



Ethical  
Fashion  
Initiative



Financé par  
l'Union Européenne

**MASTERCLASS** Mardi 26 novembre 2019

# Le Business Model Canvas

LES  
OPPOR  
TUNITÉS  
SONT ICI  
BOOTCAMP

Proposée par



Animée par





## Clyde VACHER

- Linguistique et Communication
- 22 ans de RP & Com
- 10 ans DirCom groupe hôtelier
- Abidjan 2015
- Business Facilitation
- Coach ; Startupper







**Gombo**  
**Hive**



**MASTERCLASS** Mardi 26 novembre 2019

# Le Business Model Canvas

- **Se connaître**
- **Introduction au Business Model Canvas**
- **Mini pause**
- **Cas pratique**

Proposée par



Animée par





3.034

NO ES  
SOLO





# Votre Entreprise Clé en main

*Vous souhaitez créer votre entreprise ?  
Profitez de notre offre d'assistance*

À PARTIR DE  
**100 000 CFA**

*Registre de commerce , Rédaction de statuts , compte  
contribuable , Déclaration CNPS , Code Import Export*



**(+225) 84401424**



**BUSINESS  
PLAN EXPERT**

# Business Plan v/s Business Model

- **Business Plan**

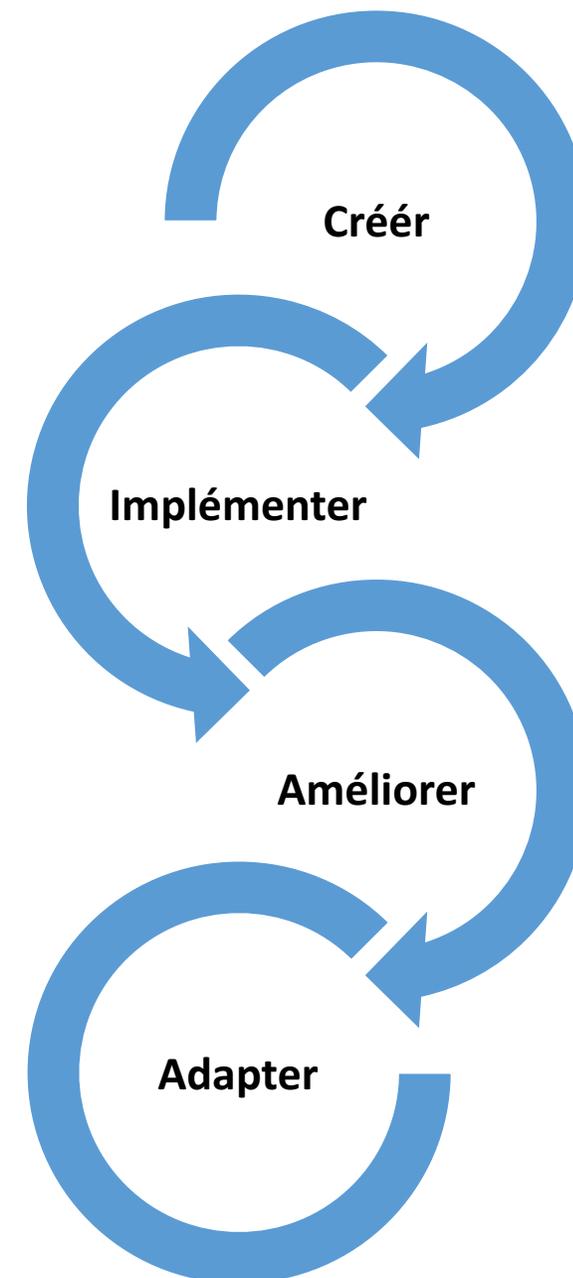
- Approche traditionnelle
- Prototypes fonctionnels
- Opérant sur des infos complètes et fiables
- Offerts au Marché selon procédés et étapes
- Pas d'échec possible

- **Modèle Economique**

- Approche Lean (allégée)
- Version simplifiée, mais acceptable, du produit
- Tester les hypothèses (sortir du bâtiment)
- Rapide, opérant sur des données suffisamment fiables
- Echec > Résilience...

# Idées et Actions intégrées

“There are no facts inside the building. **Get out of the building.**” - Steve Blank



# Développement par la clientèle (lean startup)

- **Sortez de chez vous**
  - La création d'une entreprise ne doit pas seulement être pensée dans un bureau
- **La théorie des types de marché**
  - Le type de marché définit le type de challenge que va devoir surmonter l'entreprise pour réussir
- **Trouver un marché pour le produit**
  - Il faut sortir des stéréotypes et aller à la rencontre des « vrais » clients
- **La phase de croissance du produit et de la société**
  - 4 étapes de croissance : la découverte de la clientèle, la validation client, la création de la clientèle et la création de la société
- **Apprentissage et itération**
  - Le succès d'une startup passe par l'apprentissage et les itérations

Vous tenez entre les mains un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers impatients de défier les modèles économiques dépassés et de concevoir les entreprises de demain.

