

<http://lionelmaltese.fr>

@lionelmaltese

Sae GEA GEMA2A

16/12/2025

**Création d'activités / Business Model
Rappels BUT GEMA 2^{ème} année
8H Chrono**

8H Chrono
Rappels BUT GEMA 2^{ème} année

Lionel Maltese

Maître de Conférences Aix Marseille Université CERGAM / Université Laval Québec

Professeur Associé Kedge Business School

Entrepreneur Sport Business

5 écosystèmes d'affaires / 5 enseignants

- Tirage au sort d'un sujet (écosystème d'affaire/industrie) par équipe : 1 sujet par professeurs (E. Caolova, E. Thevenin, L. Paris, C. Pain-Barre et L. Maltese)
- Equipes de 2 à 4/5 maximum
- Coaching enseignant et évaluation de l'organisation du temps/efficacité et du livrable



An aerial photograph of a winding asphalt road cutting through a dense forest of snow-covered evergreen trees. The road has white dashed lines and curves in a series of loops. The scene is captured from a high angle, showing the texture of the snow and the dark trunks of the trees.

Roadmap stratégique : création d'activité

- Evaluation
- Organisation
- Mise en œuvre

Evaluation

OFFRE:

- Proposition de valeur pour les clients (outputs commerciaux)
- Segmentation marketing : cibles commerciales incluant utilisateur/payeur/prescripteur

INTERNE :

- Identification ressources & compétences (inputs)
- Evaluation VRIO (cf stratégie)

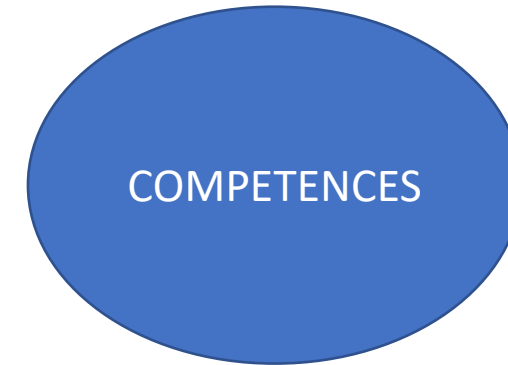
EXTERNE

- MACRO ENVIRONNEMENT PESTEL (cf stratégie)
- MICRO ENVIRONNEMENT : 5 Forces PORTER (cf stratégie)

Ce que l'on a ?



Ce que l'on fait avec ce que l'on a ?

