

Création d'entreprise sur le thème du partage des ressources



SHARANDO

Loue plutôt qu'acheter et t'en laisser

Travail réalisé par :

Arlette Peka

David Eggs

Jonathan Gauch

Luan Bebovic

Raphaël Pittet

Florence Schneider

Travail de semestre réalisé dans le cadre du cours à option majeure Adventure des
professeurs Jean-Marie Ayer et Jean-Daniel Faessler

Janvier 2020



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg



Haute école d'ingénierie et d'architecture Fribourg
Hochschule für Technik und Architektur Freiburg

Table des matières

1	Pitch.....	1
2	Description du problème du partage des ressources.....	2
2.1	Surconsommation et la durée d'utilisation.....	2
3	Solution.....	3
3.1	Interviews.....	3
4	Service proposé.....	4
4.1	Attractivité.....	4
4.2	Fonctionnement.....	5
4.3	Limitation des biens proposés.....	5
5	Proposition de valeur.....	8
6	Chaîne de valeur ajoutée.....	10
6.1	Value Exchange Map.....	10
7	Compétition.....	11
7.1	Comparaison des propositions.....	12
7.2	Conclusion.....	13
8	Go to market.....	14
8.1	Top down.....	14
8.2	Bottom up.....	14
8.3	Mes premiers clients.....	15
8.4	Call to action.....	15
9	Equipe.....	18
9.1	Autoévaluation de l'entrepreneur.....	18
10	Financement.....	24
10.1	Phases du financement.....	25
10.2	Scénario de dilution.....	26
10.3	Projet similaire.....	27
11	Annexes.....	28
11.1	Processus.....	28
11.2	Mockup de l'application.....	31
11.3	Identification du problème.....	35
11.4	Persona.....	37
11.5	Questionnaire « customer discovery ».....	48
11.6	Concurrence : Pumpipumpe.....	49
11.7	Projet similaire.....	49



1 Pitch

Une société de gaspillage s'est développée en Suisse et dans les autres pays occidentaux. La surconsommation fait partie de l'agenda quotidien. Les conséquences sont une augmentation des émissions de CO₂ et de notre empreinte écologique. La start-up Sharando s'engage pour une consommation durable et consciente. En construisant une plateforme basée sur le principe de l'économie partagée, nous souhaiterions contrer cette tendance. Après l'inscription gratuite en ligne sur le site internet, toutes sortes d'objets peuvent être proposées à la location ou être louées par l'utilisateur lui-même. Notre point fort se situe au niveau des packs d'offres complètes proposés par des professionnels, comprenant tout le matériel nécessaire pour diverses activités telles qu'un déménagement, un kit de déneigement, des outils de jardinage, etc. De plus, il est possible de souscrire à une assurance lors de chaque location pour être couvert en cas de dommage. Chaque utilisateur pourra filtrer ses recherches selon l'objet, la localité, le prix et la disponibilité. Les principaux avantages de Sharando se retrouvent dans les différents domaines ci-dessous :

- Écologique : plus besoin de sans cesse tout acheter. Il suffit de louer un produit qui n'est pas ou rarement utilisé. Ainsi, l'objet ne finira pas aux oubliettes ou pire à la poubelle et pourra servir activement.
- Économique : non seulement il est possible de gagner de l'argent mais aussi de faire des économies d'argent et d'espace de stockage.
- Social : Sharando peut relier les utilisateurs à travers la location d'objets.
- Sécurité : lors de chaque paiement, l'argent est bloqué jusqu'à ce que nous recevions la confirmation de la réception du bien en bonne et due forme. Une fois validée, le paiement est transféré au bailleur et en cas de pépin, nous procédons au remboursement.

En somme, Sharando agit comme intermédiaire entre les loueurs et les bailleurs. La plateforme n'est donc pas un produit prêt à être consommé, mais un outil qui permet de créer un réseau d'entraide et plus conscient de notre environnement.

2 Description du problème du partage des ressources

Nous avons envie d'un réel changement pour notre économie actuelle et pour notre environnement en perdition. Cependant, le principal problème est la notion de partage qui n'est de loin pas encore acceptée de tous. Celle-ci qui par ailleurs est fortement liée à une autre notion, celle de la confiance. Cela nous ramène aux questions suivantes : « Pouvons-nous, dans notre conception, prêter nos biens ou emprunter à n'importe qui ? » ou simplement « Pouvons-nous faire confiance ? ».

De nos jours, toutes les générations doivent faire face à un grand nombre de problèmes de société qui nuisent à la durabilité de notre monde. Alors qu'un partage des ressources saurait améliorer la situation, voici une liste non exhaustive des problèmes qui y sont liés :

- Consommation excessive / surconsommation
- Déchets de masse
- Pollution de manière générale (production, fabrication, transport, etc.)
- Epuisement des ressources naturelles
- Renfermement social
- Cherté des biens de consommation
- Inégalité des richesses
- Durée d'utilisation des objets aberrant (ex : visseuse / véhicule)
- Transition écologique
- Gaspillage alimentaire

2.1 Surconsommation et la durée d'utilisation

Pour donner une brève explication, nous avons choisi deux éléments de la liste ci-dessus.

Premièrement, nous sommes dans une ère où la surconsommation est devenue problématique, principalement au niveau écologique. Cela a un impact notamment sur les ressources naturelles et sur notre empreinte écologique. Le traitement des déchets devient toujours de plus en plus cher. Enfin, nous intégrons la pensée du consommateur qui est : « Je veux tout, tout de suite et de préférence pas cher ». Cet état d'esprit incite les entreprises à produire toujours davantage à bas prix avec comme conséquence la création de nouveaux déchets et des produits de moins bonne qualité. Ainsi, le consommateur n'a aucune attache et finit par jeter, sans scrupule, l'objet en question.



SHARANDO

Concernant la durée d'utilisation, il existe un nombre d'objets qui ne sont utilisés que très peu dans leur vie. Pour l'exemple, selon une étude faite par l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)¹, une visseuse a une durée de vie très longue mais n'est utilisée environ que 12 minutes dans toute sa vie. Pourtant, beaucoup de foyers en possèdent et ces articles sont très polluants et coûtent passablement cher.

L'identification du problème dans sa globalité se trouve en annexe n° 11.3.

3 Solution

La solution imaginée aux problèmes exposés ci-dessus serait la location entre individus au travers d'une plateforme en ligne qui permettrait de les mettre en relation. En effet, le but est d'optimiser les ressources existantes et d'éviter à des personnes d'acheter un objet qu'ils n'utiliseront qu'une seule ou très peu de fois. L'objectif est, par ce biais, de minimiser la surconsommation et le gaspillage de manière générale.

Sur le plan financier, cela permettrait aux bailleurs de pouvoir rentabiliser leur(s) objet(s), et sur le plan écologique, de pouvoir faire profiter des ressources existantes qui sont inutilisées pour combler des besoins imprévus et éphémères d'autres personnes. Les utilisateurs contribueraient à un nouveau modèle économique intégrant un esprit de partage.

3.1 Interviews

Tout d'abord, nous vous invitons à consulter l'annexe « Persona » n° 11.4 qui donne un éclaircissement sur les profils d'utilisateurs de notre plateforme tout en décrivant divers cas d'utilisation. Il y a également les cartes d'empathie et les résultats suite aux interviews effectués auprès des utilisateurs potentiels.

Selon notre enquête effectuée auprès de ces derniers, nous avons relevé différentes barrières qui se dressent entre les utilisateurs et la location.

En effet, les bailleurs n'auraient pas la même propension à mettre à disposition leurs matériels dus aux risques de vol, de dommages et de paiement.

¹<https://presse.ademe.fr/2018/09/consoresponsable-lademe-a-etudie-la-face-cachee-des-objets.html>



SHARANDO

Concernant les loueurs, ils chercheraient d'abord dans leur entourage avant de songer à une location pour des raisons de facilité. De plus, le prix serait un facteur déterminant et un état des lieux de l'objet serait incontournable pour éviter toutes accusations de dommage.

Ces entrevues confirment le problème de confiance que nous avons soulevé précédemment et que nous tenterons de résoudre au point « service proposé » grâce à des prestations de sécurité et d'attractivité.

4 Service proposé

Notre service correspond à la mise sur pied d'une plateforme en ligne ainsi qu'à une application qui mettrait en relation des bailleurs souhaitant mettre leur(s) objet(s) en location et des clients qui cherchent à en louer. L'objectif est de partager des objets contre rémunération pour optimiser leur utilisation et éviter ainsi la surconsommation et le gaspillage.

Afin de proposer un service plus étendu, nous encouragerions des petites et moyennes entreprises (PME) en Suisse à proposer sur la plateforme des packs d'offres complètes à des buts précis. C'est-à-dire, des packs comprenant tout le matériel nécessaire pour diverses activités telles qu'un déménagement, un kit de déneigement, des ateliers de jardinage, couture, pâtisserie, décoration ou pour organiser une fête, une journée grillade grand format, etc.

L'annexe « Mockup » n° 11.2 propose une visualisation de ce à quoi devrait ressembler l'application.

4.1 Attractivité

- Le prix sera forcément attractif vu qu'il s'agit de location de biens principalement d'occasion. La plateforme pourra s'autoréguler selon le modèle économique de l'offre et la demande.
- Le site internet sera traduit en 4 langues - français, allemand, italien et anglais - pour atteindre un maximum d'utilisateurs.
- La promotion des packs d'entreprises sera en première page agrémentée de photos ainsi qu'avec des suggestions d'activités.
- Le fonctionnement de la plateforme sera « user-friendly », que ce soit dans toutes les transactions et les recherches comprenant des filtres par localités, prix, produits et disponibilités.
- La plateforme rendra visible les évaluations faites par les loueurs sur les prestations pour garantir une qualité.
- Tous les paiements seront sécurisés.

- Il y aura divers moyens de paiement.
- La protection des données sera garantie sur les comptes d'utilisateurs.
- Un service de médiation en cas de contrat non exécuté ou exécuté imparfaitement sera mis à disposition.
- Une option assurance permettra de se couvrir en cas de dommage.
- Un système de rabais sera mis sur pied pour récompenser les utilisateurs réguliers.

4.2 Limitation du service proposé au domaine

Après une brève analyse sur Internet, nous avons décidé de ne pas autoriser la location de certains biens qui imposerait des contraintes légales importantes et qui font le succès d'autres entreprises bien établies. Ceci comprend la location de véhicule à moteur (Sharoo), de logement (Airbnb) et tout du domaine de l'immobilier (Acheter-louer.ch).

4.2.1 Limitation des biens proposés

Pour résumé, pour des raisons légales, d'hygiène, de principes et de concurrence, les types d'objets suivants seront exclus de notre plateforme :

- Produits d'hygiène (rasoir, brosse à dent, etc.)
- Objets illégaux (armes, drogues, etc.)
- Animaux
- Véhicules à moteur
- Logements / immobilier
- Objet à usage unique (cela va à l'encontre du principe de partage)

4.3 Fonctionnement

Sous les annexes n° 11.4.5.1 et 11.4.5.2 se trouvent 2 processus expliquant le fonctionnement de la plateforme. Le premier s'intéresse à toutes les interactions à partir d'une commande jusqu'au feedback du client sur la plateforme et le deuxième se concentre sur la mise en location en suivant le processus de l'inscription à la validation de l'annonce.

4.3.1 Généralités

Les bailleurs créeront leur portail d'offre(s) incluant les photos et les détails de leur(s) produit(s). Quant aux clients, ils deviendront des utilisateurs après leur inscription et pourront dénicher les offres en fonction de la proximité, des prix, des produits et des disponibilités.



SHARANDO

Le fonctionnement de la mise en relation ressemble au modèle de l'entreprise Airbnb. En effet, l'utilisateur devra d'abord commander et payer le prix indiqué du produit pour que le profil de l'entreprise lui soit connu et que la communication soit possible (exception voir 4.2.2 FAQ).

En parallèle, le bailleur reçoit une notification et/ou un e-mail et dispose de 24 heures pour donner suite. Si dans ce temps écoulé, aucune nouvelle n'a été donnée alors le client peut le signaler et devra alors soit renouveler la demande chez le même bailleur ou alors en trouver un autre.

Pendant la discussion, les deux parties se mettent d'accord des derniers détails du contrat et de la livraison. Lors de la passation de l'objet, un état des lieux de(s) l'objet(s) loué(s) devra être effectué en présence des deux parties. Pour accepter le contrat et le paiement, les deux parties devront valider l'affaire sur l'application et aussitôt le bailleur recevra le versement. Un état des lieux après utilisation est fortement recommandé pour ne pas avoir de partie lésée.

Une fois la prestation terminée, le loueur pourra évaluer le bailleur via un système à 5 étoiles avec commentaire s'il le souhaite. Ceci dans une démarche pour garantir la qualité de la prestation.

4.3.2 Foire aux questions (FAQ)

Si un utilisateur souhaite poser une question à un bailleur avant de se décider à commander et payer, il est possible de le contacter via le FAQ sous l'offre. A savoir que chacune des questions et réponses seront affichées de manière permanente pour éviter tout cas de fraude mais également renseigner les autres utilisateurs. Cependant, nous partons du principe que s'il y a des questions, cela signifie que le bailleur n'a pas été suffisamment précis dans son offre et qu'il devra corriger ces manquements.

4.3.3 Paiement

Les paiements s'effectueront directement online avec la garantie d'un paiement 100 % sécurisé ainsi que la protection des données insérées sur les comptes d'utilisateur. En effet, nous conservons le versement jusqu'à ce que les deux parties acceptent les termes de leur contrat lors de l'état des lieux.

Il y aura l'indication de notre commission de 20 % sur le prix total. Pour le versement, il y aura plusieurs moyens de paiement tels que cartes de crédit, Mastercard, Paypal et Twint.

De plus, les clients pourront sélectionner l'option assurance impliquant un coût supplémentaire pour s'assurer, qu'en cas de dommage, qu'ils n'aient pas à payer la réparation ou le remplacement de l'objet.

4.3.4 Annulation

En cas d'annulation de la commande, des frais d'annulation à hauteur de 20 % se verront infliger à la partie responsable. Cette taxe pourrait augmenter si ces annulations deviennent fréquentes. Une liste de raisons s'afficherait pour justifier l'annulation. Le prélèvement de la taxe se ferait sur le montant transmis stagnant dans nos comptes par le loueur ou alors irait débiter le compte du bailleur.

4.3.5 Contrat non exécuté

Dans le cas où un contrat n'a pas été respecté, nous effectuerons le remboursement au loueur et préleveront la taxe d'annulation au responsable. Le bailleur, qui n'exécutera pas son contrat comme convenu, se verra averti et au bout de 3 avertissements son compte pourra être bloqué pour éviter davantage de problèmes dans le futur. Pour pouvoir réutiliser la plateforme, il lui faudra faire une demande de restauration de son compte. Les cas de ce genre seront évalués manuellement par l'équipe de maintenance du site.

