



MODÈLE D'AFFAIRES DE LA COOPÉRATIVE

Pour remplir le document et élaborer votre stratégie, vous devez examiner les 6 blocs qui le composent. Nous vous suggérons de diviser l'équipe en petits groupes de 3 ou 4 personnes, de manière à ce que chaque sous-groupe travaille sur un des blocs. Une fois que chaque sous-groupe a rempli son bloc, l'ensemble de l'équipe peut passer en revue le document pour en vérifier la cohérence.

Nous vous proposons quelques questions auxquelles vous pourrez tenter de répondre dans chaque bloc :

Clients/bénéficiaires : à qui votre projet est-il destiné ? Quelles sont les caractéristiques communes des personnes à qui vous vous adressez ? Essayez d'être aussi précis que possible.

Besoins et aspirations : à quels besoins souhaitez-vous répondre ?

Proposition de valeur : comment comptez-vous répondre aux besoins de vos clients/bénéficiaires ? Que leur proposez-vous ? Pouvez-vous l'exprimer en une ou deux phrases ?

Canaux de distribution : par quels moyens comptez-vous atteindre vos clients/bénéficiaires ? Comment leur ferez-vous connaître votre offre ? Comment et quand communiquerez-vous auprès d'eux ?

Structure de coûts : combien coûtera votre projet ? De combien d'argent avez-vous besoin pour démarrer votre projet et le faire vivre ?

Sources de revenus : comment le projet sera-t-il financé ? Vendrez-vous des biens et/ou des services ? Recherchez-vous des financeurs ? Si oui, où et comment ?

Si vous avez des interrogations sur la manière de remplir le document, reportez-vous à l'exemple de la coopérative musicale, à la fin de ce document.





OBJECTIFS

Résumez les objectifs de votre projet



2

Quels besoins spécifiques et aspirations de vos clients ou bénéficiaires votre offre va-t-elle satisfaire ?

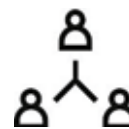
BESOINS ET
ASPIRATIONS



3

Quels produits et/ou services proposez-vous ? En quoi se différencient-ils des produits et/ou services proposés par le marché ? Quelle valeur distinctive ou ajoutée votre offre va-t-elle apporter ? Pourquoi les clients achèteront-ils vos produits et services plutôt que ce qui existe ?

PRODUITS OU SERVICES
PROPOSÉS



4

Comment allez-vous faire connaître votre offre ? Comment comptez-vous atteindre votre cible de clients ou bénéficiaires ? Quels canaux de distribution ?

CANAUX DE
DISTRIBUTION



1

A quel type de clients ou bénéficiaires votre offre est-elle destinée ?

CLIENTS ET
BÉNÉFICIAIRES

STRUCTURE DE COÛTS

5

Investissement initial :

Achat de machines, locaux, outils, logiciels...

Coûts de fonctionnement externes :

Achat de matériaux ou de produits, loyers, coûts de transports...

Coûts de main-d'œuvre :



SOURCES DE REVENUS

6

Capital :

Contributions des membres de la coopérative
Contributions externes

Recettes :

vente de vos produits ou services

Subventions, dons, prêts





OBJECTIFS

Mettre à disposition un lieu pour que les jeunes de la ville puissent jouer de la musique



2

Quels besoins spécifiques et aspirations de vos clients ou bénéficiaires votre offre va-t-elle satisfaire ?

Accéder à un espace équipé, permettant de se retrouver pour jouer de la musique
Un accès gratuit ou peu coûteux
Permettre de découvrir différents types de musique.
Un lieu pour se faire des amis et socialiser.

BESOINS ET ASPIRATIONS

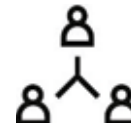


3

Quels produits et/ou services proposez-vous ? En quoi différent-ils de ceux sur le marché ? Quelle valeur distinctive ou ajoutée vont-ils apporter ?

Pouvoir utiliser gratuitement le studio de musique de l'école et le gérer via une coopérative. Proposer l'accès au lieu aux jeunes, en échange d'une contribution faible. Organiser des événements musicaux et une fête pour socialiser et rassembler des fonds.

PRODUITS OU SERVICES PROPOSÉS



4

Comment allez-vous faire connaître votre offre ? Comment comptez-vous atteindre votre cible de clients ou bénéficiaires ? Quels canaux de distribution ?

Créer un flyer, une page Web, une page Facebook pour atteindre nos clients là où ils sont : dans les magasins de musique de la ville, les groupes Facebook, les locaux de l'école, les écoles de musique proches, le centre social de la ville.

CANAUX DE DISTRIBUTION



1

A quel type de clients ou bénéficiaires votre offre est-elle destinée ?

Nos clients potentiels sont des jeunes de 14 à 20 ans, qui vivent dans notre ville ou à côté, qui sont musiciens (ou veulent le devenir) et jouent (ou souhaitent jouer) dans un groupe de musique.

CLIENTS ET BÉNÉFICIAIRES

STRUCTURE DE COÛTS

5

Investissement initial :

Achat d'équipements : 250 €
Marketing (campagne Web et Facebook) : 85 €
Matériel de bureau : 45 €

Coûts d'exploitation :

Contribution à payer à l'école pour le studio : 30 € par mois
Ménage : 15 € par mois
Organisation de la fête : 85 €

Coûts de main-d'œuvre :

Chaque membre devra consacrer au moins six heures par semaine au projet



SOURCES DE REVENUS

6

Capital :

Apport des membres : 150 € (10 € par membre, 15 membres initiaux)

Recettes :

Location du studio : 240 € (6 € x 40 heures)
Contributions pour la fête : 200 € (5 € x 40 participants)

Subventions publiques ou privées

Sponsoring par des associations locales : 240 €