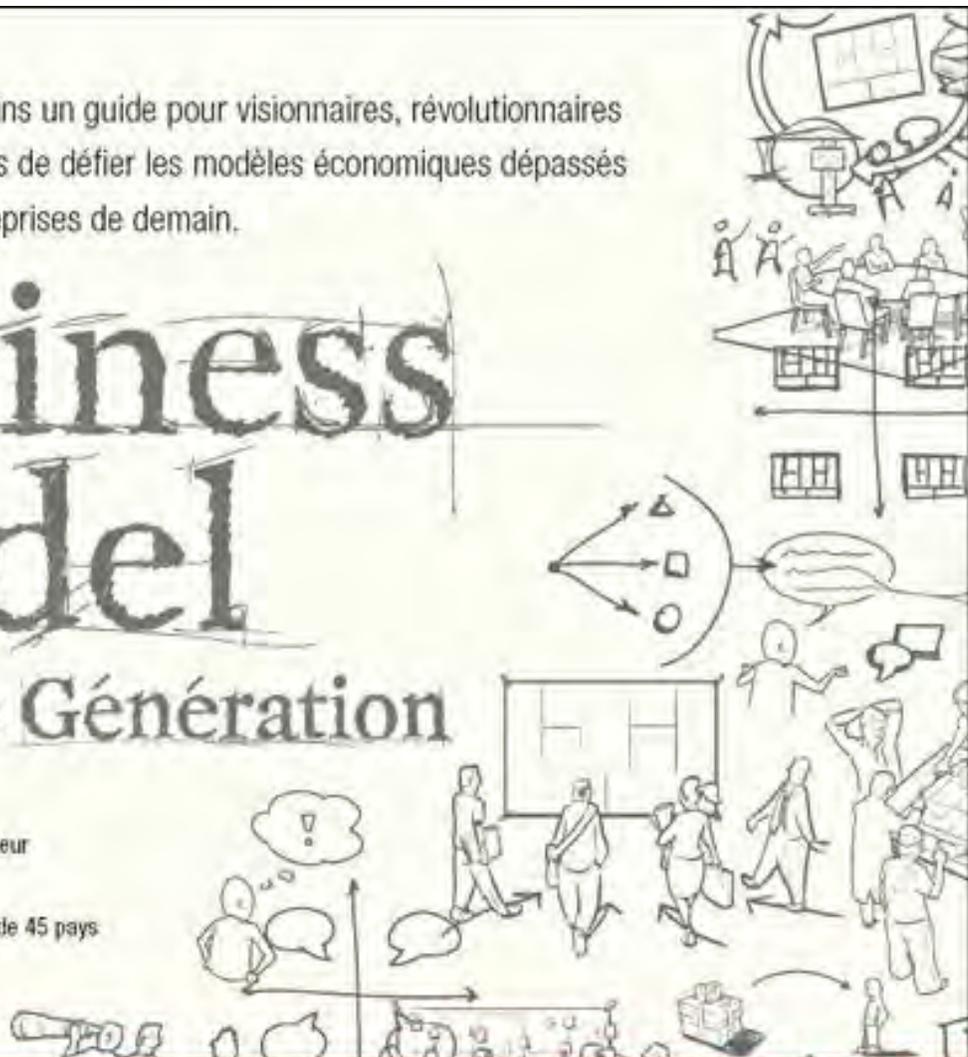
# Business Model

## Nouvelle Génération

Écrit par  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

En collaboration avec  
Une équipe de 470 professionnels de 45 pays

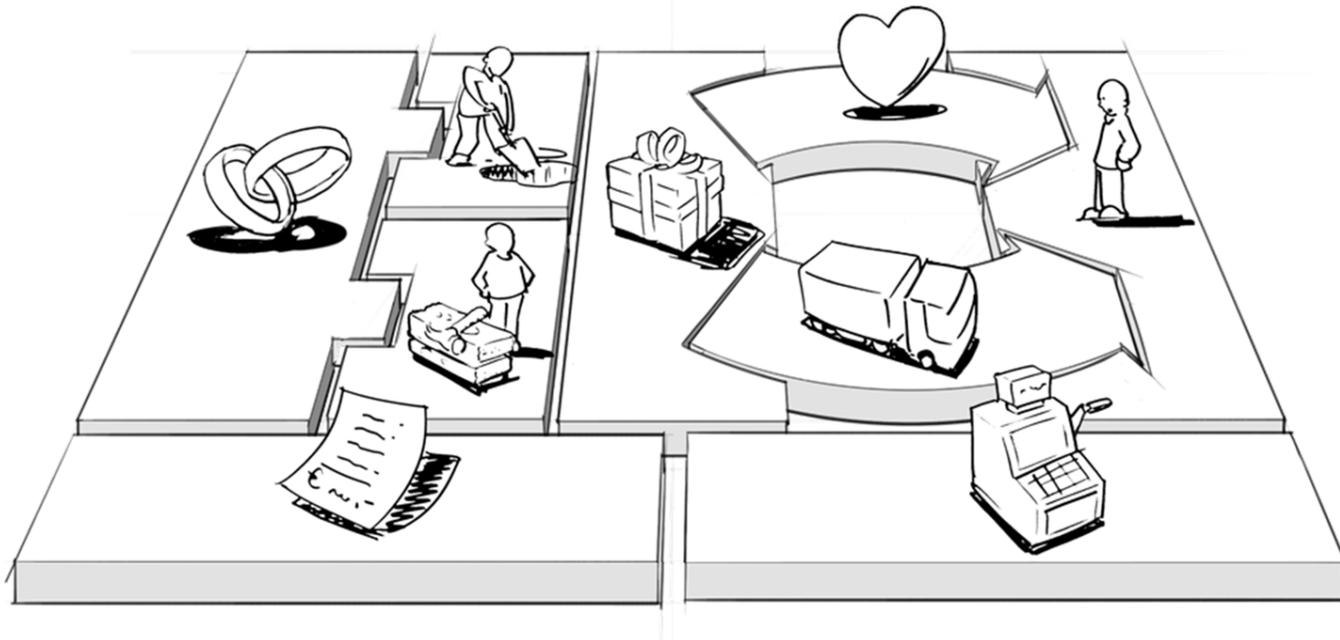
Conception graphique  
Alan Smith, The Movement



