



Rapport du processus et présentation du projet entrepreneurial

“

Les désistements de dernière minute posent souvent problème, surtout le soir du festival.

Noalie Osman
Responsable Staff de l'Etu'Sound Festival

J'ai surtout fait du bénévolat par le biais du bouche à oreille car je ne savais pas où chercher des opportunités.

Elise Devals
Bénévole dans des festivals et petits événements

”

Problématique & Opportunité

Constat

Bénévoles :

- Manque de reconnaissance
- Peu de visibilité sur les opportunités adaptées
- Pas de feedback concret (badges, certificats)

Organisateurs :

- Recrutement long et incertain
- Difficulté à trouver des bénévoles qualifiés
- Outils existants trop axés sur la gestion, pas sur la mise en relation

Données et Validation

- **60% des bénévoles** aimeraient être mieux reconnus pour leur engagement.
- **+50% des organisateurs** trouvent difficile de recruter des bénévoles fiables et engagés
- **Les solutions existantes** ne sont pas adaptées aux besoins spécifiques des événements ponctuels

Source : Travail bénévole - OFS, Observatoire du Bénévolat 2020, Sondages & Interviews

Opportunité

- Mise en relation simple et rapide, sans complexité inutile.
- Valorisation du bénévolat pour motiver et fidéliser.
- Priorité à l'efficacité et la reconnaissance, sans gestion lourde.

PORTER

Nous avons pu nous rendre compte que la concurrence pour les axes que nous avons choisis pour notre solution n'est pas très élevée mais que le plus grand risque se trouve dans la possibilité que les bénévoles utilisent des autres solutions.



Concurrence & Positionnement

Concurrents



Plateforme de gestion de bénévoles sans mise en relation.



Plateforme combinant mise en relation et gestion des bénévoles.



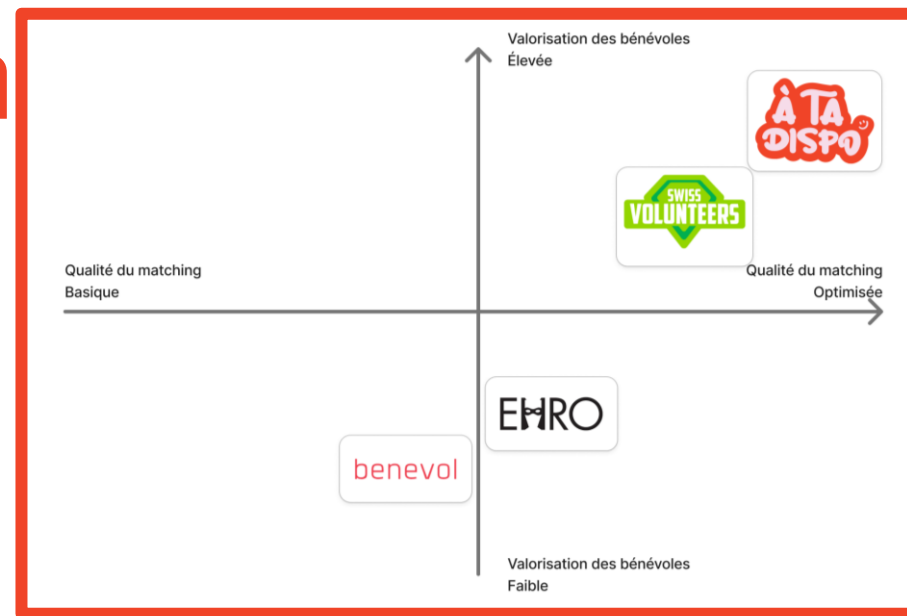
Plateforme de mise en relation pour du bénévolat longue durée.

Positionnement

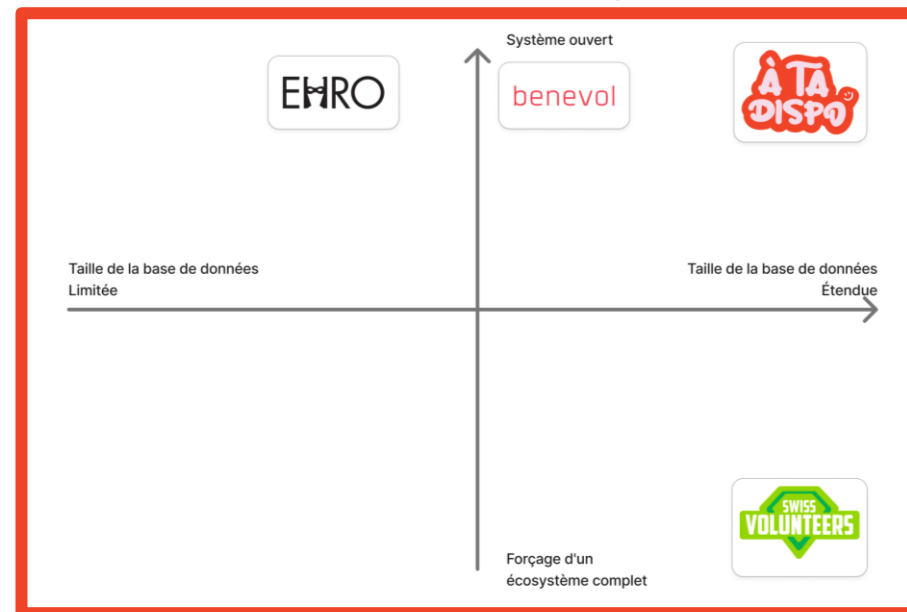
- ✓ **Grande base de bénévoles** qualifiés pour les événements culturels et sportifs.
- ✓ **Valorisation des bénévoles** via profils enrichis, historique d'engagement et reconnaissance (badges, évaluations).
- ✓ **Matching intelligent** : mise en relation adaptée entre organisateurs et bénévoles
- ✓ Pas d'écosystème complet imposé
- ✓ Simplicité & rapidité : Interface intuitive

