

[\*\*http://lionelmaltese.fr\*\*](http://lionelmaltese.fr)

**@lionelmaltese**

Sae GEA GEMA2A  
16/12/2025

Création d'activités / Business Model  
Rappels BUT GEMA 2<sup>ème</sup> année  
8H Chrono

8H Chrono

Business Model  
Rappels BUT GEMA 2<sup>ème</sup> année  
8H Chrono



*Lionel Maltese*

*Maître de Conférences Aix Marseille Université CERGAM / Université Laval Québec*

*Professeur Associé Kedge Business School*

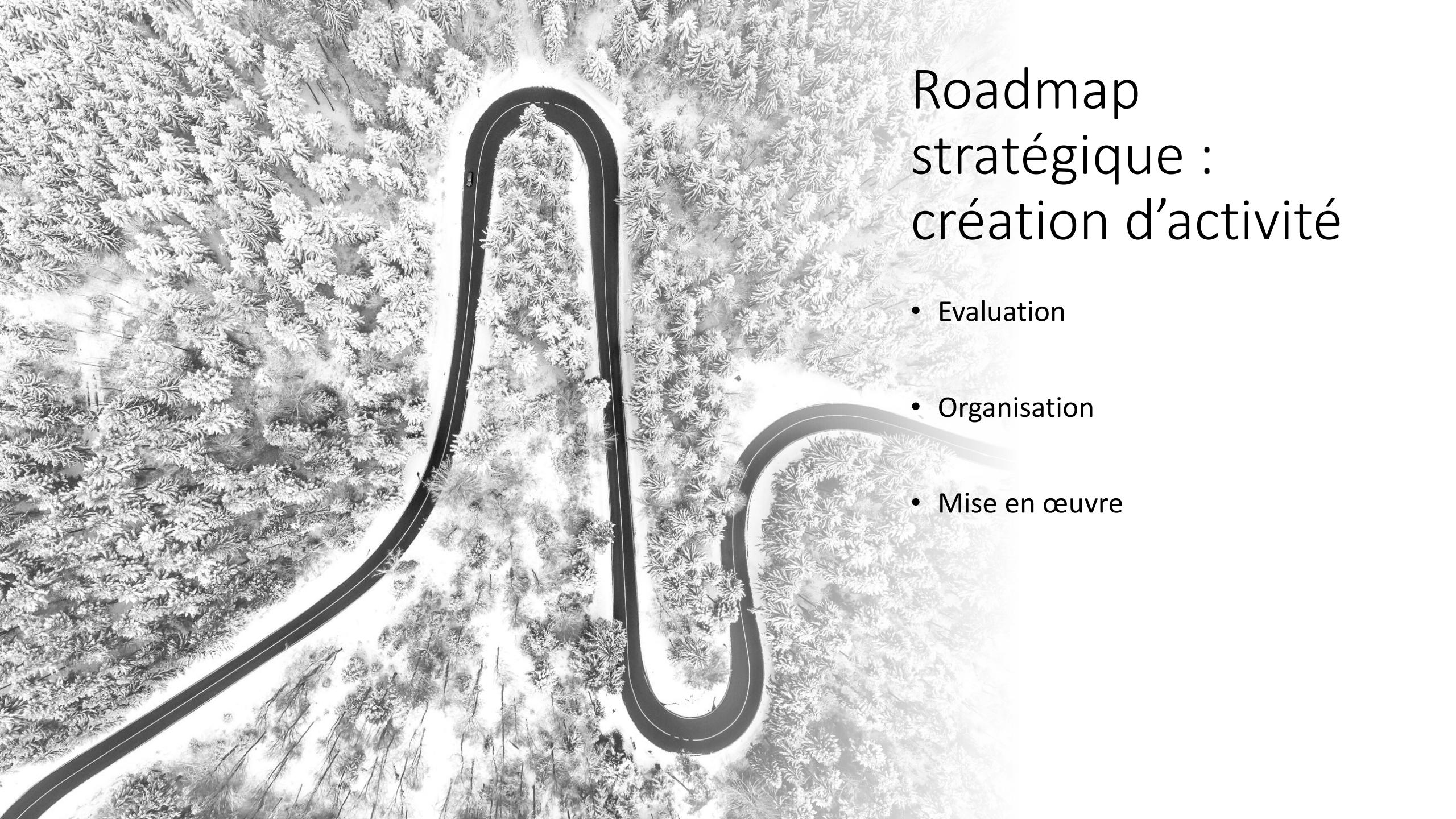
*Entrepreneur Sport Business*

## 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 délivrable



An aerial photograph of a winding black asphalt road through a dense forest. The trees are heavily laden with snow, creating a high-contrast black and white scene. The road curves from the bottom left towards the top right, with several sharp turns. The surrounding landscape is a mix of dark evergreen branches and bright white snow.