ALWAYS LEARNING

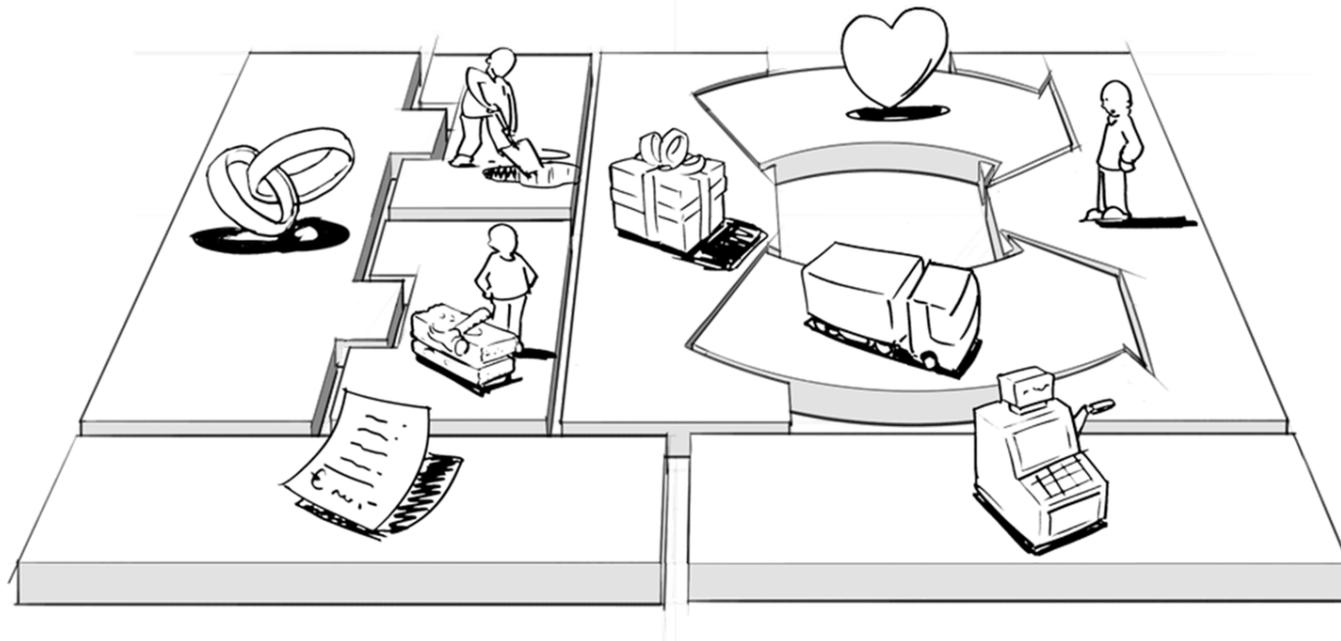
PEARSON

# La Matrice d'Affaires

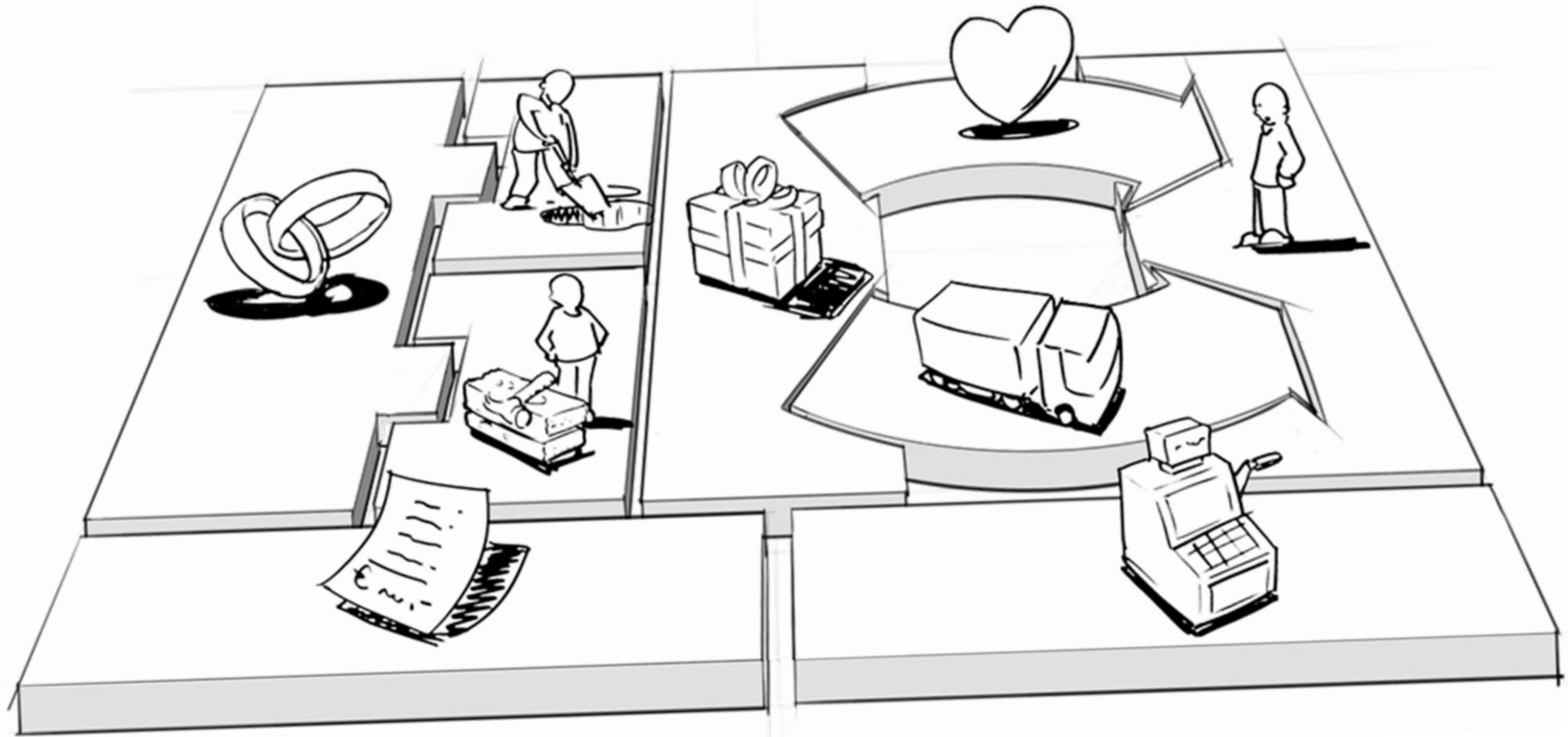


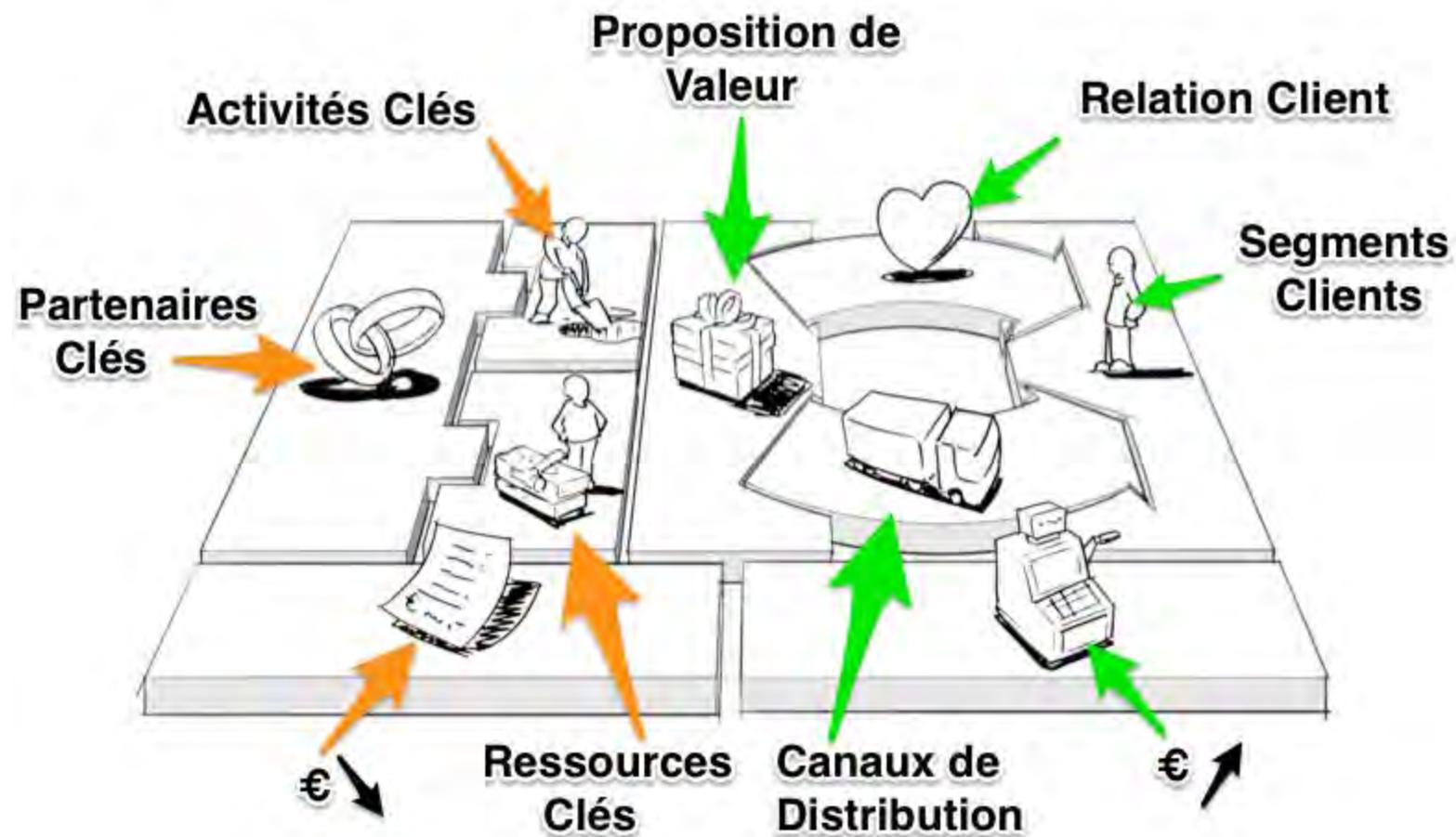
- Décrit la manière dont une organisation, crée, délivre et capture de la valeur
- Une représentation des facettes essentielles d'une entreprise ou d'un nouveau produit
- Un outil pour dresser un état des lieux du modèle économique d'une entreprise

# Le Business Model Canvas



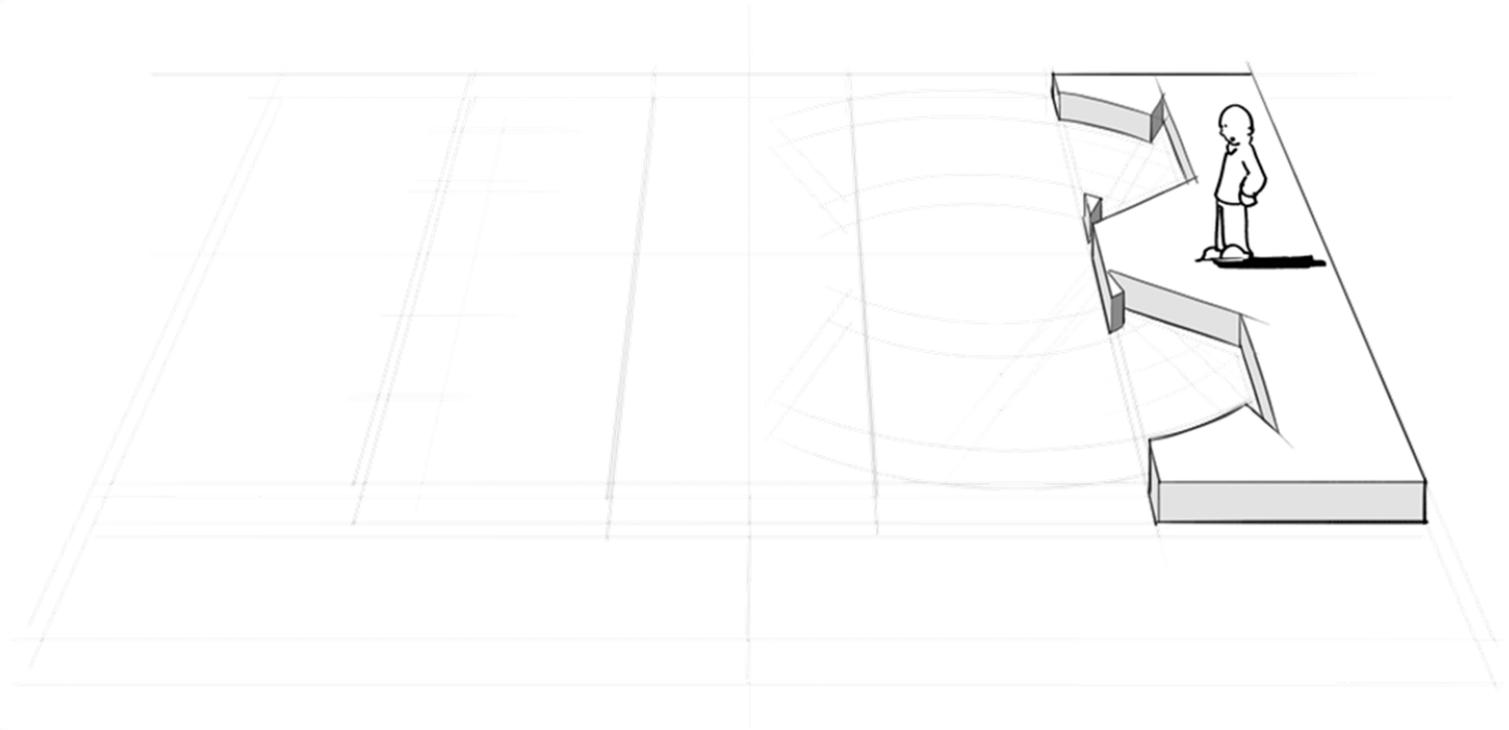
- Matrice visuelle
- 9 blocs
- 4 dimensions de l'entreprise :
  - Clients
  - Offre
  - Infrastructure
  - Viabilité financière





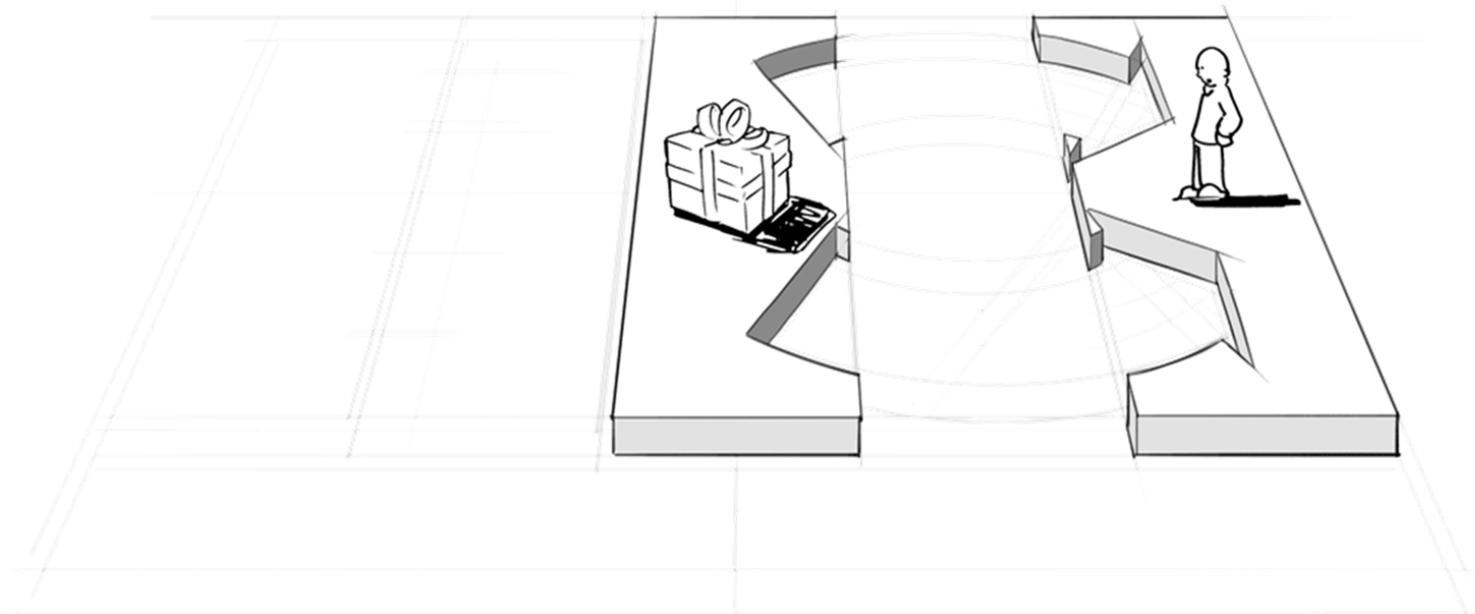
# Segments Clients

- Pour qui créez-vous de la valeur ?
- Qui sont vos principaux clients ?
- Identifier les clients selon le produit ou service conçu
  - Marchés de masse, de niche, segmentés, diversifiés ?

