

Se Dire Oui

STRICTEMENT CONFIDENTIEL

Tables des Matières

Résumé	1
Activité	1
Marché	1
Chiffres Clés	3
Besoin	3
Société	4
Structure et Actionariat	4
Emplacement	4
Equipe	5
Produits et Services	6
Description	6
Etude de Marché	8
Démographie et Segmentation	8
Marché Cible	10
Concurrence	11
Réglementation	12
Stratégie	14
Avantage Concurrentiel	14
Prix	14
Plan Commercial	15
Etapes de Développement	16
Risques	16
Opérations	18
Ressources Clés	18
Fournisseurs	18
Plan Financier	19
Emplois et Ressources	19
Hypothèses	19
Prévisionnel de Ventés	20
Structure de Coûts	21
Prévision de Résultat	22
Prévision de Trésorerie	23
Bilan Prévisionnel	24
Annexes	25
Echéancier	25
Flux de trésorerie	26

Résumé

Activité

Se Dire Oui sera une entreprise d'organisation de mariage, aussi appelée wedding planning, localisée dans la ville de Caen.

Nous proposerons différents services : mise en place de la salle, choix de la décoration, choix du traiteur, choix de la robe de mariée, assistance dans les démarches, déroulement du jour J.

Ces services seront facturés sur une base forfaitaire, sur devis, en fonction des besoins des clients.

Se Dire Oui sera dirigée par Alexa V. diplômée de l'Ecole de Management de Normandie. Elle a travaillé en tant que contrôleuse de gestion dans une PME de la région durant 10 ans avant de se reconvertir dans l'organisation de mariage.

Alexa a déjà à son actif l'organisation de trois mariages : le sien qu'elle a organisé de A à Z en 2013 et celui de deux autres couples.

Marché

Marché national

En France, 228 000 mariages ont été célébrés en 2017. Le nombre de mariages décroît régulièrement, notamment le nombre de mariages religieux qui est en baisse constante depuis les années 1970.

Chaque année, on compte également 550 000 couples qui s'unissent sous forme d'union libre, c'est-à-dire sans choisir de passer par la mairie ou l'église, et 164 000 PACS. Les couples en union libre se sont multipliés par dix depuis les années 60.

Les couples homosexuels se marient depuis la légalisation du mariage gay en 2013. En avril 2018, on comptait plus de 40 000 couples homosexuels ayant décidé de se marier. Ce segment de marché est également occupé par le pacs et les unions libres, souvent privilégiés à la cérémonie civile par cette communauté.

Le budget moyen par mariage est estimé à 13 000€, une partie significative de ce budget est consacrée à la location de la salle et au traiteur. Par invité, il faut compter environ 80-100 euros si l'on fait appel à un traiteur et si l'on compte les boissons.

En France, 15% des futurs mariés organisent leur mariage avec l'aide d'un organisateur de mariage contre 80% aux Etats-Unis.

Le marché de l'organisation de mariage se développe fortement, selon LCI, le nombre d'agences d'organisation de mariages est passé d'une poignée en 2002 à plus de 800

en 2015. Selon Xerfi, le chiffre d'affaires du marché de l'organisation de mariage est estimé à 25 millions d'euros en 2017.

Les franchises ont une place forte sur le marché, notamment sur le segment du luxe avec des formules luxes facturées entre 12 000 et 30 000€ TTC pour des budgets de mariage compris entre 130 000 et 400 000€.

Les tarifs facturés par les wedding planners varient fortement selon la localisation et le niveau de concurrence.

Marché local et marché cible

L'INSEE a recensé 12 482 mariages en Normandie en 2017, et on observe également une tendance comparable au marché national avec une baisse des mariages au profit des autres formes d'unions.

Suite à notre étude de marché nous avons décidé de nous positionner en tant que spécialiste de l'union non-religieuse et de cibler principalement les deux segments de clientèle suivants :

Couples "mariage pour tous" de 35 à 65 ans

Avec 5,62 % des mariages homosexuels en France depuis la légalisation du mariage pour tous jusqu'à 2018, le Calvados est, proportionnellement à sa population, le premier département au niveau du mariage pour tous sur le territoire.

Ce segment est un segment récent puisque le mariage homosexuel n'a été autorisé qu'en 2013 sur le territoire français. Il est pourtant de plus en plus populaire.

Ces couples sont attirés par la nouvelle forme d'union civile qui s'offre à eux. Ils possèdent en général un budget avantageux car ils se marient plus tard que les couples hétérosexuels et ils n'ont généralement pas d'enfant à charge.

Ce segment de clientèle étant relativement récent, les experts d'organisation de mariage sur ce créneau sont encore peu nombreux.

Couples de 30 à 55 ans, union civile ou union libre

Ces couples représentent une grande part du marché. Nous pensons que notre positionnement de spécialiste de l'union non-religieuse, et nos contacts auprès de prestataires spécialisés dans l'organisation de cérémonie laïque, les inciteront à faire appel à nos services.

Concurrence

Une des clés du succès pour une agence d'organisation de mariage consiste à développer un réseau de contacts (salles, prestataires) au niveau de la zone géographique ciblée.

En conséquence, nous pensons que la concurrence se fera principalement avec les 7 autres agences de wedding planners de la région.

Avec un tarif d'entrée à partir de 500€, Se Dire Oui sera positionnée de façon compétitive au niveau tarifaire. Notre entreprise bénéficiera également de l'absence d'offre spécifique adressant le segment du mariage pour tous chez les concurrents.

Chiffres Clés

Nous pensons pouvoir générer 51 080€ de chiffre d'affaires en année 1, et par la suite développer l'entreprise pour atteindre 68 012€ de chiffre d'affaires en année 3, une fois qu'Alexa aura réussi à se faire connaître, notamment par le bouche à oreille des premiers clients.

Se Dire Oui sera une activité rentable dès la première année.

