

BUSINESS PLAN







TABLE DES MATIÈRES

Présentation	1
L'expérience	4
Partenaires	8
Matériel et infrastructures	8
Marché	11
Public cible	12
SWOT.....	17
Stratégie d'implémentation	18
Stratégie marketing.....	20
Risques.....	22
Finances.....	24
Meet the team.....	28

EXECUTIVE SUMMARY

La spin-off BIVYak c'est :

Un team aux compétences pluridisciplinaires, issu de 3 filières complémentaires.

Elle commercialise :

Une expérience de découverte des joies d'une nuitée en plein air, où le client goûte aux sensations de liberté et de sérénité qu'offrent les Alpes valaisannes.

Elle souhaite s'implanter :

Sur le marché du tourisme expérientiel valaisan en surfant sur la tendance du retour à la nature et à la simplicité !



Elle cible :

- Un marché suisse-romand
- Les couples ou amis
 - Ayant un attrait pour la nature
 - Avec une soif d'aventure
 - Sans compétences, ni matériel

Elle a comme arguments de :

- Garantir la réussite d'un séjour de bivouac
- Simplifier l'organisation d'une nuit en plein air
- Mettre à disposition du matériel de qualité
- Laisser expérimenter l'aventure et la liberté
- Assistance à distance

Dans 3 ans, elle souhaite :

- Atteindre une capacité d'accueil de 15 personnes par nuit
- Commercialiser des expériences hivernales
- Élargir sa clientèle à la Suisse et aux pays limitrophes
- Développer son offre de spots dans les Alpes bernoises et en France
- Offrir un spot de bivouac unique

Les besoins actuels de BIVYak :

Fin juin 2018, le coaching du programme Business eXperience, duquel la spin-off est issue, prend fin ; BIVYak est à la recherche d'un **incubateur** pour poursuivre l'aventure ainsi qu'un financement à hauteur de **CHF 10'000.-** pour augmenter, dès cet été, sa capacité d'accueil.



PRÉSENTATION

BIVYak est une entreprise organisatrice d'expériences de bivouac dans les Alpes valaisannes. Son but est de faire découvrir les joies d'une nuitée en plein air à un public ne disposant ni de compétence, ni de matériel. À travers son séjour, le client devient totalement acteur de son expérience et peut ainsi goûter aux sensations d'aventure et de liberté qu'offre la montagne, mais aussi à la sérénité et au calme qui y est ressenti. En effet, en choisissant BIVYak il vit son expérience seul, sans avoir un accompagnateur qui exécute toutes les tâches en lien avec le campement.

Le client inexpérimenté est accompagné et rassuré tout au long de son séjour grâce aux Yaks, animal originaire des hauts-plateaux d'Asie centrale. Un briefing de début d'expérience, une brochure explicative - roadbook (cf. annexe 1) ainsi qu'une hotline sont tous des services mis en œuvre dans le but d'être présent pour le client. La mise à disposition d'un spot de bivouac exclusif ainsi que le prêt de matériel haut de gamme composent le cœur de l'offre proposée par BIVYak.

En réservant l'expérience BIVYak, le client bénéficie :

- d'un **spot de bivouac exclusif** mis à disposition
- d'un **set de matériel** de bivouac haut de gamme : tente, matelas, sac de couchage, sac à viande, lampe frontale, matériel de cuisine
- d'une **demi-pension** adaptée au bivouac et aux régimes alimentaires
- d'un **briefing** ainsi que d'une **hotline** joignable en cas de problèmes

[cf. annexe 2]





L'EXPÉRIENCE

En 7 étapes



Lors de la réservation, le client ne connaît pas la région exacte dans laquelle il se rend. Cette destination lui sera dévoilée uniquement le jour J, lors du briefing.



Le client reçoit une confirmation avec une liste de matériel (cf. annexe 3) à prendre lors du rendez-vous. À noter qu'aucun élément de cette liste n'est « technique » il s'agit là uniquement d'effets personnels.



Le jour J, le client rencontre un membre de la team BIVyak. Ce dernier contrôle que celui-ci est en possession de tout le matériel nécessaire et dévoile la destination. Le client est également briefé sur le matériel fourni, les activités à ne pas manquer ainsi que l'accès au point de collecte. Il peut à tout moment intervenir et poser des questions quant à des craintes liées à sa première expérience de bivouac « autonome ». Toutes ces informations sont synthétisées dans le roadbook qui lui est transmis. Il peut ainsi débiter l'expérience l'esprit tranquille !