# 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)

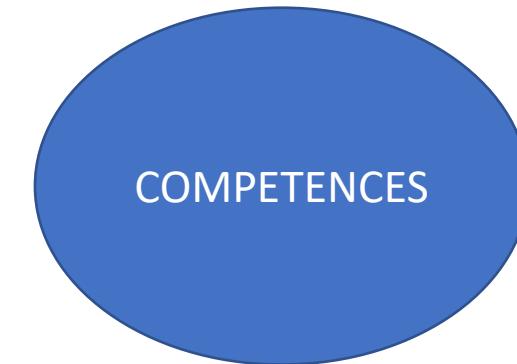
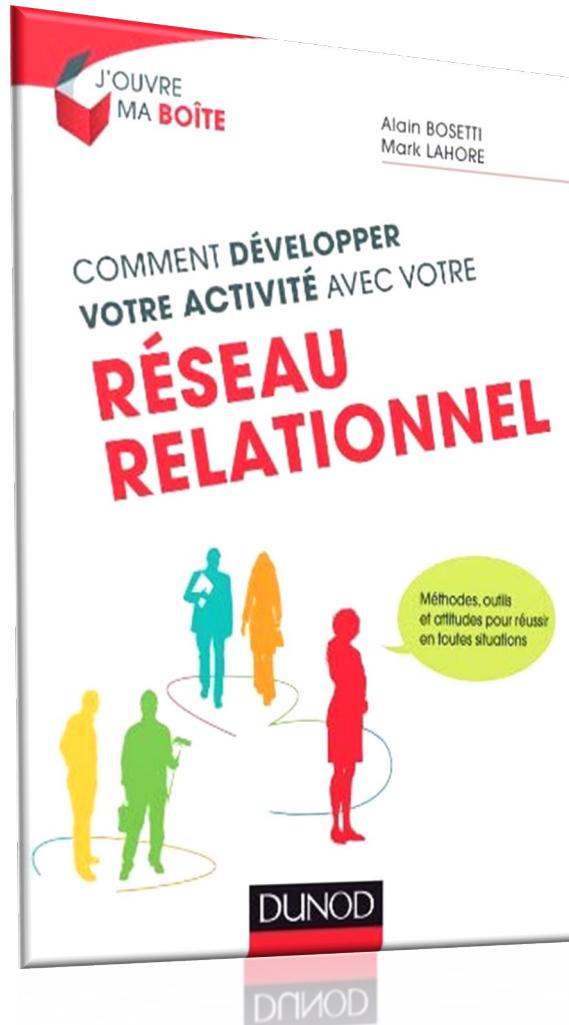
## EXTERNE

- 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 ?