4.3.6 Contrat exécuté imparfaitement

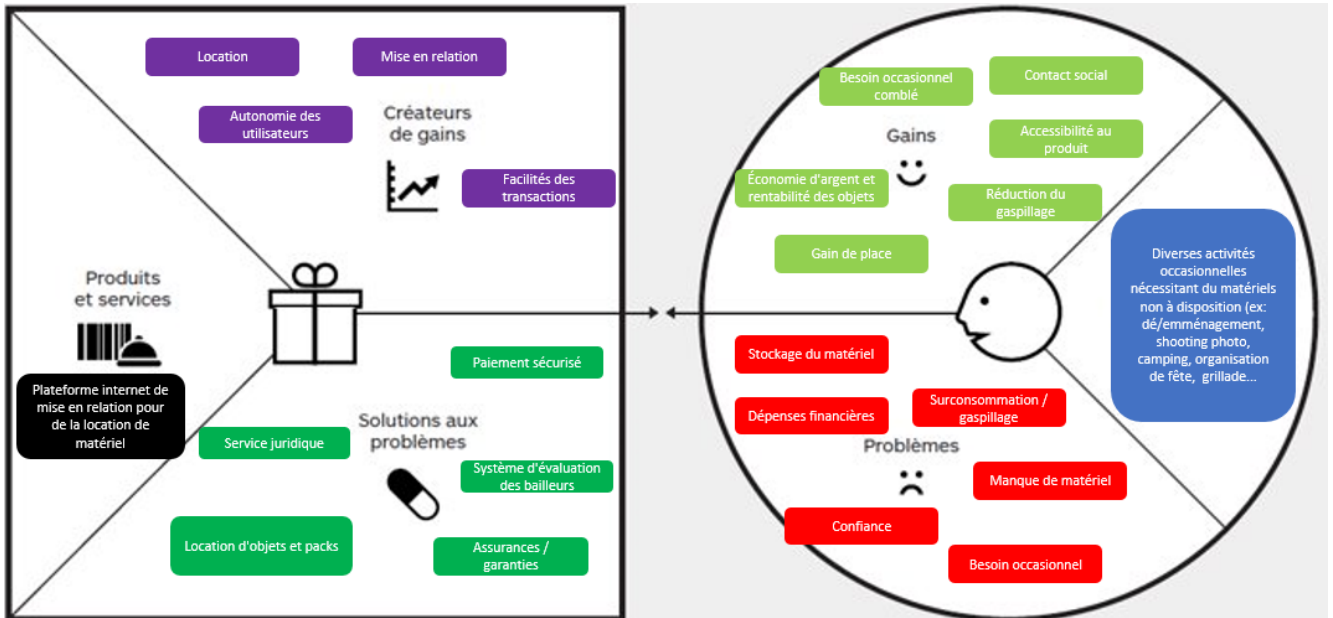
Comme pour le cas précédent, si une des deux parties ne respecte pas le contrat en totalité, par exemple, le retour du bien dans le temps imparti au contrat n'est pas respecté, la partie lésée devra déposer une plainte auprès de notre plateforme. Un service de médiation jugera quelle partie est en tort et traitera la plainte de manière efficace pour trouver un arrangement. Dépendant le niveau de gravité de la faute, le service de médiation se réserve le droit de distribuer la somme versée à la partie lésée.

4.3.7 Assurance

Si un loueur inflige des dégâts sur un objet loué, il sera responsable de payer les frais de réparation et/ou frais de remplacement à moins qu'il ait souscrit à une assurance.

5 Proposition de valeur

Nous avons inscrit sur l'image suivante les gains et problèmes du client ainsi que les créateurs de gains et les solutions aux problèmes par la plateforme de location.



Nos propositions de valeur ciblent principalement des aspirations actuelles qui touchent un grand nombre de consommateurs notamment la génération Y, qui développe depuis plusieurs années un intérêt à leur contribution dans l'écologie. Il s'agit de la réduction de gaspillage, la réduction du nombre de déchets et de la surconsommation. Les utilisateurs bénéficient de divers avantages non négligeables d'un point de vue financier, écologique, accessibilité et stockage. Les problèmes sont résolus par des solutions de sécurité de paiement, d'assurance, d'évaluation et de soutien juridique. Nous pouvons également mentionner un aspect social qui est la mise en relation.

5.1.1 Les valeurs

Les valeurs de cette entreprise sont la confiance, la durabilité et la proximité avec les clients.

En effet, pour que ce modèle économique fonctionne, il faut avoir confiance et être quelqu'un de confiance ainsi qu'avoir du respect envers autrui. Il s'agit de la clé de la réussite dans l'équipe de travail mais également sur la plateforme.

Il est également important d'avoir une certaine proximité avec nos partenaires et de se montrer disponible. Cela apportera de la crédibilité à la plateforme si le traitement des demandes ainsi que d'éventuelles réclamations sont prises en compte de manière sérieuse et professionnelle.



SHARANDO

Il est certain que la durabilité et l'attrait pour l'environnement sont deux notions inséparables qui nous ont inspirés et motivés pour créer ce projet. Nous nous battons pour un futur meilleur en proposant des solutions écologiques.

5.1.2 Slogan

Le slogan « Loue plutôt qu'acheter et t'en lasser » correspond parfaitement aux habitudes des consommateurs actuels. Des besoins d'achat souvent compulsifs ou éphémères qui finissent à la cave ou à la poubelle. Nous recommandons donc de cesser d'acheter pour privilégier la location.

5.1.3 Avantage concurrentiel

Etant donné que la location en ligne existe déjà en Suisse, nous nous distinguons par les PME qui proposent des packs d'offres complètes. Cet élément ne figure pas chez nos concurrents où même sous une autre forme ailleurs.

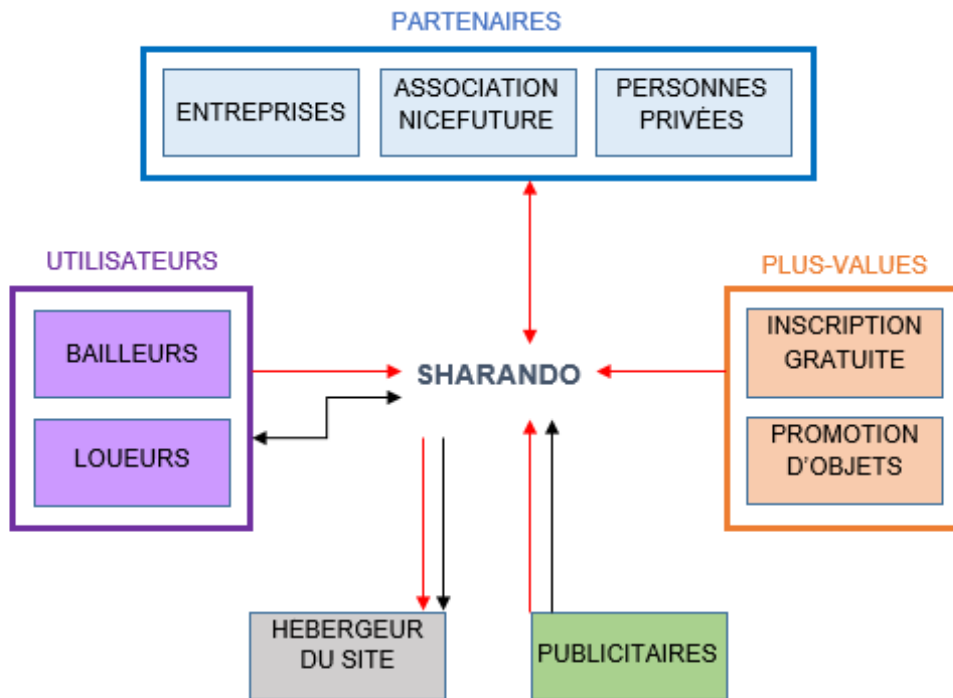
Un processus sur la manière dont les packs d'entreprises sont créés est disponible dans l'annexe « processus » n° 11.1.4.

Nous relevons cependant un point important. En effet, notre avantage concurrentiel est facilement copiable ce qui peut nous porter à préjudice. Nous pourrions par conséquent profiter d'être les seuls à proposer ce genre de packs d'offres et négocier des exclusivités avec les entreprises et ainsi elles pourraient devenir nos partenaires.

6 Chaîne de valeur ajoutée

6.1 Value Exchange Map

La mappe ci-dessous nous donne une vue d'ensemble des différents flux qui circulent entre Sharando et les diverses parties prenantes au niveau microéconomique.



 Flux d'informations

 Flux monétaires

Les utilisateurs de la plateforme donnent leurs informations privées lors de leur inscription mais également des informations lors de paiements ainsi que les informations sur les objets en location. Concernant le flux monétaire, Sharando détient les liquidités des loueurs avant de les libérer aux bailleurs, de ce fait, il y a des échanges monétaires dans les deux sens.

Les publicitaires sont ceux qui souhaitent faire de la publicité sur la plateforme. Pour se faire, ils devront soumettre une somme monétaire ainsi que donner les informations de ce qu'ils veulent publier.



SHARANDO

Les plus-values apportées sont, par exemple, la possibilité d'inscription gratuite ainsi que des promotions de packs d'offres complètes selon les saisons. Ceux-ci nous informent de nombreuses données sur les utilisateurs mais aussi pour faire des statistiques des intérêts des utilisateurs.

Les partenaires sont des personnes privées, des entreprises et si possible l'association NiceFuture. Un échange d'informations entre eux et Sharando est obligatoire pour le bon fonctionnement de la plateforme.

L'hébergeur du site internet recevra une compensation financière et détiendra des informations sur l'entreprise.

7 Compétition

Une analyse de la concurrence est nécessaire pour déterminer nos différences et nos similitudes. Nous avons choisi 4 concurrents qui exploitent le marché de la location sous diverses formes et les avons comparés avec notre projet.

Il y a deux processus sous l'annexe « processus » n°11.1.2 et 11.2.3 qui illustrent de quelle manière les concurrents ont été définis et analysés.

	www.sharely.ch	www.miet.ch	www.rentscout.ch	www.pumpipumpe.ch	Sharando
Gratuité de l'inscription	✓	✓	Certains biens payants	✓	✓
Diversité des choix	✓	✓	Pas pour les outils	✓	✓
Packs d'offres des professionnels	×	×	×	×	✓
Option assurance	Assurance obligatoire	×	×	×	✓

Système d'évaluation	✓	×	×	×	✓
Provision / commission	✓	×	×	×	✓
Sans spam	✓	×	✓	✓	✓
Sans publicité	✓	×	✓	✓	✓
Social (contact humain)	✓	✓	✓	✓	✓
Offres gratuites	✓	✓	✓	✓	✓
Filtrage des offres	✓	✓	✓	✓	✓
Langue en allemand et français	×	×	✓	✓	✓
Langue en anglais et italien	×	×	×	×	Prévu dans le futur

7.1 Comparaison des propositions

7.1.1 Concurrent Sharely.ch

Sharely.ch se rapproche le plus de notre plateforme. Ils sont spécialisés sur les appareils ménagers et les outils en tout genre. Ils prennent une provision de 20 % sur chaque offre et il est obligatoire de prendre une assurance. Cela augmente les prix de la location. Leur plateforme n'est cependant consultable qu'en allemand.

7.1.2 Concurrent Miet.ch

Sur Miet.ch, nous pouvons louer pratiquement de tout, même des prestations de services tels que des techniciens de surface et des musiciens. Le financement se différencie car il n'y a ni commissions, ni provisions, par contre il y a beaucoup de publicités sur le site. Par conséquent, il est frappant de se faire envahir par un grand nombre de spams concernant par exemple des offres de crédit. De plus, nous n'y trouvons pas de système d'évaluation des bailleurs ce qui ne permet pas une appréciation des utilisateurs. Un avantage relevé pour les bailleurs et loueurs se situe au niveau de l'inscription et l'utilisation qui sont gratuites. Le site ressemble aux petites annonces dans les journaux ou au site internet tutti.ch. Néanmoins, ils sont mal structurés et l'offre n'existe que pour la Suisse alémanique.

7.1.3 Concurrent rentscout.ch

Rentscout.ch est le seul site internet parmi nos trois concurrents sélectionnés qui est consultable en français. N'importe qui peut s'inscrire sur le site web mais pour quelques biens, l'annonce est payante. De plus, rentscout.ch travaille avec d'autres entreprises telles que Hertz et ToiToi-Toillettes, listées au début du site internet. Ces entreprises profitent des conditions spéciales quant à leur visibilité sur le site. Les deux catégories de biens mises en avant sont les véhicules à moteur et la location de logements, suivies par la catégorie évènements et foire. Il n'y a ni assurance, ni système d'évaluation ou même de commissions pour des transactions. Un constat est qu'une bonne majorité des offres sont coûteuses certainement dû à la présence dominante des entreprises sur le site.

7.1.4 Concurrent pumpipumpe.ch/autocollants

Pumpipumpe.ch est une association sans but lucratif. Leur but principal est d'abaisser le gaspillage et la surconsommation des biens par le partage. L'idée est de mettre des autocollants sur les boîtes aux lettres (voir image en annexe n° 11.6), ce qui signifie qu'il est possible d'emprunter gratuitement les biens imagés. Pumpipumpe.ch n'est pas un concurrent direct étant donné que tous les biens louables sont gratuits. Les biens ne sont pas nécessairement de haute qualité et nous n'avons pas connaissance de l'état du bien car il n'y a pas de photos.

Quant aux fonctionnalités, nous y trouvons une carte digitale qui montre tous les biens louables et il est possible de filtrer cette carte par ville. Cependant, il n'y a pas de moyen de communication, ni les coordonnées des bailleurs. De plus, il y a aucun renseignement sur les objets comme la marque, grandeur, poids et disponibilité. Il s'agit là des raisons pourquoi ce site ne correspond pas à un réel concurrent.

7.2 Conclusion

Notre plateforme ressemble à peu de chose près au site Sharely.ch. Nous pouvons alors nous différencier par les packs d'offres des bailleurs et le choix de l'option assurance plutôt que de l'imposer. De plus, Sharley.ch n'existe qu'en allemand, cela nous laisse donc des possibilités pour les marchés francophones, anglophones ainsi qu'italophones.

8 Go to market

Afin de déterminer le nombre de clients potentiels pour notre plateforme dans un premier temps de lancement, nous avons procédé à une analyse de marché selon les méthodes « Top down » et « Bottom up ». Tous ces calculs se basent sur des estimations.

Un processus pour chacune de ces méthodes se trouve en annexe n° 11.1.5 et 11.1.6.

8.1 Top down

Pour cette première analyse, nous avons premièrement comptabilisé le nombre de personnes habitant en Suisse (8'500'000), puis, plus particulièrement dans le canton de Fribourg (315'000), qui est notre marché cible dans un premier temps pour le lancement de la plateforme.

Par la suite, nous avons sélectionné les personnes ayant entre 15 et 65 ans, ce qui représente environ 230'000 personnes. Nous espérons toucher 0.02 % (1/500) de ces personnes, soit au total 460 loueurs.

Concernant les bailleurs privés, nous pensons qu'une proportion d'environ 1 bailleur pour 5 loueurs paraît raisonnable. De ce fait, nous estimons le nombre de bailleurs privés à environ 100.