L'entreprise devrait générer suffisamment de trésorerie pour permettre d'honorer les remboursements d'emprunt et tout en conservant des liquidités suffisantes pour faire face à d'éventuels imprévus.

D'ici la fin de l'année 3, l'entreprise disposera d'une trésorerie suffisante pour tenir en cas de mauvaise saison.

Besoin

Le besoin de financement initial de Se Dire Oui s'élève à 25 000€.

Alexa a prévu de contribuer à hauteur de 60% avec un apport personnel de 15 000€, et nous souhaiterions obtenir un emprunt bancaire pour les 10 000€ restant.

Société

Structure et Actionnariat

Se dire Oui est une auto-entreprise qui a été immatriculée auprès du CFE de Caen en Octobre 2018.

L'apport personnel d'Alexa, auto-entrepreneuse, s'élève à 15 000€ pour le démarrage de l'entreprise.

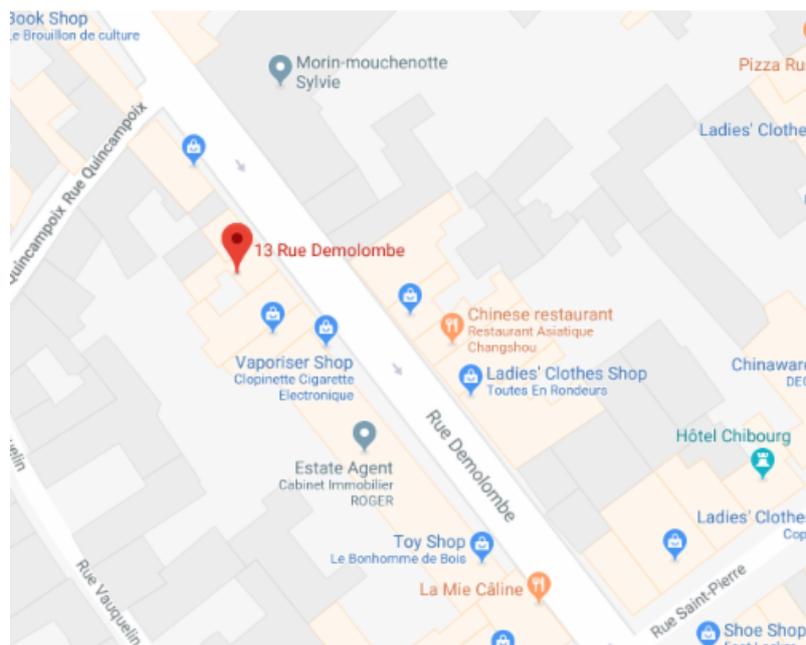
Le siège social de la société est situé au 13 rue Demolombe à Caen 14000.

- **Nom** : Se Dire Oui
- **Numéro de SIRET** : XXXXXXXXXXXXX
- **Adresse** : 13 Rue Demolombe, 14000 Caen

Emplacement

L'entreprise sera installée au 13 rue Demolombe à Caen. Ce local d'une pièce dispose d'une surface totale de 20m² pour un budget de 380€ par mois.

Alexa utilisera ce local pour travailler et éventuellement recevoir ses clients en rendez-vous.



Equipe

Se Dire Oui sera dirigée par Alexa V. Aucun autre recrutement n'est prévu à ce stade.

Alexa répartira son temps entre l'organisation des mariages, la recherche de nouveaux clients et la gestion administrative de l'entreprise.

Alexa possède un diplôme de gestion de l'Ecole de Management de Normandie.

Avant de se reconvertir dans l'organisation de mariage, elle a exercé le poste de contrôleuse de gestion d'une PME de la région pendant dix ans.

Cette expérience lui a permis d'acquérir de solides compétences en gestion financière et de développer sa capacité d'organisation, ce qui sera un atout dans son projet de reconversion.

Elle a également à son actif l'organisation de trois mariages : le sien et celui de deux de ses amis.

L'organisation de son mariage de A à Z en 2013, lors de la légalisation du mariage pour tous, lui a permis de faire ses armes et de mettre en avant ses capacités de négociation auprès de plusieurs fournisseurs.

Par la suite, en 2015 et 2017, elle a organisé les mariages de deux autres couples, en apportant notamment son aide le jour J.

Ces expériences lui ont prouvé qu'elle était capable de gérer ce type d'événement et lui ont donné envie de se reconvertir dans ce métier.

Produits et Services

Description

Se Dire Oui proposera un ensemble de services liés à l'organisation du mariage :

- **Robes de mariées et costumes** : aide à la recherche en partenariat avec un magasin dans la ville de Caen proposant un large choix à la vente et location
- **Choix de la salle** : recherche et visite de plusieurs lieux en fonction des critères des clients (date, nombre d'invités, etc.)
- **Nourriture et vins** : aide au choix du format (dîner placé ou buffet libre-service), mise en relation avec plusieurs traiteurs, proposition de menus et organisation des dégustations
- **Décoration** : aide au choix du thème, des couleurs et des fleurs. Gestion de l'organisation et de la coordination avec les prestataires
- **Ambiance** : mise en relation avec des DJ et groupes de la région, suggestions d'animations.
- **Organisation** : organisation du côté pratique tel que l'agenda au niveau des livraisons le jour J, l'installation du système sonore, liste d'invités, envoi d'invitations, plan de table, calendrier des dates, etc.

Ces différentes prestations seront proposées au travers de deux formules :

Formule Zen (tout inclus)

Pour les mariés qui souhaitent se débarrasser du stress de l'organisation, pouvoir compter sur quelqu'un pour organiser leur mariage et profiter pleinement de leur journée.