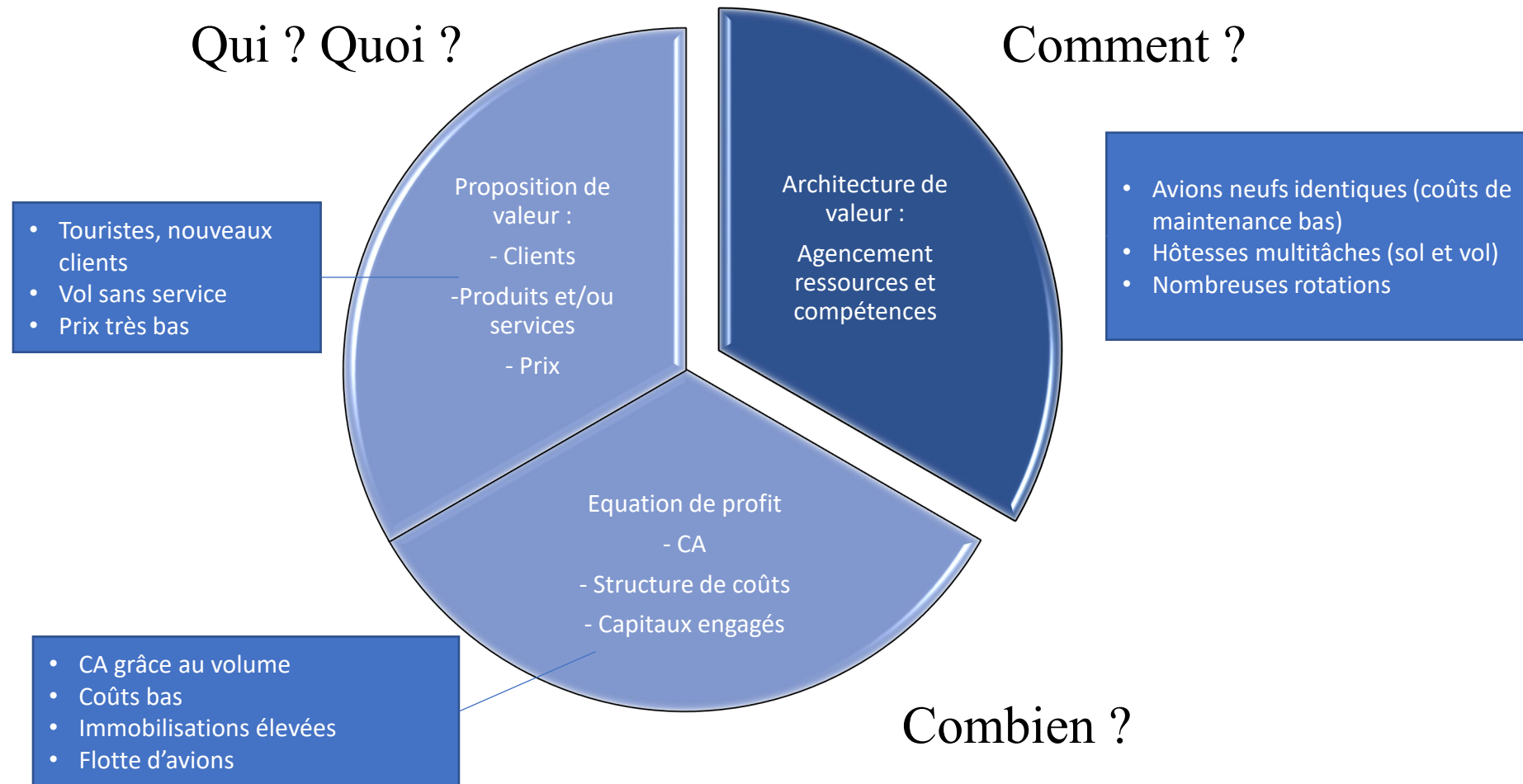




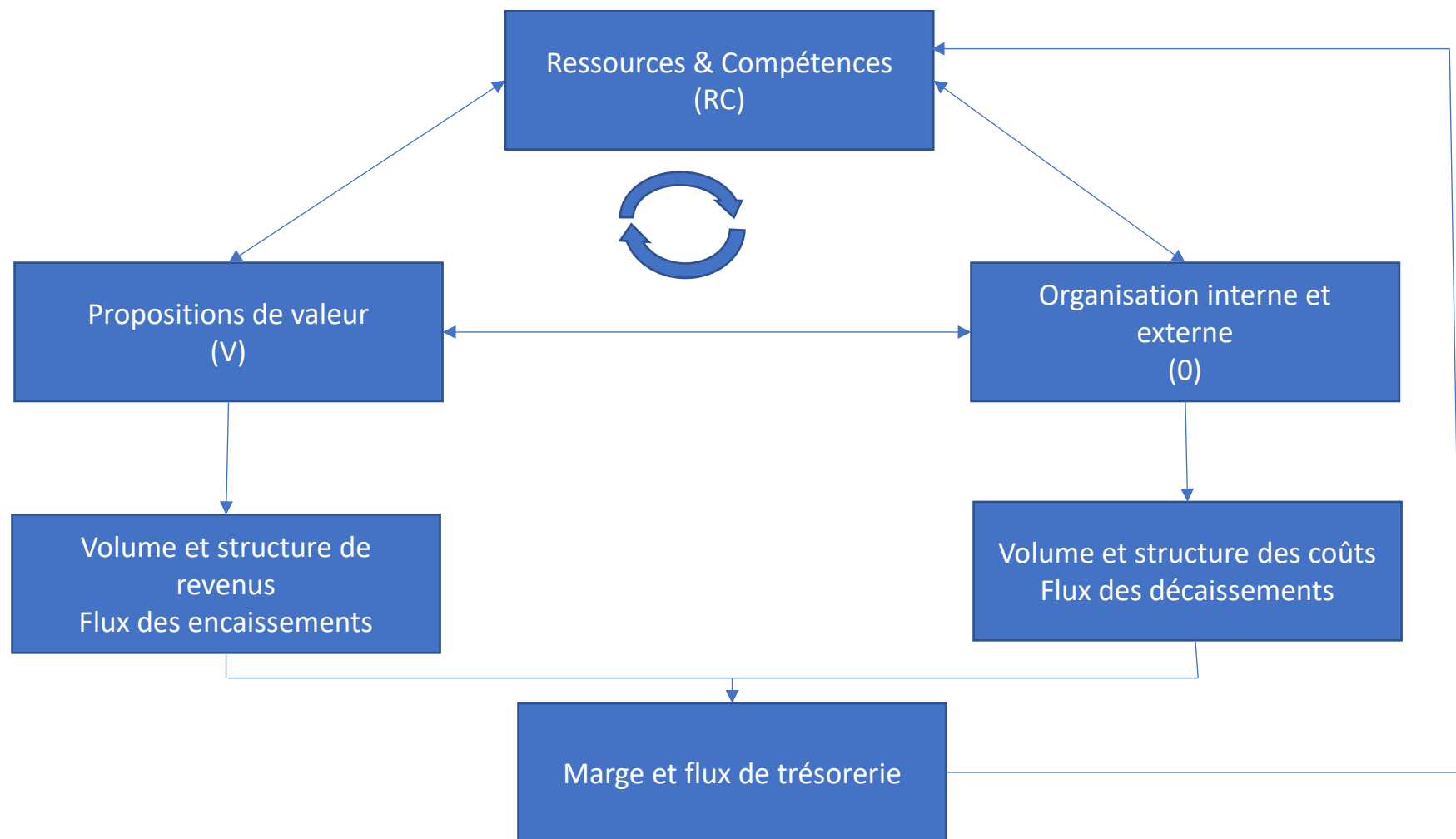
Organisation

- Description du Business Model (au choix)
 - CANVAS
 - RCOV
 - HEC