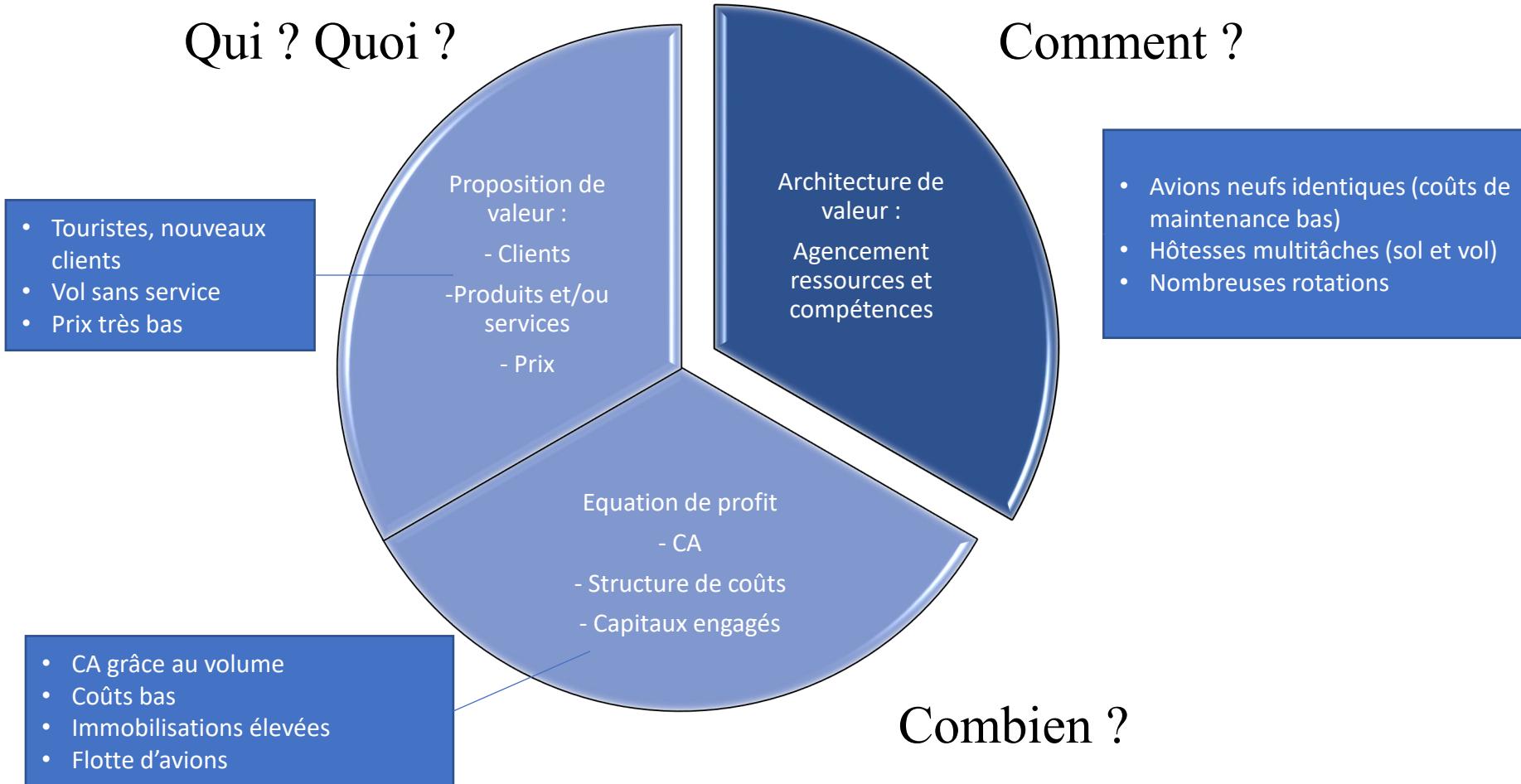




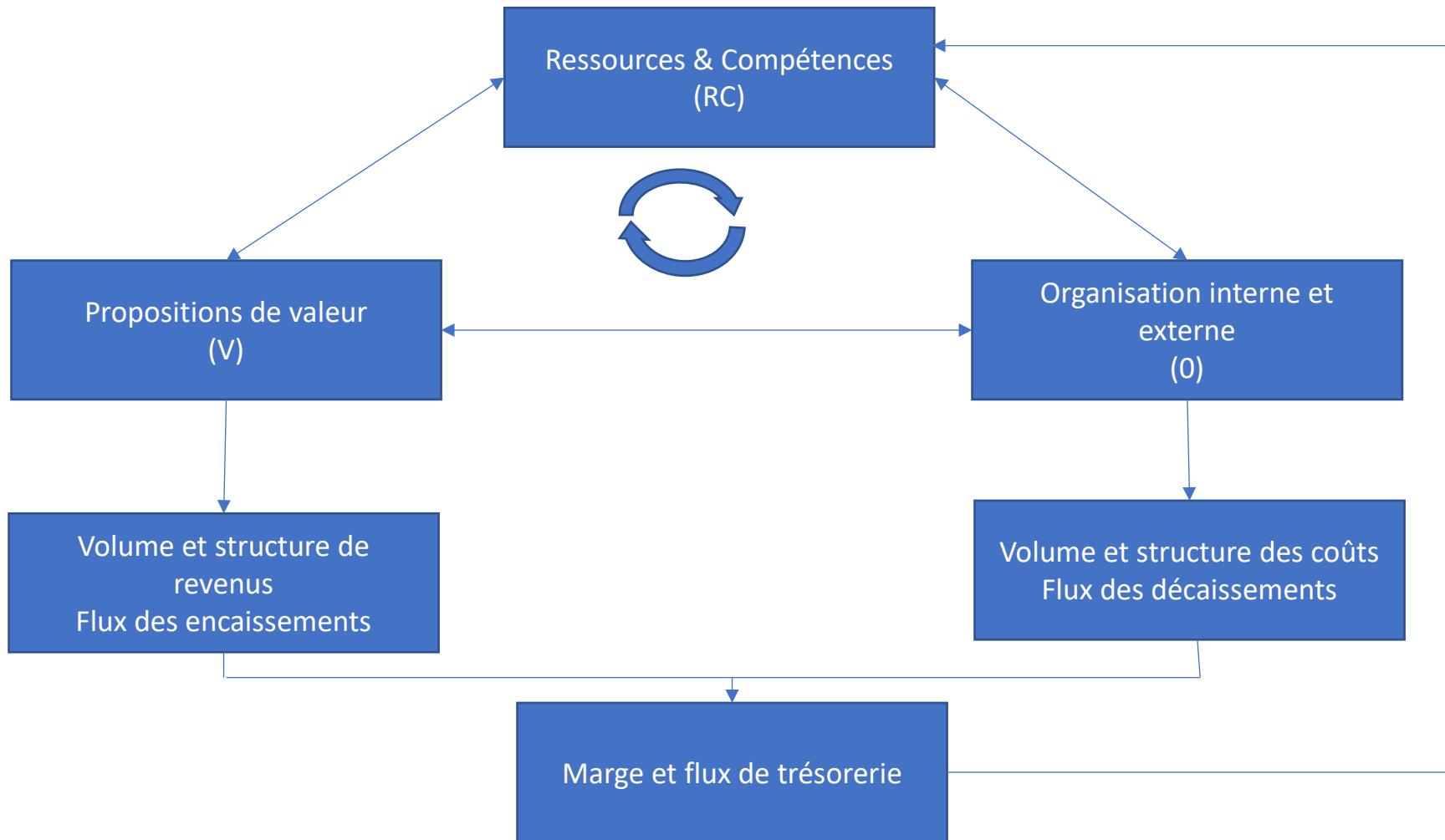
# Organisation

