



Modèles commerciaux innovants

Vidéo d'apprentissage pour la formation dans le cadre de l'offre de formation
continue sur www.agrotourisme-q.ch

Qu'est-ce qu'un modèle commercial ?



Fonctionnement logique
d'une entreprise



La manière dont les
bénéfices sont générés



Formule de base pour
l'acquisition de clients



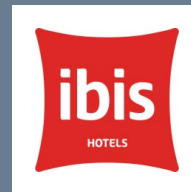
Formule de base
permettant de créer de la
valeur ajoutée

Exemple de modèles commerciaux réussis



Plateforme en ligne proposant gratuitement des chambres d'hôtes de particuliers dans le monde entier

Le choix, la réservation et le paiement de la chambre se font sur le site internet d'Airbnb. L'entreprise produit du bénéfice en prélevant une commission de 3 % sur chaque réservation.



Accor exploite un modèle commercial appelé *No-Frills*

La création de valeur est fondamentalement générée par l'offre d'une chambre aménagée le plus simplement possible dotée d'une infrastructure de base. Les économies de coûts permettent de proposer des chambres à bas prix.

Qu'est-ce qu'un modèle commercial n'est pas ?

Pas de business plan

- Le modèle commercial peut constituer la base ou le cœur d'un business plan, mais ne peut le remplacer.
- Contrairement au modèle commercial, le business plan permet une planification détaillée, à long terme et adaptée à l'entreprise.

Pas de stratégie d'entreprise

- Un modèle d'entreprise peut faire partie de la stratégie de l'entreprise.
- Un modèle d'entreprise se concentre sur la création de valeur et indique ce qui doit être entrepris pour offrir une valeur ajoutée à la clientèle.
- La stratégie d'entreprise se concentre en revanche sur le comment et le pourquoi de la valeur ajoutée du point de vue de la clientèle.

Pas de garantie de succès

- Divers facteurs de succès entrepreneuriaux ne sont pas influençables ni prévisibles.
- Les conditions météorologiques, comme le manque de neige dans une station de sports d'hiver, ou la situation politico-économique d'un pays sont des exemples de tels facteurs.
- De même, des facteurs internes à l'entreprise, tels qu'une mauvaise gestion ou des déficits de qualité, peuvent également conduire à l'échec.

Les éléments d'un modèle commercial



Vision du modèle commercial

idée de base du modèle commercial avec la description de la manière conduisant au succès dans le secteur économique concerné



Aspect utilitaire

description de l'utilité des différentes prestations pour la clientèle



Aspect financier

description de la gestion financière et du controlling des flux financiers dans l'entreprise



Aspect clientèle

contact de l'entreprise avec la clientèle et ses segments, avec l'accent sur l'acquisition de la clientèle et les relations avec celle-ci



Aspect gestion des processus

définition des processus importants de l'entreprise, en particulier en ce qui concerne la gestion du personnel, le développement des produits et l'assurance qualité