Nous permettons aux organisateurs de recruter efficacement tout en donnant aux bénévoles la reconnaissance qu'ils méritent.

Qualité matching / Valorisation bénévoles



Base bénévoles / Ouverture système



Taille du marché & Potentiel

TAM

D'après les données de l'OFC (Office Fédéral de la Culture) :

- Festivals de musique : environ 400
- Festivals de cinéma : 15 principaux
- Événements musicaux (SMPA) : 1'900
- Événements membres de PETZI : 1'000
- Théâtres & spectacles (grands théâtres uniquement) : 6'000 représentations

Cela donne un total estimé de **9'315 manifestations** culturelles majeures ^LSEP

Source : Taschenstatistik Kultur in der Schweiz 2020, © Bundesamt für Kultur

SAM

Cependant, toutes ces manifestations n'ont pas forcément besoin de bénévoles.

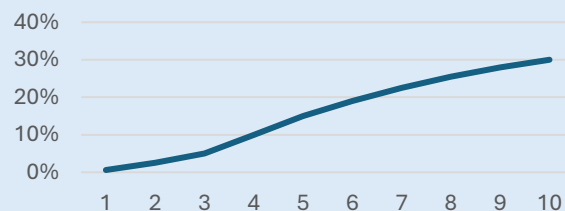
Nous supposons que :

- 50% des événements musicaux et festivals utilisent des bénévoles ($400 + 1'900 + 1'000 = 3'300 \rightarrow 1'650$)
- 30% des événements cinématographiques et théâtraux nécessitent des bénévoles ($15 + 6'000 = 6'015 \rightarrow 1'800$)

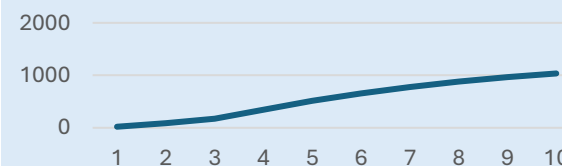
Estimons notre SAM = **~3'450 événements** culturels ayant réellement besoin de bénévoles externes ^LSEP

SOM

% pénétration par année



Nbre événements clients par année



Année	% pénétration	Nbre événements clients
1	0,6%	20
2	3%	86
3	5%	172
4	10%	345
5	15%	517
6	19%	655
7	23%	776
8	26%	879
9	28%	966
10	30%	1035

Croissance prévue avec taux d'adoption progressif (exponentiel → linéaire → logarithmique)

Julien

L'organisateur pragmatique

- **Âge** : 32 ans
- **Situation** : Responsable dans une association locale.
- **Ce qu'il observe** : Une augmentation des sollicitations pour ses événements avec un recrutement trop dispersé et non ciblé.
- **Ce qu'il entend** : Des témoignages d'autres organisateurs évoquant des difficultés à identifier des bénévoles réellement motivés (ex. « Trouver des personnes de confiance, c'est devenu un challenge »).
- **Ce qu'il ressent** : Une pression liée à la complexité de trouver un grand nombre de volontaires fiables et qualifiés.
- **Réaction et comportement** : En quête d'un outil centralisé qui permette non seulement de filtrer et qualifier les profils, mais aussi d'établir une relation de confiance à travers des systèmes de notation et de retour d'expérience.

Profil organisateurs

Responsables ou coordinateurs d'événements, souvent dans des associations ou collectivités locales.

Attentes

Optimisation du recrutement

Cherchent à simplifier l'identification et la sélection de bénévoles réellement motivés.

Gestion efficace

Disposer d'un outil centralisé pour gérer le suivi, l'évaluation et la fidélisation de leurs équipes bénévoles.

Problèmes actuels dans le recrutement

Gestion des effectifs

Difficultés à recruter et gérer un grand nombre de bénévoles de manière structurée.

Méthodes de sourcing

Recours à des méthodes aléatoires pour le sourcing, générant une charge administrative élevée.