Le client se rend ensuite dans la région de son expérience. Grâce au roadbook, il est au courant des activités et points d'intérêts à ne pas manquer dans les environs. Libre à lui d'effectuer ou non l'une de ces visites.



Vient alors le moment où il va accéder au lieu de collecte du matériel technique. Pour plus de confort, l'ensemble du matériel technique de bivouac est stocké à proximité du spot soit dans une malle cadenassée, soit dans un établissement accessible en tout temps - élément dépendant du spot.

Lors du retrait du matériel, le client reçoit une carte lui indiquant la zone dans laquelle il pourra planter sa tente. Les spots sont situés à moins de 30 min du lieu de collecte.



Arrivé sur place, le client peut s'atteler au montage de son campement en suivant les instructions reçues. Pour rappel, la team BIVYak reste toujours joignable en cas de besoin, les numéros se trouvant dans le roadbook. Il pourra ensuite se délecter d'une succulente fondue dans ce cadre unique.



Après une douce nuit de repos, il savoure le petit déjeuner également inclus dans le séjour. Il lui reste à démonter son campement et restituer le matériel en état au point de collecte.

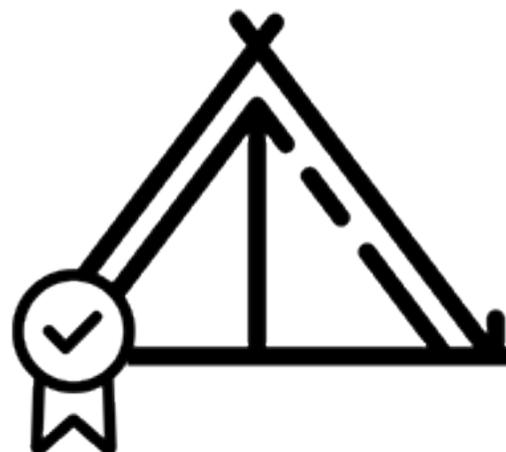
Pour résumer, l'expérience BIVYak c'est :

Un spot de bivouac unique...



testé et approuvé par les amis Yaks qui gardent le secret

Du matériel de qualité...



mis à disposition et stocké à proximité du lieu de bivouac

Une organisation simplifiée et assurée...



*toutes les clés pour réussir le campement sont fournies et les
Yaks sont atteignables en cas de besoin*

BREF, UNE EXPÉRIENCE

**ENRICHISSANTE &
UNIQUE !**

PARTENAIRES

Ils croient en nous



Là-Haut Sport à Sion
Achat matériel, mise à disposition locaux



Evolène Tourisme
Mise à disposition de spots de bivouac



Pacte 3F – Anne-So Fioretto
Mentoring



Valais Discovery – Yannick Ruppen
Mentoring



Business eXperience
Coaching, mise à disposition des bureaux

MATÉRIEL ET INFRASTRUCTURES

Nous avons fait le choix stratégique de nous tourner vers du matériel de qualité. Nous proposons ainsi un équipement haut de gamme résistant à des conditions rigoureuses et à une utilisation intensive. La majeure partie de ce matériel est de marque suisse. Il s'agit de la marque EXPED. Nous travaillons avec un magasin spécialisé dans le domaine, Là-Haut Sport à Sion, qui nous a généreusement soutenu dans nos démarches d'achat.

Des locaux permettant de stocker le matériel et également d'accueillir le client lors du briefing de départ sont évidemment nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. Pour cela, une collaboration avec un magasin de sport, en l'occurrence avec notre partenaire Là-Haut Sport, pourrait être envisageable. En effet, lors du briefing du client au sein du magasin, dans le cas où celui-ci aurait omis un élément de sa liste de matériel personnel, il aurait la possibilité de l'acheter directement sur place. Il s'agirait là d'un partenariat win-win. De notre côté, cela nous enlèverait la nécessité de louer un espace d'accueil et le magasin, lui, pourrait bénéficier de ventes additionnelles.