- Orchestration (Configuration) ressources et compétences = **BOÎTE NOIRE (Black Box)** avec Lionel Maltese

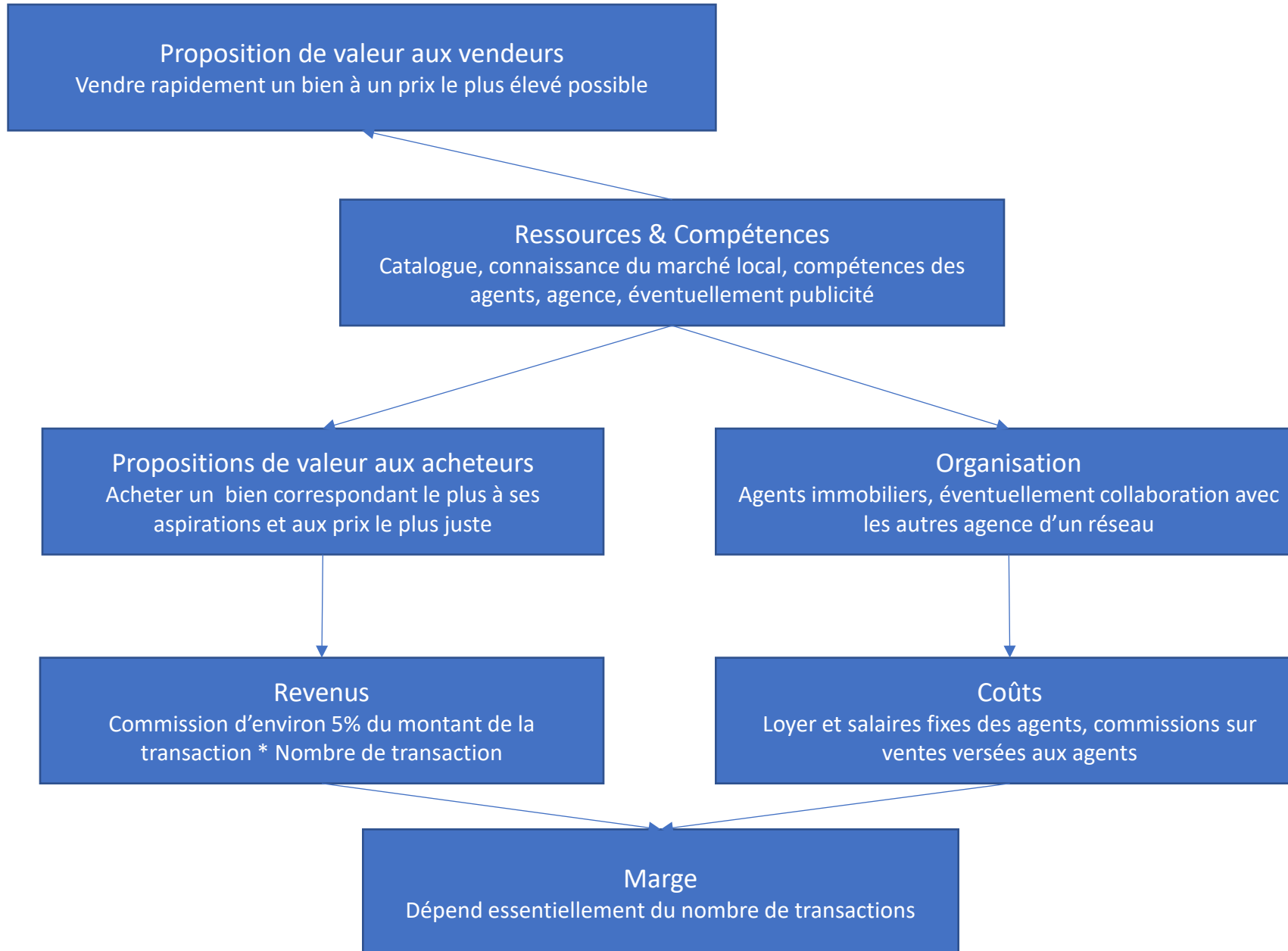
Exemple d'une compagnie aérienne low-cost



