



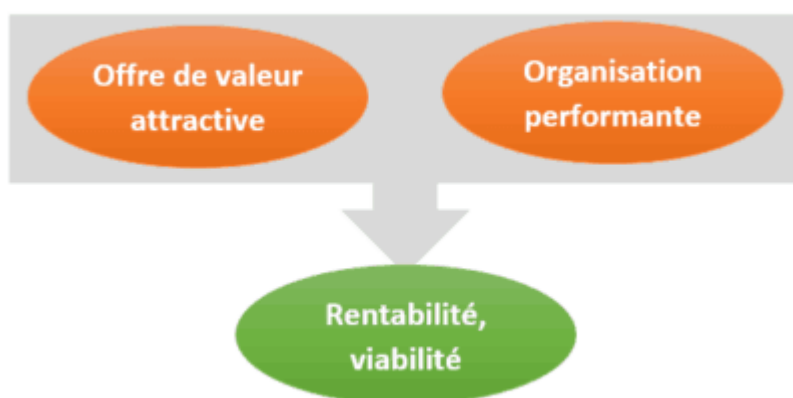
Les différents modèles économiques d'entreprise : 15 exemples

Qu'est-ce que le modèle économique d'une entreprise ? Quels sont les différents modèles économiques possibles ? Quels sont les modèles économiques les plus porteurs, et quels sont les nouveaux modèles économiques ?

Définition : Le modèle économique ou *business model* est la manière dont l'entreprise génère ou va générer de la rentabilité. C'est une description ou une représentation des moyens de tirer des revenus d'une activité.

Il existe différents modèles économiques, chacun essayant de s'appuyer sur une offre de valeur efficace et sur une organisation performante mise en place pour délivrer cette valeur :

Modèle économique :

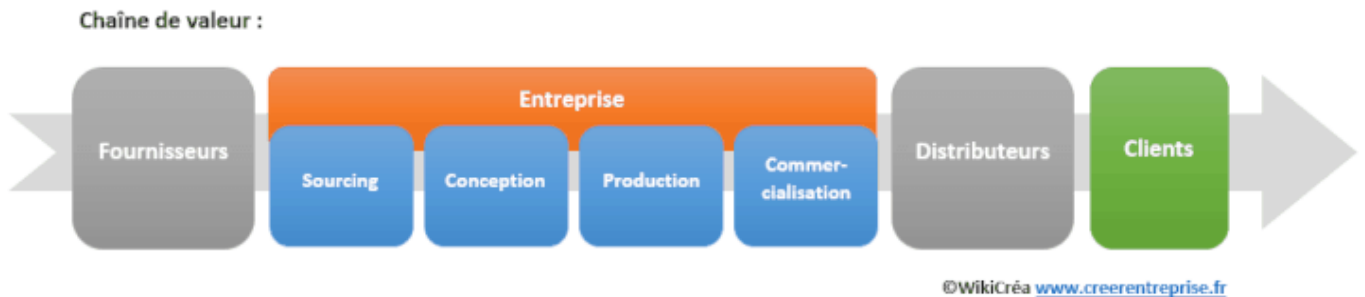


©WikiCrea www.creerentreprise.fr

Le modèle économique : au coeur de la stratégie

d'entreprise.

1) Définir un modèle économique, c'est d'abord déterminer ce qui va constituer la valeur de l'entreprise sur le marché, ce qui va la distinguer de la concurrence. En d'autres termes, cela consiste à déterminer le point de la chaîne de valeur sur lequel il faudra développer un avantage concurrentiel.



Certains modèles économiques se concentrent sur le sourcing, d'autres sur la conception, d'autres sur la production, d'autres encore sur la commercialisation...

2) Cela consiste ensuite à définir l'organisation la plus performante possible pour délivrer cette valeur, dans une perspective de rentabilité.

Remarque : Le choix d'un modèle économique doit s'appuyer sur les **forces de l'entreprise**, et peut être dicté par des **opportunités externes**.

Les différents modèles économiques d'entreprise : 15 exemples.

Voici les principaux modèles économiques adoptés par les entreprises.

1) L'achat-revente.

C'est un modèle économique extrêmement simple, qui ne repose ni sur l'innovation produit, ni sur la capacité productive, mais qui consiste à créer de la valeur par les **efforts de commercialisation d'un produit existant**. La différence se fera aussi sur le prix et donc la capacité à négocier avec les fournisseurs.

Pour développer leur avantage concurrentiel, les entreprises peuvent par exemple négocier l'exclusivité de la distribution du produit sur un territoire.

2) La récupération pour revente.

C'est un modèle économique qui tire profit d'un **approvisionnement gratuit**, en vue de mettre en valeur des objets encore utilisables, et de les distribuer efficacement.