Organisation de A à Z :

- Mise en place d'un calendrier précis de rendez-vous pour convenir des choix des mariés
- Six rendez-vous au total qui incluront : une journée visite de salles, une journée choix de traiteur, une journée essayage et choix robe de mariée et costume, un rendez-vous pour choix de thème et décoration, une journée pour convenir de l'organisation (envoi des invitations, liste des invités, plan de table), un dernier rendez-vous pour procéder aux derniers ajustements avant le jour J
- Des réponses rapides aux questions par email du lundi au samedi de 9h à 17h

Formule Grand Jour (assistance jour du mariage)

Une aide ponctuelle le jour J pour soulager les mariés des contraintes de l'organisation :

- Présence sur place de la veille du mariage, pour aider à la décoration, jusqu'à la première danse le jour J
- Disponibilité par téléphone et prise en charge de la coordination entre les différents fournisseurs, veille au bon déroulement de la journée.
- Des réponses rapides aux questions par email du lundi au samedi de 9h à 17h

Processus de sélection des clients

Le processus suivant a été mis en place afin de qualifier les prospects et de leur faire une proposition tarifaire adaptée à leurs besoins.

Dans un premier temps, un questionnaire détaillé sera envoyé aux prospects afin d'identifier leurs besoins.

Celui-couvrira les points suivants :

- Date du mariage ou période souhaitée
- Nombre d'invités
- Budget pour le mariage et l'accompagnement
- Lieu ou idée du lieu désiré si celui-ci n'a pas encore été trouvé
- Type d'union (mariage religieux et/ou civile, union libre, pacs)
- Format de la soirée (buffet ou traiteur avec service)
- Thème et décoration

Une fois ce formulaire rempli, si les prospects sont qualifiés (budget suffisant et disponibilité d'Alexa à la date souhaitée), un premier rendez-vous sera fixé pour établir une proposition de devis vis-à-vis de la formule souhaitée.

S'ils acceptent le devis, les prospects devront payer un acompte de dix pour cent du montant de la prestation à la signature, puis régler le reste de la prestation au fur et à mesure de l'avancement selon un échéancier prévu à l'avance.

Etude de Marché

Démographie et Segmentation

Marché national

La profession de l'organisation de mariage est relativement récente, par conséquent peu de chiffres et d'études statistiques sont disponibles.

Lors de notre étude de marché, nous avons concentré nos efforts sur le marché de l'union en général et l'analyse du besoin des consommateurs.

Evolution du nombre d'unions en France

En France, [228 000 mariages](#) ont été célébrés en 2017. Le nombre de mariages décroît régulièrement, notamment le nombre de mariages religieux qui sont en baisse constante depuis les années 1970. En 2012, [seuls 71 079 mariages religieux](#) ont été célébrés contre 245 930 mariages civils.

Chaque année, [on compte également 550 000 couples](#) qui s'unissent sous forme d'union libre, c'est-à-dire sans choisir de passer par la mairie ou l'église, et 164 000 PACS. Les couples en union libre se sont multipliés par dix depuis les années 60.

Selon la même étude, les couples en union libre sont moins diplômés en moyenne que les couples mariés : 28 % des concubins ont un niveau d'études inférieur au bac, contre 20 % des mariés et 13 % des pacsés.

Les revenus des couples en union libre sont aussi plus faibles, environ 19 700 euros par année pour eux tandis que les pacsés et les couples mariés bénéficient de revenus entre 22 900 euros et 26 300 euros.

En France, les couples homosexuels se marient depuis la légalisation du mariage gay en 2013. [En avril 2018](#), on comptait plus de 40 000 couples homosexuels ayant décidé de se marier. Ce segment de marché est également occupé par le pacs et les unions libres, souvent privilégiés à la cérémonie civile par cette communauté.

Budget moyen par mariage

Pour chaque mariage en France, on compte un budget moyen de 13 000€, une partie significative de ce budget est consacrée à la location de la salle et au traiteur.

Par invité, [il faut compter environ 80-100 euros](#) si l'on fait appel à un traiteur et si l'on compte les boissons.

Développement du marché de l'organisation de mariages

En France, [15% des futurs mariés organisent leur mariage avec l'aide d'un organisateur de mariage](#) contre 80% aux Etats-Unis.

Côté tendances, le marché français s'inspire notamment du marché américain sur lequel on a vu apparaître une gamme composée de plusieurs services plutôt que d'un seul service d'organisation complète du mariage.

On constate également sur le [marché américain](#) une augmentation des budgets, mais aussi des mariages plus spectaculaires, notamment lorsqu'ils sont organisés par des wedding planner.

De 2010 à 2016, les couples américains qui ont eu recours à un wedding planner ont dépensé dans leur mariage aux alentours de 25 000€. On peut donc espérer une évolution similaire en France étant donné que le marché n'en est qu'à ses débuts.

[Selon LCI](#), le nombre d'agence d'organisation de mariages en France est passé d'une poignée en 2002 à plus de 800 en 2015.

[Selon Xerfi](#), le marché de l'organisation de mariage, malgré un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros effectué en 2017, souffre encore d'un manque de professionnalisme.

Le manque de formation fait défaut à certaines entreprises dans la régularité de leurs services.

En effet si l'on croise le chiffre d'affaires du secteur indiqué par Xerfi avec le nombre d'agences rapporté par LCI, on peut estimer que le chiffre d'affaires moyen des agences se situe aux alentours des 30 000 euros.

Pour pallier au défaut de formation, il faut privilégier le recours à des personnes expérimentées qui sont issues d'une formation en Gestion ou Événementiel.

Les franchises ont une place forte sur le marché, notamment sur le segment du luxe avec des formules luxes facturées entre 12 000 et 30 000€ TTC pour des budgets de mariage compris entre 130 000 et 400 000€.

Les tarifs facturés par les wedding planners varient fortement selon la localisation et le niveau de concurrence. Par exemple, les wedding planner présents sur la Côte d'Azur ont généralement des taux beaucoup plus élevés que ceux présents dans l'Ouest de la France.