Concernant les PME, nous espérons attirer 1 bailleur professionnel pour 10 bailleurs privés, ce qui vaut à 10 PME sur notre site.

8.2 Bottom up

Pour en venir à l'approche « Bottom up », nous avons comptabilisé toutes les entreprises établies dans le canton de Fribourg, soit 20'500. Parmi celles-ci et dû à la déficience du registre du commerce du canton de Fribourg, nous avons estimé à 5 % les entreprises qui nous seraient utiles (artisans, peintres, ébénistes, plombiers, déménageurs, boucheries, etc.), ce qui représente environ 1'000 PME. Nous espérons en attirer 1 %, donc 10. Ce chiffre rejoint d'ailleurs l'estimation effectuée avec l'approche « top down ».

En ce qui concerne les loueurs et les bailleurs privés, nous avons procédé à un sondage oral auprès de 50 personnes dont l'âge varie entre 15 et 65 ans pour découvrir s'ils ont un intérêt à devenir utilisateur de la plateforme. L'échantillon n'est pas représentatif mais nous pouvons émettre quelques conclusions quant aux résultats pour déterminer les utilisateurs potentiels selon cette méthode. Parmi 50 personnes interrogées, 8 personnes seraient intéressées dont 2 à mettre



uniquement en location et 6 autres auraient tendance à plutôt louer que mettre en location mais ce dernier aspect n'est pas définitif dans la tête des sondés.

En termes de pourcentage, 20 % de 460 personnes (92) mentionnées dans le top down représenteraient uniquement des bailleurs privés et les 80 autres pourcentages (368) représenteraient des loueurs.

8.2.1 Service fini

Pour lancer le service de notre plateforme en ligne, il est nécessaire que le site internet soit entièrement fonctionnel, de l'inscription au versement du montant au bailleur lors de la validation de l'état des lieux. Cependant, nous pouvons relever quelques points qui n'ont pas besoin d'être finalisés dans un premier temps.

- L'application sur mobile
- La quantité d'offres
- Les offres hors du canton de Fribourg
- Le système d'évaluation des bailleurs
- Le design final
- Les langues : anglais et italien
- Un système de rabais, promotion et fidélité

8.3 Mes premiers clients

Etant notre seul avantage concurrentiel, il est primordial de se démarquer dès le départ par les packs d'offres pour intéresser les potentiels clients. Pour ceci, il faut avoir déniché des prestataires parmi les PME du canton de Fribourg.

Nos premiers loueurs seront certainement des jeunes et des personnes ayant l'attrait pour l'écologie, le partage et un souhait de faire des économies.

Concernant nos premiers bailleurs, ce seront tout d'abord les PME, mais également des bailleurs privés qui souhaitent rentabiliser leurs produits qu'ils n'utilisent pas.

8.4 Call to action

Pour atteindre nos cibles, nous allons être présents sur les réseaux sociaux, dont Facebook et Instagram. A travers ces canaux, nous publierons des informations sur l'entreprise et le fonctionnement du site internet et des articles provenant de notre blog sur les astuces pour



SHARANDO

contribuer individuellement à l'écologie tout en économisant de l'argent ou en rentabilisant nos objets. En effet, le blog traitera ces sujets en profondeur.

Pour se répandre au niveau des réseaux sociaux et se faire connaître, nous lancerons un concours pour tenter de gagner un objet écologique tendance. Pour participer, ils devront aimer et partager notre page en mode public et nous communiquer leur adresse e-mail. Ceci dans le but d'obtenir un carnet d'adresses et ainsi leur envoyer avec leur consentement des newsletters qui promettent des informations à ne pas louper sur l'entreprise.

Ces newsletters permettront de communiquer sur l'avancement du projet, de donner les dates de pré-lancement pour les bailleurs et de lancement pour les clients et de transmettre en un coup d'œil la valeur ajoutée. De plus, deux mois avant l'inauguration du site internet, nous communiquerons la chose suivante : « Les 50 premiers inscrits bénéficieront de CHF 10.- de crédit sur la plateforme. »

En parallèle, nous pourrions participer à des événements pour le climat comme par exemple les grèves situées à Fribourg pour se faire connaître en discutant directement avec les passants sur les plus-values de notre projet et en les redirigeant sur notre site internet et réseaux sociaux grâce à des QR code.

En ce qui concerne les bailleurs PME, nous devons prendre rendez-vous pour discuter face à face de leur potentielle implication dans la plateforme et des avantages qu'ils peuvent en tirer. Nous pouvons nous assurer un lancement réussi si nous signons un contrat avec les PME qui acceptent de participer au projet.

Pour lancer la plateforme, il faudrait pouvoir proposer des packs d'offres attrayants qui s'accordent à la saison de lancement. Par exemple, si nous sommes en été, un pack complet visionnable en vidéo ou en photo pour profiter d'une après-midi en faisant une descente de l'Aare en bateau comprenant un bateau gonflable, les rames, une pompe, un sac imperméable, un bidon imperméable, le cordage et des tacons. Si la période de lancement se trouve en hiver, la proposition d'un pack de décoration pour Noël comprenant un sapin en plastique, les guirlandes, boules, etc. Pour cette dernière idée, l'utilisateur pourra changer de décoration chaque année sans acheter et sans stocker la moindre décoration.

8.4.1 Durée

Nous estimons la durée de notre « call to action » à 8 mois pour les clients. Il s'agit du temps nécessaire pour susciter l'intérêt et l'envie de louer sur notre plateforme.





SHARANDO

Cependant, cette durée est réduite à 6 mois pour les bailleurs professionnels et privés. En effet, il s'agit d'une période indispensable pour les contacter, les convaincre et qu'ils s'emparent de notre plateforme.

Le délai de 2 mois entre le pré-lancement pour les bailleurs et lancement pour les clients nous permettra de perfectionner la plateforme et trouver des solutions aux problèmes découverts. En effet, il est important qu'il y ait une base d'offres intéressantes déjà en ligne avant que les clients se rendent sur le site internet.

8.4.2 Mesure de succès

Il sera possible de mesurer le succès de nos actions par le nombre de participants au concours, par le nombre d'inscriptions sur la plateforme, par le nombre de vues, nombre d'abonnés, de partages, de « likes » et des pics d'influence sur les réseaux sociaux, plateforme et blog. De plus, il sera possible de déterminer la provenance des clients potentiels grâce aux liens URL traqués dans les newsletters, lors de stand puis les provenances venant de Facebook, Instagram et simplement la barre de recherche.

8.4.3 Les ressources pour le call to action

Les ressources nécessaires pour nos « call to action » sont principalement au niveau du savoir-faire en informatique et en communication. En effet, il faut savoir maîtriser et modérer un site internet, les réseaux sociaux, un blog et être capable d'en faire des statistiques. Au niveau du contenu, il faut être créatif et savoir quoi dire et à quel moment.

Au niveau financier, nous pouvons prendre en compte les frais d'électricité et d'hébergement du site internet. Lors du concours, nous mettrons un objet à gagner qu'il faudra acheter au préalable. Si nous avons des fonds, il est possible de prendre en compte la charge salaire de chaque employé qui contribue au développement du projet.

Enfin, il nous serait utile de nous associer avec l'association NiceFuture. « Il s'agit d'une association à but non lucratif reconnue d'utilité publique, neutre et indépendante. Fondée en 2002, sa finalité est de favoriser l'accélération de la transition écologique de la Suisse vers une société durable. »² Ce

² www.nicefuture.com

partenariat permettrait d'augmenter notre visibilité ainsi que notre crédibilité en figurant parmi les entreprises partenaires qu'ils recommandent.

9 Equipe

9.1 Autoévaluation de l'entrepreneur

Un questionnaire a été effectué par l'ensemble de l'équipe de ce projet et chacun a donné une courte analyse de leurs résultats.

« Ce questionnaire est fondé sur des recherches et des observations de caractéristiques d'entrepreneurs canadiens dans tous les domaines. Règle générale, dans l'ensemble, les entrepreneurs obtiennent des résultats plus élevés que la population sur ces caractéristiques. Le fait d'obtenir ou de ne pas obtenir des résultats semblables à ceux des entrepreneurs n'est pas un indicateur suffisant des potentiels entrepreneuriaux, car plusieurs autres facteurs peuvent jouer, comme des circonstances, le milieu, le moment, l'expérience, etc. »³

9.1.1 Arlette Peka

Mon profil général est de 144 points ce qui est inférieur à la moyenne générale d'un entrepreneur.

Les facteurs de motivation déterminent le comportement et sont les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Ma motivation se limite à 52 points sur une moyenne de 62 ce qui signifie que je peux faire mieux dans tout ce que j'entreprends.

En ce qui concerne mes aptitudes qui me prédisposent à l'entrepreneuriat, j'ai obtenu 59 points. Ce score est inférieur à la moyenne qui est de 67. A présent, je me pose certaines questions. Est-ce que l'entrepreneuriat est fait pour moi ? Est-ce que je suis assez motivée ? Suis-je capable ? Est-ce que ce test me permet de m'évaluer de manière intrinsèque ? Ces réponses je ne les connais pas encore.



Les attitudes sont constituées de perceptions et des dispositions que nous avons à l'égard de quelque chose. Ce sont des jugements que nous portons et des façons que nous avons de voir les

³<https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/boite-outils-entrepreneur/evaluation-entreprise/pages/autoevaluation-entrepreneur.aspx>



choses. De ce qui me concerne, j'ai obtenu la note de 32 sur 37 de moyenne. Viens alors la question, ai-je l'attitude adéquate ?

Concernant mon besoin de réussir, j'ai récolté une note de 9 sur 20 ce qui me surprend assez. N'ai-je pas soif de réussite ou est-ce que je me contente tout simplement de ce que j'ai déjà ? Apparemment, je n'ai pas forcément l'attitude parfaite ni une soif de réussite flagrante et ma motivation reste à booster. De plus, je pense être persévérante mais pas assez à en croire les résultats car j'ai obtenu la note de 12 sur une moyenne de 16. Encore, avant de faire le test, j'avais déjà conscience qu'il fallait que j'améliore la confiance en moi et le test s'est révélé exacte puisque j'ai obtenu une note de 11 sur 16 et en entrepreneuriat, la moyenne se trouve à 13.

En ce qui concerne l'attrait du pouvoir et du contrôle, j'ai obtenu la note de 17 sur 20 ce qui est assez significatif car j'ai beau avoir des défauts dans les autres domaines de l'entrepreneuriat, j'aime le contrôle et j'ai l'attrait du pouvoir. J'ai envie de grimper l'échelle sociale et réussir. Je peux aussi ajouter que je suis une personne à la recherche d'autonomie et de liberté puisque j'ai obtenu la note de 12 sur 16 et que je fais partie de la moyenne des entrepreneurs.

Cependant, je suis une personne créative selon le résultat car j'ai obtenu une note de 21 sur 24 ce qui est satisfaisant. Je suis aussi apparemment une personne qui croit au destin car dans la perception d'influencer sa tournée, j'ai eu la note de 18 sur 24 et il m'aurait fallu une note de 20 de moyenne.

Pour conclure, ce test m'a permis d'ouvrir les yeux non seulement sur mes capacités à devenir entrepreneur, mais aussi sur la perception que j'avais de moi-même qui n'est pas forcément en corrélation avec mes actes. Ce test a donc été pour moi une remise en question qui me permettra de faire mieux à l'avenir.

9.1.2 David Eggs

La première chose que je peux dire, c'est que je suis en dessous de la moyenne dans chacun des tests par rapport aux entrepreneurs. Mon score total se totalise à 122.

Au sujet de mes motivations, je me situe à 50 points sur une moyenne de 62. Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement et les agissements. Mon résultat est encore plus faible que la sous-catégorie « Besoin de réalisation / réussite » par rapport à la moyenne. J'en conclus que je n'ai pas besoin d'une confirmation





constante de la société pour reconnaître ma valeur. Il convient également de mentionner mon score dans la sous-catégorie « L'attrait du pouvoir / contrôle » qui est supérieur à la moyenne et correspond également à ma vision de mes talents. J'aime bien organiser et coordonner des événements et des projets.

Pour mon résultat au niveau des aptitudes, j'ai obtenu 46 points sur une moyenne de 67. Les aptitudes sont des dispositions naturelles, des habiletés et des capacités. Dans la sous-catégorie « Persévérance / détermination », j'ai un niveau similaire aux entrepreneurs car je pense être une personne persévérante. Si je me retrouve coincé avec un problème, je cherche toujours une solution au plus vite. Enfin, la principale raison pour laquelle je suis bien en dessous de la moyenne dans la catégorie « Aptitudes » s'explique par mon résultat dans la sous-catégorie « Tolérance à l'ambiguïté / résistance au stress ». L'équilibre au travail est un point important pour moi et aura un impact majeur sur le choix de ma profession. Je n'aime pas être stressé donc être entrepreneur ne me conviendrait pas car il n'y a pas de supérieur direct et un horaire fixe règlementé.

Pour mon score « attitudes », j'ai récolté 26 points sur une moyenne de 37. Les attitudes sont constituées de perceptions et des dispositions que nous avons à l'égard de quelque chose. Ce sont des jugements que nous portons et des façons que nous avons de voir les choses. Je pense qu'il est possible d'influencer l'avenir que dans une mesure limitée. Le travail sera sûrement récompensé tôt ou tard. Néanmoins, le facteur chance ne doit pas être sous-estimé mais je partage l'opinion selon laquelle une attitude orientée vers l'action est importante. En effet, trop de passivité n'est pas propice à une entreprise, que vous soyez fondateur ou employé.

Pour conclure, sur la base de l'analyse ci-dessus, je ne pense pas devenir entrepreneur. Mes résultats de test sont clairement inférieurs aux moyennes respectives. De plus, je vois un conflit concernant l'équilibre entre la vie professionnelle, la vie privée et la sécurité de la planification qui ne me convient pas.



9.1.3 Raphaël Pittet

Après avoir réalisé le questionnaire en ligne, j'ai obtenu un total de 161 points (moins que la moyenne des entrepreneurs).

Concernant mes motivations, j'ai comptabilisé un total de 57 pour une moyenne de 62. Ce résultat légèrement en dessous de la moyenne peut s'expliquer par mon manque d'attrait au pouvoir. Cette catégorie regroupe le contrôle et la gestion d'une entreprise mais aussi l'envie d'obtenir un statut. Or même si mon engouement à gérer les ressources et les actions d'une entreprise est énorme, je ne souhaite en aucun cas devenir quelqu'un qui suscite l'admiration.



En ce qui concerne mes aptitudes là encore j'ai obtenu un score en dessous de la moyenne avec 65 pour une moyenne de 67. Mon gros point faible dans cette catégorie est la confiance en moi. Je comptabilise un score de 11 sur un maximum de 16 et une moyenne à 13. Je me démarque cependant sur le point de vue créatif. Depuis toujours je cherche et trouve des solutions aux petits problèmes de mon quotidien, et le test a pu le relever. J'ai atteint le maximum de points pour cette catégorie.