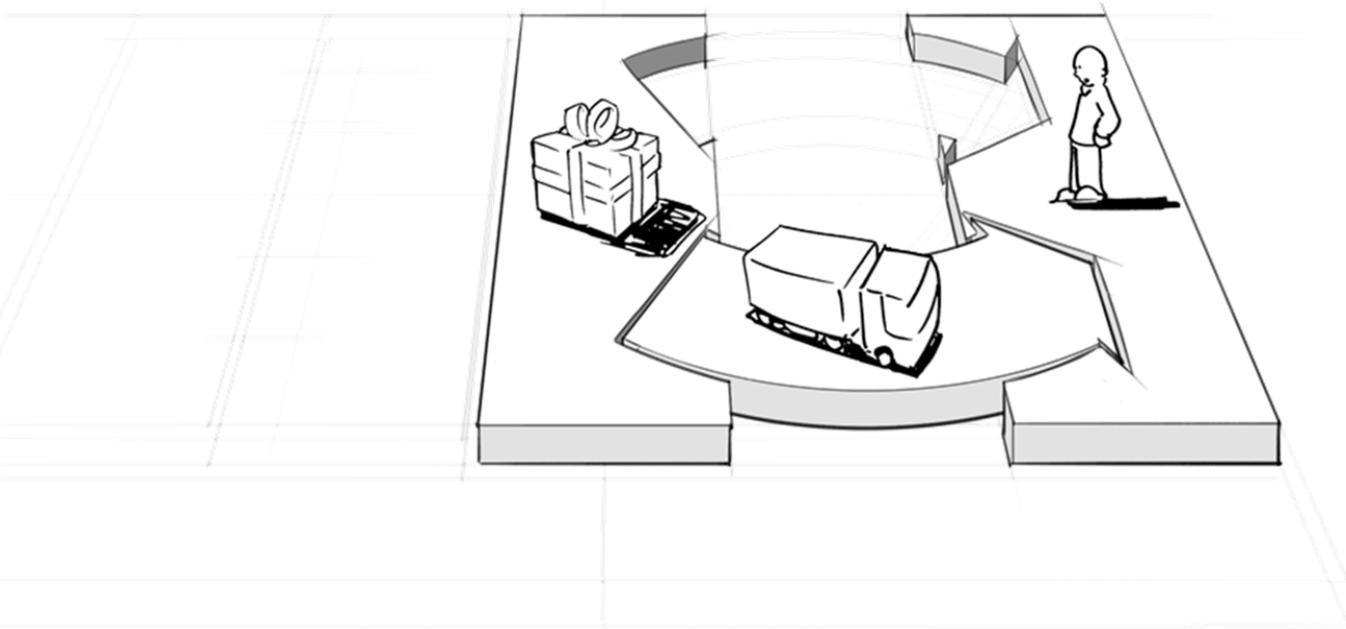


# Proposition de Valeur

- Pourquoi vos clients doivent-ils acheter votre produit ?
- Il y a un problème, vous avez une solution pour le résoudre...
- Qu'est-ce qui vous différencie de la concurrence ?

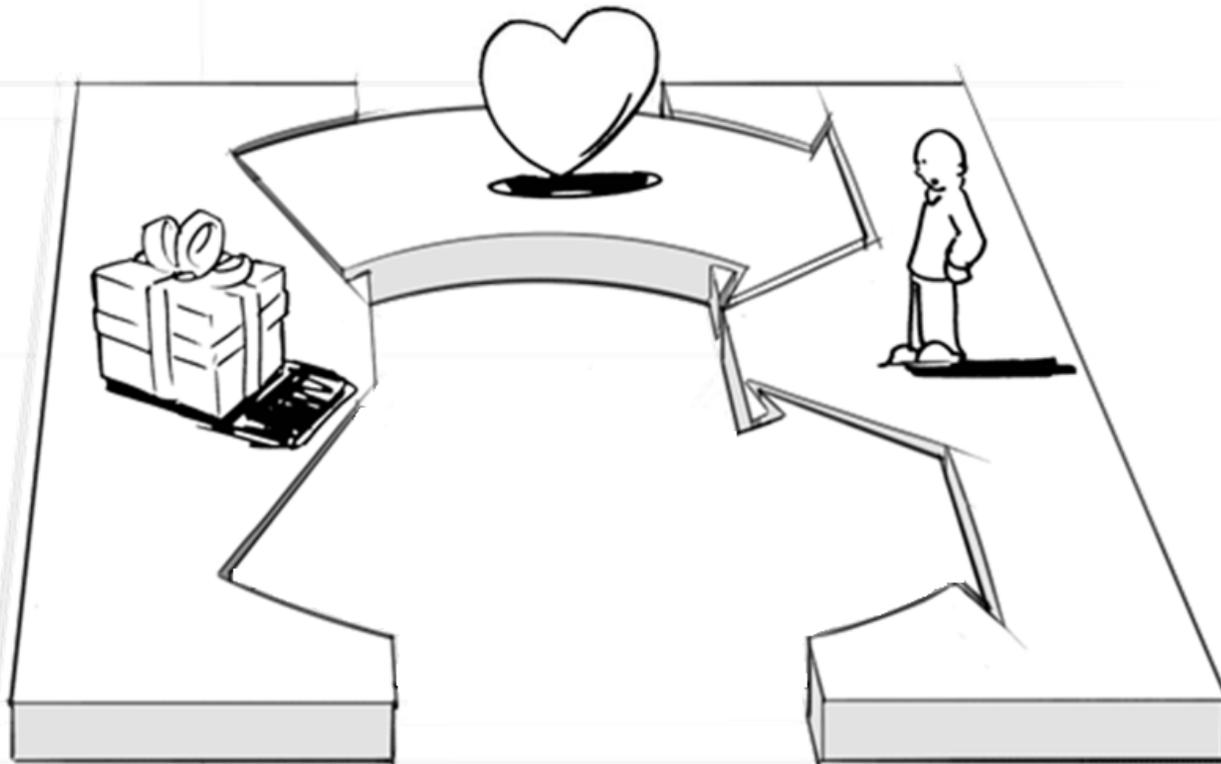


# Canaux de Distribution



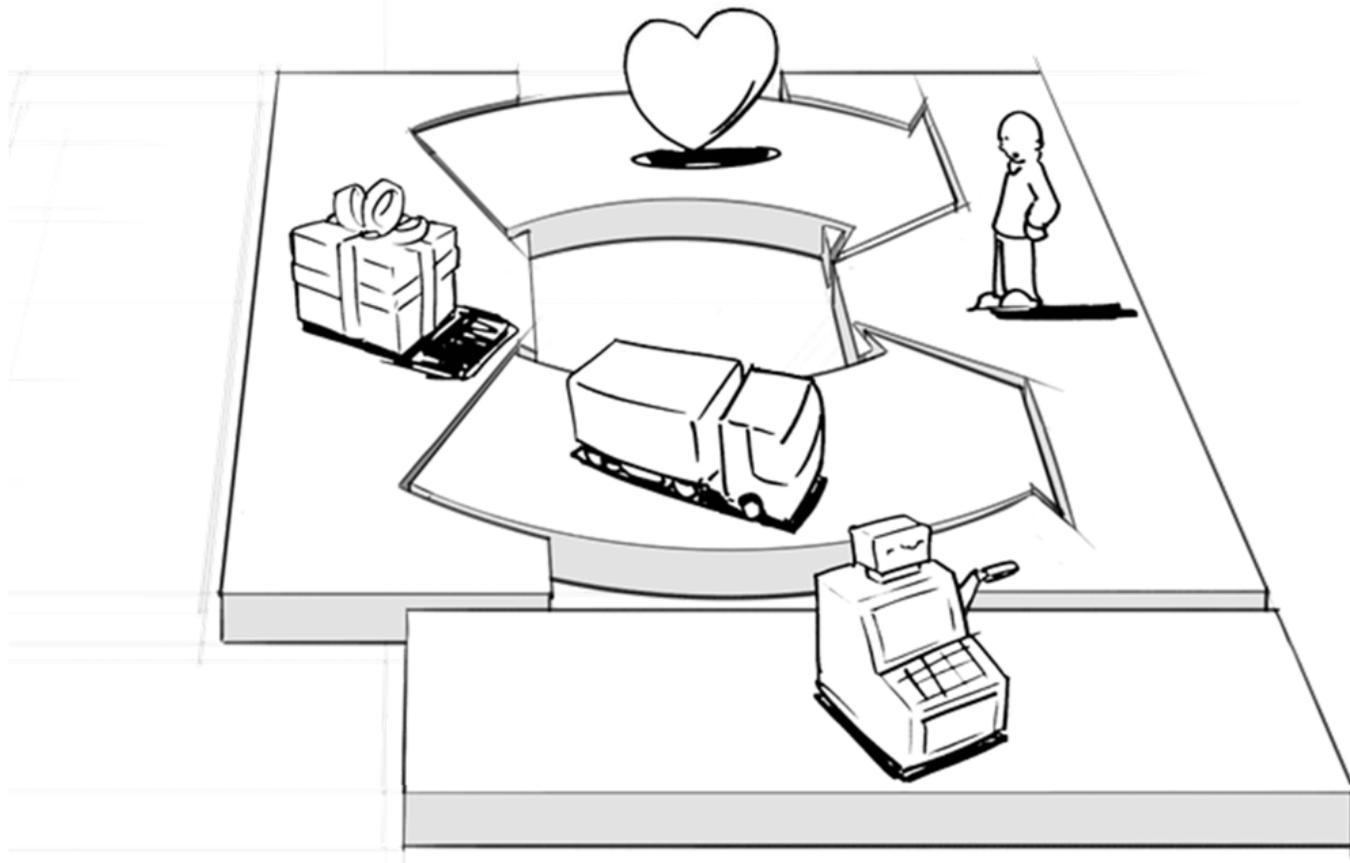
- Plusieurs canaux de Communication et de Distribution
- Comment allez-vous vendre votre produit/service ?
- Quelle solution de livraison ?
- Sensibilisation > Evaluation > Achat > Livraison > SAV...