Modèle RCOV (Demil, Lecoq, Warnier)



Le BM des agences immobilières



BUSINESS MODEL CANVAS

- Document décrivant un business model simplicité.
- Représentation en une seule page, au travers d'un canevas, l'ensemble des points clés du BM.

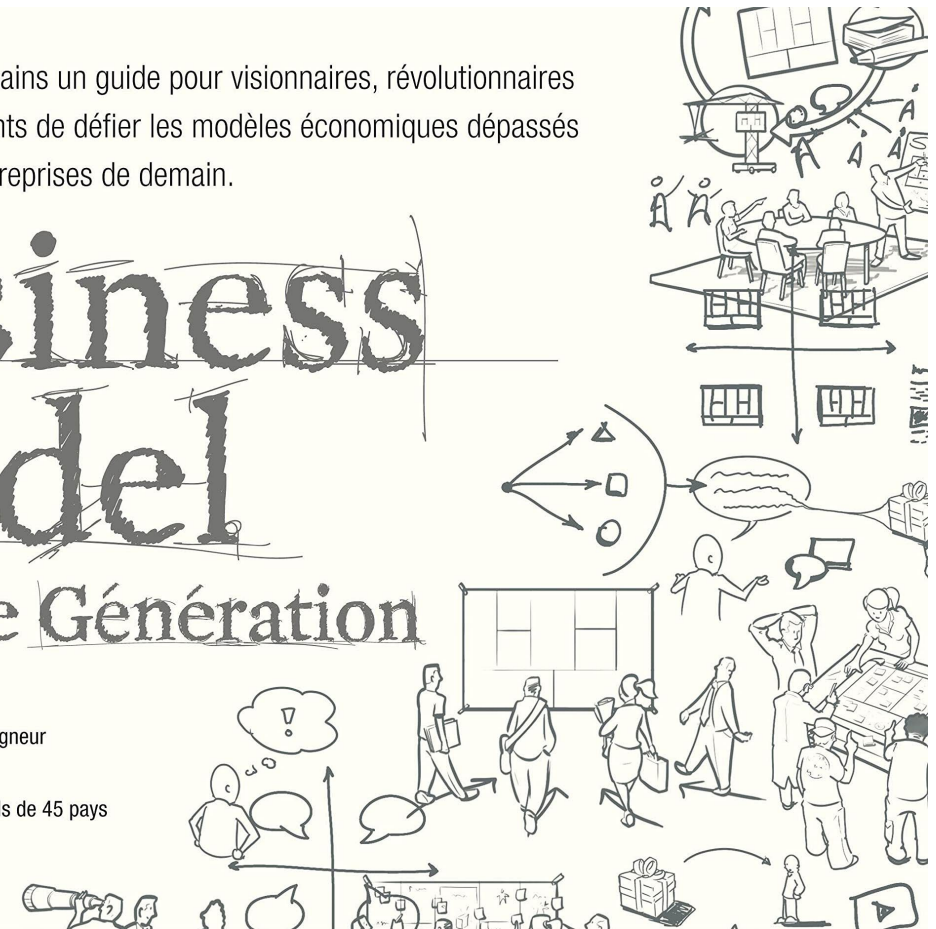
Vous tenez entre les mains un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers impatients de défier les modèles économiques dépassés et de concevoir les entreprises de demain.

