

Les cinq domaines de la modélisation entrepreneuriale

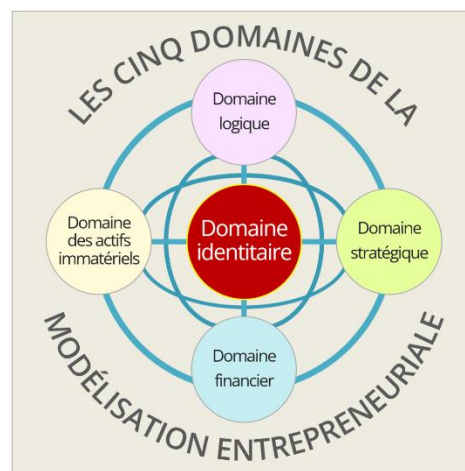
Ce document présente les cinq domaines de la modélisation entrepreneuriale de manière homogène, pour chacun, une courte description, son utilité, puis l'essentiel des canevas qui le composent, réunissant un ensemble de plus de 50 canevas, organisés dans une architecture commune, avec des blocs et des questions qui permettent de passer du sens à l'action, puis aux choix stratégiques, à leur traduction économique et finalement à la valorisation des richesses invisibles.

Vue d'ensemble

Les canevas de modélisation entrepreneuriale sont réunis en cinq domaines complémentaires, chacun répondant à une grande question structurante :

- Le domaine identitaire traite le « **Pourquoi ?** »
- Le domaine logique le décrit « **Comment ?** »,
- Le domaine stratégique imagine le « **Et ensuite ?** »
- Le domaine financier se concentre sur le « **Combien ?** »
- Le domaine des actifs immatériels aborde « **L'invisible ?** ».

Pris ensemble, ils forment un système de modélisation entrepreneurial cohérent : le domaine identitaire donne le cap, le domaine logique décrit le fonctionnement, le stratégique organise les choix futurs, le financier mesure les équilibres, et les actifs immatériels rendent visibles les ressources invisibles qui soutiennent la performance.



Chaque domaine dispose d'un premier canevas de synthèse et s'une série de canevas détaillant différents aspects ; aucun ordre n'est défini d'avance : le canevas de synthèse peut servir autant de point de départ que de fruit de la réflexion.

1. Domaine identitaire

Le domaine identitaire clarifie l'**ADN** profond de l'organisation à travers les valeurs, la raison d'être, la mission et la vision du futur.

Son utilité est de formuler un socle identitaire clair, authentique et cohérent, qui relie le sens du projet, la manière d'agir au quotidien et l'ambition de long terme. Il sert de boussole culturelle et stratégique pour guider les choix, aligner les équipes et renforcer la singularité de l'organisation dans la durée.

Le canevas de synthèse est :

- **Pourquoi ? Le domaine identitaire** : canevas structuré en quatre blocs, valeurs, raison d'être, mission et vision du futur.

Les canevas de détail du domaine sont les suivants :

- **Valeurs partagées** : fait émerger 4 à 6 valeurs réellement vécues, à partir de sphères comme la personne, la relation, l'équipe, les processus, les résultats, les clientèles, l'excellence et l'environnement.
- **Raison d'être** : explicite la contribution profonde que l'organisation veut apporter au monde, au-delà de ses produits et services actuels.
- **Mission** : traduit cette intention dans l'action, en précisant pour qui l'organisation agit, pour quels besoins, avec quelles prestations et visant quel impact.

- **Vision du futur** : projette une réussite crédible et inspirante à moyen-long terme, en intégrant position, impact, ressources, relations et accomplissements.

2. Domaine logique

Le domaine logique résume comment l'organisation crée, délivre et incarne sa valeur. Il relie l'identité profonde aux principaux choix opérationnels, sans entrer d'emblée dans le détail de chaque canevas spécialisé.

Son utilité est de rendre le modèle d'activité lisible et cohérent : proposition de valeur, ressources, communication, distribution, organisation interne, parties prenantes et intégration environnementale.