Aspect partenaires

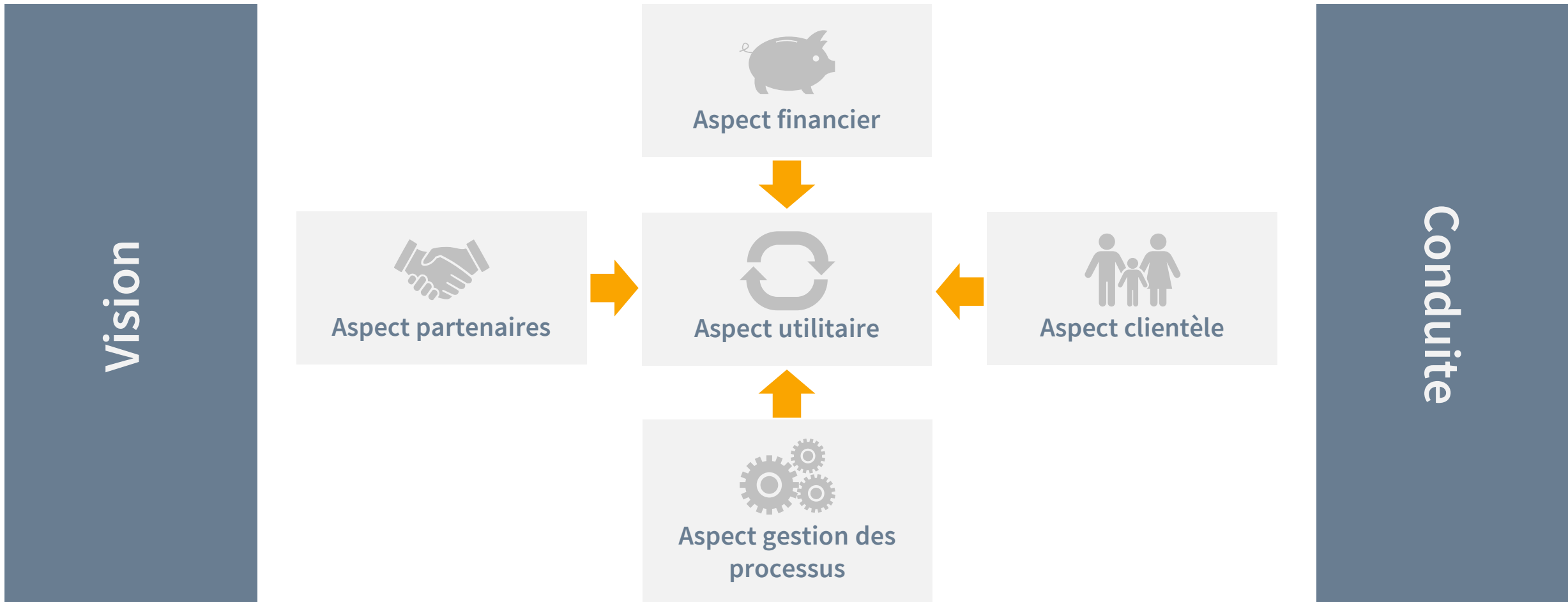
accent sur les partenariats dans le domaine de la vente, de la communication marketing ou du développement des produits au-delà de l'entreprise