Alice

La bénévole engagée

- **Âge** : 35 ans
- **Situation** : Active en milieu urbain et impliquée dans des actions sociales ou environnementales.
- **Ce qu'elle observe** : Un écosystème de bénévolat en pleine expansion, mais un manque de reconnaissance tangible pour ses efforts.
- **Ce qu'elle entend** : Des collègues et amis insister sur le besoin de systèmes de feedback et de visibilité (« Si seulement mon engagement était officiellement reconnu... »).
- **Ce qu'elle ressent** : Une forte volonté d'appartenir à une communauté valorisante, associée à la frustration de devoir utiliser des outils anonymes et peu engageants.
- **Réaction et comportement** : Recherche activement des plateformes qui offrent non seulement la possibilité de participer, mais aussi de recevoir une reconnaissance à travers des évaluations ou des badges de confiance.

Profil bénévoles

Personnes actives en milieu urbain ou périurbain, souvent âgées de 18 à 55 ans.

Attentes

Reconnaissance et valorisation

Souhaitent que leur engagement soit officiellement reconnu via des badges, évaluations et retours concrets.

Appartenance communautaire

Recherchent un sentiment de connexion avec une communauté partageant les mêmes valeurs et initiatives locales.

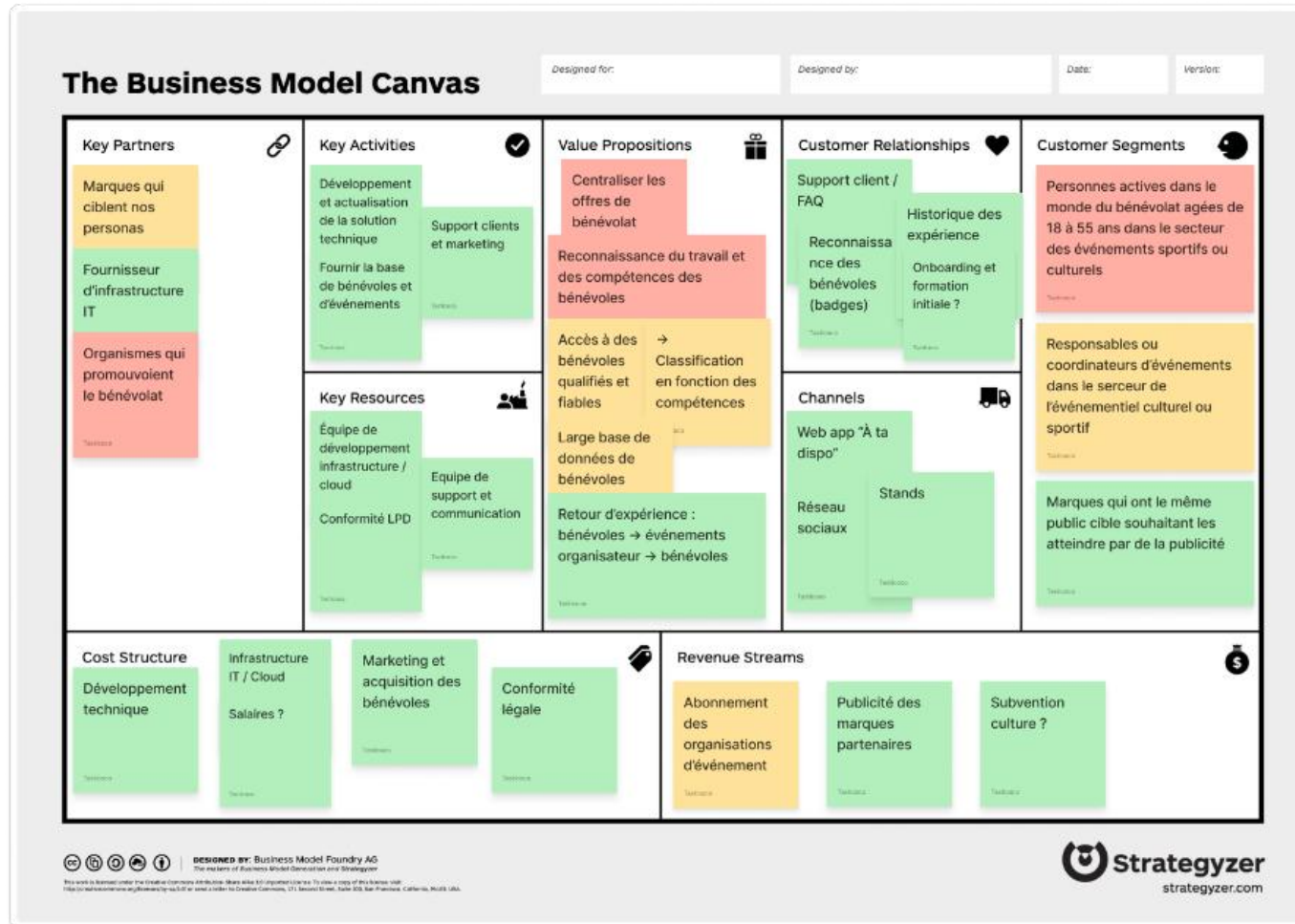
Facilitation de la découverte d'événements

Veulent accéder facilement à des opportunités de bénévolat adaptées.

Frustrations liées aux outils existants

Forte implication dans des associations ou initiatives locales, mais frustration face à l'absence d'outils permettant de mettre en avant leur contribution.