Quant à mes attitudes, c'est la seule catégorie dans laquelle j'ai obtenu un score supérieur à la moyenne des entrepreneurs en comptabilisant 39 points pour une moyenne de 37. Ceci grâce à ma perception à influencer mon destin. Je suis intimement convaincu qu'avec beaucoup de volonté il est possible de faire de grandes choses. J'ai obtenu le score maximal avec 24 points.

9.1.4 Luan Bebovic

Mon résultat général comptabilise 148 points et est inférieur à celui des moyennes d'entrepreneurs.

Quant à mes motivations, elles se situent à hauteur de 58, sur un minimum de 19, un maximum de 76 et une moyenne de 62, ici encore, c'est en dessous de la moyenne. Malgré un esprit de compétition élevé et un besoin de réussite que je pense considérable, j'ai été classé sous la moyenne. Cependant, mon fort attrait pour le pouvoir et le contrôle, qui consiste à diriger et



influencer, est assez fort et donc remonte un peu la moyenne. Etant un peu « frileux », je remarque que le score obtenu au niveau de mon besoin de défi ou d'ambition est inférieur à la moyenne, cela



SHARANDO

étant peut-être expliqué par le fait que parfois j'aime bien rester dans ma zone de confort. Mon envie d'autonomie et de liberté est cependant marquée, et dépasse la moyenne. Ce score rejoint selon moi mon attrait pour le pouvoir en voulant être mon propre patron.

Concernant mes aptitudes, les résultats sont ici encore inférieurs à la moyenne, le score obtenu est de 54, le score minimum de 20 et la moyenne de 67, le maximum étant 80. Au sujet de ma persévérance et de ma détermination, le score est inférieur à la moyenne car selon moi il rejoint ma frilosité et mon envie de rester dans ma zone de confort. Au sujet de ma confiance en soi, mes résultats correspondent à la moyenne. Je suis conscient de mes forces ainsi que mes faiblesses et y travaille pour les améliorer. Etant résistant au stress, je ne tolère cependant pas vraiment l'ambiguïté, car je suis strict sur les résultats à obtenir et souvent j'ai une idée de la solution à atteindre dans ma tête. Au niveau de la créativité, malgré une curiosité très développée, le score ici est inférieur à la moyenne. Ce résultat est dû, je pense, à ma mauvaise compréhension des questions lors du remplissage du questionnaire.

Par rapport à mes attitudes, je me retrouve une fois de plus sous la moyenne, avec un score de 34 sur une moyenne de 37 et un maximum de 44. Ma volonté d'influencer, tout comme mon attrait pour le pouvoir, sont élevés, ces 2 résultats se rejoignent donc. Ayant une grande confiance en soi et étant conscient de ses forces, je pense qu'il est normal de vouloir influencer les personnes avec moins d'aptitudes. Cependant, je crois aussi que la réussite est due non seulement au travail mais également à la chance. Être là au bon endroit, au bon moment. Finalement, concernant mon orientation vers l'action, ici aussi je suis surpris par le résultat qui est inférieur à la moyenne. En effet cette idéologie de passer à l'acte est très présente dans mes valeurs. Cependant, je pense que le fait d'aimer ma zone de confort a considérablement réduit le score de cette catégorie.

9.1.5 Jonathan Gauch

Mon profil général est de 157 points. Pour débiter, je peux dire que je suis plutôt proche de la moyenne dans les trois catégories principales (Motivation, Aptitude, Attitudes) mais je me situe un peu en dessous. Mes résultats se trouvent dans le graphique ci-dessous :



	Motivation	Aptitudes	Attitudes
Moyenne	62	67	37
Mon résultat	61	61	35

Motivation : en analysant les sous-catégories de cette section, je constate que je suis parfaitement dans la moyenne. La seule sous-catégorie dans laquelle je suis en dessus est celle de « Besoin de défis / ambition ». Il est vrai que je suis une personne motivée et qui a envie de réussir.

Aptitudes : il s'agit de la catégorie dans laquelle je suis le plus en dessous de la moyenne des entrepreneurs. C'est surtout dû à la section « créativité/ imagination » où j'ai un score relativement bas, ce qui correspond bien à ma personne. Quand il s'agit d'être imaginatif, il me faut toujours un peu de temps afin de trouver des idées et j'ai de la peine à être créatif dans des situations spontanées.

Attitudes : le résultat montre que je suis à nouveau assez proche de la moyenne. Dans les deux sous-catégories « Perception d'influence sa destinée » et « Orienté vers l'action », je me trouve à un point en dessous de la moyenne, ce qui correspond à ma personnalité. Je pense que chaque personne peut influencer sa propre destinée et il est aussi important d'agir plutôt que d'attendre de voir ce que les autres vont faire.

En conclusion, après analyse de ce questionnaire en ligne, je comprends que je puisse être légèrement en dessous de la moyenne des entrepreneurs et que j'ai encore du potentiel d'amélioration.

9.1.6 Florence Schneider

Mon résultat général comptabilise 152 points, ce qui est inférieur à celui des entrepreneurs canadiens qui se situe à 166 points.

Au niveau de mes motivations, j'ai obtenu 60 points sur une moyenne d'entrepreneurs de 62. En effet, j'ai un esprit de compétition envers moi-même qui est élevé. Il me faut toujours progresser et performer quoi qu'en pensent les autres et les défis me stimulent. Le pouvoir et le contrôle ne sont pas mes objectifs premiers mais il m'arrive souvent de diriger des équipes pour le bon fonctionnement des projets. J'ai le désir de devenir mon propre patron ce qui se résume à un désir de liberté et d'autonomie.



Quant à mes aptitudes, mon score se monte à 62 sur 67. Je performe en situation de stress et je suis très persévérante et déterminée. Je mets constamment tous mes efforts pour contribuer au mieux aux tâches à effectuer. Cependant, je peine à me faire confiance et ceci est dû au fait que je suis très exigeante en règle générale, notamment envers moi-même. Un autre point plutôt faible est



SHARANDO

mon imagination car je ne pense pas avoir la capacité à anticiper les choses. Aussi, je suis souvent bloquée sur une idée précise et j'ai du mal à concevoir plusieurs solutions à un seul problème.

Concernant mes attitudes, mon résultat se positionne à 30 sur 37 de moyenne selon les entrepreneurs. Pour ma part, le succès se mérite et se gagne par les efforts fournis et non pas par la chance et le hasard. De plus, je suis plus orientée sur la réflexion que sur l'action car chaque action a sa conséquence et je préfère avoir pensée à tout avant de me lancer. C'est pour cette raison que mon score s'éloigne de ceux des entrepreneurs qui s'empressent à passer à l'acte.

Pour conclure, devenir entrepreneure est un rêve et je pense avoir la motivation et le cran pour le devenir. Néanmoins, j'ai peur de prendre des risques et des conséquences qui découlent de mes actes. J'ai toujours pris mon temps dans toutes mes activités pour analyser avant de me lancer. Qu'il s'agisse de conséquences sur mon corps, sur mon porte-monnaie, sur mes relations sociales ou encore sur mes études, j'ai toujours évité de prendre de gros risques. Cependant, je travaille sur cette notion car la prise de risque et sa gestion sont au cœur des activités entrepreneuriales. Par exemple, j'ai participé au concours boursier TTC⁴. Même si ce n'était qu'un portefeuille virtuel, j'ai tenté de prendre des risques sur le choix des entreprises. De plus, je me suis décidée à faire un vol en parapente cet été pour combattre et surmonter ma peur du risque.

10 Financement

Nos besoins en financement sont relativement bas étant donné qu'il s'agit principalement de lancer une plateforme internet. Les principales dépenses concerneront essentiellement le développement du site internet et les salaires de l'équipe. En tant qu'intermédiaire entre les bailleurs et les loueurs, nous n'avons pas besoin de beaucoup d'actifs immobilisés.

Par la suite, il serait intéressant de réinvestir et éventuellement de rechercher des capitaux externes afin d'accélérer la croissance en devenant plus performants en Suisse en agrandissant notre équipe, nos partenariats et notre base de clientèle.

Nous estimons que nous nécessiterons de 3 phases de financement pour pouvoir assumer les dépenses futures grâce à du free cash-flow. Voici les besoins brièvement décrits sous les différentes phases.

⁴ <https://www.rts.ch/dossiers/concours-boursier-ttc/>



10.1 Phases du financement

La phase 1 correspond à notre « call to action » qui durera 8 mois.

- Un informaticien pour la réalisation du site internet (minimum CHF 10'000.-). Le lancement de la plateforme devra entièrement fonctionner, de l'inscription au versement du montant au bailleur
- Les frais bancaires pour stocker et gérer les versements
- Les prospecteurs auprès des entreprises pour les packs d'offres à Fribourg
- Frais de prospection (repas et transport)
- Un traducteur en français et allemand
- Un social média manager pour la présence sur les réseaux sociaux, les publications ainsi que le blog
- Présence et si besoin stands aux événements divers
- Frais d'électricité
- Frais d'hébergement du site internet
- Frais pour un service de médiation
- Frais pour l'option assurance
- Réserve de 20 % pour les imprévus

L'objectif sera de récolter des fonds d'un montant d'environ CHF 50'000.- de la part de nos proches comprenant nos familles, amis et collègues.

La phase 2 contribuera à l'amélioration du projet et durera 6 mois.

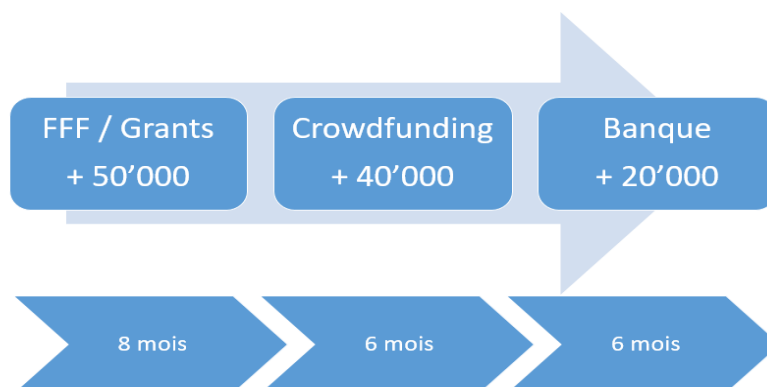
- Un informaticien pour développer l'application mobile (minimum CHF 10'000.-)
- Un informaticien pour perfectionner le site internet, le design et en intégrant aussi un système d'évaluation des bailleurs ainsi qu'un système de rabais pour la fidélisation
- Un traducteur en anglais et italien
- De la publicité diverse
- Des prospecteurs auprès d'entreprises hors Fribourg
- Réserve de 20 % pour les imprévus

L'objectif consistera à obtenir un financement par « crowdfunding » pour un montant d'environ CHF 40'000.-. Une contrepartie sera proposée aux investisseurs selon le montant de leur participation financière. En effet, nous pensons inscrire un montant de crédit virtuel sur le futur

compte de l'utilisateur. La phase 3 nous servira au développement continu et à la croissance de l'entreprise. Le temps estimé sera de 6 mois.

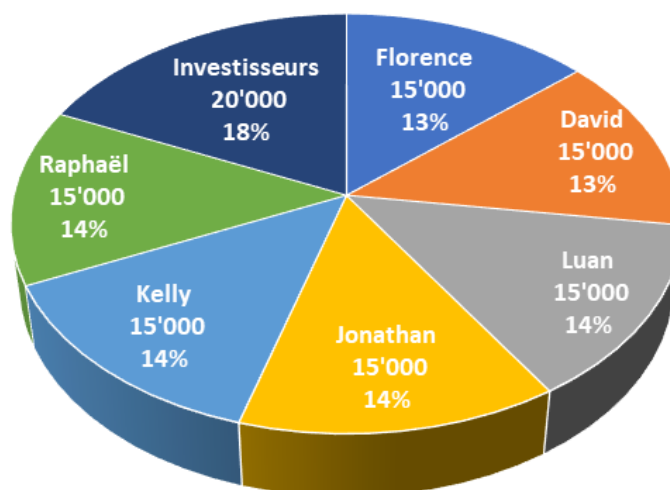
- Développement continu dans tous les domaines
- Prospection continue dans toute la Suisse
- Publicité en continue via divers canaux
- Réserve de 20 % pour les imprévus

La dernière étape du financement consiste à réinvestir CHF 20'000.- dans le projet pour entrer dans la phase de croissance et dégager davantage de bénéfice pour devenir 100 % indépendant et vivre de notre entreprise. S'il y a des bénéfices engendrés la première année, nous les utiliserons mais dans tous les cas, il serait nécessaire de réunir davantage de fonds. Si possible, nous aimerions rester au maximum indépendant des capitaux étrangers mais si ce n'est pas possible, un financement venant des banques serait une solution car au moins, nous resterons propriétaire au contraire d'un capital venture.



10.2 Scénario de dilution

Voici un scénario de dilution du capital de l'entreprise. Comme expliqué précédemment, nous aimerions éviter cette situation mais parfois le choix n'est pas possible. Dans le cas où nous aurions





SHARANDO

besoin de financement étranger autre que des banques, nous nous dirigerions vers un capital venture ce qui a pour conséquence une dilution du capital.

La « pre-money valuation » se monte à CHF 90'000.- et se compose de nos 2 premières étapes de financements (CHF 50'000.- + CHF 40'000.-). Si l'on divise les CHF 90'000.- équitablement parmi les 6 membres fondateurs, cela représente CHF 15'000.- chacun. En termes de pourcentage, nous possédons chacun 16.67 % des parts de l'entreprise.

Les investissements étrangers souhaités sont de CHF 20'000.-, ce qui conduit à une valorisation post-money de CHF 110'000.-. Si l'on divise la part individuelle de CHF 15'000.- par le nouveau montant de CHF 110'000, ceci a pour conséquence une perte de 3 % de possession pour chaque fondateur. Les investisseurs deviendront donc les actionnaires principaux.

10.3 Projet similaire

Nous avons pu découvrir que sur l'une des plus grandes plateformes d'Europe, Wemakeit, un projet similaire au notre y figurait.

En effet, son nom est Mybow et il s'agit « d'une plateforme internet qui combine un réseau social et professionnel avec un nouveau concept de publication de petites annonces gratuites de services, location et achat/vente. La plateforme répertorie les publications par « besoin » et « offres » et met automatiquement en relation les annonces qui concordent.