« La nature te veut »

« La nature comme vous l'aimez »

« Adieu bureau,
bonjour montagne ! »

«Aujourd'hui, les tendances touristiques sont claires. Les gens recherchent avant tout de l'authenticité. Ils veulent aussi tenter de se déconnecter quand ils sont en vacances. C'est pour cela qu'ils se dirigent vers un tourisme expérientiel [...]. » Gilles Dind, membre de la direction de Suisse Tourisme.

MARCHÉ

Tels étaient les slogans prônés par Suisse Tourisme, pour la saison estivale 2017. La tendance du tourisme expérientiel orienté outdoor est donc, comme nous l'avions identifié, confirmée.

De plus, d'après une étude de Suisse Rando, la randonnée pédestre est l'activité de sport et de loisirs la plus populaire du pays. En 2014, 2,7 millions de Suisses et 300'000 touristes pratiquaient la randonnée en Suisse. Il en relève aussi que les motivations principales pour la pratique de la randonnée pédestre sont le fait d'être dehors dans la nature et de pouvoir se détendre.

BIVYak est présent sur le marché suisse du tourisme expérientiel en montagne. À travers notre offre, nous souhaitons tout d'abord nous orienter sur le marché romand. Loin du tourisme de masse, notre spin-off souhaite exploiter un marché de niche, intéressé par la liberté et la tranquillité offerte par le bivouac et les activités en extérieur.



PUBLIC CIBLE

Besoins identifiés

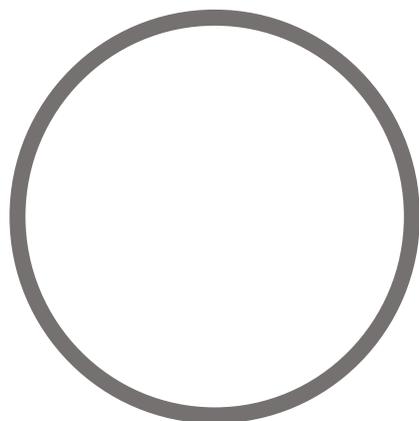
Grâce à une enquête, réalisée sur un échantillon de 245 personnes âgées entre 25 et 65 ans, nous avons pu relever plusieurs besoins de notre clientèle.

Parmi les sondés, 34 % étaient intéressés à vivre l'aventure en couple et c'est 43 % qui se verraient la vivre entre amis.

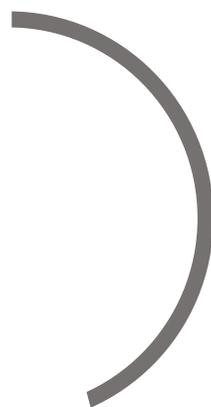
Ce sont 96 % des sondés qui apprécient les activités en extérieur et 62 % qui se disent intéressés par l'expérience BIVYak. De plus, sortir de la zone de confort ne fait pas peur à 86 % de la totalité des personnes interrogées. [cf. annexe 4].

Les clients seront, pour les débuts, principalement des Suisses et plus précisément des Suisses-romands. Dans un deuxième temps, nous souhaitons nous élargir à la clientèle d'outre-Sarine, puis aux pays limitrophes.

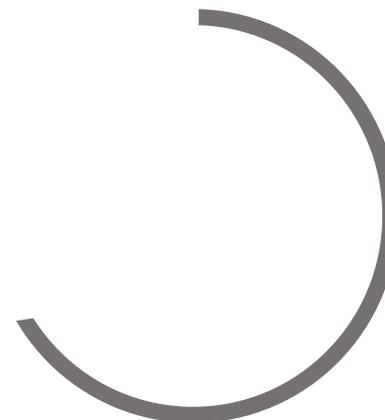
De manière générale, les clients potentiels ont tous un attrait marqué pour la nature, les grands espaces et font preuve d'une soif d'aventure.



245 personnes sondées



43 % entre amis



62 % intéressé par l'expérience

Clientèle cible

MAXIMILIEN COTTIER

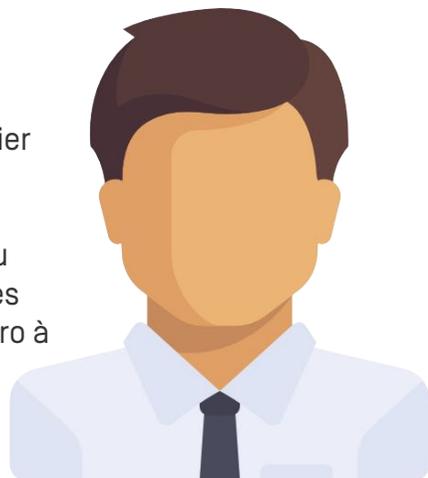
Sexe : Homme

État civil : Marié

Âge : 30 ans

Origine : Genevois

Métier – niveau de vie : Banquier



Maximilien aime aller courir au bord du lac pour se changer les idées. Il est, au quotidien, accro à son smartphone.