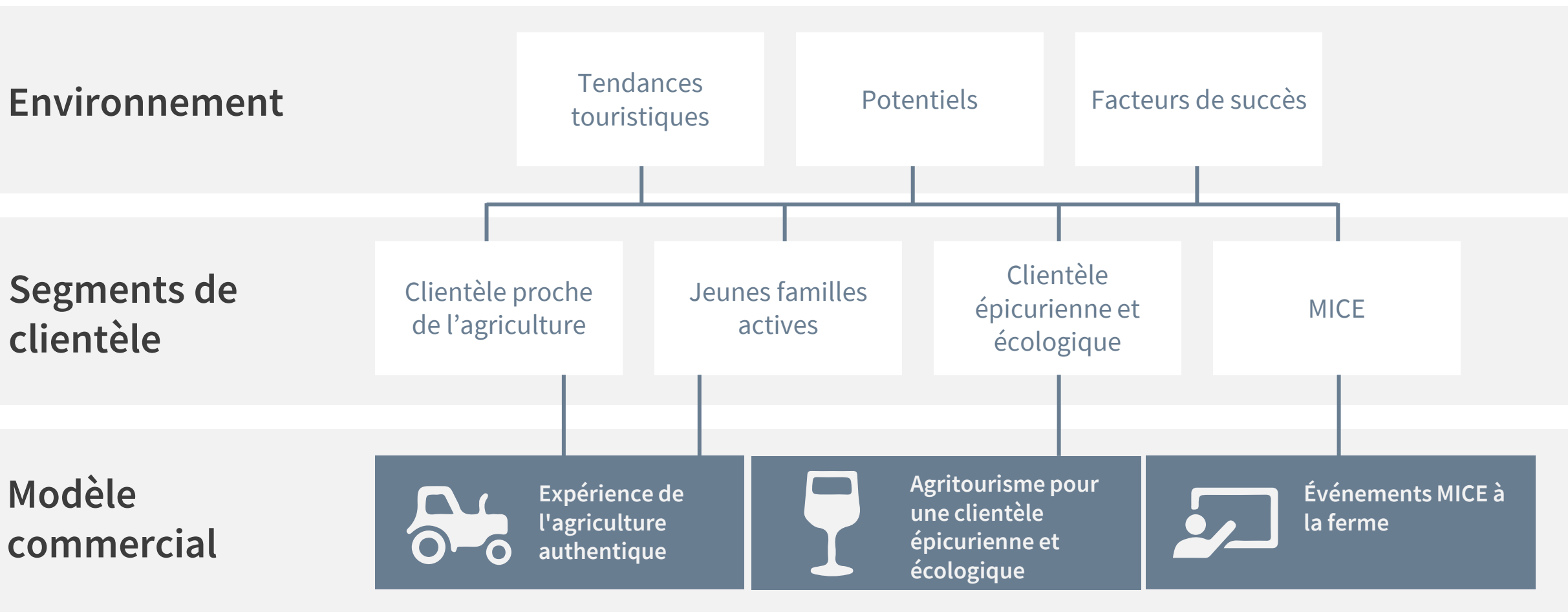
Conduite du modèle commercial

Business Governance, censée conduire à une productivité durable

Structure de base d'un modèle commercial agrotouristique



Les trois modèles commerciaux pour l'agrotourisme suisse



Vision globale



La ferme en tant qu'alternative touristique

- L'agritourisme est peu développé en Suisse en comparaison à d'autres pays.
- Cela est en partie dû à une législation restrictive. D'autre part, les offres existantes ne s'adressent qu'à une clientèle restreinte.
- Les modèles commerciaux visent à accroître le potentiel du domaine de l'agritourisme.



Les exploitations agritouristiques en tant que prestataires de produits régionaux, saisonniers et équitables dans un environnement authentique

- Les exploitations agritouristiques ont la possibilité de vendre leurs produits directement sur le lieu de production.
- Cette position stratégique apporte d'une part une valeur ajoutée à l'agriculture.
- D'autre part, la sensibilisation des consommateurs et consommatrices envers la production locale est encouragée.



Les exploitations agritouristiques en tant qu'enseignes de la production agricole et de la place touristique suisse

- La visite d'une exploitation agritouristique accroît la disposition à payer le prix pour des produits régionaux, saisonniers et durables.
- La place touristique bénéficie de la satisfaction de la clientèle grâce à une offre agritouristique professionnelle, soignée, authentique et de qualité.

Modèle commercial "Expérience de l'agriculture authentique»



L'offre agritouristique permet à un vaste segment de clientèle à petit budget de passer des vacances à la ferme

- Offre d'hébergement simple avec salle de bain privative ainsi qu'un petit déjeuner simple.
- Pour réduire le volume d'investissement, on renoncera aux offres additionnelles telles que la télévision ou le réfrigérateur.



La clientèle des exploitations agritouristiques a la possibilité de vivre une expérience proche de l'agriculture

- Offre d'une vision approfondie de l'univers agricole.
- L'aménagement des locaux et l'offre d'activités annexes.
- L'aménagement des locaux doit être aussi authentique et paysan que possible.
- Activités cadres personnalisées, allant d'offres simples telles que visites guidées de la ferme à un travail intensif à la ferme.