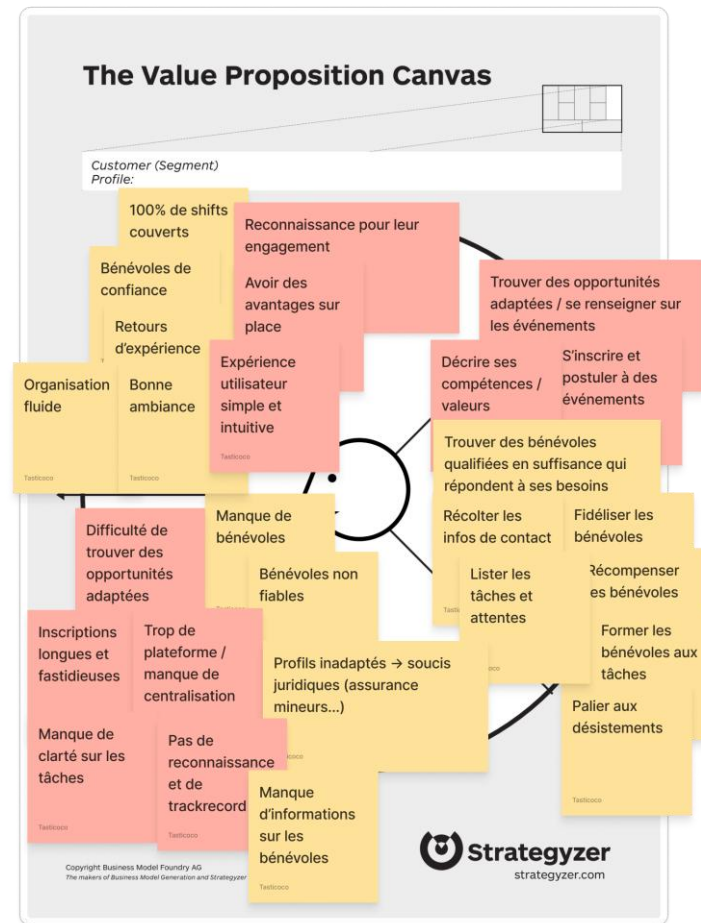
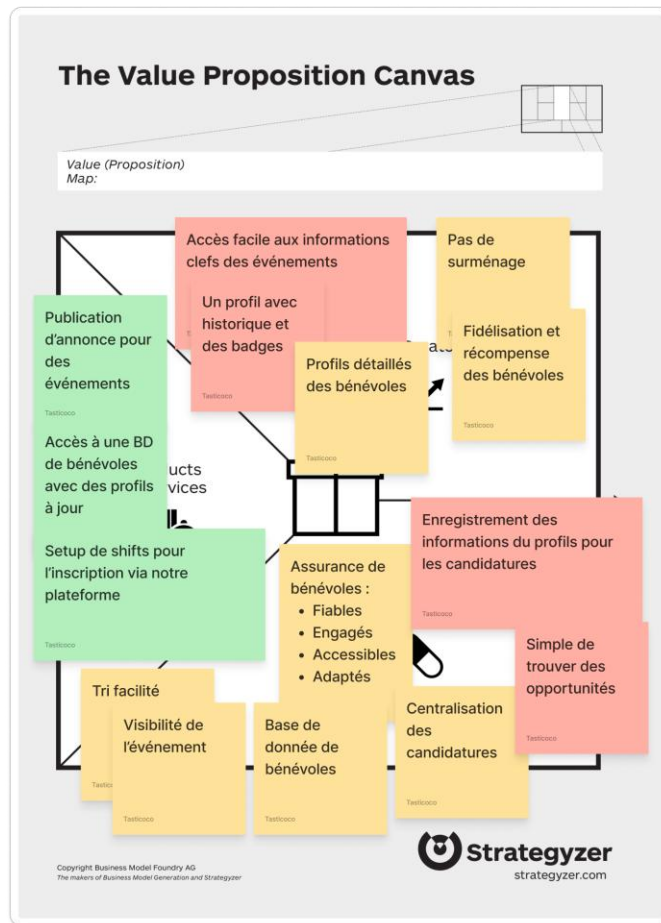
Business Model



En faisant le BMC nous avons pu mettre en valeur :

- La possibilité d'intégrer des publicités de marques pour générer un flux de revenus supplémentaire.
- L'existence de subvention culturelle que nous pourrions utiliser, tel que le budget que certaines entreprises allouent à des événements culturels.
- La mise en place de stands lors d'événements pour promouvoir la plateforme directement auprès des organisateurs et bénévoles.