Introverti, il aime se ressourcer en petit comité au calme. Il est régulièrement stressé et a besoin de challenge.

« J'attends de cette aventure qu'elle me pousse à vivre et profiter de l'instant présent ! Je souhaite découvrir de nouveaux paysages.. »

GWENDOLINE GASSER

Sexe : Femme

État civil : Célibataire

Âge : 48 ans

Origine : Mont-sur-Lausanne

Métier – niveau de vie : Éducatrice de la petite enfance



Gwendoline apprécie le yoga, qu'elle pratique quotidiennement, la lecture et les promenades en pleine nature.



De nature très zen, elle manque cependant cruellement de confiance en elle. Elle fait preuve d'une grande joie de vivre.

« J'espère que cette expérience me permettra de m'épanouir pleinement dans la nature tout en me sentant en sécurité »

CONCURRENCE

Type d'entreprise

Guide et accompagnateur

Walk Wild

Forces

Expertise du domaine
Présence d'une personne
Personnalisé et adaptable
Expérience complète

Faiblesses

Coûts élevés (minimum CHF 450/jour)
Aucune intimité
Peu de liberté

Cabanes de montagne

Tracuit, Moiry, Becs de Bosson, Prafleuri

Confort des infrastructures
Rapport qualité/prix
Atmosphère/ambiance unique

Infrastructures fixes
Aucune intimité des nuits en dortoir
Trop typé hôtel
Aucune exclusivité

Camping

Camping d'Arolla

Commodités
Rapport qualité/prix
Indépendance
Atmosphère 'camp de base'

Absence d'une sensation de solitude
Aucune intimité
Proximité avec la civilisation

Hébergeurs insolites

Whitepod, Les Nids, Iglu-dorf

Expérience insolite
Cadre unique
Confort

Prix
Spot fixe
Absence d'une sensation de solitude

Les principaux concurrents de BIVYak sont, comme détaillés dans le tableau ci-dessus, les guides et accompagnateurs, les cabanes de montagnes, les campings et les hébergeurs insolites. Aucun de ces concurrents n'est directement aligné à BIVYak par l'offre proposée. En effet, la volonté d'offrir une expérience en toute autonomie et une liberté d'action au client permet de se démarquer nettement.

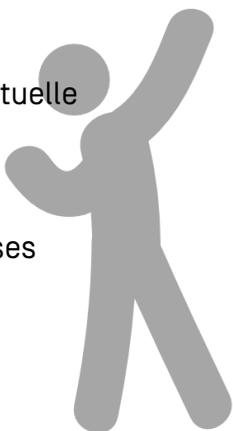
Un nouvel acteur, fraîchement arrivé sur le marché du Bas-Valais, souhaite proposer une offre semblable à la nôtre, il s'agit de l'entreprise *ArboCamp*. Néanmoins, leur proposition se différencie par une expérience typée glamping dans des tentes suspendues dans les arbres. Nous les avons rencontrés et avons émis la possibilité de futures collaborations.

Skylodge, spin-off également issue du programme Business eXperience, propose des nuitées sous bulles dans un cadre insolite, en format glamping. Cette offre, tant par sa structure (bulle) que par son confort et sa situation n'entre donc pas en concurrence directe avec la proposition de valeur développée par BIVYak.