# Relation Client



- Comment fidéliser les clients ?
- Quels types de relations avec quels segments de clientèle ?
- Quelles actions à mettre en place ?
- Quels outils, quels coûts ?

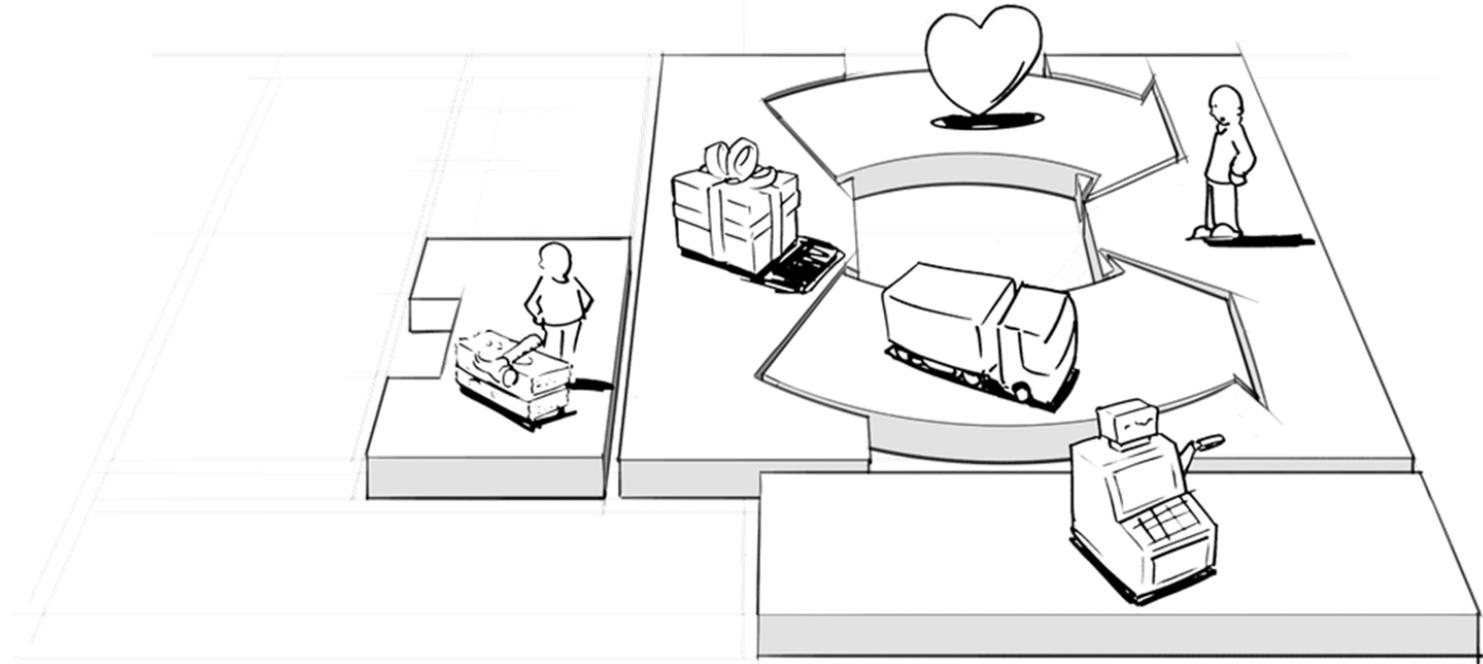
# Flux de Revenus



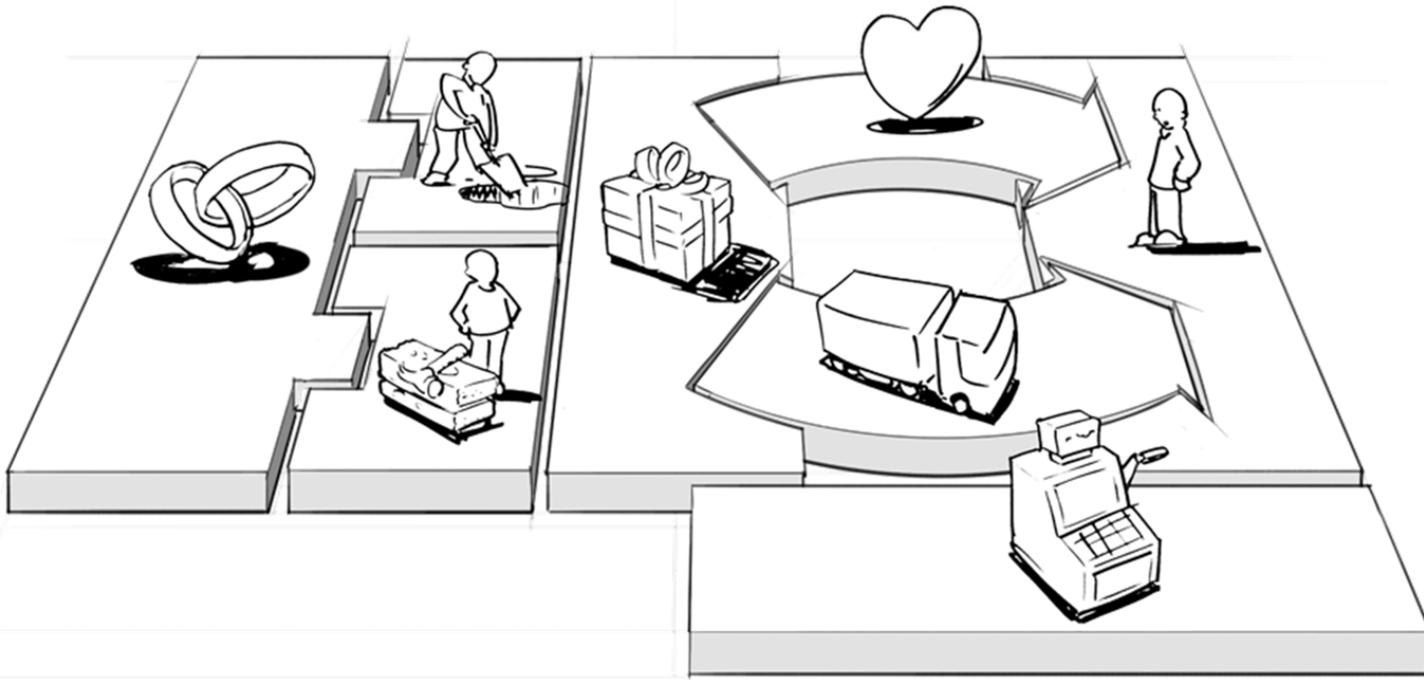
- Comment gagnez-vous de l'argent ?
- Quels prix établis ?
- Combien dépensez-vous pour chaque activité ?
- Part de chaque source de revenus sur le revenu global ?

# Ressources Clés

- Indispensable au fonctionnement et au développement de l'entreprise
  - Pour la proposition de valeur, les canaux de distribution, les relations clients, les sources de revenus...
- Physiques, intellectuelles, humaines, financières...