En conclusion, mybow.ch souhaite apporter un nouveau souffle à l'univers de la création du business et petites annonces. Ils proposent à chaque utilisateur de considérer la location à la place de l'achat car ils sont convaincus que beaucoup d'objets achetés ne sont utilisés que trop peu de fois et ainsi lutter contre la surconsommation. »⁵

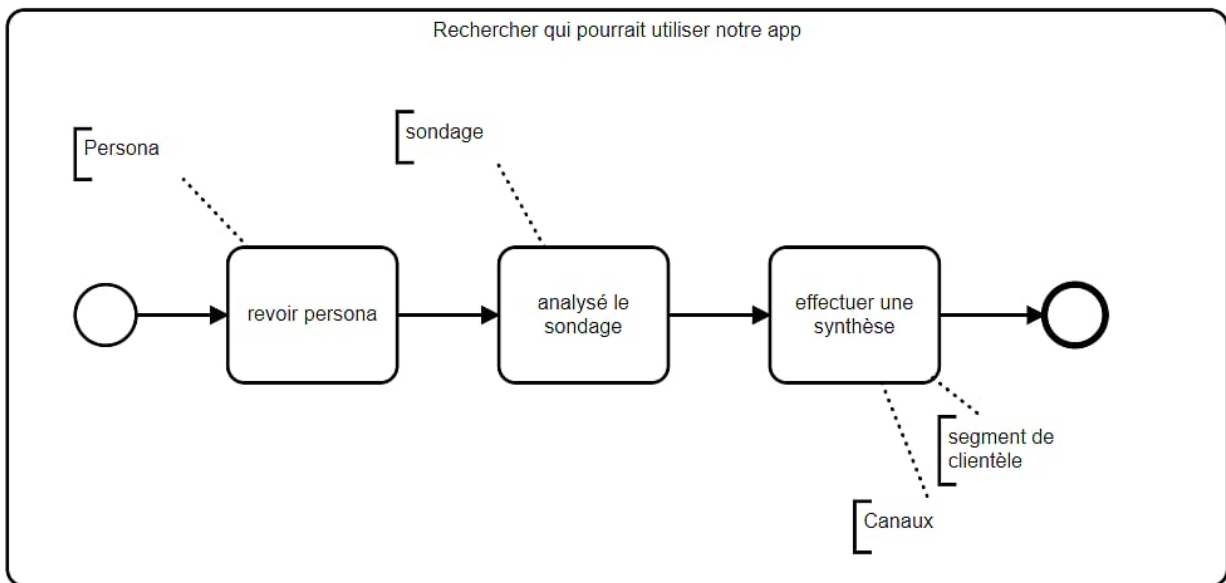
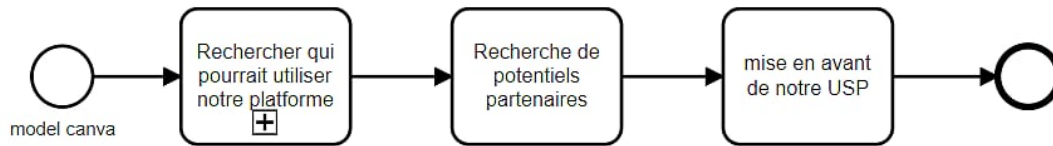
En contrepartie des versements de fonds, ils proposent divers types de remerciement (voir image en annexe n° 11.7) qui passent par une carte de remerciement dès CHF 25.- offerts à une excursion de la côte dès CHF 1'000.- versés. Il y a également l'option du don pure où le montant est à choix et ceci sans aucune contrepartie.

⁵ <https://wemakeit.com/projects/www-mybow-ch>

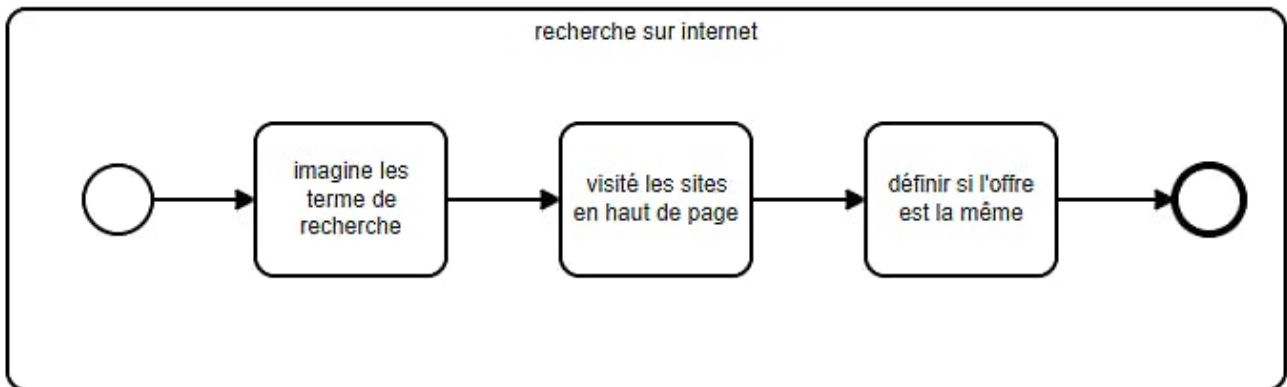
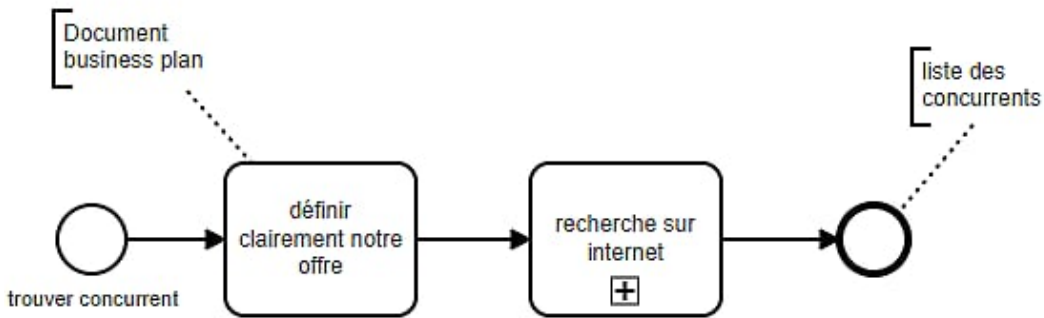
11 Annexes

11.1 Processus

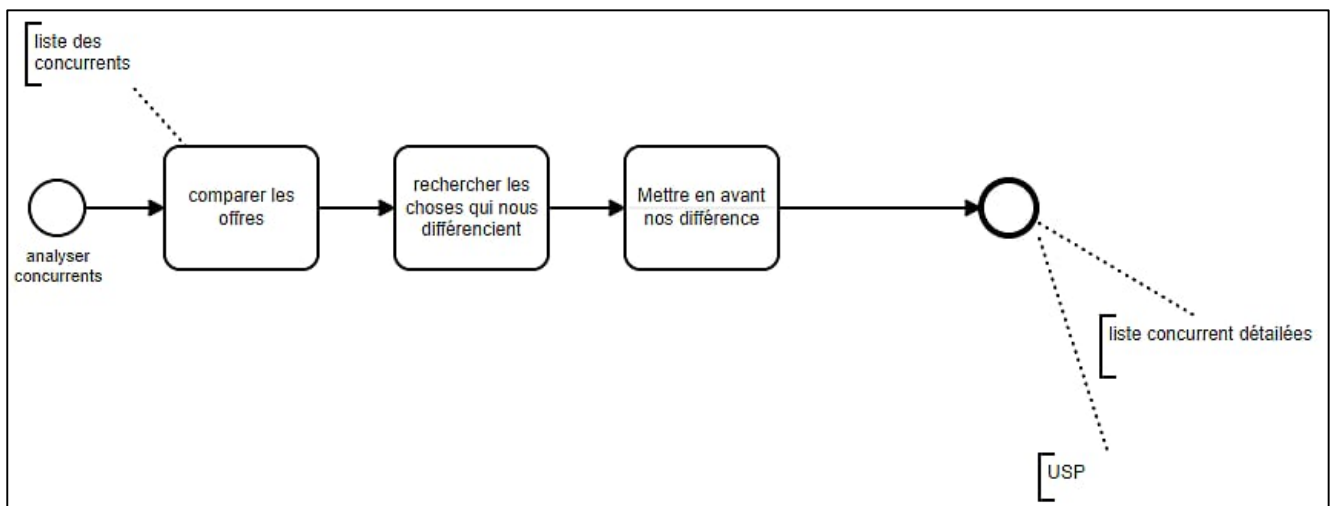
11.1.1 Définition de la segmentation clients