SWOT

- Exclusivité de l'offre
- Réponse à une tendance actuelle
- Simplicité de réservation
- Facilité de développement
- Qualité du matériel
- Contacts dans de nombreuses destinations valaisannes
- Relation client privilégiée
- Eco-responsabilité



FORCES

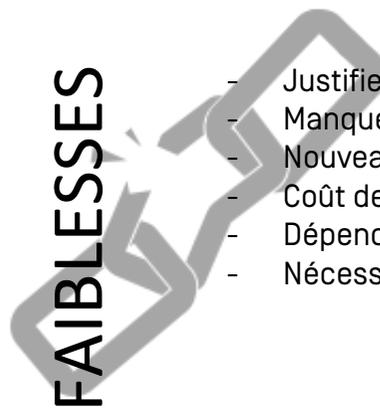
- Richesse du territoire
- Développement sur 4 saisons
- Intégration de nouvelles technologies
- Notoriété des destinations valaisannes
- Développement d'activités annexes



OPPORTUNITÉS

FAIBLESSES

- Justifier le prix de l'offre (confort/prix)
- Manque d'expérience du personnel
- Nouveau sur le marché
- Coût de la logistique
- Dépendance de "spots de bivouac"
- Nécessite une clientèle "honnête"

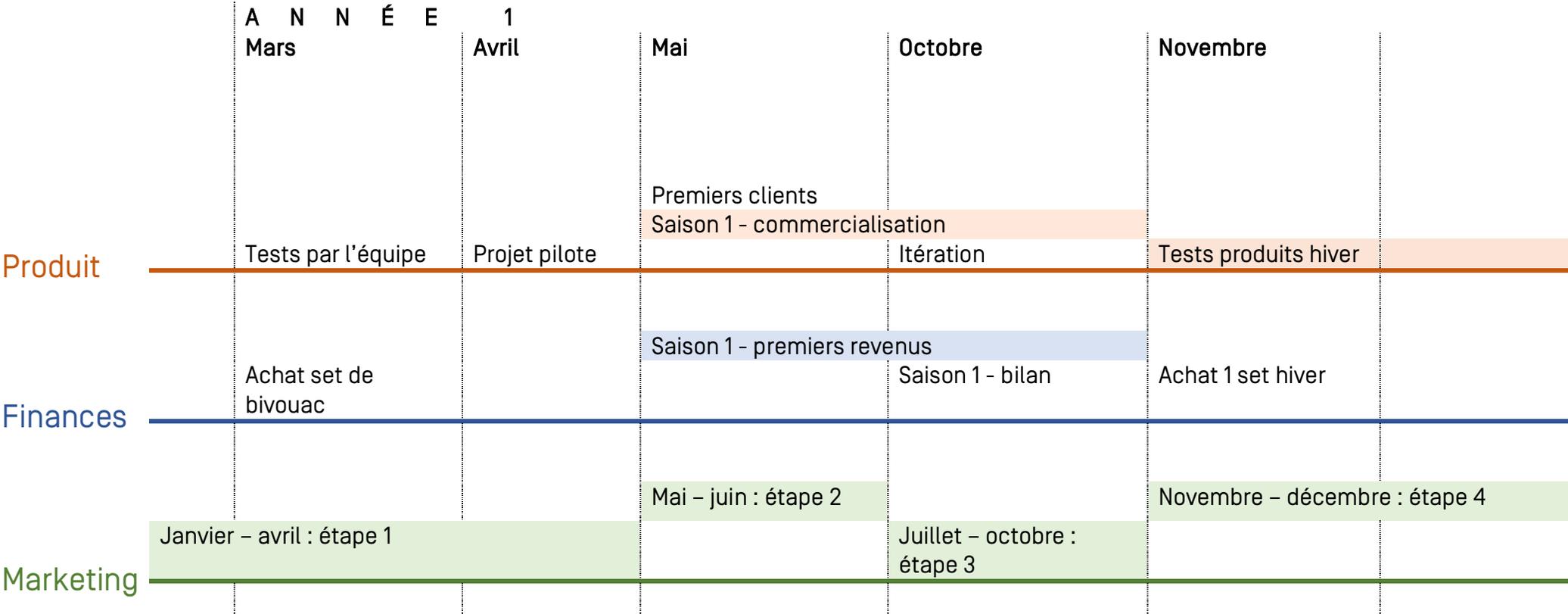


MENACES

- Cadre légal
- Météo
- Saisonnalité
- Prise d'indépendance de la clientèle
- Diminution de la tendance



STRATÉGIE D'IMPLÉMENTATION





STRATÉGIE MARKETING

ANNÉE 1

Étape 1 : communication sur le démarrage du projet

Janvier – Avril

- Inscription sur les réseaux sociaux  
- Partage du quotidien de l'équipe
- Création d'une communauté autour de @inbivyakwetrust et du #inbivyakwetrust
- Création de curiosité à travers les stickers collés un peu partout

