avantages environnementaux & sociaux

Réduction du gaspillage alimentaire  
Amélioration du pouvoir d'achat des consommateurs  
Création d'emplois et de richesses (hausse des recettes fiscales etc.)