**Décembre 2016**

**NOUVELLE POLITIQUE REGIONALE (NPR) DU CANTON DE FRIBOURG**

**Programme de mise en œuvre 2016 – 2019**

**Volet ‘Innovation touristique’**

**Formulaire et questionnaire pour les demandes NPR**

Nous vous prions de remplir le formulaire de demande et le questionnaire si possible de façon électronique et de le renvoyer par courriel ou par la poste à l’adresse suivante :

**Promotion économique du canton de Fribourg
Boulevard de Pérolles 25**

**Case postale 1350
CH-1701 Fribourg**

**Tél. 026 304 14 00**

**E-mail : alain.lunghi@fr.ch**

**www.promfr.ch**

1. **Données concernant le requérant**

**Requérant(e) (responsable de projet)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Entreprise/Organisation :**  |  |
| **Forme juridique :** |  |
| **Adresse :** |  |
| **Téléphone, e-mail, web :** |  |
| **Nom et adresse de la personne de contact :**  |  |
| **Téléphone, e-mail de la personne de contact :** |  |

1. **Brève description du projet**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom du projet:**  |  |
| **Courte description de l’idée du projet :** |  |
| **Objectifs du projet :** |  |
| **Calendrier (démarrage, jalons, fin du projet):** |  |

1. **Financement du projet**

Comment envisagez-vous le financement de votre projet ?

|  |  |
| --- | --- |
| **Coût du projet :** | **CHF**  |
| **Moyens propres*** Propre argent liquide :
* Propres prestations (travail) :
 | **CHF****CHF** |
| **Contributions à fonds perdu de tiers (hors NPR)*** Confédération, canton, commune :
* Autre (sponsors, Loterie romande, etc.) :
 | **CHF****CHF** |
| **Contributions sous forme de prêts (hors NPR)*** Confédération :
* Canton :
* Commune :
* Autre :
 | **CHF****CHF****CHF****CHF** |
| **Montant ouvert demandé à la NPR :** | **CHF** |

**Autres documents**

**Les documents suivants doivent être transmis en complément du formulaire de demande:**

* **Business plan**

Afin de vous faciliter la tâche, vous trouverez ci-dessous les questions clés à vous poser pour décrire votre modèle économique en toute simplicité. La méthode présentée est celle développée dans l’ouvrage «Business Model Nouvelle Génération» d’Alexander Osterwalder et Yves Pigneur. Le lien (<http://www.entreprendre-ensemble.com/pdf/outils/decrire-son-modele-economique.pdf>) donne des informations utiles à ce sujet. Tout autre type de business plan est bien évidemment accepté.

1. **Proposition de valeur**

Description du projet. Quel projet proposez-vous ? Qu’est-ce qui le différencie sur le marché ?

*Les propositions de valeur comprennent les produits et services qui apportent de la valeur à un segment de clientèle spécifique. Cet ensemble de produits et de services motive un client à choisir une organisation ou une autre. Une proposition de valeur peut par exemple créer une position concurrentielle unique en proposant des produits ou des services complètement nouveaux ou qui ont des caractéristiques très innovantes. On peut aussi offrir une valeur ajoutée en proposant aux clients un service supplémentaire par rapport aux concurrents.*

1. **Segments clients**

Quel est le public-cible touché et le marché ?

*Les segments de clientèle définissent les groupes de personnes ou d'institutions que l'on veut atteindre au moyen du modèle économique. Ils constituent le cœur du Business Model Canvas car une organisation ne peut survivre à long terme qu'en disposant d'une clientèle solvable. Les segments de clientèle peuvent être classés en fonction de leurs besoins, comportements ou autres caractéristiques (canaux de distribution, proposition de valeur, relations avec les clients, etc.). Une organisation peut servir plusieurs segments en même temps. Il est cependant important de se concentrer sur un nombre limité de segments pertinents.*

1. **Relation clients**

Quelles sont les relations entretenues avec les clients (contact personnel, automatisés, etc.) ?