Le canevas de synthèse est :

- **Comment ? Le domaine logique** : canevas structuré en six blocs, Quoi et pour qui?, Avec quoi?, Par quoi?, Comment?, Avec qui ? et Avec quoi d'autre?.¹

Les canevas de détail du domaine s'organisent de manière progressive, en partant d'abord du client, de ses besoins et du marché :

- **Quoi et pour qui – Valeurs et impact client** : premier canevas de la série proposition de valeur ; il part du problème observé, du besoin ressenti et de l'opportunité d'amélioration, puis formalise la solution, la différenciation, l'argument clé de vente, les gains, la valeur perçue et la transformation apportée.
- **Quoi et pour qui – Connaissance du client 360** : approfondit la compréhension du client idéal, de ses motivations, de son contexte, de la segmentation, des segments prioritaires, du processus de décision, des points de contact, du cycle de vie et de l'évolution des besoins.
- **Quoi et pour qui – Écosystème du marché** : analyse la taille et la maturité du marché, les tendances, les barrières, le paysage concurrentiel, le positionnement souhaité, l'avantage concurrentiel, les clientèles prioritaires, les opportunités validées et les risques du marché.
- **Avec quoi – Ressources et moyens** : cartographie les ressources matérielles, humaines, financières et immatérielles, en distinguant production, infrastructure et mobilisation.
- **Par quoi – Communication, Modes de relation, Distribution** : structure les canaux, supports, messages, rythmes, interactions, modalités d'accès et amélioration de la distribution.
- **Comment – Culture, Capital RH, Circularité opérationnelle** : décrit la gouvernance, les comportements, les rôles, le capital humain et les choix opérationnels liés à la circularité.
- **Avec qui – Cartographie des parties prenantes, Matrice pouvoir-intérêt** : aide à situer partenaires, financeurs, prescripteurs, opposants, institutions et acteurs clés selon leur influence et leur intérêt.
- **Avec quoi d'autre – L'écosystème environnemental** : éclaire les impacts croisés entre l'entreprise, la société, la faune, la flore et la planète.

3. Domaine stratégique

Le domaine stratégique donne une colonne vertébrale aux choix et aux projets. Il relie l'ADN de l'organisation à une boucle stratégique allant de la collecte d'informations jusqu'au suivi et au pilotage.

¹ Le Super Canevas offre une synthèse transversale et résumée du projet entrepreneurial en rassemblant besoins, clients, bénéficiaires, canaux, offres, ressources, activités, coûts, revenus, partenariats et impacts, pouvant être une première approche de la modélisation

Son utilité est d'éviter les décisions fragmentées, en installant un cadre commun pour aligner les projets, les objectifs et les priorités. Il clarifie ce qu'il faut observer, diagnostiquer, choisir, transformer en objectifs, puis piloter dans le temps, sans oublier de valider.

Le canevas de synthèse est :

- **Et ensuite ? Le domaine stratégique** : canevas structuré en un cycle de six blocs : collecte d'informations, diagnostic stratégique, axes stratégiques, définition des objectifs, idéation de projets et sélection, suivi et pilotage.

Les canevas de détail du domaine suivent la même logique de ce cycle complet :

- **Collecte d'informations – Veille stratégique** : structure la veille à partir des sources internes et externes, formelles et informelles, puis organise la synthèse, le stockage, l'analyse, la diffusion et l'évaluation du processus.
- **Collecte d'informations – Influences PESTEL** : aide à lire les contraintes, soutiens, menaces et opportunités dans les dimensions politique, économique, sociale, technologique, environnementale et légale.
- **Diagnostic stratégique – Facteurs clés de succès, Risques, matrice FLOR-SWOR** : permet de croiser attentes clients, position concurrentielle, forces, lacunes, opportunités et risques présents ou futurs.
- **Axes stratégiques** : se déclinent en volets économiques, sociétaux, biodiversité, environnement, gouvernance, priorisation et innovation, pour transformer le diagnostic en orientations assumées.
- **Définition des objectifs** : traduit les axes choisis en objectifs mesurables, datés, suivis par indicateurs, sources de mesure, périmètre et hypothèses.
- **Idéation, agilité, définition de projets** : accompagne la génération, la sélection et le cadrage des projets à lancer.
- **Suivi et pilotage du portefeuille stratégique** : vérifie la soutenabilité du portefeuille, l'avancement des projets, les progrès vers les objectifs, les risques critiques, les décisions d'ajustement et les apprentissages pour le cycle suivant.