Marché local

L'INSEE a recensé [12 482 mariages en Normandie](#) en 2017, et on observe également une tendance comparable au marché national avec [une baisse des mariages au profit des autres formes d'unions](#).

Notre étude de marché nous a permis d'identifier les segments de clientèle suivants comme étant susceptibles de faire appel à des prestations d'organisation de mariage comme celles que nous proposons :

Couples de moins de 30 ans, union libre

Selon un sondage de l'INSEE, [les jeunes Normands](#) préfèrent l'union libre qui séduit 19,5 % des couples de moins de 30 ans.

Cette segmentation sera donc plus intéressée par une union non civile et non religieuse. Le secteur est en demande car le nombre croît chaque année.

Couples souhaitant une union religieuse ou en mairie

64,8 % des couples sont mariés en Normandie, ce qui prévaut à une demande au niveau du mariage malgré un déclin de celui-ci sur les dix dernières années.

Ils se situent dans une moyenne d'âge entre 35,5 ans et 55,5 ans.

Les niveaux de revenus étant plus élevés que les couples en union libre, ils représenteront les budgets les plus importants.

Couples mariage pour tous

[Avec 5,62 % des mariages homosexuels en France](#) depuis la légalisation du mariage pour tous jusqu'à 2018, le Calvados est, proportionnellement à sa population, le premier département au niveau du mariage pour tous sur le territoire.

Ce segment de marché émergent requiert une approche particulière qui peut nécessiter de faire appel à un professionnel de l'organisation de mariages.

Ces couples se situent dans une moyenne d'âge entre 32 ans et 56 ans.

Marché Cible

Au niveau du marché local, nous avons pris le temps de faire circuler un questionnaire pour comprendre les attentes des différents segments du marché et de comprendre quels services sont nécessaires pour répondre à la demande.

Les questions sur ce formulaire étaient notamment dirigées sur le besoin d'un wedding planner, l'intérêt pour les couples mais aussi le budget minimum nécessaire pour justifier d'avoir recours à un wedding planner.

Nous avons aussi visité le salon du mariage, et échangé avec des organisatrices de mariage indépendantes qui nous ont permis de mieux comprendre le cœur de cible.

Suite à cette étude de marché nous avons décidé de nous positionner en tant que spécialiste de l'union non-religieuse et de cibler principalement les deux segments de clientèle suivants :

Couples "mariage pour tous" de 35 à 65 ans

Ce segment est un segment récent puisque le mariage homosexuel n'a été autorisé qu'en 2013 sur le territoire français. Il est pourtant de plus en plus populaire.

Ces couples sont attirés par la nouvelle forme d'union civile qui s'offre à eux. Ils possèdent en général un budget avantageux car ils se marient plus tard que les couples hétérosexuels avec une situation financière stable et ils n'ont généralement pas d'enfant à charge.

Ce segment de clientèle étant relativement récent, les experts d'organisation de mariage sur ce créneau sont encore peu nombreux.

Couples de 30 à 55 ans, union civile ou union libre

Ces couples représentent une grande part du marché. Nous pensons que notre positionnement de spécialiste de l'union non-religieuse, et nos contacts auprès de prestataires spécialisés dans l'organisation de cérémonie laïque, les inciteront à faire appel à nos services.

Concurrence

Une des clés du succès pour une agence d'organisation de mariage consiste à développer un réseau de contacts (salles, prestataires) au niveau de la zone géographique ciblée.

En conséquence, nous pensons que la concurrence se fera principalement avec les autres agences de wedding planners de la région.

Nous avons joint ci-dessous une carte de l'emplacement des concurrents qui se situent pour la plupart autour de Caen :



Nous avons identifié sept concurrents dans la région :

	Se Dire Oui	Couleur de fête	Eneane	Goodbye Mademoiselle	Hera Normandie	Event & Vous	Avènement organisation	Un jour à part
Indépendant	✓	Franchise	✓	✓	✓	✓	✓	Franchise
Formule tout compris	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Assistance Jour J	✓	✓		✓	✓	✓		✓
Tarifs à partir de	500€	500€	700€	1 000€	1 500€	1 000€	1 500€	1 800€
Autres	Niche sur mariage pour tous	Location de matériel		Niche sur cérémonie laïque		Organisation autres événements	Organisation autres événements	

Comme on peut le voir sur le tableau ci-dessus, avec un tarif d'entrée à partir de 500€, Se Dire Oui sera positionnée de façon compétitive au niveau tarifaire.

Notre entreprise bénéficiera également de l'absence d'offre spécifique adressant le segment du mariage pour tous chez les concurrents.

Réglementation

Il n'existe pas de formation spécifique pour devenir organisateur de mariage et aucun diplôme n'est reconnu par l'état.

Notre activité sera principalement soumise aux réglementations suivantes :

Droit des contrats

Alexa fera signer un contrat pour chacune des prestations, ainsi qu'une acceptation au niveau du devis. Elle agira en tant que mandataire au niveau des contrats entre les fournisseurs et les clients.

Le contrat protégera Alexa contre les aléas des fournisseurs, ainsi le manquement au contrat ne sera valable que sur l'organisation du mariage en lui-même. Elle ne sera pas tenue responsable des fautes des fournisseurs (retards, qualité, etc).

Les couples disposeront également de 14 jours pour se rétracter après signature du contrat.

Règles de prospection et vente à distance

Se Dire Oui sera soumise aux règles générales de prospection et vente à distance, autrement dit les mentions obligatoires, la confirmation de la prestation, le droit de rétractation et enfin l'exécution du service.

Règlement Général sur la Protection des Données

Se Dire Oui sera soumis aux normes européennes relative à la protection des données personnelles des données de ses clients.

Afin de s'assurer d'être en conformité avec l'ensemble de ses obligations, Alexa s'est fait accompagner par un avocat.