Value Proposition



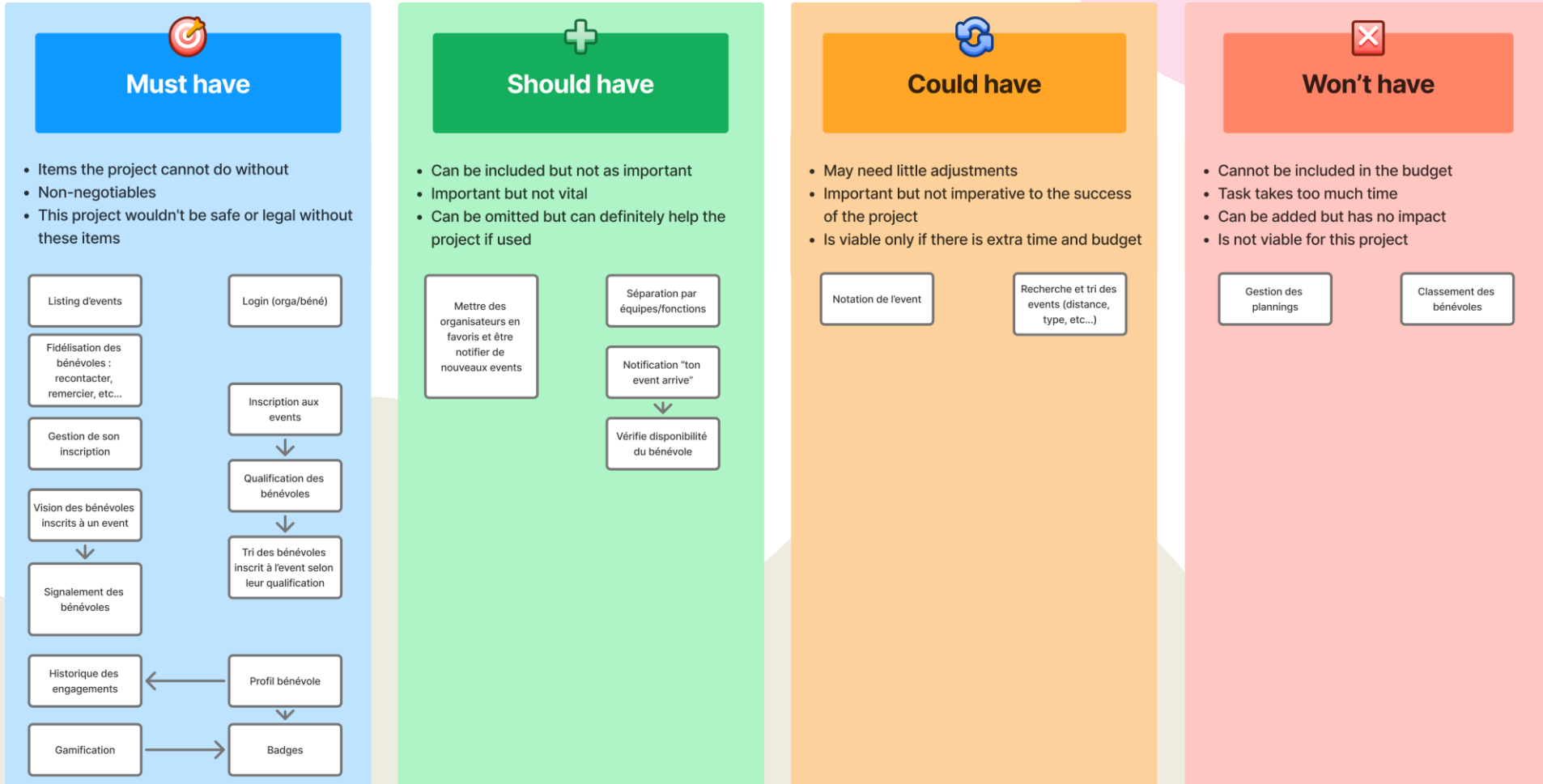
En remplissant le VPC, nous avons identifié que :

- Une base de bénévoles étendue et active est essentielle pour garantir une mise en relation rapide et efficace.
- Des bénévoles qualifiés et fiables sont indispensables pour assurer le bon déroulement des shifts.

Améliorations envisagées :

- ✓ Système de signalement : Permet aux organisateurs d'identifier et d'éviter les bénévoles posant problème.
- ✓ Badges et certifications : Valorisation des bénévoles en fonction de leur engagement et de leurs compétences.
- ✓ Historique des engagements : Accès aux événements passés pour les organisateurs et suivi des missions pour les bénévoles.
- ✓ Prérequis pour les shifts : Possibilité pour les organisateurs d'exiger certaines compétences ou certifications selon les postes.

Fonctionnalités



Mettre les fonctionnalités sur le MOSCOW nous permet de mieux identifier les fonctionnalités principales de notre solution. Nous avons beaucoup de fonctionnalités en MUST HAVE mais elles représentent toutes une des choses qui nous différencie des concurrents.

Modèle de tarification

Nous partons sur une tarification unique par événement, avec des suppléments en fonction de la visibilité et du nombre de bénévoles nécessaires.

Pourquoi ce modèle ?