11.1.2 Recherche des concurrents



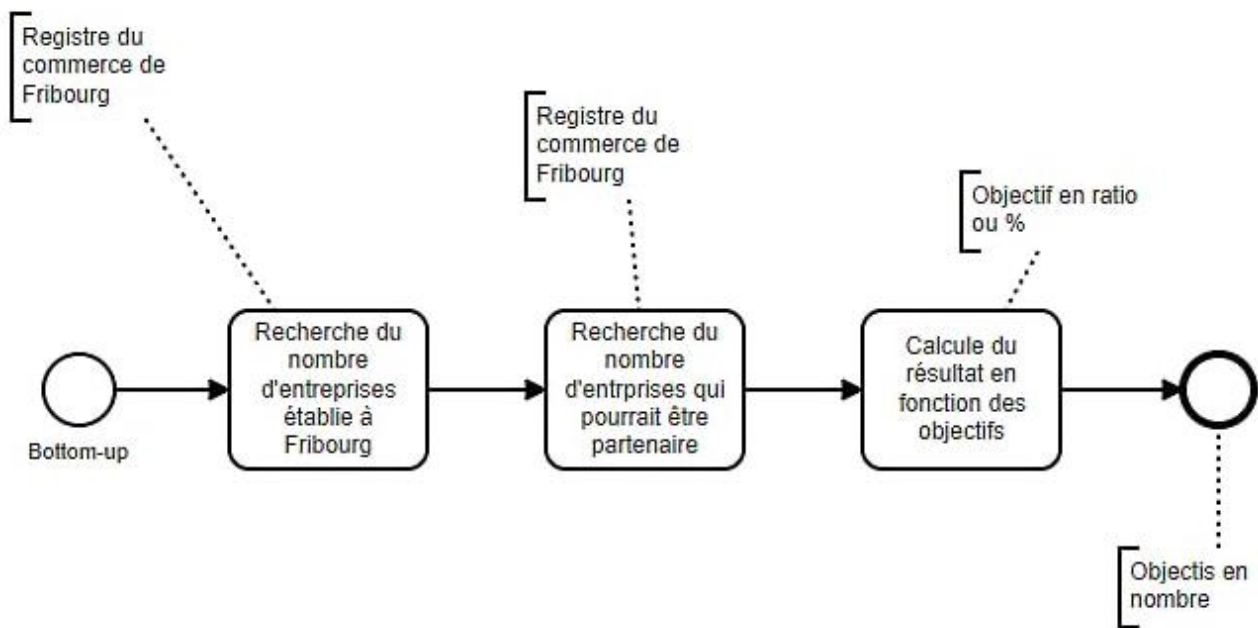
11.1.3 Analyse des concurrents



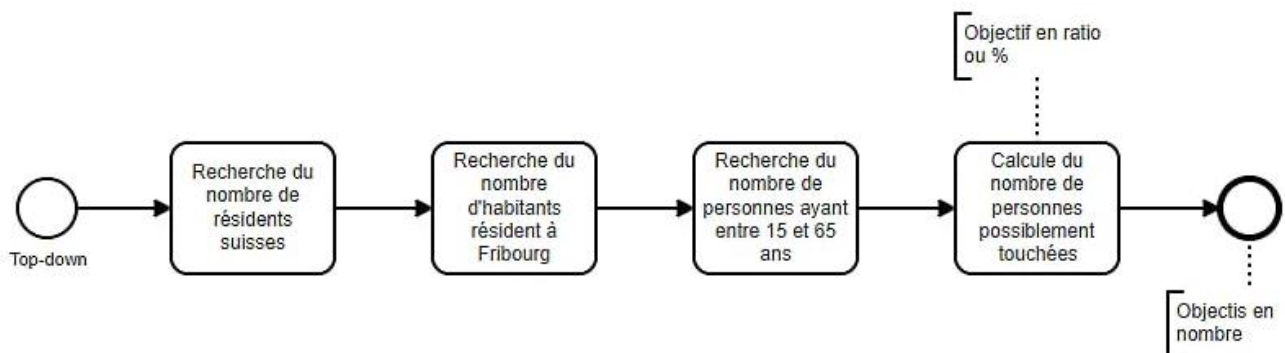
11.1.4 USP



11.1.5 Bottom Up

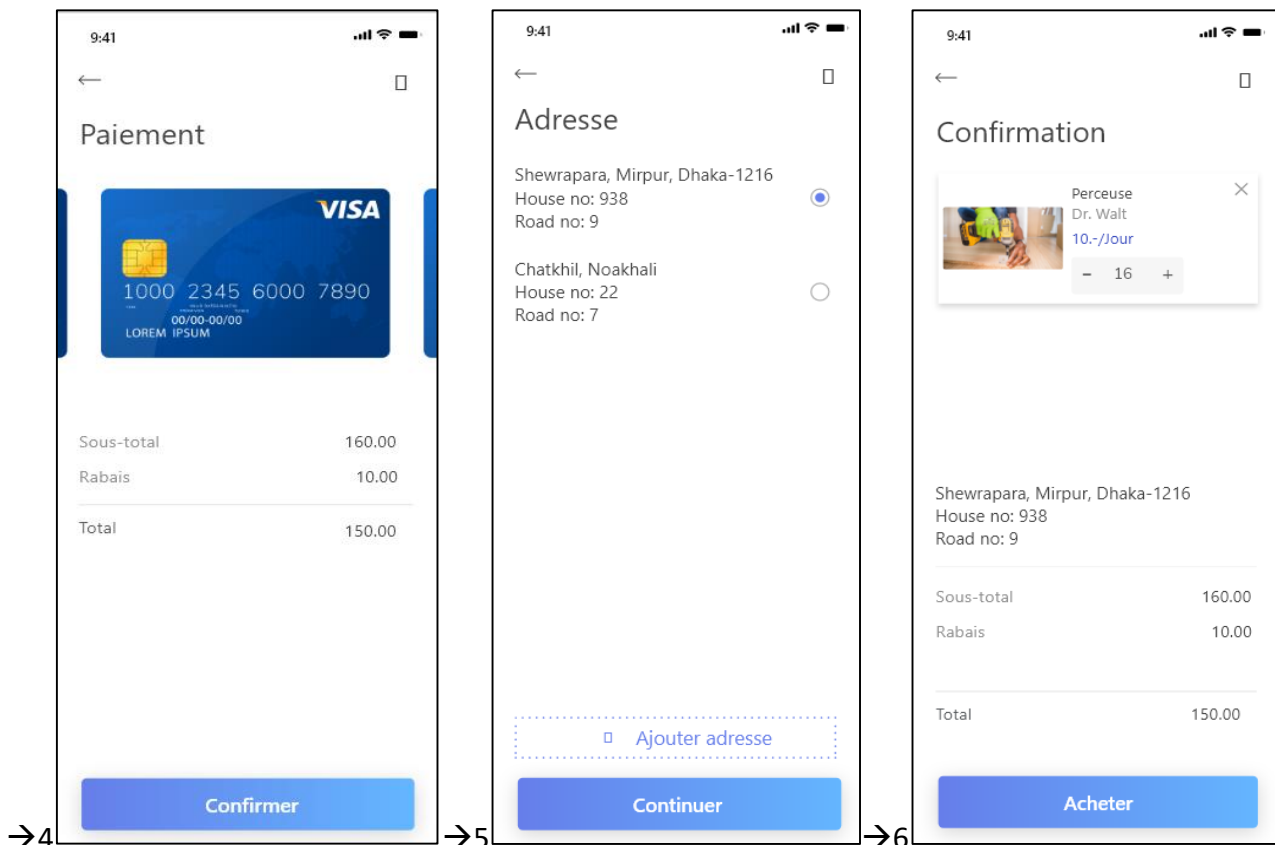
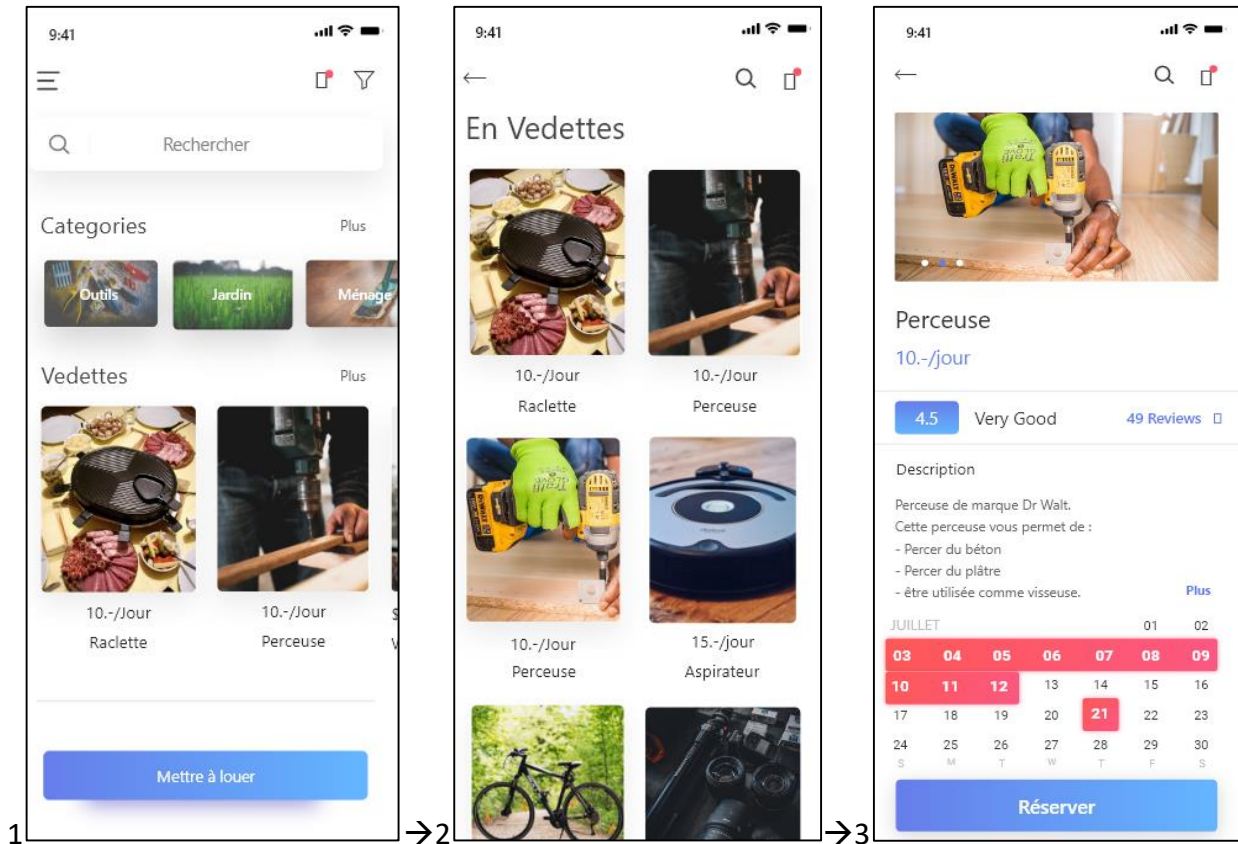


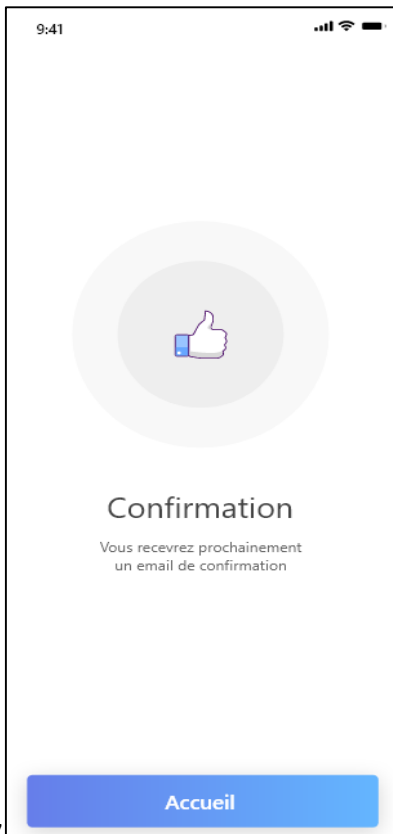
11.1.6 Top-down



11.2 Mockup de l'application

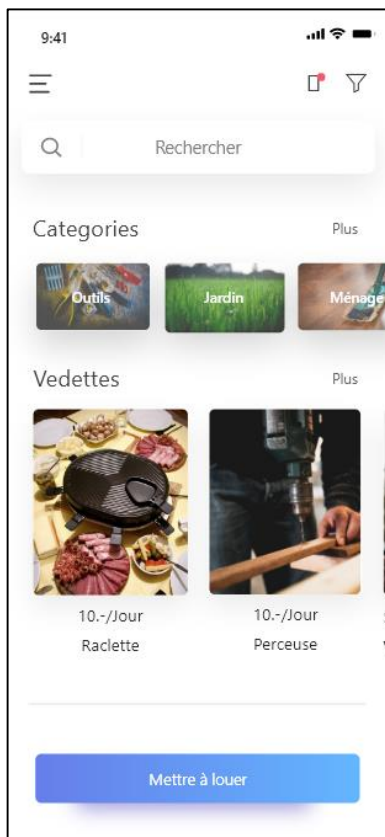
11.2.1 Processus de réservation





→7

11.2.2 Processus de connexion



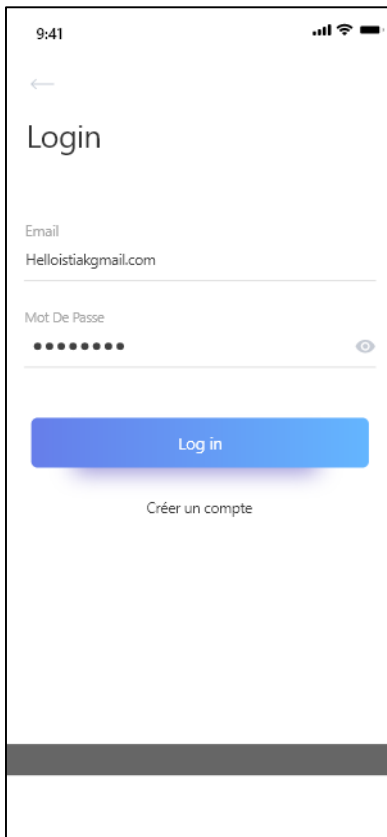
1

→2



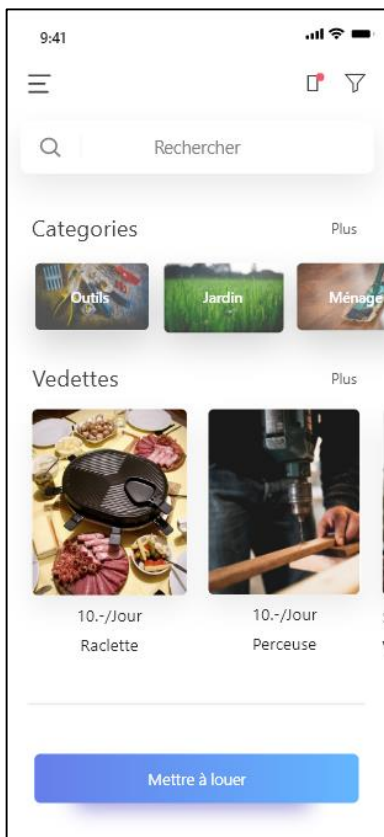
→3





→4

11.2.3 Processus de création de compte



1

→2



→3



9:41

←

Signup

Nom
Istiak Mahmud Remon

Email
Helloistiak@gmail.com

Mot De Passe
●●●●●●●●

Créer

Tu as déjà un compte ? [Se Connecter](#)

→4

11.3 Identification du problème

11.3.1 Liste des problèmes envisagés

- Consommation excessive / surconsommation
- Déchets de masse
- Pollution de manière générale (transport, fabrication,...)
- Epuisement des ressources naturelles
- Renfermement social
- Cherté des biens de consommation / services / conseils
- Inégalité des richesses
- Durée d'utilisation des objets (aberrant, ex : visseuse)
- Transition écologique
- L'obsolescence programmée, qui est encouragée par les entreprises
- Gaspillage alimentaire
- Répartition injuste des ressources

11.3.2 Description des 2 problèmes choisis

1) Consommation excessive / surconsommation

Par consommation excessive on entend le fait de consommer de manière abusive et exagérée.

- Nous sommes dans une ère où la surconsommation est devenue problématique, principalement au niveau écologique. Cela a un impact notamment sur les ressources naturelles et sur notre empreinte écologique.
- La notion du consommateur : « je veux tout, tout de suite et de préférence pas cher ».
- La notion du consommateur : « Je préfère acheter des biens qui ne sont pas chers, parce que si je dois les jeter, ce n'est pas dommage. »
- Le traitement des déchets qui devient toujours plus cher.

2) Durée d'utilisation

- Il existe un nombre d'objets qui sont utilisés que très peu dans leur vie. Pour l'exemple, une visseuse a une durée de vie très longue mais n'est utilisée environ que 12 minutes⁶ dans toute

⁶ <https://presse.ademe.fr/2018/09/consoresponsable-lademe-a-etudie-la-face-cachee-des-objets.html>



SHARANDO

sa vie. Pourtant, beaucoup de foyers en possèdent et ces articles coûtent passablement cher et sont très polluants.

- L'utilisation de ces objets n'est pas du tout optimal.

11.3.3 Explication de la méthode pour l'approfondissement

Afin de répondre aux 2 problèmes choisis, plusieurs choix étaient envisageables.

Le premier consistant à mettre en place une plateforme internet de partage de connaissances / de services avec un système de « crédits » pour récompenser chaque service donné et utiliser par la suite ces crédits pour recevoir un service en retour gratuitement.

Le second consiste à créer une plateforme internet qui permet aux utilisateurs de mettre en location des objets qu'ils n'utilisent pas ou plus. Ou même, mettre à disposition leurs connaissances et leurs services. Pour l'exemple, louer le service de monter une armoire ou alors de réparer un smartphone.

11.3.4 Résultat de l'approfondissement

Etant donné que nous avons rencontré des difficultés dans le premier choix surtout aux niveaux des crédits imaginés, notre choix s'est porté sur celui de mettre en place une plateforme permettant à des utilisateurs de publier une annonce afin de louer un objet qu'il n'utilise pas ou plus et permettre à d'autres de louer ces biens. Ce système permettrait à terme d'évoluer la concurrence des marchés et baisserait les prix de manière générale. De plus, nous apporterions ainsi une valeur importante qui est celle du partage. Ainsi la notion de possession et d'individualisation tendra à passer leur tour.

En définitif, nous avons choisi de nous intéresser uniquement sur les objets matériels louables pour pouvoir fournir une solution optimale dans ce domaine. Par conséquent, nous éliminons l'idée de louer les services et connaissances qui sont des domaines bien différents et qui nécessiteraient une autre analyse au niveau juridique et légal.

11.3.5 Description finale du problème sélectionné

Le but est d'optimiser les ressources existantes et d'éviter à des personnes d'acheter un objet qu'ils n'utiliseront qu'une seule ou très peu de fois. L'objectif est, par ce biais, de minimiser le gaspillage de manière générale. Sur le plan financier, cela permet aux loueurs de pouvoir « rentabiliser » leur objet, et sur le plan écologique, de pouvoir utiliser des ressources existantes et mal ou inutilisées pour combler des besoins imprévus et éphémères d'autres personnes.

A savoir que pour le loueur, non seulement il rentabiliserait ces objets mais aussi contribuerait à un nouveau modèle économique intégrant un esprit de partage.



11.4 Persona


11.4.1 Canevas du profil utilisateur (s)

11.4.1.1 Description du persona

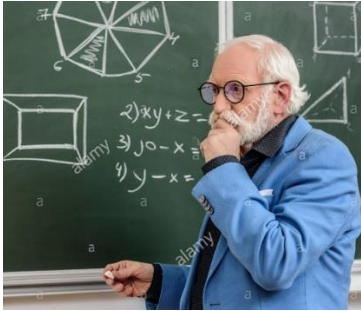
Les utilisateurs de la plateforme internet se caractérisent en trois groupes. Il y a premièrement les individus et les entreprises qui mettent à disposition leurs biens (bailleurs) puis nous avons ceux qui, contre rémunération, souhaitent louer un bien (loueurs).

Sous l'annexe n° 11.1.1, il y a un processus concernant la définition de la segmentation clients.