Étape 2 : lancement de la saison été

Mai – Juin

- Création de partenariat avec des partenaires de confiance - plateformes telles que Valais Discovery
 - Invitation d'influenceurs sur les réseaux sociaux et blogueurs suisses
 - Création communiqué de presse pour les médias suisses romands
- Réalisation d'une vidéo promotionnelle

Étape 3 : suivi du déroulement de la saison été

Juillet à octobre

- Lancement d'une campagne 
- Élection de la meilleure photo grâce au #inbivyakwetrust
- Réalisation de re-post de photos sur 
- Campagne Adwords
- Tenue à jour quotidienne des réseaux sociaux

Étape 4 : clôture saison été et expansion

Novembre à décembre

- Communiqué de presse de clôture de saison
- Concours sur les réseaux sociaux pour gagner un projet-pilote hiver
 - Publications régulières de photos pour conserver la communauté
 - Création d'un film retraçant le premier été
- Création de contact au niveau suisse-allemand/italien en prévision de l'expansion

ANNÉE 2

- Développement à la Suisse entière
- Traduction du site en allemand et italien
- Invitation d'influenceurs et personnalités suisses
- Campagne de marketing direct dans les rues/foires des villes de Suisse
- Création de partenariat avec des plateformes des pays limitrophes en prévision de l'expansion

ANNÉE 3

- Développement aux pays limitrophes
- Traduction du site en anglais
- Développement de l'offre de spots au niveau suisse – Alpes bernoises – et France – région Chamonix
- Campagne de marketing direct dans les rues/foires des villes des pays limitrophes
- Invitation d'influenceurs internationaux

RISQUES

EN GÉNÉRAL

01

Risque : Modification du cadre légal
Impact : Interdiction d'utilisation des terrains publics
Prévention : Éviter l'utilisation de terrains publics
Solution : Travailler uniquement avec des propriétaires privés

02

Risque : Prévisions de ventes trop optimistes
Impact : Manque de revenus
Prévention : Actions et campagnes marketing pour promouvoir l'offre
Solution : Ne pas réinvestir trop d'argent dans du nouveau matériel

03

Risque : Manque de liquidités
Impact : Insolvabilité pouvant déboucher à une faillite
Prévention : Être prévoyant avant d'effectuer des dépenses
Solution : Réinjecter de l'argent

04

Risque : Perte d'un partenaire clé
Impact : Financier et organisationnel
Prévention : Prendre soin des relations
Solution : Recherche d'un nouveau partenaire

05

Risque : Double booking pour la même date ou problème lors de la réservation
Impact : Impossibilité d'honorer la réservation
Prévention : Tester l'outil durant la phase test
Solution : Offrir un bon de dédommagement et rester joignable

06

Risque : Annulation d'un client
Impact : Perte financière
Prévention : Définir clairement les conditions générales de vente pour une annulation
Solution : Remboursement sous forme de bon si annulation 1 mois à l'avance

07

Risque : Mauvaises conditions météorologiques
Impact : Spots sont inutilisables
Prévention : Suivre les prévisions, point de la situation deux jours avant
Solution : Expérience reportée, remboursement sous forme de bon

AVANT L' EXPÉRIENCE

08

Risque : Blessure du client durant le séjour
Impact : Mauvaise satisfaction de notre expérience
Prévention : Fournir une trousse de secours & définir la responsabilité dans les conditions générales
Solution : Le client est responsable, Faciliter son secours et prendre de ses nouvelles par la suite

09

Risque : Le client n'arrive pas à utiliser le matériel
Impact : Met en péril sa propre expérience et celle du client suivant
Prévention : Définir clairement les conditions générales de vente et fournir des informations claires
Solution : Le client est responsable des dommages sur le matériel, effectuer des contrôles

10

Risque : Le client endommage le matériel
Impact : Met en péril sa propre expérience et celle du client suivant
Prévention : Définir clairement les conditions générales de vente et fournir des informations claires
Solution : Le client est responsable des dommages sur le matériel, effectuer des contrôles