Stratégie

Avantage Concurrentiel

L'avantage concurrentiel d'Alexa se situera principalement dans le choix du marché de niche ciblé par son entreprise.

En effet, en choisissant comme cœur de cible le mariage pour tous, elle se consacrera aux demandes spécifiques des couples homosexuels qui ne sont pas mises en avant par les autres wedding planners de la région.

Le côté fortement différenciant de son positionnement commercial sera un atout pour se construire une clientèle.

Alexa bénéficie notamment d'un très bon réseau au sein de la communauté LGBT caennaise en ayant autour d'elle un cercle d'amis et de connaissances majoritairement homosexuels.

Ayant déjà organisé son propre mariage avec son épouse, ainsi que les mariages de deux autres couples homosexuels, son expérience constituera un vrai différenciateur pour les couples souhaitant s'adresser à quelqu'un qui leur ressemble et à même de comprendre leurs besoins.

Prix

Nous nous sommes appuyés sur les budgets indiqués par les prospects que nous avons approchés lors de notre étude de marché, et sur les tarifs pratiqués par les autres organisateurs de mariages de la région pour fixer nos tarifs.

L'organisation d'un mariage est une activité nécessitant entre 35 et 150 heures de travail en fonction des services compris dans la prestation et en incluant la présence sur le lieu de l'événement le jour J.

Pour chaque demande d'accompagnement, nous estimerons le temps de travail nécessaire pour réaliser la prestation en fonction des critères indiqués par les clients dans le formulaire de prise de contact et lors du premier rendez-vous.

Nous leur établirons ensuite un devis en appliquant un taux horaire fixe de 53€. Le premier rendez-vous sera gratuit.

Nous facturerons au forfait, sans communiquer notre taux horaire aux clients, à partir de 500€ pour la formule Grand Jour.

Cette approche permettra de rassurer les clients qui connaîtront précisément le coût de l'accompagnement avant de s'engager. En revanche, elle nécessitera pour Alexa de ne pas se tromper dans le temps nécessaire au risque de se retrouver avec un manque à gagner.

Si les prospects acceptent le devis, ils devront payer un acompte de dix pour cent du montant de la prestation à la signature, puis régler le reste de la prestation au fur et à mesure de l'avancement selon un échéancier prévu à l'avance.

Plan Commercial

Les mariages en Normandie se déroulent généralement entre mai et septembre, les demandes d'accompagnement auprès d'organiseurs de mariages se font quant à elles 8 à 12 mois à l'avance.

Le cycle client pour notre activité s'étend sur la durée. Il est assez difficile d'identifier les couples sur le point de se marier ce qui rend compliqué la mise en place d'actions de démarchage proactif.

Dans ce contexte, il est important de concentrer nos efforts sur des actions qui nous permettront d'être visible auprès de notre cible lors de ses recherches d'information sur le mariage et les prestataires.

Au cours de notre étude de marché, nous sommes entrés en contact avec d'autres structures de wedding planning afin de comprendre leur stratégie marketing et de valider la pertinence des actions que nous avons prévu d'entreprendre.

Nous avons prévu de mettre en place les actions suivantes :

Site Internet

Notre site internet sera orienté vers les services que nous offrons pour les unions libres et les mariages pour tous.

Nous toucherons notre cœur de cible en mettant en avant des photos des mariages que nous avons organisé. Les photos du mariage d'Alexa seront notamment mises en avant pour pouvoir faire valoir l'expérience et la compréhension dont bénéficie Alexa sur le secteur.

Nous détaillerons également les prestations proposées ainsi que des indications sur les honoraires facturés et le budget à prévoir. Nous mettrons en place un formulaire de contact invitant les prospects à réserver une première consultation gratuite et sans engagement.

Nous aurons aussi un blog sur lequel Alexa partagera son expérience dans le milieu, et fera le récit de chaque mariage organisé. Des contributions et des témoignages clients seront également mis en avant.

Réseaux sociaux

Alexa utilisera ses comptes sur Twitter, Facebook et Instagram, pour promouvoir l'agence d'organisation de mariage.

Elle publiera notamment des photos des mariages, des témoignages clients, et des informations sur les services proposés par l'entreprise.

Publicité sur internet

Alexa mettra en place des campagnes publicitaires sur des mots clés en rapport avec la recherche d'organiseurs de mariage. Les publicités seront géolocalisées sur la Normandie.

Partenariats

Différents partenariats seront mis en place pour pouvoir assurer la visibilité du site et de l'entreprise.

Les partenaires au niveau traiteurs, coiffeur, fleuriste, robes, costumes, etc que nous avons déjà établi auront aussi un rôle essentiel dans le plan commercial.

Grâce à des offres, nos clients pourront bénéficier de réduction qu'ils n'auraient pas en organisant le mariage par eux-mêmes.

Enquête de satisfaction

Nous ferons circuler des formulaires pour pouvoir recueillir les avis détaillés de nos clients, les afficher sur le site, et éventuellement améliorer les services si besoin est.

Etapes de Développement

Nous avons défini différentes phases pour la mise en place du wedding planner et ses objectifs.

- D'ici un mois : obtention du financement nécessaire au démarrage de l'activité
- D'ici trois mois : démarrage de l'activité, lancement site internet, et mise en place du plan marketing
- Ouverture après 12 mois : au moins 50 mariages la première année

Risques

Notre étude de marché nous a permis d'identifier les risques suivants :

Risque de baisse du pouvoir d'achat

Il est possible qu'une baisse d'activité économique puisse impacter le pouvoir d'achat des Français.

L'accompagnement à l'organisation de mariage n'étant pas un service essentiel, les couples les plus modestes pourraient dans ce contexte décider de se passer de ce type de service et d'organiser eux-mêmes leur mariage pour faire des économies, ce qui aurait des répercussions sur le niveau d'activité de l'entreprise.