11.4.1.1.1 Loueur individuel :

	<h1>Marie Tinguely</h1>
<p>Age</p> <p>Travail</p> <p>Situation familiale</p> <p>Domicile</p>	<p>23 ans</p> <p>Étudiante en droit</p> <p>Célibataire, deux frères aînés</p> <p>Vevey et en collocation à Fribourg pour les études</p>
<p>Biographie</p>	<p>Née à Vevey dans une famille moyenne, elle a deux frères aînés. C'était une très bonne élève durant toute sa scolarité obligatoire et c'est pour cela qu'elle a décidé d'étudier le droit. Elle avait envie de quitter sa routine quotidienne et elle a donc voulu aller étudier dans une autre ville comme Fribourg où nous y trouvons l'université en faculté de droit.</p>
<p>Motivations et attentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aime l'idée du partage des objets du quotidien • S'engage pour l'écologie et le fait de réduire le gaspillage des ressources • Aimerais pouvoir louer, plutôt qu'acheter des objets comme un extracteur de jus pour ses repas et du matériels pour de petit aménagement dans sa collocation à Fribourg • Soutient déjà divers autres projets afin de réduire le gaspillage
<p>Habitudes</p>	<p>Très concentrée sur ses études de droit, elle passe beaucoup de temps à réviser ses cours que ce soit dans sa collocation ou à la bibliothèque. Durant son temps libre, elle aime passer du temps avec ses amies. Elle pratique aussi diverses activités sportives comme de la danse et de la randonnée (pour se retrouver dans la nature) etc.</p>
<p>Personnalité</p>	<p>Sociable, elle aime le contact humain et faire de nouvelle connaissance. Toujours de bonne humeur et souriante.</p>

11.4.1.2 Bailleur individuel :

	<h1>Dr. Jean-Jacques Despont</h1>
<p>Age</p> <p>Travail</p> <p>Situation familiale</p> <p>Domicile</p>	<p>62 ans</p> <p>Professeur en sociologie et mathématiques</p> <p>Marié, sans enfants</p> <p>Maison individuelle à Domdidier, en pleine nature. Possède également un chalet en Valais pour s'adonner son loisir : le ski-de-fonds</p>
<p>Biographie</p>	<p>Jean-Jacques a grandi à Morges dans une famille privilégiée. Son père était ancien directeur de la sucrerie à Ecublens VD. Les revenus supérieurs à la moyenne de la famille d'Hugo rendait possible les études de Jean-Jacques et de ses frères et sœurs. Après sa licence en mathématiques et divers postes comme professeur, Jean-Jacques s'intéressait de plus en plus à la sociologie et la durabilité. Depuis 10 ans, il est titulaire d'une chaire en ressource durable à l'université à Lausanne.</p>
<p>Motivations et attentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Partage l'avis que les pays occidentaux consomment trop • Pense que le partage est un bon moyen de réduire la surconsommation et le gaspillage • La richesse est mal répartie sur le monde entier • Conscient qu'il est né dans une famille privilégiée et aime s'engager pour l'égalité des chances • L'intérêt financier est secondaire • Apprécie le contact avec des jeunes
<p>Habitudes</p>	<p>Il est très content avec sa profession. La recherche et l'enseignement est sa passion. Adore sensibiliser les étudiants dans les domaines de la surconsommation et le gaspillage. Pendant les vacances semestrielles, il est souvent dans son châtelet en Valais avec sa femme et poursuit ses loisirs, surtout le ski-de-fonds et les randonnées.</p>
<p>Personnalité</p>	<p>Facile comme personne, il n'aime pas que les gens le vouvoient. Toujours ouvert à une discussion concernant notre société et la vie quotidienne. Certains étudiants perçoivent Jean-Jacques comme marrant et un peu désordonné.</p>

11.4.1.3 Bailleur PME :

	<h2>Pedro Ferreira</h2>
<p>Age</p> <p>Travail</p> <p>Situation familiale</p> <p>Domicile</p>	<p>38 ans</p> <p>Patron d'une PME</p> <p>Marié, deux enfants de 17 et 18 ans</p> <p>Fribourg</p>
<p>Biographie</p>	<p>Originaire du Portugal, il a fondé son entreprise en 2008. Il s'agit d'une boucherie qu'il espère pouvoir léguer un jour à ses enfants. A ce jour, il emploie 2 employés à plein temps et 2 autres à temps partiels.</p>
<p>Motivations et attentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se faire de nouveaux clients • Prêt à mettre en location ses grills et ustensiles. • Promouvoir l'esprit des fêtes avec barbecue. • Promouvoir sa viande et ses produits • Amasser un petit revenu supplémentaire
<p>Freins et réticentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Matériels endommagés • Mauvaise foi du loueur • Non-respect du contrat comme les délais
<p>Habitudes</p>	<p>Son activité professionnelle fait qu'il vend de la viande durant la journée et le soir, il se retrouve en famille. Le week-end surtout en été, il aime les journées ensoleillées pour faire un maximum de barbecues avec sa famille et ses amis.</p>
<p>Personnalité</p>	<p>Plutôt extravertie, bavard, actif et social.</p>

11.4.1.4 Brève analyse des concurrents existants

Voici quelques plateformes de location déjà existantes que nous avons découvertes :

- Sharoo : véhicule à moteur
- Airbnb : location de logement
- <http://pretik.org/> : site français semblable à notre idée
- Acheter-louer.ch : appartements, villas, maisons, terrains et immeubles
- keepinuse.ch/ : site semblable en suisse
- Sharely.ch : location diverse

Après cette brève analyse sur Internet, nous avons décidé de ne pas autoriser la location de véhicule à moteur, de logement et tout du domaine de l'immobilier. De plus, nous avons réalisé que l'idée de louer des biens existe déjà (ex : Sharely.ch). C'est pour cela qu'il est nécessaire de posséder un avantage concurrentiel.

11.4.1.5 Limitation des biens

Afin d'imaginer des cas d'utilisation, il est nécessaire de tout d'abord se questionner sur la limitation de la location. En effet, il y a déjà d'autres sites internet suisses bien établis qui proposent de la location et nous ne souhaitons pas leur faire concurrence pour ces mêmes biens.

De ce fait, et par mesure de précaution pour notre projet, les objets suivants seront exclus de notre plateforme :

- Produits d'hygiène (rasoir, brosse à dent, etc.)
- Objets illégaux (armes, drogues, etc.)
- Animaux
- Véhicules
- Logements / immobilier
- Objet à usage unique (cela va à l'encontre du principe de partage)

11.4.2 Cas d'utilisation

Cas basic : un individu a besoin d'un bien qu'il ne possède pas et une personne ou une entreprise a mis à disposition ce bien.

11.4.2.1 Qui souhaiterait louer ?

- Un individu souhaite aller faire du camping mais n'a pas de tente.
- Un individu compte changer l'an prochain de véhicule mais ses pneus d'hiver sont au bout.

- Un individu aimerait accompagner ses amis à la pêche mais il n'a pas de canne à pêche.
- Une famille aimerait organiser un barbecue avec des invités mais sans barbecue ça sera difficile.
- Un étudiant emménage et déménage mais il n'a pas tous les outils nécessaires.
- Des amis souhaitent faire la descente de l'Aare entre Thun et Bern mais ils n'ont pas de bateau gonflable.
- Un individu souhaite aller faire du paddle sur le lac mais n'a pas de paddle.
- Des étudiants doivent faire une vidéo ensemble mais n'ont pas une bonne caméra.
- Un individu a besoin de déménager son vieux canapé mais n'a pas de remorque.

11.4.2.2 Qui mettrait ses objets en location ?

11.4.2.2.1 Individu

- Toutes personnes qui souhaitent se faire de l'argent.
- Toutes personnes qui ont un double emploi de l'objet.
- Toutes personnes qui souhaitent partager et louer de par leur personnalité.
- Toutes personnes qui momentanément ne peuvent plus utiliser son objet. Par exemple, un individu a subi un accident et ne peut plus faire de vélo alors il le loue.
- Toutes personnes qui partent à l'étranger sur une durée déterminée.

11.4.2.2.2 Entreprise

- Toutes entreprises qui souhaitent se faire de l'argent supplémentaire.
- Toutes entreprises qui ont un double emploi de l'objet.
- Toutes entreprises qui souhaitent partager et louer de par leurs valeurs.
- Toutes entreprises qui momentanément n'utilisent plus leurs objets. Par exemple, une entreprise est fermée pour les vacances alors ils peuvent louer des objets du bureau.
- Toutes entreprises qui souhaitent se faire connaître davantage et cibler davantage de clientèle.

11.4.2.3 Avantages

- Grâce aux packs d'offres complètes proposés par les entreprises, nous avons notre avantage concurrentiel.
- La location peut contribuer à réduire le gaspillage et la surconsommation.
- L'idée du partage pourrait devenir plus présente dans la tête des consommateurs.
- N'importe qui peut devenir un utilisateur potentiel pour ce site.
- Ce système permet un nouveau modèle économique.

11.4.2.4 Difficultés

- Les notions de partage et de location ne sont pas acceptées de tous.
- Souhaitent-ils prêter leurs biens à n'importe qui ? Si non, à quelles conditions ?
- La notion de partage est fortement liée à la notion de confiance. Pouvons-nous faire confiance les yeux fermés ?

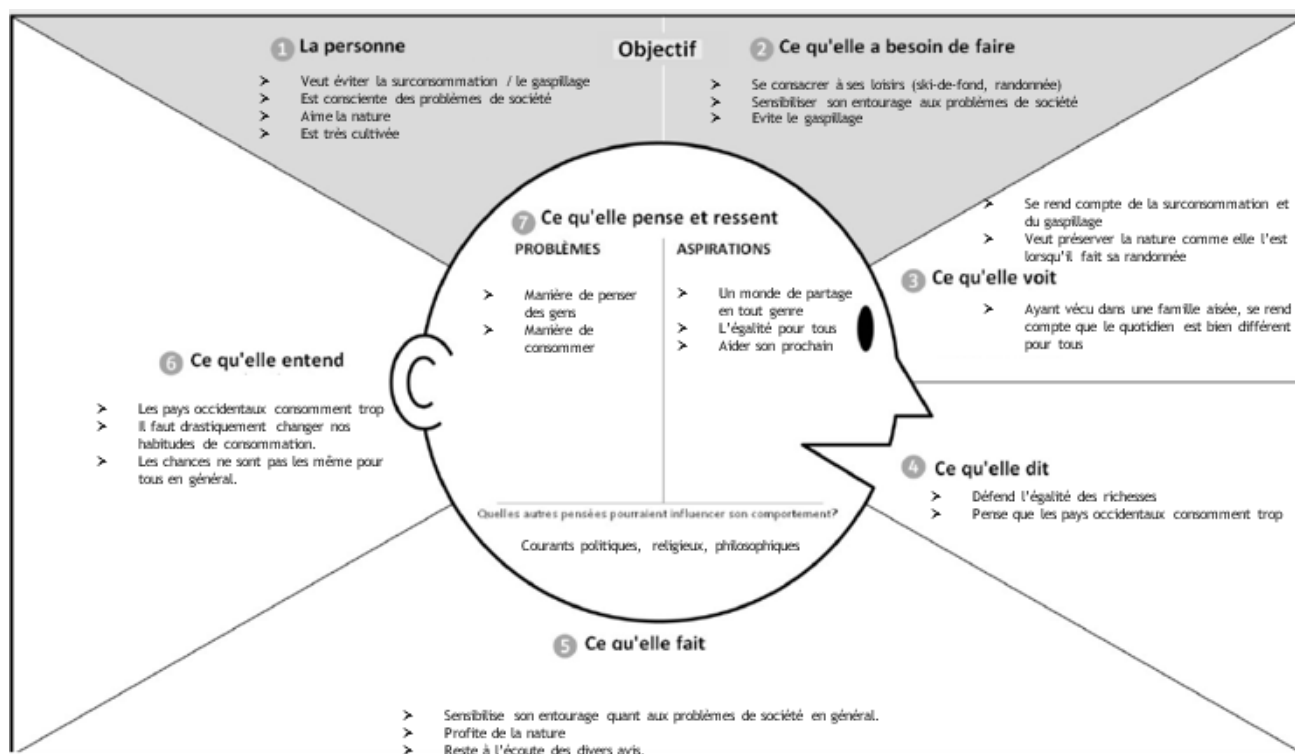
11.4.3 Plan d'action pour carte d'empathie

Dans un premier temps, il est important de bien définir nos objectifs, après cela une première segmentation peut être faite afin de se faire une idée de notre public cible. Cette étape permet par la même occasion de réaliser un persona qui lui aussi sera utile pour remplir la carte d'empathie. (cf. Processus → persona n° 11.4.5.4)

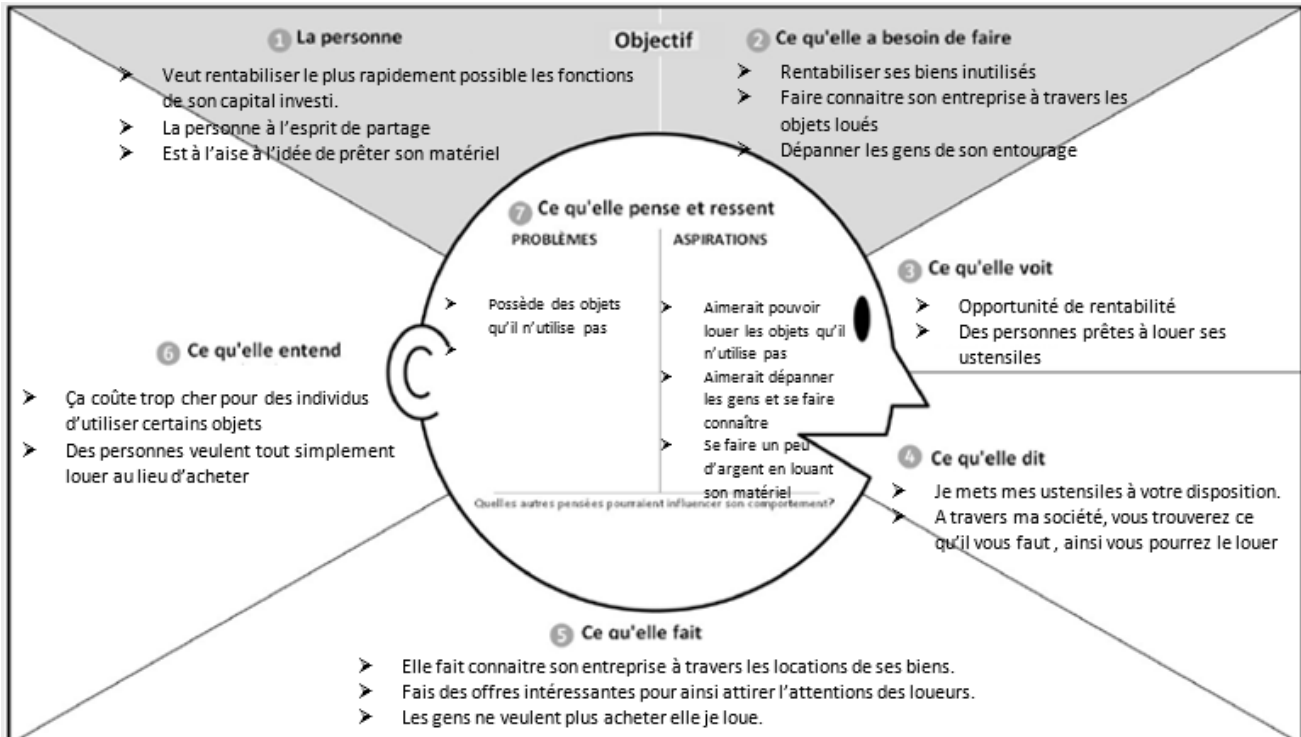
Le persona nous aidera à mieux cerner une personne à interviewer, le processus pour la réalisation d'une interview est également décrit dans (cf. Processus → interview n° 11.4.5.3)