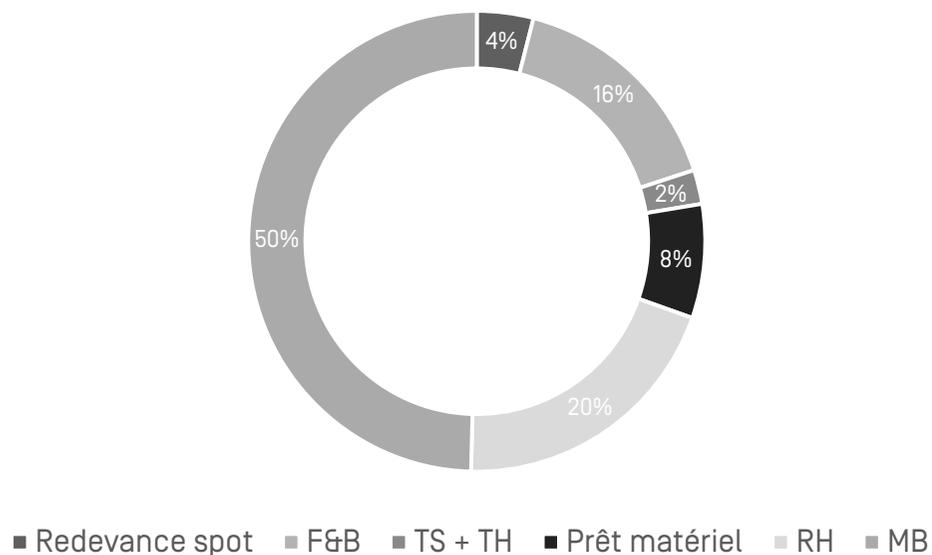


FINANCES

Investissement

BIVYak a, en mars 2018, investi dans un set de bivouac complet — valeur 2'000.- —, grâce au financement du programme Business eXperience. Les prévisions sont d'investir dans un complément de matériel d'hiver — valeur 1'000.- — au début de la saison 2018-2019. Trois sets été supplémentaires seront achetés au lancement de la saison 2019, puis à nouveau trois sets en début de saison 2020. Nous avons estimé la durée de vie d'une tente et autre matériel à deux ans et avons inclus le renouvellement de celles-ci dans les investissements.

Composition du prix de vente



Entrées

Actuellement, la possession d'un seul pack ne permet pas d'obtenir un taux d'occupation complet, puisqu'un jour de battement est nécessaire entre les nuitées pour remettre le matériel en état, nous obtenons donc une capacité d'accueil de 90 nuitées — 15 nuitées sur 6 mois d'activité. Pour les saisons suivantes, le taux d'occupation moyen sur l'année baisse, puisque le nombre de sets augmente.

Le prix de vente d'une expérience est le suivant :

CHF 250.- pour une expérience pour deux personnes
CHF 200.- pour une expérience en solo

Ce prix a été défini sur la base concurrentielle d'autres offres proposées sur le marché et suite à une confrontation avec le public. De plus, il nous permet de rester rentables dans nos prévisions futures.

Détail du prix de vente

Redevance spot	10,00	CHF
F&B	40,00	CHF
TS + TH	6,00	CHF
Prêt matériel	20,00	CHF
RH	50,00	CHF
MB	124,00	CHF
TOTAL	250,00	CHF

PÉRIODE	2018 mai à octobre	2019 mai à décembre	2020 janvier à décembre	2021 janvier à décembre	2022 janvier à décembre
Capacité d'accueil	90 nuitées	480 nuitées	1'260 nuitées	1'260 nuitées	1'260 nuitées
Taux d'occupation	62.22 %	45 %	29.37 %	30.63 %	32.62 %
Nombre de nuitées	56 nuitées	216 nuitées	370 nuitées	386 nuitées	411 nuitées
Chiffre d'affaires	CHF 14'000.-	CHF 54'000.-	CHF 92'500.-	CHF 96'500.-	CHF 102'750.-

Sorties

Les charges principales supportées par l'entreprise sont des charges salariales. La première année, nous avons estimé un 20 % d'EPT avec un salaire de CHF 4'500.-/mois pour la gestion des tâches administratives. Ce taux est calculé sur une base annuelle, mais varie en fonction de la saison. Dès la deuxième année, ce taux augmente à 30 % et 40 % pour l'année suivante. De plus, dès le lancement de la deuxième saison estivale, nous prévoyons l'engagement de temporaires pour gérer l'intendance liée au matériel après chaque séjour. Un salaire forfaitaire de CHF 3'991.-/année a été planifié.