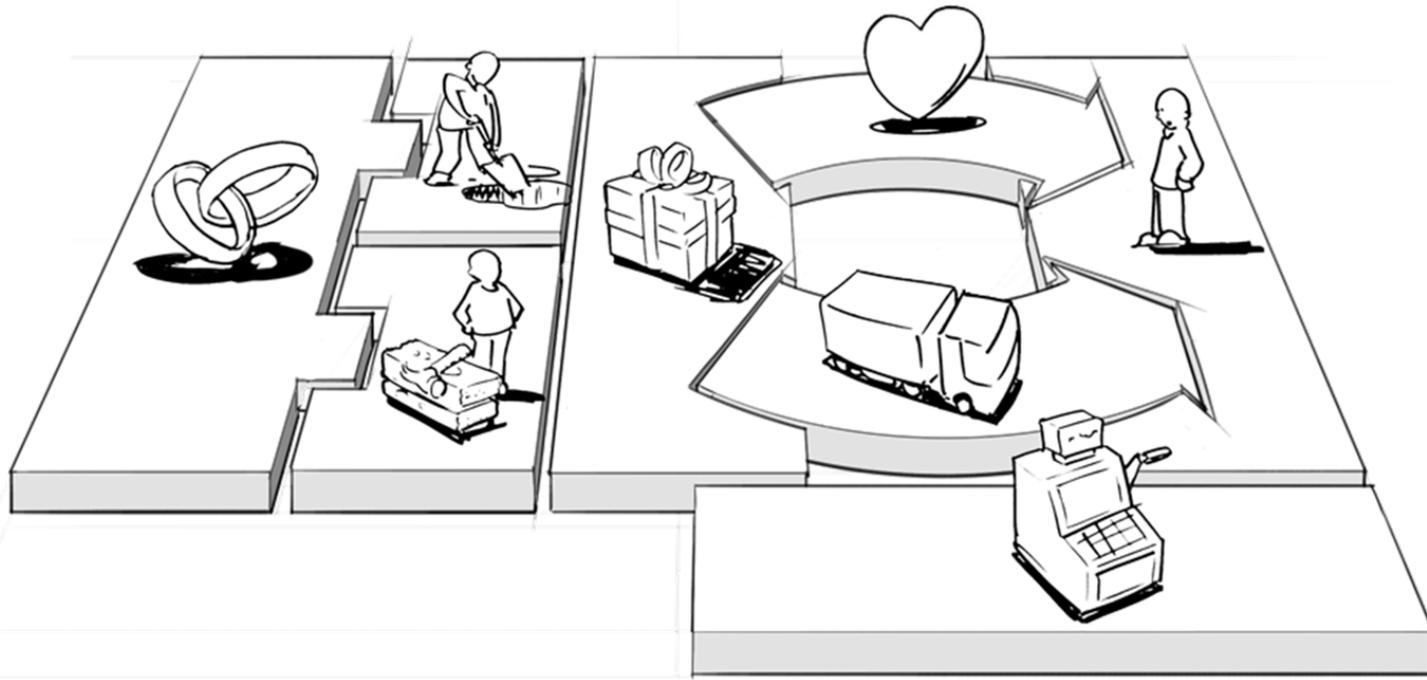


# Partenaires Clés



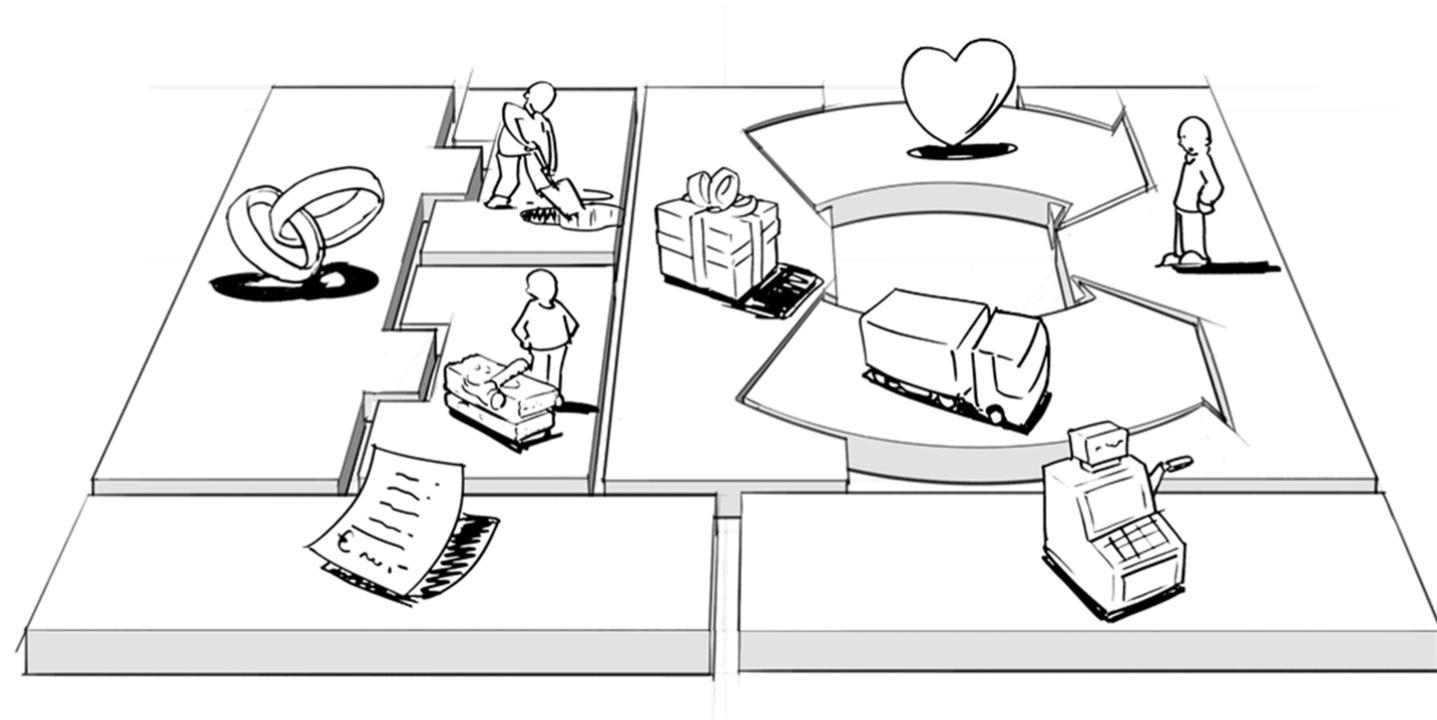
- Quels partenaires stratégiques ?
- Quels fournisseurs clés ?
- Quelles ressources acquises via partenaires ?

# Activités Clés

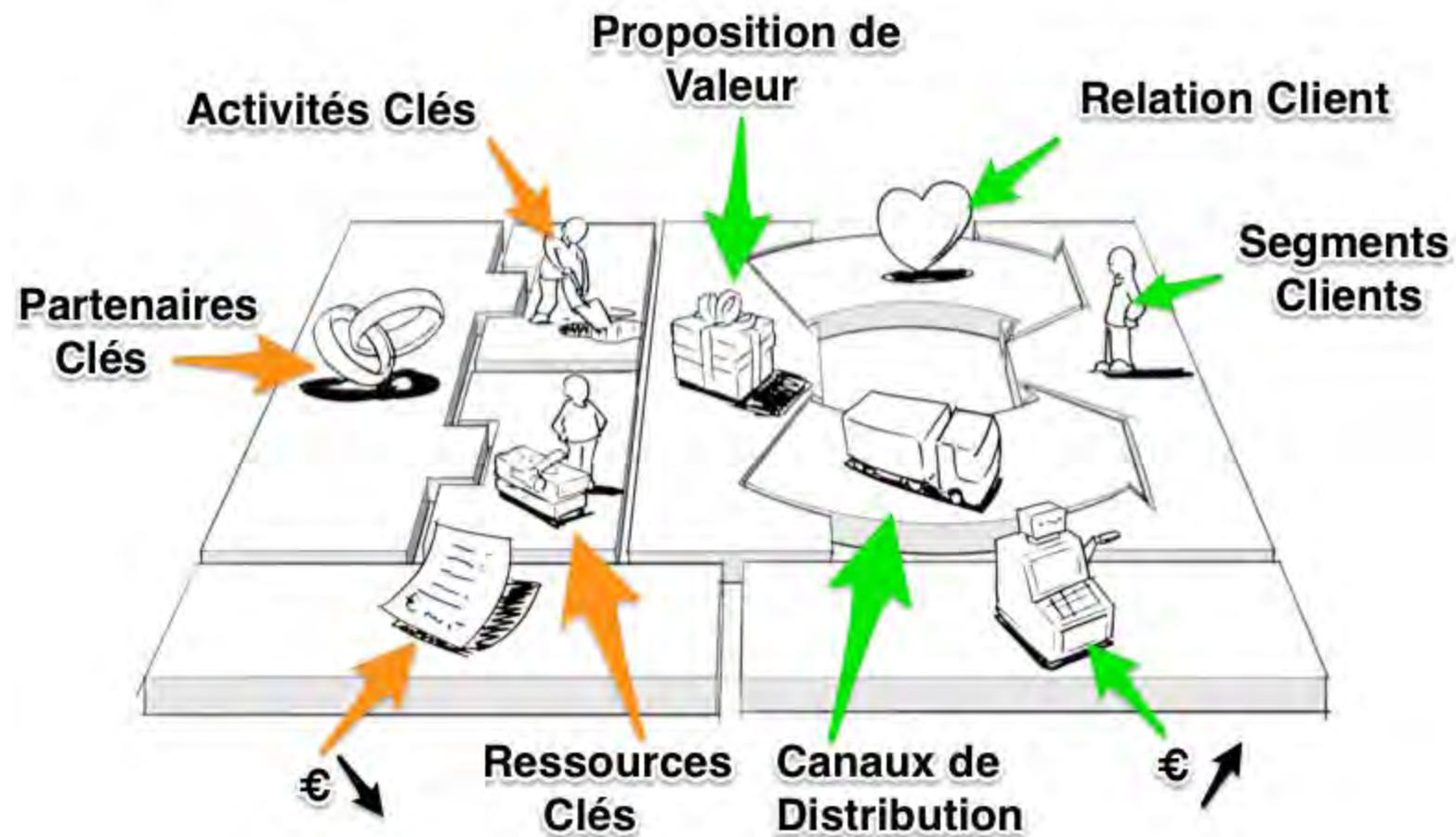


- Les activités les plus importantes
  - Pour la proposition de valeur, les canaux de distribution, les relations clients, les sources de revenus...