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



Partenaires clés Fournisseurs et partenaires clés grâce auquel le modèle fonctionne	Activités clés Quelles activités / processus clés nos propositions de valeur exigent-elles ?	Proposition de valeur Combinaison produits/services qui crée de la valeur pour un segment Quelle valeur apportons nous ? Quels problèmes contribuons nous à résoudre ?, à quels besoins répondons nous ?	Relation avec les clients Quel type de relation chacun de nos segments souhaite-t-il que nous entretenions avec lui ?	Segments de clients Différents groupes d'individus ou d'organisations cibles Pour qui créons nous de la valeur ?
	Ressources clés Actifs les plus importants requis : Physique, humains, financiers,...		Canaux Comment l'entreprise communique et entre en contact avec ses segments pour apporter une proposition de valeur	
Structure des coûts Coûts inhérents au modèle économique Coûts les plus importants Ressources clés les plus coûteuses Activités clés les plus coûteuses			Flux de revenus Revenus générés par chaque segment Pour quelle valeur nos clients sont ils disposés à payer ? Pourquoi et comment payent-ils, préfèrent-ils payer ?	

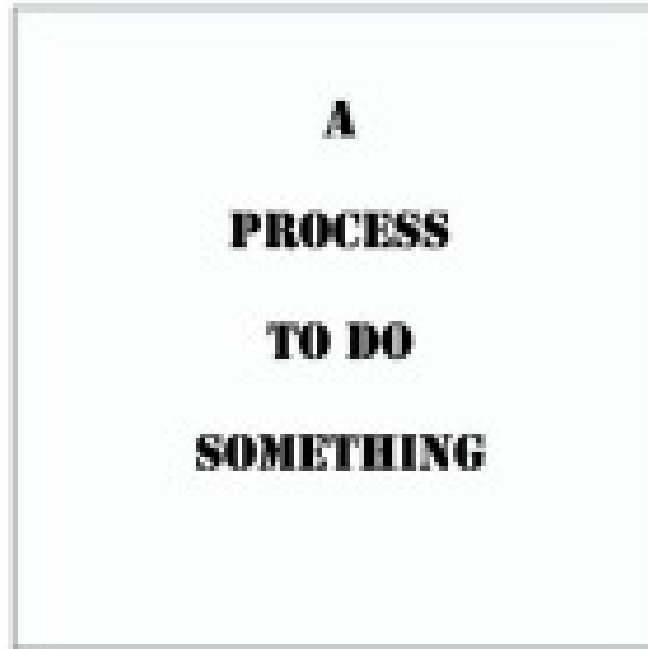
**BUSINESS PROCESS
MODEL**

INPUTS

DEMAND
→

RESOURCES
→

**TRANSFORMATION
PROCESS**



OUTPUTS

PRODUCTS OR SERVICES
→

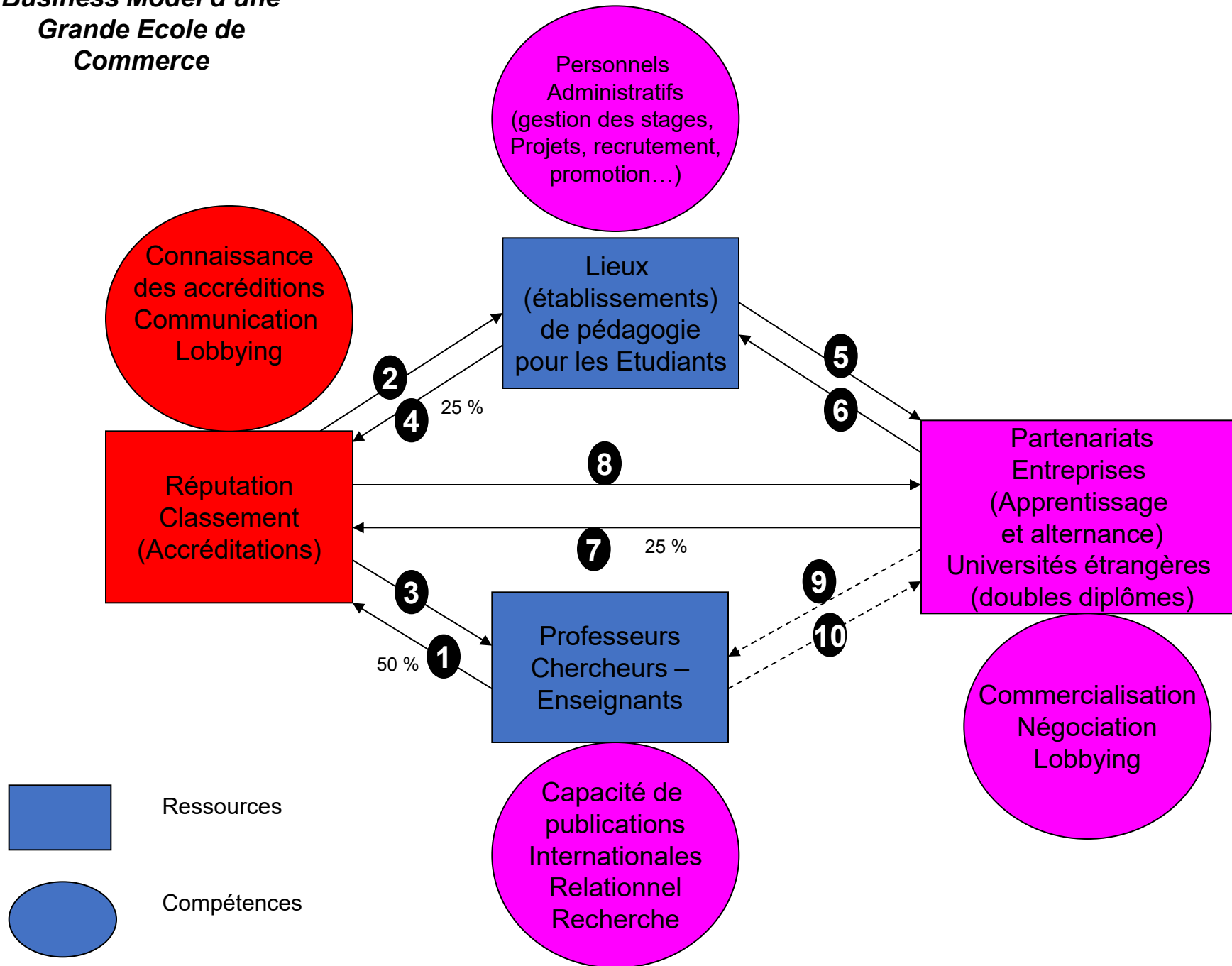
BY PRODUCTS
→

RETURN ON INVESTMENT
→





**Business Model d'une
Grande Ecole de
Commerce**



Mise en œuvre

- Budget prévisionnel de lancement de l'activité (Cash In / Cash out)