Les deuxièmes charges principales sont les achats-marchandises, qui contiennent les frais d'achat relatif à la demi-pension incluse dans l'expérience, ainsi que les taxes de séjour et hébergement pour la nuitée. Le budget est estimé à CHF 40.- pour deux personnes [cf. annexe 5].

La rubrique redevance spot comprend les dédommagements versés aux privés mettant à disposition leur terrain. Nous avons défini un défraiement à hauteur de CHF 10.- nuit/tente. Ce montant est basé sur ce que facture un camping pour de telles prestations.

Compte de pertes et profits

POSTES / ANNÉES	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	14'000 CHF	54'000 CHF	92'500 CHF	96'500 CHF	102'750 CHF
Achat marchandise	-2'408 CHF	-9'288 CHF	-15'910 CHF	-16'598 CHF	-17'673 CHF
RÉSULTAT BRUT	11'592 CHF	44'712 CHF	76'590 CHF	79'902 CHF	85'077 CHF
Salaires	-14'446 CHF	-26'597 CHF	-38'747 CHF	-38'747 CHF	-38'747 CHF
Redevance spot	-560 CHF	-2'160 CHF	-3'700 CHF	-3'860 CHF	-4'110 CHF
Frais transports	-525 CHF	-1'435 CHF	-3'465 CHF	-3'605 CHF	-3'850 CHF
Frais marketing	-500 CHF	-1'000 CHF	-1'500 CHF	-2'000 CHF	-2'000 CHF
EBITDA	-4'448 CHF	13'520 CHF	29'178 CHF	31'690 CHF	36'370 CHF
Amortissement comptable	-1'500 CHF	-4'500 CHF	-7'000 CHF	-8'000 CHF	-8'000 CHF
EBIT	-5'978 CHF	9'020 CHF	22'178 CHF	23'690 CHF	28'370 CHF
Produit des intérêts	5 CHF	15 CHF	52 CHF	120 CHF	213 CHF
EBT	-5'953 CHF	90'353 CHF	2'223 CHF	23'794 CHF	28'560 CHF
Impôt		-3'011 CHF	-7'119 CHF	-7'743 CHF	-9'175 CHF
Bénéfices/Pertes	-5'953 CHF	6'323 CHF	15'556 CHF	16'656 CHF	19'992 CHF



MEET THE TEAM



LIONEL JORDAN
22, SION
FILIÈRE TOURISME



ROMAINE PILLONEL
24, CHEYRES (FR)
FILIÈRE TOURISME



PATRICK CLIVAZ
22, CHERMIGNON
FILIÈRE INFORMATIQUE



SALOMÉ BEUCHAT
23, NENDAZ
FILIÈRE ÉCONOMIE D'ENTREPRISE



DELPHINE MATHIEU
24, UVRIER
FILIÈRE ÉCONOMIE D'ENTREPRISE

LIONEL est passionné de montagne, son désir est de partager son terrain de jeux des Alpes valaisannes. Sa priorité : faire goûter la joie de la liberté d'une nuit sous tente dans un cadre idyllique.

ROMAINE amatrice des activités outdoor, elle adore profiter des paysages des montagnes valaisannes, tant en été qu'en hiver. Sa priorité : attiser la curiosité, principalement via les réseaux sociaux.

PATRICK s'intéresse aux nouvelles technologies et gère le site internet de l'entreprise pour offrir la meilleure expérience possible aux clients. Ses priorités : une facilité d'utilisation et un design magnifique.

SALOMÉ est responsable des tâches financières de BIVYak. Pour se changer les idées des chiffres, elle pratique régulièrement le yoga et a composé une série d'étirements afin de se détendre à la fin de la randonnée.

DELPHINE est une passionnée de cuisine et de pâtisserie. En plus d'épauler Salomé dans les tâches financières, elle a imaginé vos repas à savourer tout au long de votre expérience.

UN PANACHÉ DE COMPÉTENCES POUR

MENER À BIEN

**UN
PROJET
SOLIDE !**

BIVYak

Association Business eXperience

Technopôle 3

3960 Sierre

yak@bivyak.ch

079 176 90 47 / 079 613 78 30