

## **TD- étude de cas**

**Parcours : SRI**

**N° TD / Nom EDC :  
La Ruche qui dit oui !**

**N° groupe : 5**

**Etudiant :** Antoine CLEMENT-MALICK

**Etudiant :** Mouléro DEGBEGNI

**Etudiant :** Alexis GIBERT

**Etudiant :** Eliot PAZZÉ

# Les éléments clés

Selon nous, les différents éléments clés mentionnés dans cet entretien qui ont permis l'émergence de l'idée et de la création du projet « La Ruche qui dit oui ! » sont :

- 1. La Passion et Background de Guilhem Chéron :** La passion de Guilhem Chéron pour l'alimentation, renforcée par son background familial d'agriculteurs, a joué un rôle majeur. Son expérience professionnelle diversifiée, y compris la création d'un restaurant végétarien à Cuba et le dépôt d'un brevet industriel pour une cuillère facilitant l'alimentation des personnes alitées, a contribué à son expertise et à sa sensibilité dans le domaine.
- 2. La Recherche d'une Solution Holistique :** Guilhem Chéron cherchait à créer un projet qui englobe l'ensemble de la chaîne alimentaire, de la production à la distribution. L'idée était de répondre à la question de savoir comment bien manger tout en soutenant une autre façon de produire.
- 3. Incubateur et Exploration :** Rejoindre un incubateur a fourni à Guilhem Chéron l'environnement propice pour explorer différentes idées. Durant six mois d'incubation, il a pu travailler sur la conceptualisation du modèle de La Ruche qui dit oui.
- 4. Contexte social et économique :** La prise de conscience croissante des enjeux alimentaires, tels que l'importance de soutenir l'agriculture locale et durable, a créé un contexte favorable pour un projet comme La Ruche qui dit oui.
- 5. Un Marché Alimentaire Collaboratif Vacant :** À l'époque de la création, il n'y avait pas encore de modèle établi dans le secteur alimentaire pour les plateformes collaboratives. La réussite d'autres plateformes collaboratives dans des secteurs tels que l'hébergement (Airbnb) et le covoiturage (Blablacar) a peut-être inspiré l'idée que ce modèle pourrait également fonctionner dans le domaine de l'alimentation.
- 6. Vision Éthique et Sociale :** La volonté de créer une entreprise sociale et solidaire avec un impact positif sur la production agricole a été un moteur puissant. La vision éthique de Guilhem Chéron s'aligne sur la loi sur l'économie sociale et solidaire, qui préconise de réinvestir les bénéfices dans la mission de l'entreprise.
- 7. Expérience Antérieure et Apprentissage :** Les expériences antérieures de Guilhem Chéron, y compris son engagement dans des projets liés à l'alimentation et à l'entrepreneuriat, ont contribué à sa compréhension du secteur et à sa capacité à créer un modèle innovant.

L'émergence de La Ruche qui dit oui vient d'une combinaison d'expérience personnelle, de réflexion contextuelle sur les enjeux alimentaires, d'une recherche active dans un incubateur, et de la vision d'une entreprise éthique et socialement engagée.

## La mission, les valeurs et la vision

La Ruche qui dit oui, selon ses cofondateurs, a pour mission principale de réinventer la façon dont les aliments sont produits et distribués. Leur vision repose sur la création d'un système alimentaire durable, centré sur la proximité, la qualité des produits et le lien direct entre les consommateurs et les producteurs locaux. Les valeurs fondamentales de La Ruche qui dit oui gravitent autour de plusieurs piliers :

Pilier	Description
<b>Proximité et circuit court</b>	Mettre en relation directe les consommateurs avec les producteurs locaux pour favoriser un approvisionnement en aliments de qualité tout en réduisant les distances et les intermédiaires.
<b>Qualité des produits</b>	Promouvoir des aliments de qualité, souvent biologiques ou issus de pratiques respectueuses de l'environnement, afin de garantir des produits sains et savoureux.
<b>Communauté et lien social</b>	Créer des espaces de rencontres entre les consommateurs et les producteurs pour favoriser les échanges, renforcer les liens au sein de la communauté locale et encourager une consommation plus consciente.
<b>Durabilité</b>	Encourager des pratiques durables tant sur le plan environnemental que social, en soutenant des producteurs engagés dans des méthodes respectueuses de l'écosystème et en favorisant une économie locale et équitable.

La vision globale de La Ruche qui dit oui est donc de construire un écosystème alimentaire où les circuits courts, la qualité des produits, les liens humains et la durabilité sont au cœur des préoccupations, offrant ainsi une alternative convaincante aux modèles traditionnels de distribution alimentaire.

# Business Model Canva



## Activité clés

Évènements et ateliers  
Promotion et marketing  
Logistique et gestion des stocks  
Gestion financière  
Service client  
Coordination des points de collecte  
Recrutement et gestion des producteurs locaux  
Gestion de la plateforme en ligne

## Partenaires clés

Producteurs locaux  
Points de collecte  
Municipalités locales  
Entreprises locales  
Organisations à but non lucratif  
Partenaires de logistique et de livraison  
Gouvernements locaux et régionaux

## Ressources clés

Plateforme en ligne  
Réseau de producteurs locaux  
Points de collecte  
Personnel  
Relations clients et producteurs  
Marketing  
Partenariats  
Logistique, livraison

## Structure de coût

Développement technologique  
Maintenance de la Plateforme en ligne  
Personnel  
Frais de marketing  
Frais de logistique  
Frais d'exploitation des points de collecte  
Frais administratifs  
Coûts liés aux événements et aux ateliers  
Assurance  
Dépenses de gestion des partenariats  
Frais financiers

## Canaux de distribution

Plateforme en ligne / Réseaux sociaux et marketing en ligne  
Points de collecte  
Livraison à domicile  
Évènements et marchés locaux  
Partenariats avec des entreprises locales

## Relation client

Proximité et Accessibilité  
Communication Transparente  
Réactivité  
Personnalisation  
Événements Communautaires  
Service après-vente

## Source de revenus

Commission sur les ventes  
Frais d'adhésion des producteurs  
Frais de service aux clients  
Frais de livraison  
Évènements et ateliers  
Partenariats et subventions

## Proposition de valeur

Produits locaux et livraison locale  
Qualité et fraîcheur / Variété et diversité  
Soutien aux producteurs  
Transparence  
Impact environnemental réduit / communauté engagée  
Facilité d'utilisation

## Segment client

Partout en France, Etudiants, différentes catégories socio-professionnelles, retraités, femmes et hommes qui :

- Sont soucieuses de l'environnement
- Cherchent à manger sainement
- Souhaitant un commerce plus équitable
- Veulent consommer local