Bien que nous ne soyons pas en mesure d'éliminer ce risque, notre positionnement sur le créneau du mariage pour tous devrait nous permettre d'atténuer l'impact d'une baisse potentielle de pouvoir d'achat.

En effet, notre cible principale en général plus âgée que la moyenne des mariés, et sans enfants à charges, ce qui lui permet de disposer d'un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne.

Par ailleurs, étant donné que les commandes au niveau des mariages sont généralement prises 6 à 12 mois à l'avance, il nous sera possible d'anticiper une baisse d'activité et éventuellement de repositionner l'entreprise sur l'organisation d'autres types d'événements pour compenser la baisse d'activité.

Risque d'accident ou de maladie grave

Il est possible qu'Alexa tombe malade sur une longue durée ou bien qu'elle soit victime d'un accident.

Alexa étant auto-entrepreneuse et sans employé, les conséquences d'un arrêt de travail seraient dramatiques pour l'entreprise.

Afin de se protéger contre ce risque Alexa a souscrit un contrat d'assurance avec une garantie "homme clé".

Saisonnalité

Les mariages se font généralement en printemps ou en été, même si l'on voit quelques couples se marier hors saison pour pouvoir bénéficier d'un coût réduit.

L'activité étant concentrée sur quelques mois, une mauvaise saison pourrait avoir des conséquences financières désastreuses pour l'entreprise.

Afin de limiter ce risque, Alexa constituera une réserve de trésorerie suffisante pour pouvoir tenir lors de la période basse en cas de mauvaise saison.

Là encore, les commandes au niveau des mariages étant généralement prises 6 à 12 mois à l'avance, il nous sera possible d'anticiper une baisse d'activité et éventuellement de repositionner l'entreprise sur l'organisation d'autres types d'événements pour compenser la baisse d'activité.

Opérations

Ressources Clés

Nous avons identifié 3 ressources clés au niveau de notre structure :

- Le site internet qui servira de vitrine commerciale à l'entreprise. Afin de nous prémunir contre une perte de données, chaque version du site sera sauvegardée
- Le véhicule nécessaire pour assurer tous les déplacements de la wedding planner entre les fournisseurs, les clients, les mariages, etc. Le véhicule sera assuré tout risque
- La propriété intellectuelle acquises sur les photos publiées sur le site, qui seront notamment des créations de décoration par exemple propre à la gérante. Celle-ci sera protégée par les règles relatives au droit d'auteur

Fournisseurs

Nous avons pris contact et établi différents partenariats avec environ 38 prestataires de la région.

Ces partenaires couvrent l'ensemble des besoins liés à l'organisation des mariages: robes & costumes, coiffure, maquillage, fleurs, décoration intérieure, location de matériel, service traiteur, animations, boissons alcoolisées, etc.

Ces partenariats permettront de répondre aux différentes demandes des clients et de leur présenter plusieurs options pour chaque type de prestation.

Alexa a mis en avant sa capacité à apporter un volume d'affaires intéressant aux partenaires pour négocier des réductions attractives pour ses clients.

Plan Financier

Emplois et Ressources

Nous avons engagé 5 000€ de frais de démarrage (listés ci-dessous). La création de l'auto-entreprise nécessitera également un investissement à hauteur de 18 000€ :

- Véhicule : 15 000€
- Matériel informatique : 1 800€
- Dépôts de garantie : 600€
- Mobilier : 600€

Frais	Montant (€)
Site internet	3 000
Dépôt de marque	1 000
Frais juridiques	1 000
Total (€)	5 000

Ressources (€)		Emplois (€)	
Capital social	15 000	Immobilisations	18 000
Prêt actionnaires	0	Stock	0
Subv. investissement	0	Frais de démarrage	5 000
Emprunt	10 000	TVA	0
Découvert	0	Trésorerie	2 000
Dettes fournisseurs	0		
Total ressources	25 000	Total emplois	25 000

Au total, le besoin de financement initial de Se Dire Oui s'élève à 25 000€.

Alexa a prévu de contribuer à hauteur de 60% avec un apport personnel de 15 000€, et nous souhaiterions obtenir un emprunt bancaire pour les 10 000€ restant.

Hypothèses

Ventes

Nous avons estimé le potentiel de chiffre d'affaires de la façon suivante :

- Assistance grands jours seuls : tarif fixe de 500 € par mariage
- Formule tout compris : 35h d'accompagnement par mariage facturées 53€ de l'heure

Coûts

Les frais de fonctionnement ont été estimés grâce au devis que nous avons reçus de nos fournisseurs.

Prévisionnel de Ventes

Nous pensons pouvoir générer 51 080€ de chiffre d'affaires en année 1, et par la suite développer l'entreprise pour atteindre 68 012€ de chiffre d'affaires en année 3 :

Activités (€)	Fév-2020	Fév-2021	Fév-2022
Accompagnement à l'heure	45 580	58 035	58 512
Grands jours seuls	5 500	7 500	9 500
Total	51 080	65 535	68 012

Nous prévoyons que la formule tout compris représentera la majeure partie du chiffre d'affaires avec un pourcentage de 89.2%.

Formule tout compris, facturation à l'heure

Le temps de travail nécessaire pour organiser les mariages dans cette formule dépend des demandes du couple. En incluant les différentes décorations, choix de traiteur, choix de la robe de mariée, assistance le jour J, nous avons estimé un temps moyen de 35h de travail par mariage.