11.4.4 Carte d'empathie

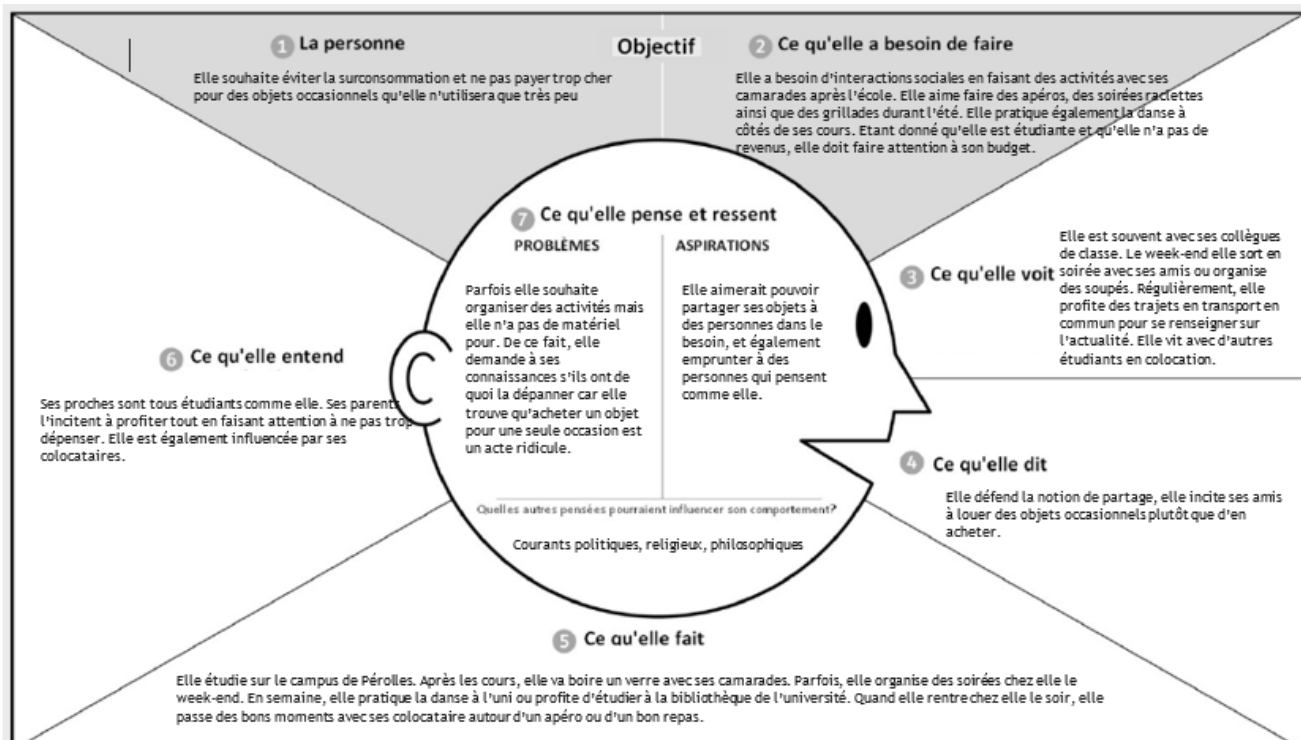
11.4.4.1 Bailleur individuel



11.4.4.2 Bailleur PME



11.4.4.3 Loueur



11.4.4.4 Actions entreprises

Nous avons élaboré un questionnaire (voir annexe n° 11.5) afin de valider les personas établis auparavant. Celui-ci nous a été utile lors des interviews avec des utilisateurs potentiels de la plateforme.

11.4.4.5 Résultats

Lors des interviews, nous avons recueillis les témoignages suivants :

11.4.4.5.1 Bailleurs

Les bailleurs veulent avoir confiance envers la personne qui loue leur(s) bien(s).

De plus, le prix est une caractéristique importante, plus que l'aspect social. Pour louer un bien, il faut que les gains qu'ils retirent valent la peine de prendre les risques (vol, dommage, respect de la durée de location, paiement). La durée rentre aussi en compte, en général 1 journée (pour des objets tels que grills, caquelons à fondue, machines à crêpe).

Il se peut également que tous les bailleurs n'aient pas la même propension à prêter. Par exemple, la personne interviewée refuse de prêter une caisse à outils, par peur de se faire voler quelques vissees ou autres éléments de la boîte.

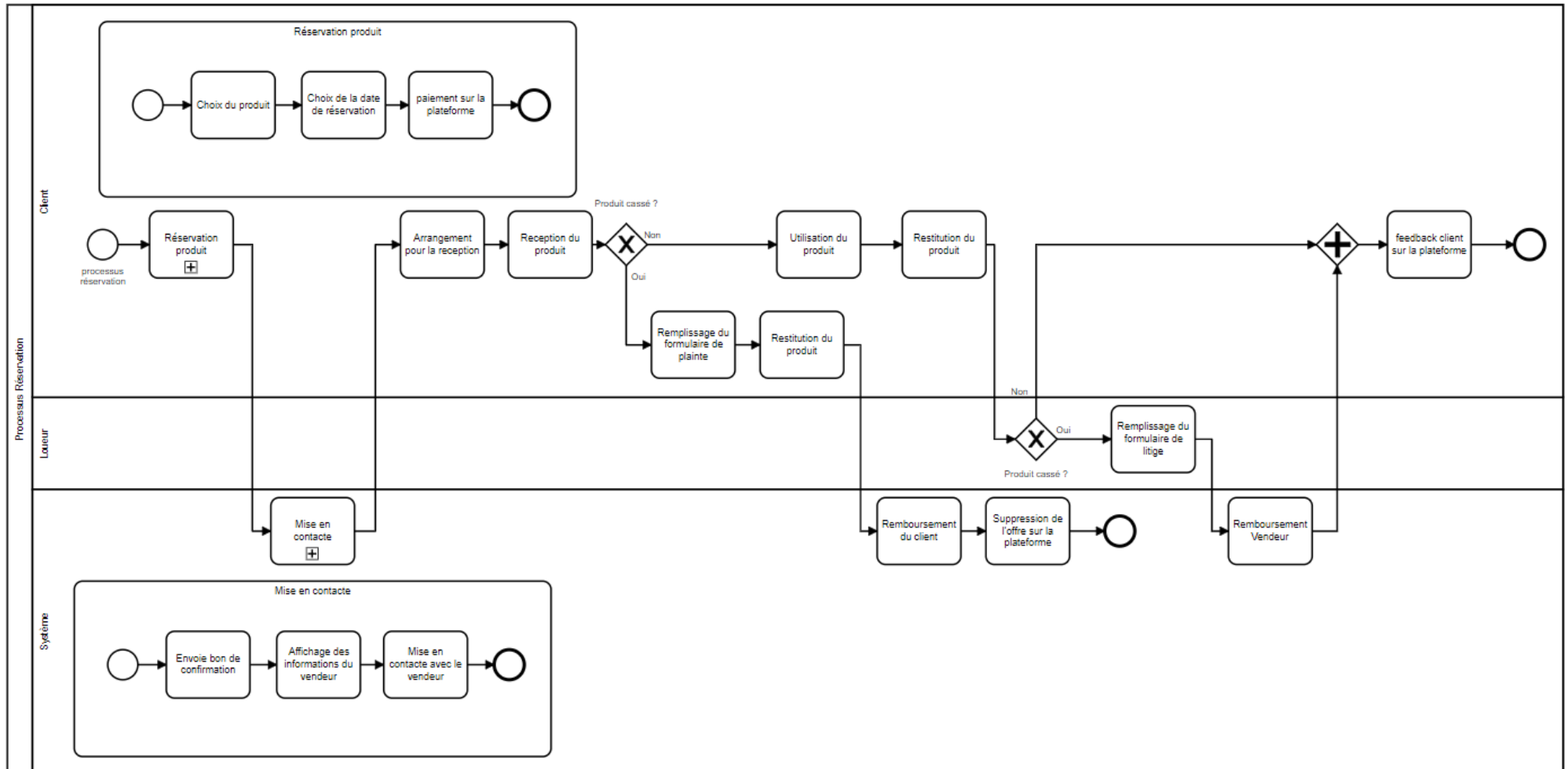
11.4.4.5.2 Loueurs

Concernant les loueurs, d'après une personne interviewée, elle chercherait d'abord dans son entourage avant d'utiliser une plateforme telle que la nôtre. De plus, elle comparerait les prix afin de payer un prix correct. Elle ferait aussi attention à l'état de l'objet afin de ne pas avoir de problème lorsqu'elle rend l'objet par peur d'être accusée d'avoir fait des dommages.

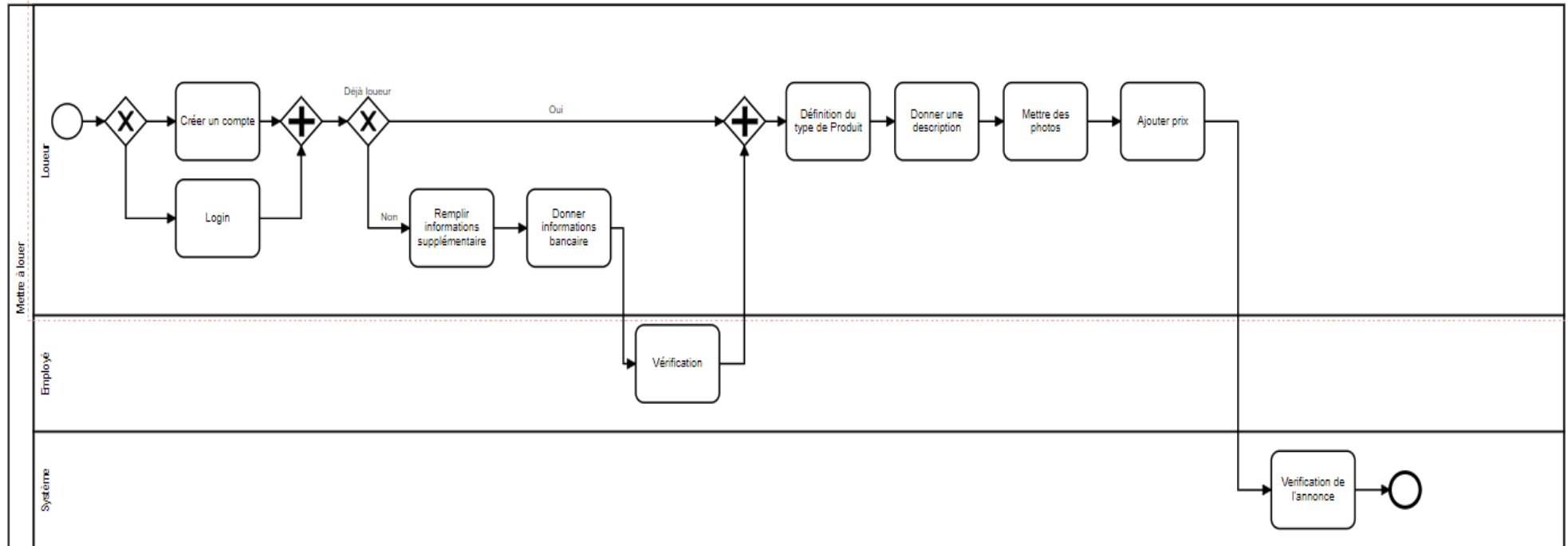
En outre, la durée du trajet nécessaire pour aller chercher le bien dépendrait du produit en lui-même mais aussi du prix de la location. Plus le prix est élevé, plus la propension à aller loin l'est aussi.

11.4.5 Processus (graphiques)

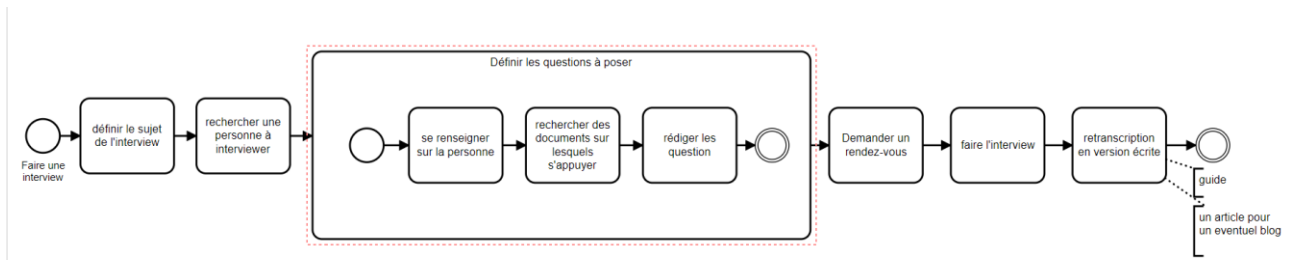
11.4.5.1 Interaction location



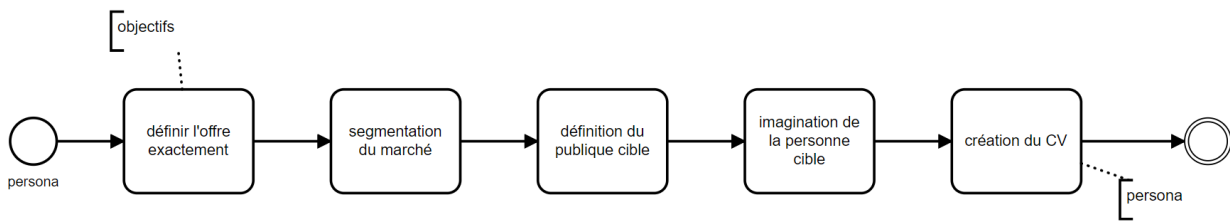
11.4.5.2 Interaction mise en location



11.4.5.3 Interview



11.4.5.4 Persona



11.5 Questionnaire « customer discovery »

11.5.1 Général

1. Avez-vous déjà dû organiser/participer à un événement ou à une activité, mais malheureusement vous n'aviez pas le matériel nécessaire ?
 - a. Oui / Non
2. Si oui, racontez-nous une histoire à propos de la dernière fois que cela vous est arrivé.
3. Est-ce que cette situation était dérangeante ?
4. Pourquoi l'était-elle ?
5. Qu'est-ce qui était le plus dérangeant ?
6. Comment avez-vous résolu ce désagrément ?
7. Avez-vous trouvé cette méthode de résolution satisfaisante ?

11.5.2 Bailleur

1. Seriez-vous enclin à prêter des objets que vous n'utilisez pas/plus contre rémunération ?
 - a. Oui / non
2. Si oui, quels objets prêteriez-vous ?
3. A quelles conditions prêteriez-vous vos objets ?

11.5.3 Loueur

1. Seriez-vous enclin à emprunter des objets dont vous auriez besoin pour une courte durée contre paiement ?
 - a. Oui / non
2. Si oui, quels objets emprunteriez-vous ?
3. A quelles conditions emprunteriez-vous des objets ?

11.6 Concurrence : Pumpipumpe



Figure 1: boîte aux lettres⁷

11.7 Projet similaire

CHF	25.-	0 vergeben	
CARTE DE REMERCIEMENT			
CHF	50.-	0 vergeben	
SURPRISE DE NOEL			
CHF	100.-	0 vergeben	
INVITATION APÉRO MYBOW			
CHF	500.-	0 vergeben	
INVITATION RÉUNION MYBOW			
CHF	650.-	0 vergeben	
COURS D'EQUITATION ou DÎNER			
CHF	750.-	0 vergeben	
DÎNER AVEC PARTENAIRE MYBOW			
CHF	1'000.-	0 vergeben	
EXCURSION LA CÔTE			

CHF à choix

Aucune contrepartie

Je désire uniquement soutenir le projet.

Figure 2 : contreparties au crowdfunding⁸

⁷<https://lumieresdelaville.net/des-vignettes-collees-sur-les-boites-aux-lettres-indiquent-a-vos-voisins-les-objets-que-vous-pouvez-leur-preter/>

⁸ <https://wemakeit.com/projects/www-mybow-ch>