- Organisation des ressources humaines :
 - Internalisation (salaires)
 - Externalisation (prestations)
- Perspectives commerciales :
 - exploitation – diversification – portefeuille d'activités



125,058	154,568	95,054	124,500
125,487	56,845	97,511	125,000
124,000	110,000	99,011	154,000
105,450	150,000	99,216	95,000
86,502	35,000	101,090	154,200
	83,000	101,684	110,000
	45,000	101,962	89,000
		102,747	50,000
			68,700
			123,000

Critères d'évaluation	Points
Proposition de valeur (outputs commerciaux)	2
Segmentation Marketing (persona) prévisionnel / parcours client type	2
Identification des actifs (ressources & compétences) et évaluation du potentiel VRIO	3
Analyse du Macro-Environnement (PESTEL) et des 5/6 Forces Concurrentielles / activité principale	3
Photographie du modèle économique (RCOV ou HEC ou CANVAS)	2
Analyse dynamique de la configuration des actifs : modélisation économique du Business Modèle	4
Prévisionnel financier et plan de financement du lancement de l'activité	2
Perspectives : développement d'activités et financement de la croissance	2
	20

Critères PFAO durant la journée	Points
Pertinence : adéquation avec le marché (futurs clients / concurrents) environnement éco / légal / social...	6
Faisabilité : mobilisation des savoir-faire / ressources / compétences adaptées à la production de l'offre pour générer des rentes	6
Acceptabilité : partie prenantes (fournisseurs, partenaires, futurs salariés...) mobilisables pour participer à la construction/performance de l'activité	6
Organisation de l'équipe / respect du timing / Efficacité	2
	20