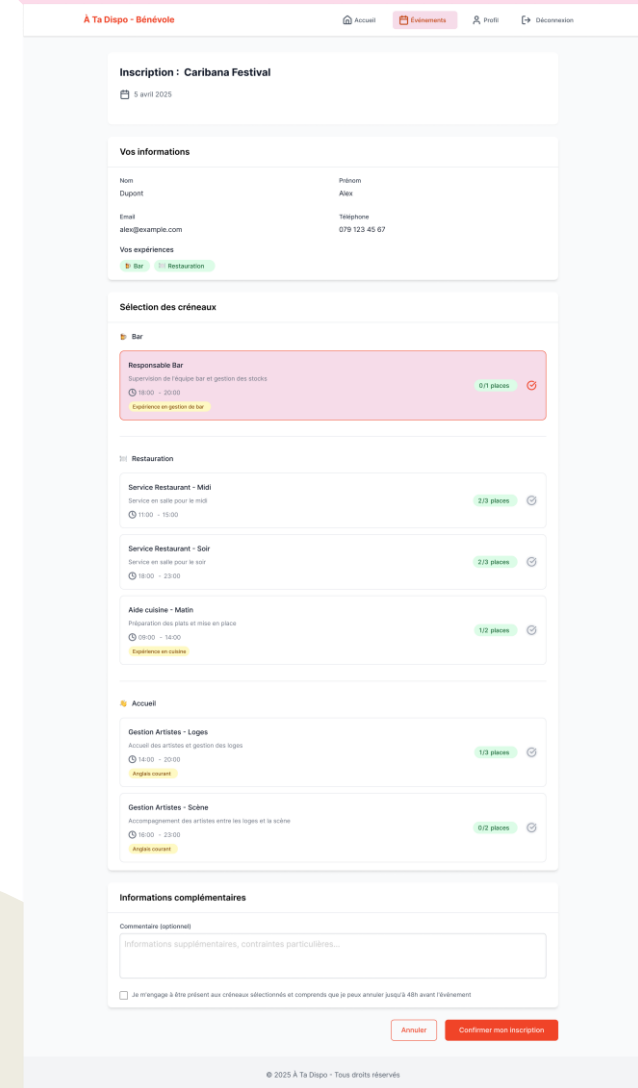
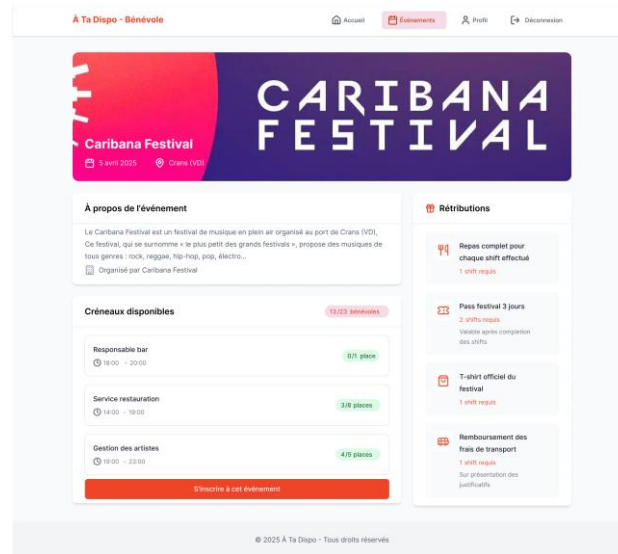
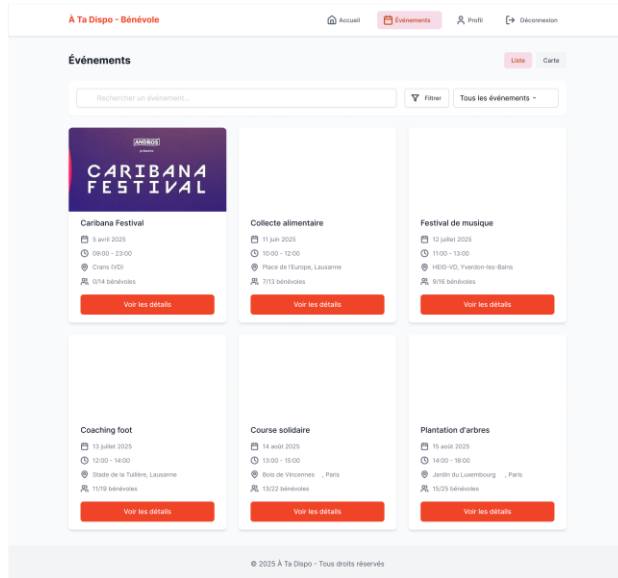
- ✓ **Accessibilité** : Une entrée de gamme abordable pour tous types d'événements.
- ✓ **Évolutivité** : Un coût ajusté en fonction du nombre de bénévoles nécessaires.
- ✓ **Valorisation des bénévoles** : Des options premium pour optimiser le recrutement et le suivi.