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

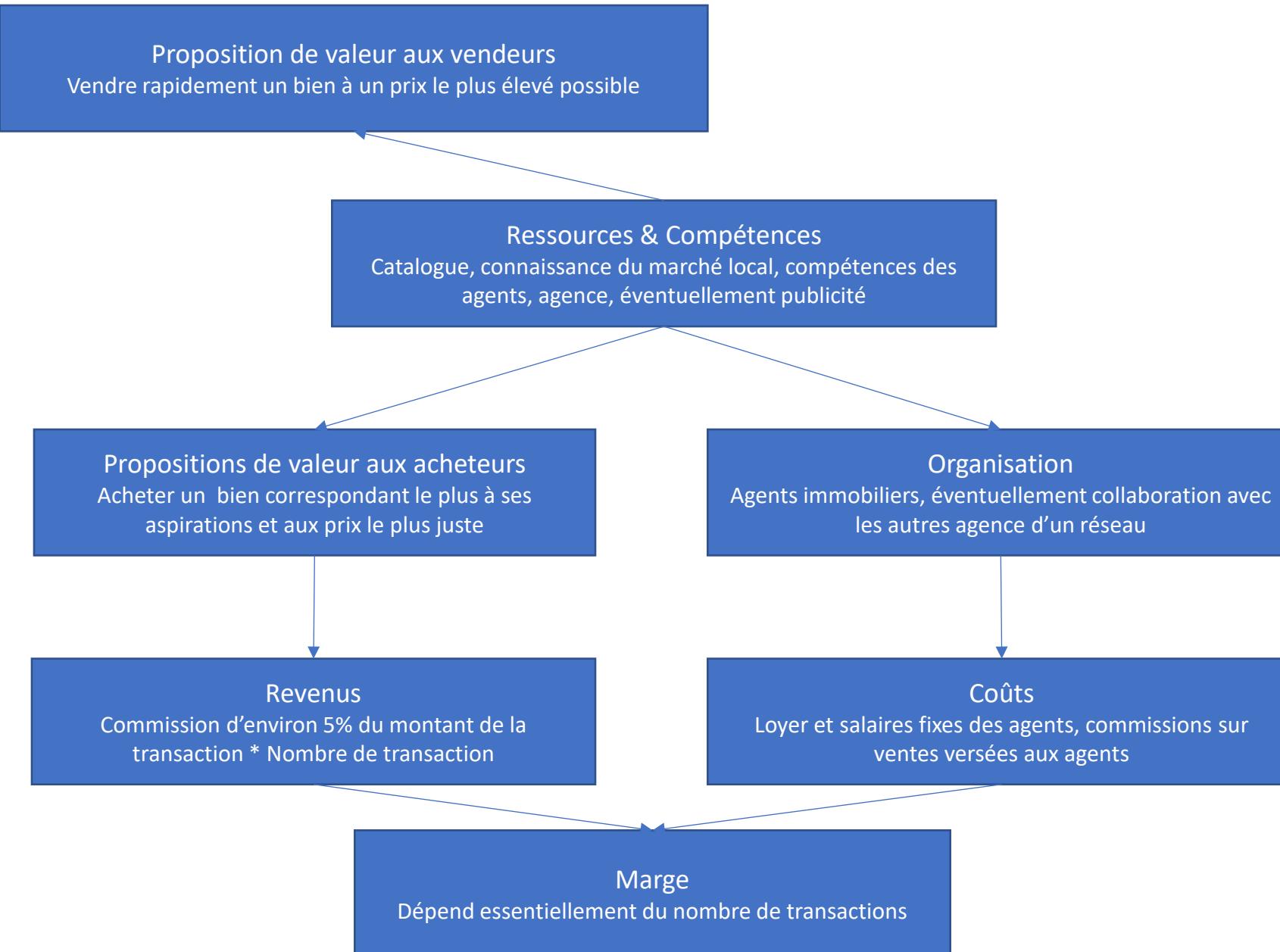
# Exemple d'une compagnie aérienne low-cost