# Structure de Coûts



- Quels coûts ? Surtout les plus importants...
- Ressources et Activités clés les plus coûteuses
- Inhérents au modèle économique choisi





<p><b>Partenaires Clés</b></p>  <p>Grande distribution</p> <p>Fabricants machines à café</p>	<p><b>Activités Clés</b></p>  <p>Production Marketing</p> <p>Marketing Production Logistique</p>	<p><b>Proposition de Valeur</b></p>  <p>Dolce Gusto : machine et capsules multi-boissons</p> <p>Nescafé : café soluble de qualité</p> <p>Expresso "comme au restaurant"</p>	<p><b>Relation Client</b></p>  <p>Grande distribution</p> <p>Magasin en ligne</p> <p>Club Nespresso</p>	<p><b>Segments Clients</b></p>  <p>Marché de masse</p> <p>Foyers</p> <p>Marché entreprises</p>
<p><b>Structure de Coûts</b></p>  <p>Marketing et Ventés / Production</p> <p>Fabrication / Marketing / Distribution et Canaux</p>		<p><b>Flux de Revenus</b></p>  <p>Ventes en grande distribution (marges plus faibles)</p> <p>Principaux revenus : capsules / Autres : machines et accessoires</p>		



**COLIBA**

La technologie au service du recyclage et traitement des déchets  
plastiques

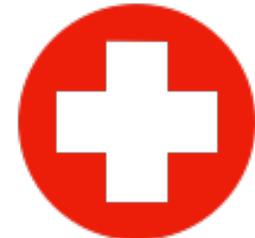
# La gestion des déchets est un enjeu majeur pour les grandes villes Africaines



Préserver l'environnement



Créer des emplois



Améliorer la santé publique

# Les zones urbaines de la Côte d'Ivoire produisent



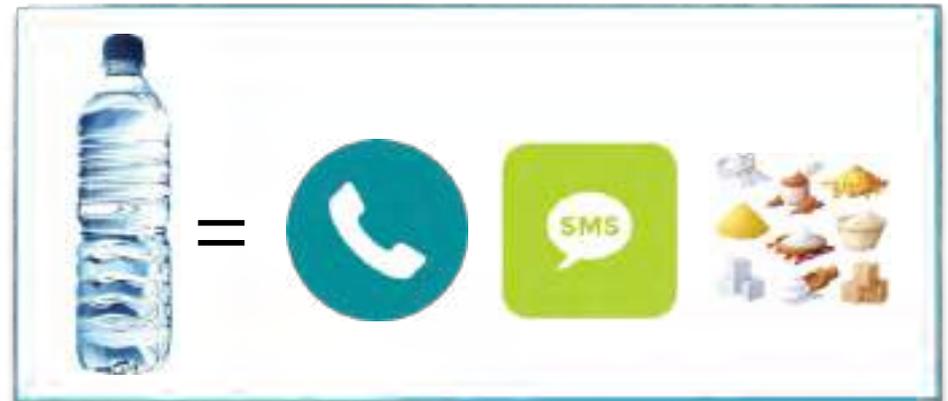
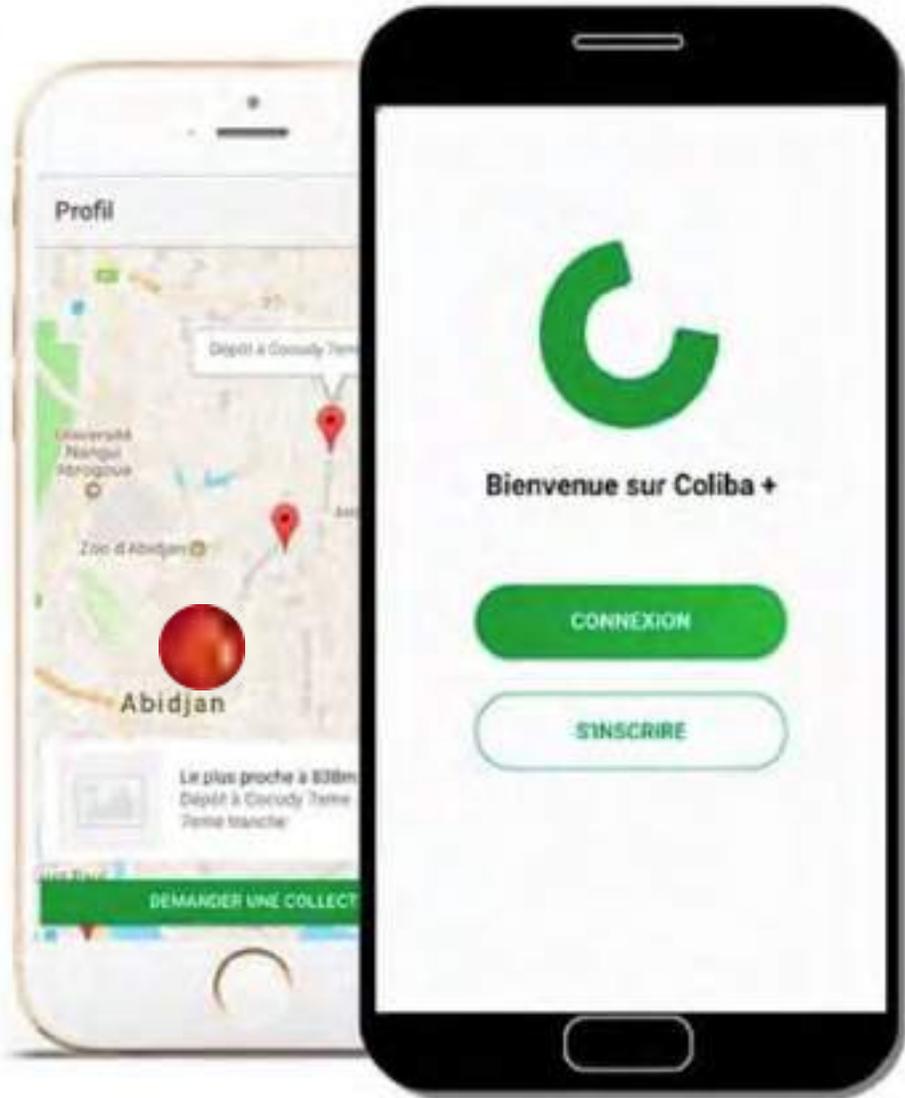
420 k