Pack	Tarification	Inclut	Idéal pour
Pack Basique	20 CHF / événement	- Publication de l'événement 2 mois avant la date - Inscription des bénévoles - Accès à la base de bénévoles	Petits événements (10-30 bénévoles)
Pack Évolutif	20 CHF + 2 CHF par bénévole au-delà de 30	- Tout du Pack Basique - Tri des bénévoles par compétences/disponibilités - Vision des bénévoles inscrits à l'événement	Événements de taille moyenne (30-100 bénévoles)
Pack Premium	50 CHF / événement + 1.50 CHF par bénévole	- Tout du Pack Évolutif - Accès prioritaire aux bénévoles les plus actifs - Notifications automatiques pour le suivi des bénévoles	Événements réguliers et festivals

Suppléments optionnels

- Publication anticipée (+2 mois avant l'événement) : +20 CHF
- Mise en avant de l'événement (top liste et recommandation ciblée) : +30 CHF
- Récapitulatif et suivi des bénévoles après l'événement : +15 CHF

Prototypes desktop



Lien Maquettes Figma
[Prototypage À Ta Dispo](#)

Structure de coûts et stratégie de financement

Investissements nécessaires

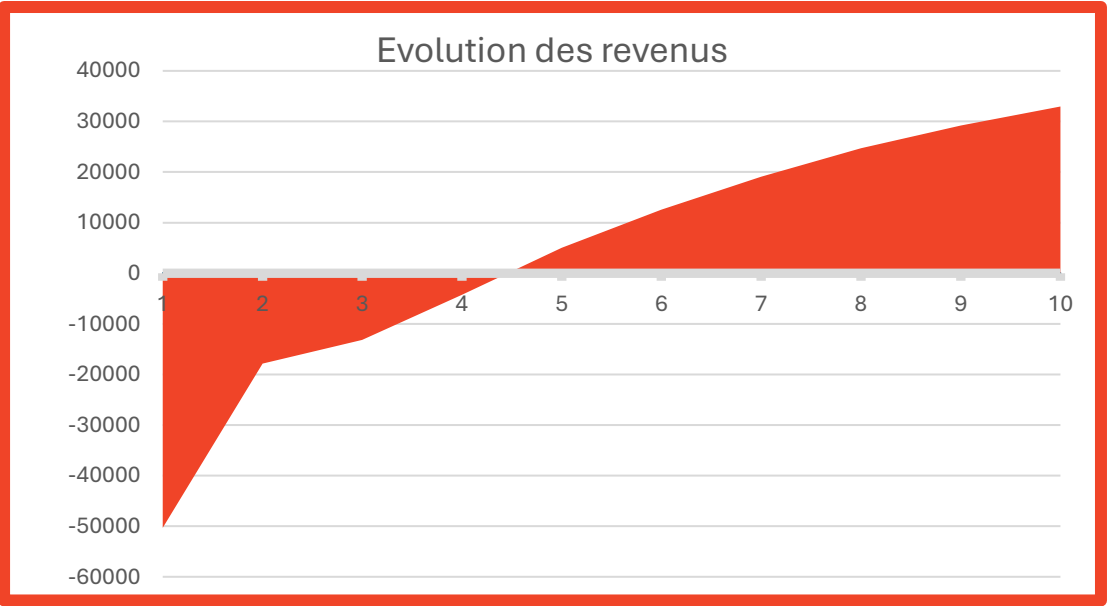
Développement technique initial	Prototype (Figma) : 4'200CHF Déploiement (VM ou SaaS) : 800CHF Backend (API Laravel) : 8'400CHF PWA / Front-end (Vue / Nuxt) : 8'400CHF Test unitaire : 2'100 CHF	23 900 CHF
Hébergement, infrastructure	VM ou SaaS	500 CHF
Salaires et rémunérations	Support client (10%), Communication (5%), Admin (2%), Autres/Technique (3%)	12 000 CHF
Marketing et Communication	Publicité digitale CHF 7k, Identité visuelle CHF 3k	10 000 CHF
Frais administratifs et juridiques	Conformité LPD CHF 3k, assurances et constitution CHF 2k	5 000 CHF
Total Coûts		51 400 CHF

Sources de financement envisagées

Nous prévoyons de financer le projet principalement via le F-Founder, en développant nous-mêmes la plateforme pour réduire les coûts. Nous solliciterons également le FFF (Friends, Family, Fools) et explorerons des subventions publiques. À partir de la 5^e année, les revenus générés par la vente de packs permettront d'atteindre la rentabilité.