4. Domaine financier

Le domaine financier répond à la question du « combien ? » et rend explicites les équilibres économiques, les flux, les besoins et les mécanismes de viabilité de l'organisation.

Son utilité est de relier les choix d'offre, de ressources et de stratégie à leur traduction économique : revenus, coûts, rentabilité, investissements, financements et structure des capitaux.

Le canevas de synthèse est :

- **Combien ? Le domaine financier** : canevas du modèle de revenus, de la structure des coûts, de la rentabilité, des investissements et financements opérationnels, des investissements immatériels et des capitaux matériels et immatériels.

Les canevas de détail du domaine sont :

- **Modèle de revenus** : clarifie les sources de revenus, leur répartition, la logique de tarification, le timing d'encaissement, la récurrence et les perspectives d'évolution.
- **Structure des coûts** : détaille les coûts directs, les frais fixes, les coûts d'acquisition client, les efforts de recherche et d'amélioration, les leviers d'optimisation et les coûts sociaux ou environnementaux.

- **Rentabilité** : travaille les marges contributives, le point mort, le seuil de rentabilité, le résultat net, la sensibilité des hypothèses et le pilotage de la performance.
- **Investissements et financements opérationnels** : traite la trésorerie initiale, le besoin en fonds, les équipements, les emprunts, subventions, crowdfunding, apports et l'équilibre emplois-ressources.
- **Investissements et financements immatériels** : couvre les budgets liés aux compétences, à la marque, au réseau, à la réputation, à l'organisation, à la data, à l'innovation et à la valeur financière des actifs immatériels.
- **Capitaux matériels et immatériels** : relie santé financière, outil de production, engagement de l'équipe, réputation, réseau, propriété intellectuelle, données, forces et vulnérabilités des capitaux.

5. Domaine des actifs immatériels

Le domaine des actifs immatériels aide à identifier, organiser et valoriser le patrimoine caché de l'organisation : marque, expertise, relations, culture, données, réputation, gouvernance ou engagements, alignement, agilité, etc..

Son utilité est de rendre visibles des richesses décisives qui pèsent fortement dans la valeur réelle (de marché) de nombreuses organisations, notamment dans les activités de service, de connaissance et d'impact. Il donne un langage pour les documenter, les protéger et les relier aux performances, aux financements et aux partenariats.

Le canevas de synthèse est :

- **Intangible ? Le domaine des actifs immatériels** : canevas de synthèse organisé autour des dimensions finances, humain et organisationnel, durabilité et transverses.

Les canevas de détail du domaine sont :

- **Les actifs immatériels – Finances** : analyse les effets immatériels de la gestion des clients, fournisseurs, risques, actionnaires et marques sur la valeur financière.
- **Les actifs immatériels – Humain & organisationnel** : approfondit le rôle des systèmes d'information, de la R&D, des processus, des savoirs individuels et collectifs, des compétences relationnelles et managériales, ainsi que du marketing relationnel.
- **Les actifs immatériels – Durabilité** : relie biodiversité, environnement, économie circulaire, impact local, impact sociétal, droits humains, philanthropie, logique écosystémique et indicateurs de valorisation.
- **Les actifs immatériels – Transverses** : met en avant la capacité d'adaptation, la rapidité de mise en œuvre, la dynamique d'innovation, l'alignement collectif, la transparence, la qualité du pilotage, la gestion du risque et la résilience.