tonnes de déchets **plastiques** par an

90%

non recyclés

# Notre solution



# Résultats satisfaisants



6 Hôtels

+1 tonne/J



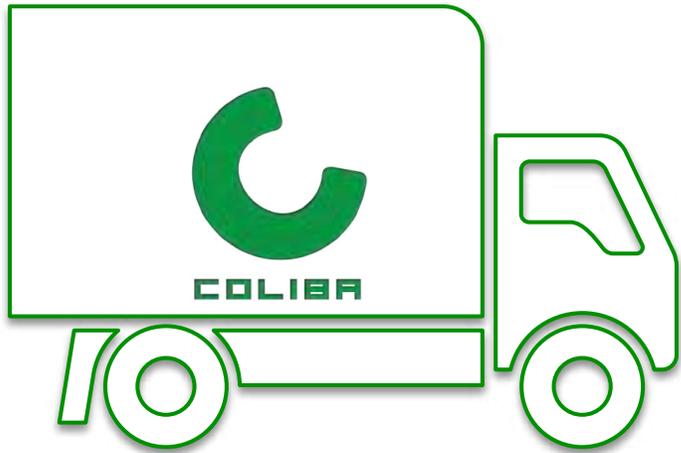
16 restaurants



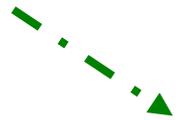
L'ORÉAL



# Un système de transformation mobile et flexible



1. Tri et broyage

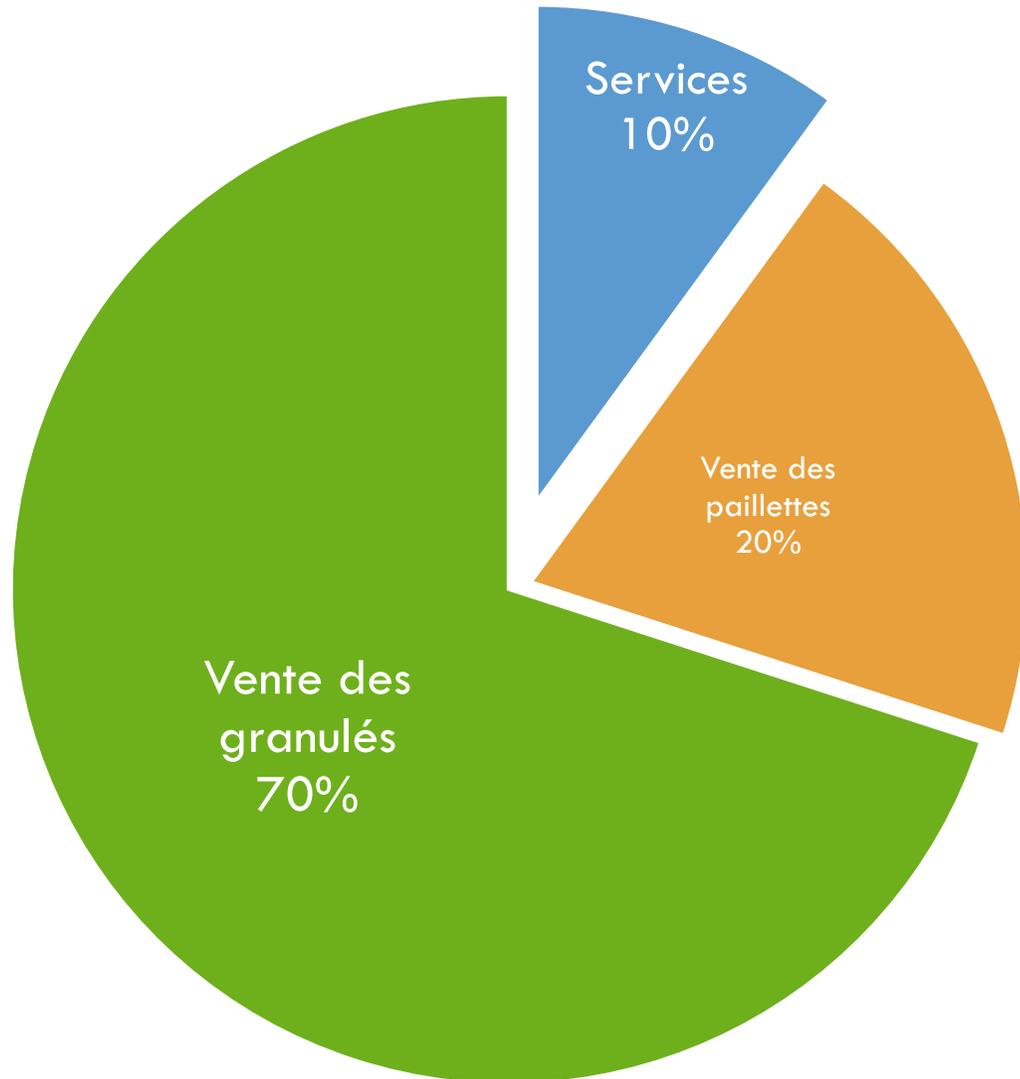


2. Lavage et séchage  
3. Granulation



4. Vente aux plasturgistes locaux

# Un modèle économique



..en fonction du niveau de développement de chaque pays

**3 MM CFA**

de chiffre d'affaires par an en Côte d'Ivoire

**13 MM CFA**

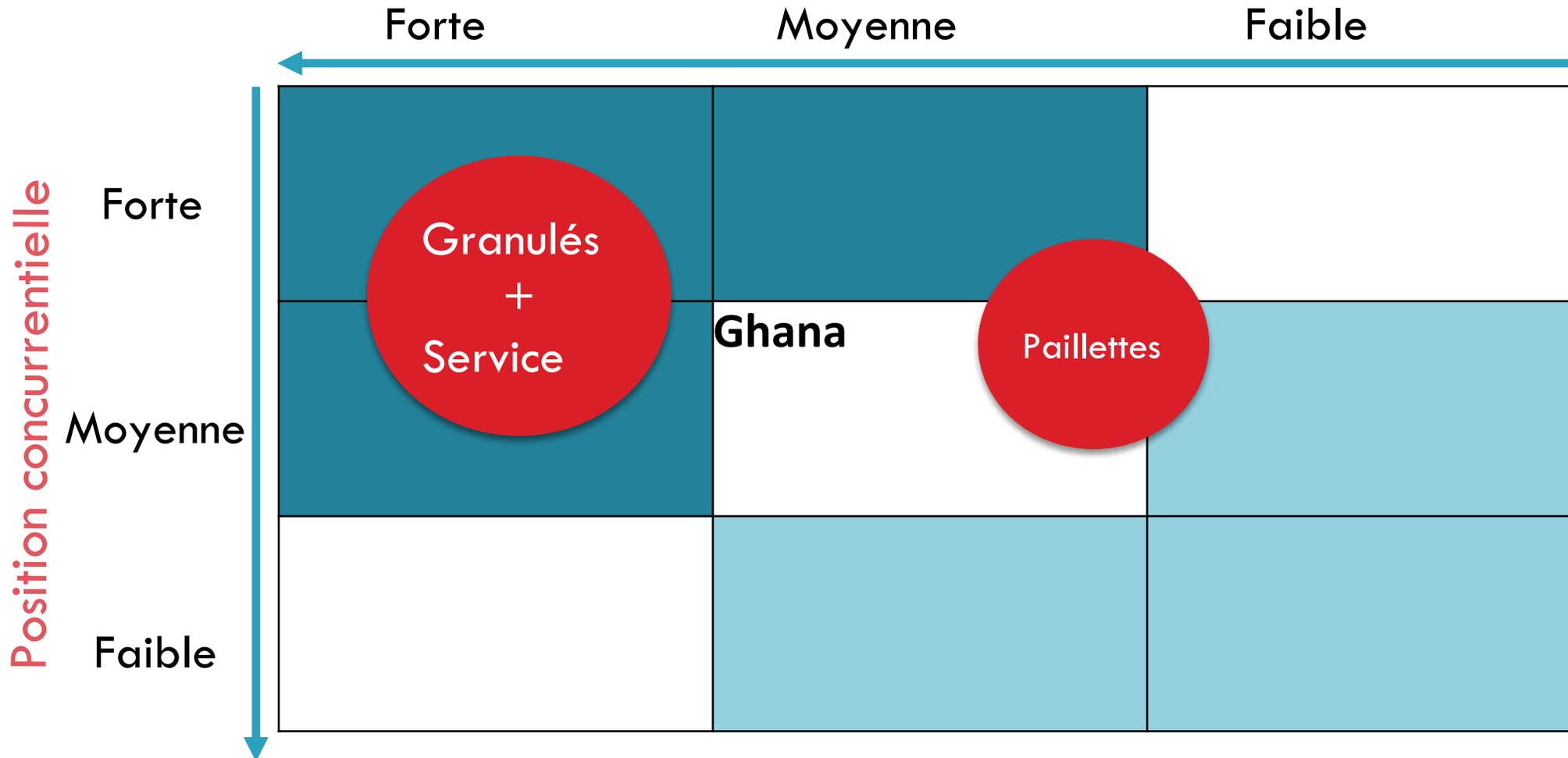
de chiffre d'affaires d'ici 5 ans

**20%**

De bénéfices

# Un modèle économique évolutif

Attractivité du marché



# COLIBA 2022

Côte d'Ivoire 2017



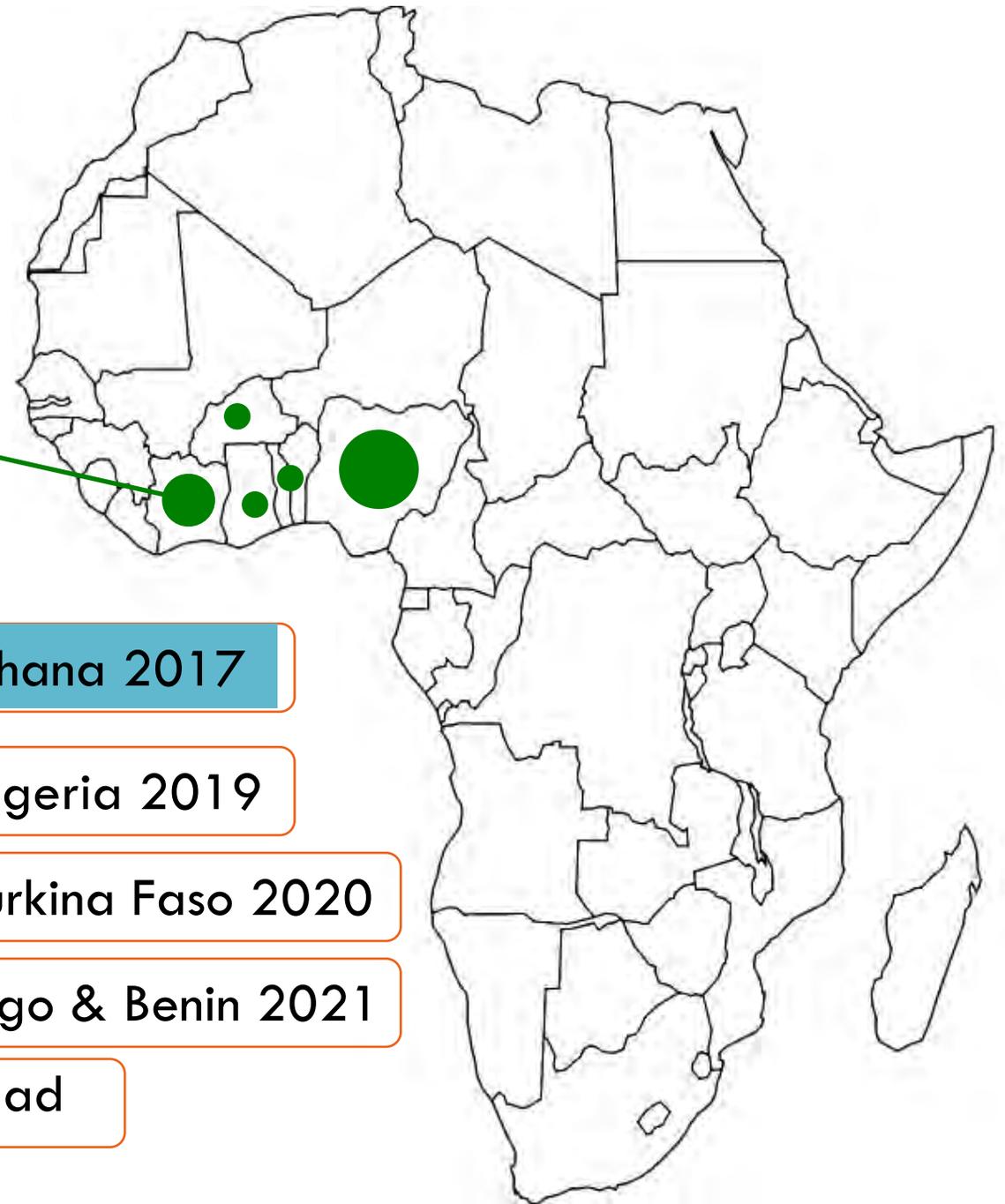
Ghana 2017

Nigeria 2019

Burkina Faso 2020

Togo & Benin 2021

Tchad



# Un projet inclusif : Les femmes d'abord



350

**Emplois** directs et indirects en  
Côte d'Ivoire

1300

Dans 7 pays

# C O L I B A - MTN un partenariat stratégique gagnant - gagnant



- Hébergement de nos données
- Le service cloud pour une meilleure mobilité



- Convertir les points en data
- Connexion internet haut débit

# Équipe solide et diversifiée



**Yaya KONE**  
Co-fondateur,  
Responsable de collecte et des  
opérations



**Genesis EHIMEGBE**  
Co-fondateur,  
Responsable financement et  
business développement

Oui !  
Faire de l'Afrique  
un continent sans déchets plastiques



How can you

describe your

Business Model?

---

# Clyde VACHER

---

- [clyde@interaction.africa](mailto:clyde@interaction.africa)
- [www.interaction.africa](http://www.interaction.africa)
- Tél. : (225) 65 40 00 94