# 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.

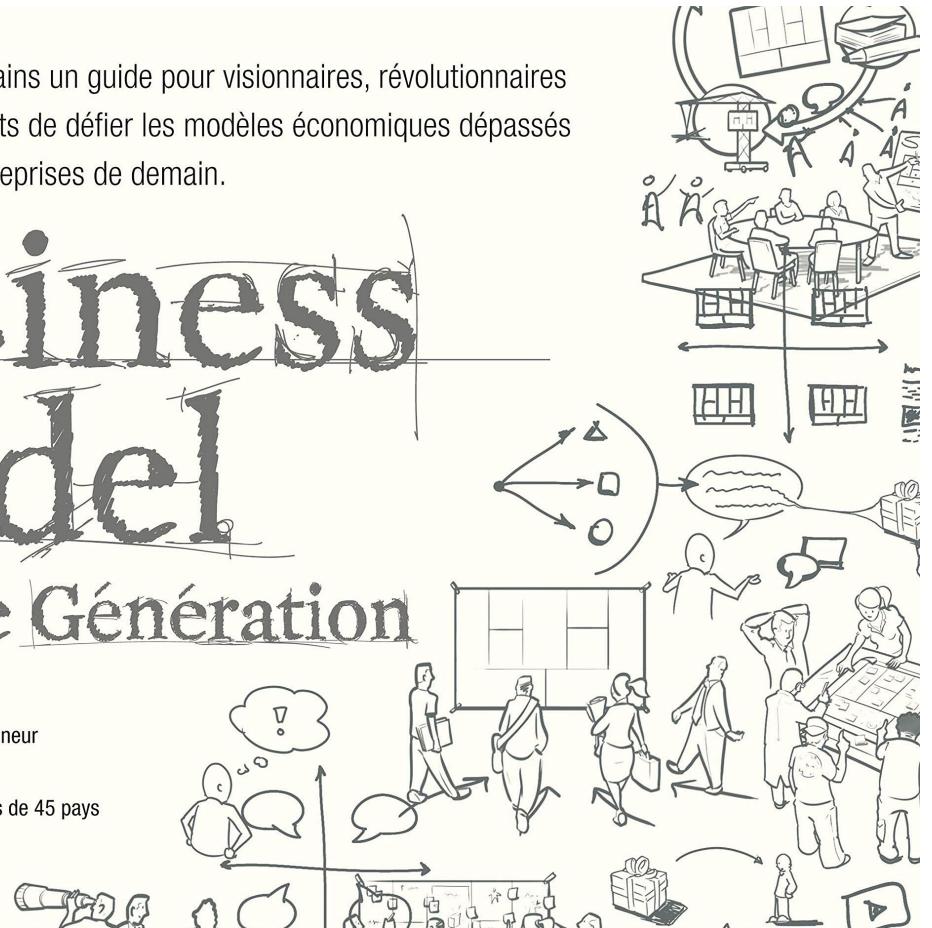
Vous tenez entre les mains un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers impatients de défier les modèles économiques dépassés et de concevoir les entreprises de demain.