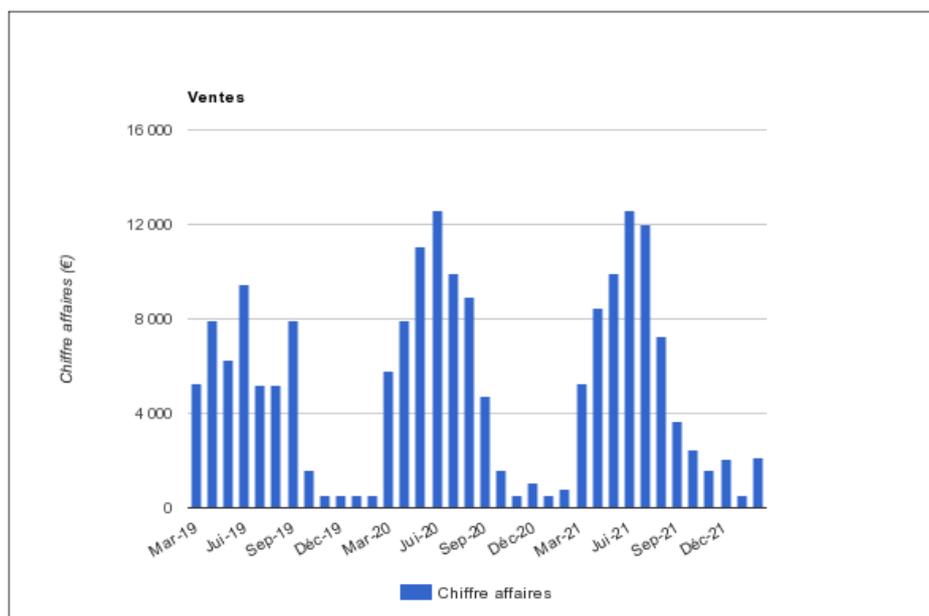
Sur cette prestation, nous estimons qu'Alexa réalisera 24 mariages lors de sa première année d'activité. Il est à noter qu'Alexa a déjà deux mariages de prévus dans son carnet de commandes.

Formule Jour J Accompagnement

Nous avons pris pour hypothèse que la demande d'accompagnement sur les Formules Jour J seront limitées la première année.

Cette formule est facturée à partir de 500€ et variera selon les demandes du couple quant aux nécessités du jour J.

Nous pensons réaliser 11 formules grands jour en première année pour un chiffre d'affaires de 5 500€.



Structure de Coûts

Nous avons identifié les frais généraux suivants pour Se Dire Oui :

Frais généraux (€)	Fév-2020	Fév-2021	Fév-2022
Gérante	21 600	21 600	21 600
Cotisations auto-entreprise	11 238	14 418	14 963
Loyers	3 600	3 600	3 600
Déplacements	3 600	3 600	3 600
Marketing	2 400	2 400	2 400
Assurances	900	900	900
Banque	600	600	600
Poste et télécom	360	360	360
Eau et électricité	240	240	240
Fournitures administratives	100	100	100
Autre	800	800	800
Total	45 438	48 618	49 163

Les principaux postes de dépense seront :

- **La rémunération de la gérante et les cotisations sociales** : 32 838 € - 64% du CA en année 1
- **Le loyer** : 3 600€ - 7% du CA en année 1
- **Les frais de déplacement** : 3 600€ - 7% du CA en année 1

Prévision de Résultat

Se Dire Oui sera une activité rentable dès la première année.

Nous nous attendons à 28% de croissance en année 2 une fois qu'Alexa aura réussi à se faire connaître, notamment par le bouche à oreille des premiers clients, et à 3.8% de croissance en année 3.

(€)	Fév-2020	Fév-2021	Fév-2022
Chiffre d'affaires	51 080	65 535	68 012
Coûts des produits vendus	0	0	0
Marge brute	51 080	65 535	68 012
Frais généraux	-45 438	-48 618	-49 163
Loyers crédits bails	0	0	0
EBE	5 642	16 917	18 849
Amortissements	-1 650	-1 650	-1 650
Résultat d'exploitation	3 992	15 267	17 199
Subv. investissement	0	0	0
Profit (perte) sur cessions	0	0	0
Charges financières	-249	-181	-112
Résultat avant impôt	3 743	15 086	17 088
Impôt sociétés	0	0	0
Résultat net	3 743	15 086	17 088

Prévision de Trésorerie

L'entreprise devrait générer suffisamment de trésorerie pour permettre d'honorer les remboursements d'emprunt et tout en conservant des liquidités suffisantes pour faire face à d'éventuels imprévus.

(€)	Fév-2020	Fév-2021	Fév-2022
EBE	5 642	16 917	18 849
Var. stocks	0	0	0
Var. clients	-265	-133	-663
Var. fournisseurs	0	0	0
Var. dettes fiscales et sociales	0	0	0
Flux opérationnel brut	5 377	16 785	18 187
Charges financières	-249	-181	-112
Impôt sociétés	0	0	0
Flux opérationnel net	5 128	16 603	18 075
Investissements	0	0	0
Cessions	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0
Cessions financières	0	0	0
Flux d'investissement	0	0	0
Nvx. emprunts	0	0	0
Remboursements	-2 396	-2 464	-2 534
Var. capital	0	0	0
Dividende	0	0	0
Flux de financement	-2 396	-2 464	-2 534
Var. trésorerie	2 732	14 139	15 541
Trésorerie	4 732	18 871	34 412

