

# Étude de cas : La Maison des Fleurs

## Sujet :

Analyse du modèle économique de La Maison des Fleurs dans le contexte algérien, en tenant compte de la typologie de l'entrepreneur, du paradigme entrepreneurial et du BMC

## Introduction

La Maison des Fleurs est une entreprise algérienne spécialisée dans la vente de fleurs et de plantes. Elle a été créée en 2022 par M. Mohamed, un entrepreneur passionné par le monde des plantes.

L'entreprise dispose d'un magasin de 100 m<sup>2</sup> situé à Tlemcen. Elle propose une large gamme de fleurs, de plantes, d'accessoires et de services (création florale, livraison à domicile, etc.).

La Maison des Fleurs s'adresse à une clientèle variée, des particuliers aux professionnels. Elle a pour objectif de devenir un acteur incontournable de l'horticulture en Algérie.

La Maison des Fleurs cible une clientèle variée, des particuliers aux professionnels.

Les particuliers sont la clientèle principale de l'entreprise. Ils représentent environ 80 % du chiffre d'affaires. La Maison des Fleurs cible les particuliers pour leur besoin de fleurs et de plantes pour leurs occasions spéciales (mariages, anniversaires, etc.), pour décorer leur intérieur ou leur extérieur, ou encore pour offrir des cadeaux.

Les professionnels représentent environ 20 % du chiffre d'affaires de l'entreprise. La Maison des Fleurs cible les professionnels pour leur besoin de fleurs et de plantes pour leurs événements (salons, conférences, etc.), pour décorer leurs locaux, ou encore pour offrir des cadeaux à leurs clients ou à leurs employés.

La Maison des Fleurs est basée sur la qualité des produits et des services offerts. L'entreprise propose une large gamme de fleurs et de plantes de qualité supérieure, sélectionnées auprès de fournisseurs locaux et internationaux. Elle propose également des services de création florale et de livraison à domicile.

La Maison des Fleurs utilise plusieurs canaux de distribution pour atteindre sa clientèle, notamment :

- Un magasin physique situé à Tlemcen.
- Un site web qui permet aux clients de commander des fleurs et des plantes en ligne.
- Les réseaux sociaux qui permettent à l'entreprise de communiquer avec sa clientèle et de promouvoir ses produits et services.

La Maison des Fleurs privilégie une relation directe avec ses clients. Elle offre un service personnalisé et répond aux besoins spécifiques de chaque client.

La Maison des Fleurs a des professionnels qualifiés en matière de fleurs et de plantes.

Elle a aussi un réseau de fournisseurs de l'entreprise lui permet d'obtenir des fleurs et des plantes de qualité supérieure.

La Maison des Fleurs faire les activités suivantes :

- L'achat de fleurs et de plantes auprès de fournisseurs.
- La création florale pour les événements et les cadeaux.
- La livraison à domicile des fleurs et des plantes.
- Le marketing et la communication pour promouvoir les produits et les services de l'entreprise.

La Maison des Fleurs travaille en partenariat avec les fournisseurs suivants :

- Des producteurs locaux de fleurs et de plantes.
- Des fournisseurs internationaux de fleurs et de plantes.
- Une entreprise de livraison à domicile.

Les principaux coûts de La Maison des Fleurs sont les suivants :

- L'achat de marchandises (fleurs et plantes).
- Le personnel.
- Le marketing et la communication.

Remarque :

La Maison des Fleurs dans le contexte algérien ; et Le marché algérien de l'horticulture est en pleine croissance. La demande en fleurs et en plantes est en augmentation, notamment en raison de l'urbanisation croissante du pays.

La Maison des Fleurs est bien positionnée pour profiter de cette croissance. L'entreprise dispose d'une large gamme de produits et de services de qualité, et elle privilégie une relation directe avec ses clients.

### Les questions :

Ces questions visent à évaluer la compréhension des concepts clés liés à l'entrepreneuriat, en utilisant La Maison des Fleurs comme étude de cas spécifique. Elles encouragent également l'application pratique des connaissances théoriques dans le contexte d'une entreprise réelle.

#### Section 1 : Typologie de l'entrepreneur

- a) Identifiez les caractéristiques entrepreneuriales de M. Mohamed, le fondateur de La Maison des Fleurs, en vous basant sur sa passion et son implication dans l'entreprise.
- b) Quels traits d'entrepreneur voyez-vous chez M. Mohamed ? Discutez-en en relation avec les motivations et les actions qu'il a entreprises pour lancer et développer son entreprise.
- c) Expliquez en quoi l'approche entrepreneuriale de M. Mohamed correspond à l'une des typologies d'entrepreneurs présentées en cours (par exemple : entrepreneur opportuniste, visionnaire, innovateur, etc.).
- d) Quels facteurs de son comportement entrepreneurial correspondent à cette typologie ?

#### Section 2 : Paradigmes de l'entrepreneuriat

- a) Analysez comment La Maison des Fleurs s'adapte aux différents paradigmes de l'entrepreneuriat, tels que le paradigme de l'innovation, le paradigme de la reconfiguration et/ou le paradigme de l'opportunité.
- b) Identifiez des exemples concrets dans le cas de La Maison des Fleurs qui illustrent sa conformité à ces paradigmes.
- c) En vous basant sur le contexte de l'entreprise, discutez des défis que La Maison des Fleurs pourrait rencontrer en termes de paradigmes de l'entrepreneuriat, en particulier en relation avec les changements de marché et l'évolution des besoins des clients.
- d) Proposez des stratégies que l'entreprise pourrait adopter pour rester conforme à ces paradigmes et maintenir sa croissance.

### Section 3 : Business Model Canvas (BMC)

- a) Utilisez le BMC pour représenter graphiquement le modèle commercial de La Maison des Fleurs en identifiant ses segments de clientèle, ses canaux de distribution, ses relations avec les clients, ses activités clés et ses ressources principales.
- b) Analysez comment chaque composante du BMC contribue à la proposition de valeur globale de l'entreprise.
- c) Identifiez les principaux avantages concurrentiels de La Maison des Fleurs en vous appuyant sur le BMC.
- d) Proposez des améliorations ou des ajustements potentiels dans certaines parties du modèle pour renforcer sa compétitivité sur le marché horticole algérien.