*Les relations clients décrivent le type de relations entre l'organisation et ses segments de clientèle. Elles vont du contact personnel aux relations automatisées. La relation clients détermine l'acquisition de nouveaux clients, leur fidélisation et la vente de produits et services supplémentaires. Elle a un effet décisif sur l'expérience du client.*

1. **Canaux de distribution et de communication**

*Les canaux décrivent comment une organisation communique et livre son offre à ses segments de clientèle. Ils sont la charnière entre les clients et l'organisation. Il s'agit d'interfaces importantes qui ont un fort impact sur le client: ils le rendent attentif à l'offre, lui permettent d'évaluer les offres de l'organisation et d'y accéder.*

1. **Activités clés**

Quelles activités sont nécessaires à la mise en œuvre du projet ?

*Les activités clés décrivent les actions mises en œuvre par une organisation pour faire fonctionner son modèle économique. Les activités varient fortement en fonction du type de modèle économique.*

1. **Ressources clés**

Quelles ressources sont nécessaires à la mise en œuvre du projet ?

*Les ressources clés garantissent le fonctionnement du modèle économique. Une organisation doit mobiliser des ressources pour pouvoir offrir de la valeur, bâtir ses relations clients et garantir ses flux de revenus. Ces ressources peuvent être financières, physiques, intellectuelles ou humaines. Selon ses caractéristiques, une organisation a besoin d'un outil de production intensif en capital ou – dans le cas d'un modèle économique intensif en savoir – de ressources intellectuelles.*

1. **Partenaires clés**

*Les partenariats clés représentent le réseau de fournisseurs, d'instituts de recherche, de prestataires de services et d'organisations partenaires qui contribuent à faire fonctionner le modèle économique. Ils servent à optimiser le modèle économique, à réduire les risques, à se procurer des ressources, à réaliser des économies d'échelle, etc.*

1. **Structure de coûts**

*La mise en œuvre du modèle économique entraîne des dépenses qui peuvent être estimées assez facilement sur la base des activités, ressources et partenariats clés. Les modèles économiques dont la proposition de valeur est une réduction des coûts pour les clients accordent en particulier une grande importance à une structure des coûts optimale.*

1. **Sources de revenus**

*Les flux de revenus illustrent les revenus qu'une organisation peut attendre de chaque segment de clientèle. Ils peuvent refléter différentes stratégies de prix.*

* **Eléments complémentaires**
1. **Analyse de marché**

Quel est le marché sur lequel mon produit/service/projet va évoluer (concurrence, potentiel, zones géographiques, etc.)

Quelles sont les bonnes pratiques et les tendances dans ce domaine ?

1. **Objectifs et indicateurs**

Quels sont les objectifs du projet (quantitatifs et qualitatifs) ?

Quels sont les indicateurs de réussite tout au long du projet ?

1. **Gouvernance**

Qui mène le projet pendant son développement (comité de pilotage, organisation, etc.) ?

Qui est le responsable du projet, une fois le développement terminé ?

1. **Evolution du projet**

Est-il prévu de diversifier le projet, de l’étendre, etc. ? Comment ?

Une seconde phase est-elle prévue ?

1. **Développement durable**

De quelle manière et dans quelle mesure le projet correspond-il aux 3 dimensions du développement durable ?

* Economique
* Social
* Environnemental
1. **Budget détaillé et projections**

Quel est le budget nécessaire au lancement du projet ?

Quel est le budget de fonctionnement du projet (projections sur 3 ans) ?

Le projet est-il viable à terme sans apport de fonds supplémentaires ?

1. **Autres financements**

Avez-vous envisagé/obtenu d’autres financements (publics, privés, etc.) pour le projet ?

* **Documents complémentaires éventuels, qui peuvent être nécessaires pour l’examen de la demande, tels que:**
* extraits bancaires ;
* demandes ou décisions d’octroi d’autres subventions ;
* permis de construire ;
* en cas d’octroi de prêt, une garantie sera exigée ;
* demande d’autorisation de mise en chantier anticipée des travaux de construction.

Le responsable du projet/le requérant confirme l’authenticité des données contenues dans ces documents.

Lieu et date Signature