Projections financières

Postes de coûts et revenus	Détail précis du poste	Année (CHF)									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Développement technique initial	Prototype (Figma) : 4'200CHF Déploiement (VM ou SaaS) : 800CHF Backend (API Laravel) : 8'400CHF PWA / Front-end (Vue / Nuxt) : 8'400CHF Test unitaire : 2'100 CHF	23 900 CHF	- CHF	- CHF	- CHF	- CHF	- CHF	- CHF	- CHF	- CHF	- CHF
Hébergement, infrastructure	VM ou SaaS	500 CHF	500 CHF	500 CHF	1 000 CHF	1 000 CHF	1 000 CHF	1 000 CHF	1 000 CHF	1 200 CHF	1 200 CHF
Salaires et rémunérations	Support client (10%), Communication (5%), Admin (2%), Autres/Technique (3%)	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF	12 000 CHF
Marketing et Communication	Publicité digitale CHF 7k, Identité visuelle CHF 3k	10 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF	7 000 CHF
Frais administratifs et juridiques	Conformité LPD CHF 3k, assurances et constitution CHF 2k	5 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF	3 000 CHF
Total Coûts		51 400 CHF	22 500 CHF	22 500 CHF	23 000 CHF	23 000 CHF	23 000 CHF	23 000 CHF	23 000 CHF	23 200 CHF	23 200 CHF
Pack Basique (50%)		200 CHF	860 CHF	1 720 CHF	3 450 CHF	5 170 CHF	6 550 CHF	7 760 CHF	8 790 CHF	9 660 CHF	10 350 CHF
Pack Évolutif (35%)		420 CHF	1 806 CHF	3 612 CHF	7 245 CHF	10 857 CHF	13 755 CHF	16 296 CHF	18 459 CHF	20 286 CHF	21 735 CHF
Pack Premium (15%)		465 CHF	2 000 CHF	3 999 CHF	8 021 CHF	12 020 CHF	15 229 CHF	18 042 CHF	20 437 CHF	22 460 CHF	24 064 CHF
Total Revenus estimés		1 085 CHF	4 666 CHF	9 331 CHF	18 716 CHF	28 047 CHF	35 534 CHF	42 098 CHF	47 686 CHF	52 406 CHF	56 149 CHF
Résultat net annuel estimé		(50 315) CHF	(17 835) CHF	(13 169) CHF	(4 284) CHF	5 047 CHF	12 534 CHF	19 098 CHF	24 686 CHF	29 206 CHF	32 949 CHF
SANS SALAIRES ET RÉMUNÉRATIONS		(38 315) CHF	(5 835) CHF	(1 169) CHF	7 716 CHF	17 047 CHF	24 534 CHF	31 098 CHF	36 686 CHF	41 206 CHF	44 949 CHF



Ce tableau présente une projection financière sur 10 ans du projet « À Ta Dispo », détaillant les coûts de développement, d'hébergement, de communication et de fonctionnement, ainsi que l'évolution des revenus estimés par la vente de différents packs, montrant une transition d'un déficit initial à une rentabilité progressive à partir de la cinquième année.

Stratégie de communication

Canal / Action	Budget	Actions précises	Résultats attendus	KPI's	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre						
Instagram	2 500 CHF	Publicités ciblées, vidéos témoignages, stories sponsorisées régulières (Lausanne, Genève, Fribourg)	~120 bénévoles, ~2'500 abonnés	Nombre d'impressions, taux d'engagement, conversions bénévoles														
Facebook	1 500,00 CHF	Publicités locales régulières, interaction active dans les groupes communautaires romands	~60 bénévoles, ~1'000 abonnés	Taux de clics, interactions communautaires, inscriptions														
LinkedIn	1 000,00 CHF	Publicités ciblées entreprises romandes et universités, contenus réguliers orientés RSE	~30 bénévoles qualifiés, ~10 partenariats entreprises	Nombre de leads entreprises, taux de conversion en partenariats														
TikTok	500,00 CHF	Vidéos dynamiques courtes, ciblées jeunes romands (étudiants UNIL, EPFL, HES-SO, UNIGE, etc.)	~40 bénévoles, Audience jeune massive (~20'000 vues)	Nombre de vues, partages, commentaires, taux de conversion														
Presse locale	500,00 CHF	Diffusion communiqués presse régionale (24 Heures, Tribune de Genève, RTS, Rouge FM, La Liberté, Le Nouvelliste)	~30 bénévoles, Visibilité régionale forte	Nombre de publications obtenues, mentions dans la presse, backlinks vers le site														
Événement local	1 000,00 CHF	Flyers/posters campus et cafés, participation active à des événements locaux majeurs (Lausanne, Genève, Fribourg, Neuchâtel)	~500 bénévoles acquis directement	Nombre de contacts directs, inscriptions bénévoles en physique														
Total	7 000,00 CHF	Mise en œuvre complète de la stratégie réseaux sociaux intensifiés, médias locaux et terrain efficace	~780 bénévoles acquis en Suisse Romande	Mesure globale de l'impact, comparatif entre les canaux, ajustements														

Nous déploierons une stratégie de communication digitale, médiatique et terrain pour recruter efficacement les bénévoles, tandis que les organisateurs seront contactés dans un second temps, principalement par téléphone, une fois une base solide de bénévoles établie.

Synthèse et conclusion

Le projet « À Ta Dispo » répond à un besoin croissant des organisateurs d'événements en facilitant le recrutement et la gestion des bénévoles. Grâce à une plateforme intuitive et centralisée, nous améliorons l'expérience des bénévoles tout en optimisant l'efficacité des organisateurs.

Points clés

- ✓ **Marché porteur** : plus de **3'450 événements** nécessitant des bénévoles en Suisse.
- ✓ **Modèle viable** : monétisation via des packs payants et partenariats.
- ✓ **Impact fort** : simplification du recrutement, fiabilité accrue et reconnaissance des bénévoles.
- ✓ **Croissance structurée** : adoption progressive et expansion dès la 5^e année.
- ✓ **Financement stratégique** : F-Founder, FFF et subventions pour assurer un développement maîtrisé.

Prochaine étape :

Fin du développement, lancement opérationnel et levée de fonds pour accélérer l'acquisition du marché.