# Business Model Nouvelle Génération

Écrit par  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

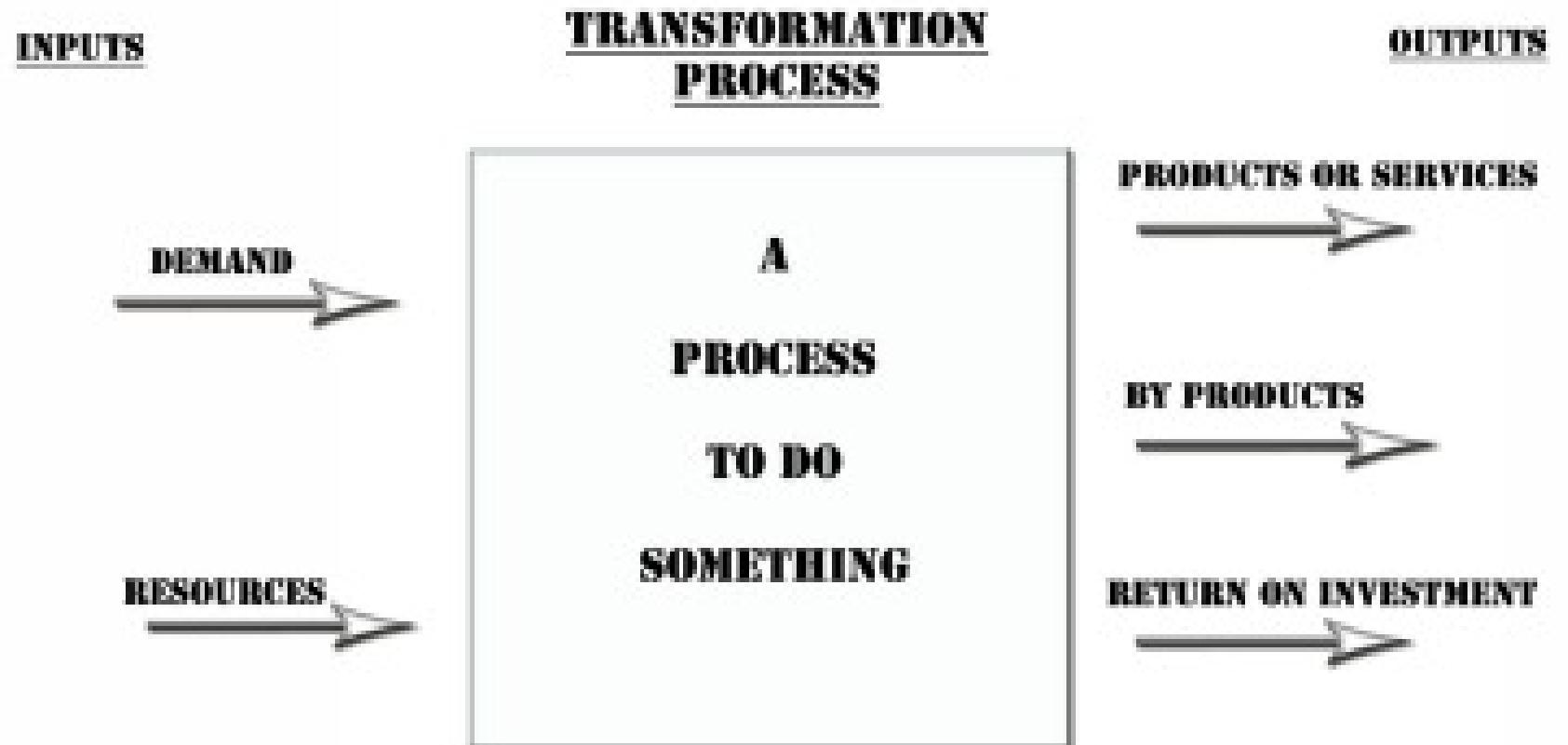
En collaboration avec  
Une équipe de 470 professionnels de 45 pays