Une expérience authentique de vacances est proposée aux familles

- Le modèle commercial met l'accent sur la clientèle intéressée à l'agriculture et les familles avec enfants.
- L'offre doit être adaptée aux enfants.
- Les offres cadres à la ferme sont conçues spécialement pour les familles et peuvent comprendre différentes activités (p.ex. zoo pour enfants, aire de jeux)



Les volumes de bâtiments libres sont utilisés aux fins de l'agritourisme

- L'offre d'agrotourisme est réalisée dans des bâtiments existants.
- Il convient de veiller à ce que la transformation soit de qualité et qu'elle soit adaptée à la structure existante.

Modèle commercial "Agrotourisme pour épicuriens soucieux de l'environnement"



Les vacances à la ferme sont également attrayantes pour une clientèle disposant d'un budget de vacances plus important et ayant des exigences élevées ainsi qu'un besoin de nature

- Propose une offre de séjour avec un confort accru.
- Les chambres d'hôtes renferment quelques prestations additionnelles telles qu'un téléviseur, le Wi-Fi ou un mobilier de haute qualité.
- Les petits déjeuners paysans sont variés et préparés avec des aliments de la ferme et de la région issus d'une production durable.



Un séjour à la ferme alliant plaisir et authenticité est proposé à la clientèle

- Le plaisir des sens est primordial.
- La qualité des infrastructures de séjour influe sur la qualité de l'expérience à la ferme.
- De petites offres bien-être (p. ex. installation Kneipp ou sauna) apportent une valeur ajoutée pour la clientèle.



La clientèle séjourne dans des constructions neuves neutres en CO2 et autosuffisantes en énergie ou dans des bâtiments libres transformés

- Le volume d'investissement est généralement plus élevé que celui du modèle commercial « Expérience de l'agriculture authentique ».
- ». En cas de manque d'espace disponible, de nouvelles constructions modulables attrayantes (p. ex. dans le style bungalow) peuvent être considérées.
- Les nouvelles constructions ou les transformations doivent être le plus durables possible, autant sur le plan de la construction que celui de.



Des offres forfaitaires sont proposées à la clientèle épicurienne et écologique

- Les offres forfaitaires constituent une valeur ajoutée pour la clientèle (séjour et activité souhaitée).
- L'exploitation agritouristique bénéficie de la disposition de ce segment de clientèle exigeante à payer le prix.

Modèle commercial "Événements MICE à la ferme»



La clientèle MICE profite d'une infrastructure événementielle de haute technicité dans une ambiance authentique et paysanne

- Une salle de conférence répondant à des exigences élevées.
- Concerne en particulier la technique audiovisuelle de la salle, les infrastructures sanitaires et le matériel d'animation global.
- Le concept global de l'offre MICE est adapté au caractère de la ferme
- L'offre globale est cohérente en soi



La clientèle MICE apprécie les offres forfaitaires avec des infrastructures professionnelles à la ferme ainsi que la gastronomie et les possibilités d'hébergement dans la région

- Les offres forfaitaires sont conçues et mises en avant.
- Les prestations additionnelles sont également proposées.
- Les offres forfaitaires sont communiquées et vendues par l'exploitation agritouristique ainsi que par les partenaires.



es volumes des bâtiments existants à la ferme transmettent une atmosphère paysanne authentique

- Des volumes de bâtiments existants sont aménagés pour les offres.
- Cela permet de conserver le caractère de la ferme et d'optimiser les coûts de transformation tout en laissant une plus grande marge de manœuvre en matière d'aménagement du territoire.



Le succès des exploitations agritouristiques repose sur une bonne collaboration avec leurs partenaires

- Les exploitations agritouristiques n'ont pas toujours la capacité d'offrir elles-mêmes un forfait global complet.
- Une collaboration avec des partenaires (avant tout dans le domaine de l'hôtellerie et de la gastronomie) peut y remédier.
- Afin de proposer une offre professionnelle et de qualité, il convient de conclure des partenariats bien organisés.

Merci de votre attention !

Les initiateurs :



Berner Fachhochschule
► Hochschule für Agrar-, Forst- und
Lebensmittelwissenschaften HAFL



STV FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del turismo
Federaziun svizra dal turissem