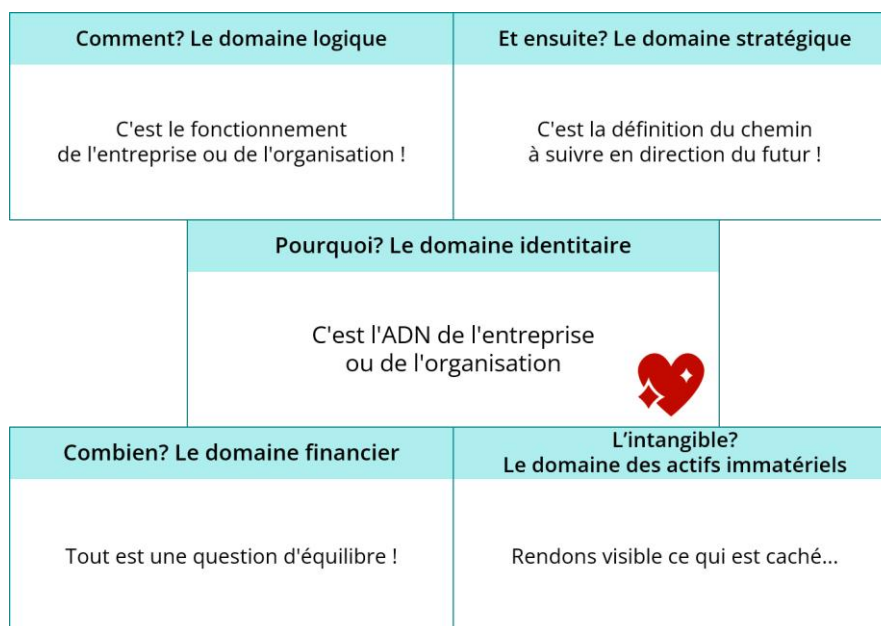
Articulation de l'ensemble

Le domaine identitaire est au centre de l'ensemble, car il explicite le sens du projet et fournit le fil conducteur allant des valeurs à la vision, en passant par la raison d'être et la mission.

À partir de ce centre, le domaine logique traduit l'identité dans le fonctionnement concret ; il commence par comprendre le client, ses besoins et l'écosystème du marché, avant de décrire les ressources, les canaux, l'organisation, les parties prenantes et l'intégration environnementale.

Le domaine stratégique prend ensuite appui sur cet ADN et sur ce modèle logique pour choisir les orientations futures, définir les objectifs et sélectionner les projets.

Le domaine financier met ces choix à l'épreuve des équilibres économiques, tandis que le domaine des actifs immatériels révèle les leviers invisibles qui soutiennent la crédibilité, la différenciation, la résilience et l'attractivité de l'organisation.



Conclusion : les avantages d'un ensemble de 50+ canevas cohérents

Le premier avantage est la couverture large du parcours entrepreneurial, depuis la clarification du projet jusqu'à la croissance, la transformation et la réinvention de l'organisation.

Le deuxième avantage est la cohérence d'architecture et de langage : les canevas sont organisés en domaines, blocs et questions, pop-ups d'aide, ce qui rend les passerelles beaucoup plus naturelles entre identité, marché, stratégie, finance et actifs immatériels.

Le troisième avantage est de pouvoir aller du global au détaillé sans rupture. Chaque domaine possède un canevas de synthèse, prolongé par des canevas spécialisés qui gardent la même logique de lecture et d'exploration.

Le quatrième avantage est l'homogénéité d'ensemble facilitant l'appropriation par les équipes. Elle soutient un langage commun, réduit la dispersion entre outils hétérogènes et permet de modéliser une organisation comme un tout cohérent plutôt que comme une addition de diagnostics séparés.

Finalement, un outil intégré, la « **Baguette magique** » permet de tracer un parcours de réflexion passant par quelques blocs de quelques canevas, pour susciter une réflexion organisée à partir d'une problématique donnée par l'utilisateur.

Nul besoin de répondre d'une fois à toutes les questions de tous les blocs de tous les canevas ! La possibilité de remplir seulement ce qui est nécessaire au fil des problématiques quotidiennes², en fait un système vivant, qui ne finit pas dans un fond de tiroir.

² Il n'est pas non plus interdit de laisser sa curiosité flâner librement entre blocs et canevas !