Exemples : entreprises de recyclage, brocantes, recycleries...

3) La production en propre.

Il s'agit de fabriquer son propre produit en interne afin de maîtriser ses caractéristiques. L'entreprise se distinguera par le caractère qualitatif ou innovant de son produit, et par la

performance de son processus productif, ce qui se traduira par des marges confortables. Pour plus d'efficacité, elle pourra externaliser la distribution du produit.

4) L'abonnement.

L'abonnement permet de générer des revenus réguliers **en fidélisant automatiquement** sa clientèle. Ce peut être l'abonnement à recevoir un produit (box par exemple) ou bien la création d'une offre unique pouvant accueillir un flux d'utilisateurs quasi-illimité (logiciel, contenu informationnel...). L'entreprise pourra se concentrer d'une part sur le contenu du produit (si possible qualitatif et innovant) et d'autre part sur le démarchage pour accroître le nombre de ses abonnés fidèles.

5) Le remplissage.

Certaines entreprises ont un modèle de **remplissage** : elles possèdent des installations de taille limitée et recherchent une fréquentation maximale. L'effort de l'entreprise portera à la fois sur la conception du lieu et sur la commercialisation.

Exemples : cinéma, musées, restaurants, parc d'attraction, espaces de loisirs...

6) La vente directe.

Le modèle de la vente directe consiste, pour un producteur, à **remettre la main sur le circuit de distribution**, ce qui lui permettra de regagner une bonne partie de la marge. **Exemples** : e-commerce, vente à la ferme...

7) L'innovation permanente.

Il s'agit pour l'entreprise de se concentrer sur son produit, plus précisément sur sa **conception**, quitte à sous-traiter sa fabrication et sa distribution, afin de développer une avance concurrentielle permanente. L'innovation peut être technologique ou marketing, voir les deux. **Exemple** : Apple avec l'iPhone.

8) Le commissionnement.

Ici l'objectif n'est pas de proposer son propre produit, mais de mettre en relation fournisseurs et clients, **en prélevant une commission au passage**. Ce modèle économique s'est rapidement développé avec internet. Pour que ce *business model* soit rentable, il faut être en mesure de capter le flux de clients-cible.

Exemples : comparateurs en ligne, plateformes de réservation hôtelières (Booking, Airbnb...), systèmes d'affiliation.

9) Le don.

C'est un modèle économique très utilisé par les associations, les ONG ou les fondations. Il s'agit de se financer par les dons des usagers ou des adhérents, ou de les faire participer directement à la vie de l'organisme (bénévolat par exemple).

10) La publicité.

Ce modèle économique très ancien consiste à créer et diffuser du contenu, sur papier ou en ligne,

afin de commercialiser des espaces publicitaires.

11) Le modèle du gratuit avec options payantes (freemium).

Parmi les nouveaux modèles économiques, on note l'apparition du **freemium**, qui consiste à proposer un service de base gratuit (free) tout en proposant des fonctionnalités à valeur ajoutée payantes (service premium). Ce modèle économique, très présent sur internet, s'appuie sur le concept d'**inbound marketing**.

12) Le modèle économique de l'appât et de l'hameçon.

Le modèle économique de l'appât et de l'hameçon consiste à proposer un produit à un prix très attractif, et à rendre indispensable l'achat d'accessoires complémentaires dans le temps. **Exemples** : aspirateurs et sacs, imprimantes et cartouches...

13) Le modèle économique de la franchise.

La franchise est un modèle économique qui consiste à dupliquer un concept qui a fait ses preuves (boutique, restaurant...) en donnant l'opportunité à des indépendants de l'exploiter sur leur emplacement ou territoire, contre paiement de droits ou redevances. **Voir notre article sur la franchise.**

14) La désintermédiation.

La désintermédiation consiste à rendre accessible directement au client un service traditionnellement intermédié. C'est un modèle économique étroitement lié au phénomène de **digitalisation de l'économie** : il est possible d'accéder par internet à des services qui nécessitaient auparavant de faire appel à des professionnels ayant pignon sur rue. De nombreuses **start-up** surfent sur cette vague.

Exemples :

- agences de voyage en ligne,
- expert-comptable en ligne,
- assureur en ligne,
- documents juridiques en ligne.

15) Le modèle économique du low-cost.

Ici, il s'agit de développer un avantage concurrentiel sur le **prix**. C'est un modèle économique qui repose sur une offre de valeur attrayante, comparable à celle des concurrents, mais proposée à un tarif bien plus faible, rendu possible par des efforts organisationnels importants. **Exemple** : Ryanair.

Voir aussi nos articles : Qu'est-ce que le modèle économique d'une entreprise ?