Conception graphique  
Alan Smith, The Movement



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

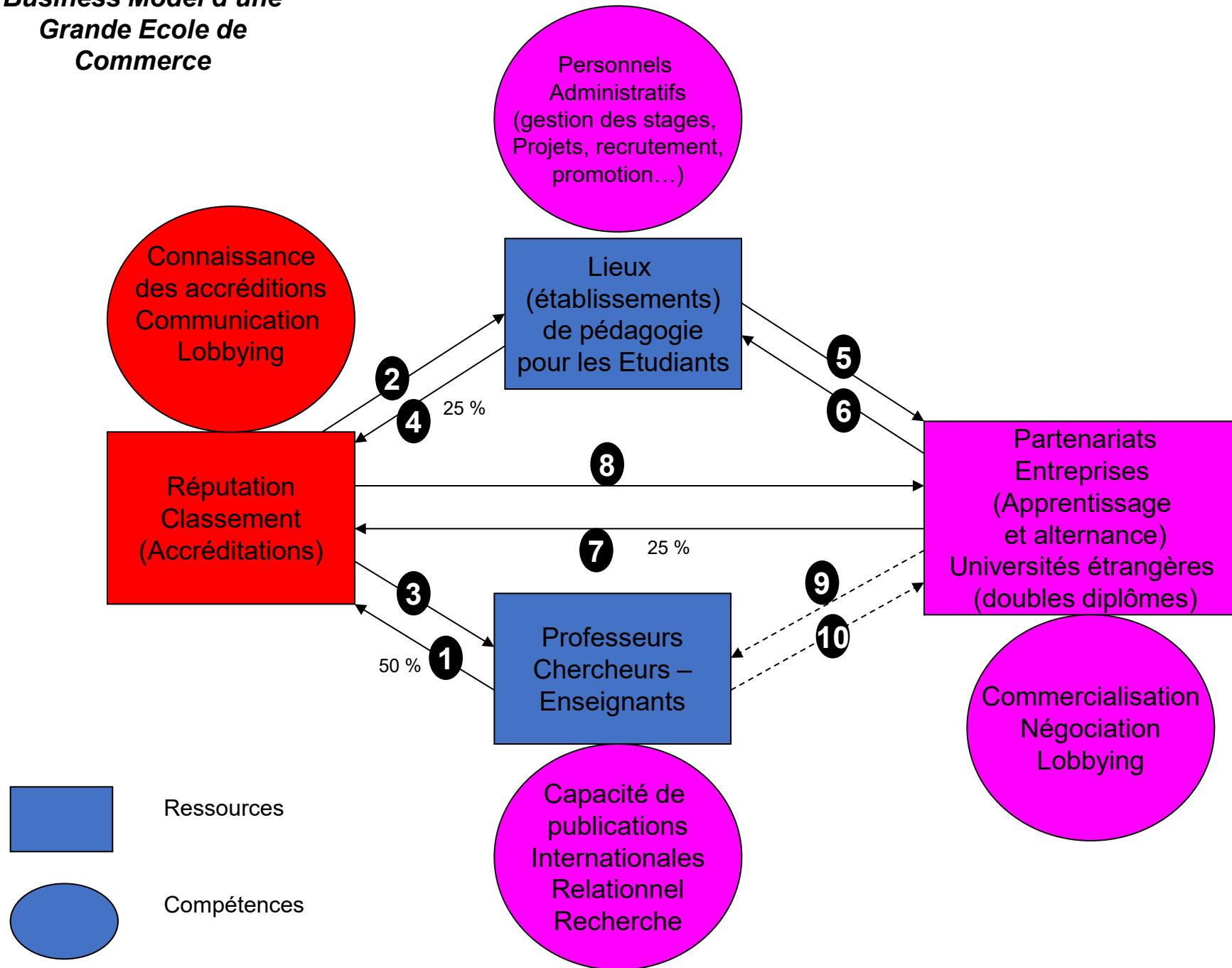
## BUSINESS PROCESS MODEL







## *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

| 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     |

| <b>Critères PFAO durant la journée</b>  | <b>Points</b> |
|---|---------------|
| 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            |