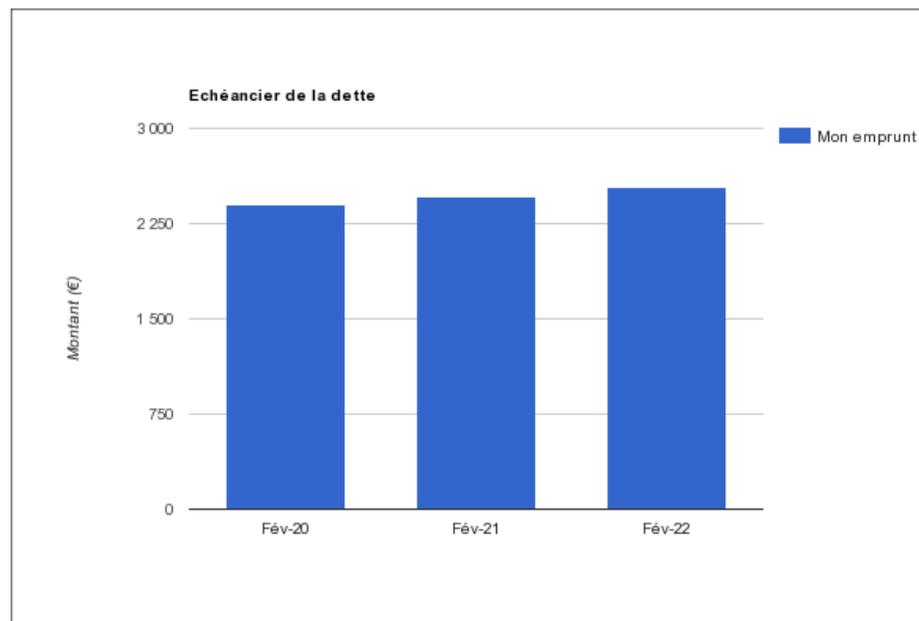
Bilan Prévisionnel

D'ici la fin de l'année 3, l'entreprise disposera d'une trésorerie suffisante pour tenir en cas de mauvaise saison.

(€)	Ouverture	Fév-2020	Fév-2021	Fév-2022
ACTIF				
Immo. corporelles	17 400	15 750	14 100	12 450
Immo. incorporelles	0	0	0	0
Immo. financières	600	600	600	600
Total immobilisations	18 000	16 350	14 700	13 050
Stocks	0	0	0	0
Clients	0	265	398	1 060
Avances fournisseurs	0	0	0	0
Trésorerie	2 000	4 732	18 871	34 412
Total actif circulant	2 000	4 997	19 269	35 472
Autres éléments d'actif	0	0	0	0
TOTAL ACTIF	20 000	21 347	33 969	48 522
PASSIF				
Fournisseurs	0	0	0	0
Avances clients	0	0	0	0
Dettes fiscales et sociales	0	0	0	0
Dette financière	10 000	7 604	5 140	2 606
Intérêts courus non échus	0	0	0	0
Total dettes	10 000	7 604	5 140	2 606
Capital social	15 000	15 000	15 000	15 000
Prêt actionnaires	0	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0	0
Bénéfices non distribués	-5 000	-1 257	13 829	30 917
Total fonds propres	10 000	13 743	28 829	45 917
Autres passifs	0	0	0	0
TOTAL PASSIF	20 000	21 347	33 969	48 522

Annexes

Echéancier



Flux de trésorerie

(€) - Exercice 2020	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév
EBE	1 284	3 351	2 064	4 521	1 214	1 214	3 351	-1 610	-2 437	-2 437	-2 437	-2 437
Var. stocks	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. clients	-2 650	-1 325	1 325	-1 325	2 120	0	-2 120	3 180	530	0	0	0
Var. fournisseurs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. dettes fiscales et sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel brut	-1 366	2 026	3 389	3 196	3 334	1 214	1 231	1 570	-1 907	-2 437	-2 437	-2 437
Charges financières	-23	-23	-22	-22	-21	-21	-21	-20	-20	-19	-19	-18
Impôt sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel net	-1 389	2 003	3 367	3 174	3 312	1 193	1 210	1 550	-1 926	-2 456	-2 455	-2 455
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux d'investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nvx. emprunts	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remboursements	-197	-198	-198	-199	-199	-199	-200	-200	-201	-201	-202	-202
Var. capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividende	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de financement	-197	-198	-198	-199	-199	-199	-200	-200	-201	-201	-202	-202
Var. trésorerie	-1 586	1 806	3 169	2 976	3 113	993	1 011	1 350	-2 127	-2 657	-2 657	-2 657
Trésorerie	414	2 219	5 388	8 363	11 477	12 470	13 480	14 830	12 703	10 046	7 389	4 732

(€) - Exercice 2021	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév
EBE	1 697	3 351	5 761	6 978	4 911	4 131	824	-1 610	-2 437	-2 023	-2 437	-2 230
Var. stocks	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. clients	-2 650	-1 060	-795	-530	1 325	0	2 120	1 060	530	-265	265	-133
Var. fournisseurs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. dettes fiscales et sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel brut	-953	2 291	4 966	6 448	6 236	4 131	2 944	-550	-1 907	-2 288	-2 172	-2 362
Charges financières	-18	-17	-17	-16	-16	-15	-15	-14	-14	-13	-13	-12
Impôt sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel net	-970	2 274	4 949	6 432	6 220	4 116	2 929	-564	-1 921	-2 302	-2 185	-2 375
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux d'investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nvx. emprunts	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remboursements	-203	-203	-204	-204	-205	-205	-206	-206	-207	-207	-208	-208
Var. capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividende	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de financement	-203	-203	-204	-204	-205	-205	-206	-206	-207	-207	-208	-208
Var. trésorerie	-1 173	2 071	4 746	6 228	6 016	3 911	2 723	-770	-2 127	-2 509	-2 392	-2 583
Trésorerie	3 559	5 629	10 375	16 603	22 618	26 529	29 252	28 482	26 355	23 846	21 454	18 871

(€) - Exercice 2022	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév
EBE	1 284	3 741	4 911	6 978	6 523	2 844	-3	-948	-1 610	-1 238	-2 437	-1 196
Var. stocks	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. clients	-2 253	-1 325	0	-1 325	292	2 359	1 325	106	424	-239	769	-795
Var. fournisseurs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Var. dettes fiscales et sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel brut	-969	2 416	4 911	5 653	6 815	5 203	1 322	-842	-1 186	-1 476	-1 668	-1 991
Charges financières	-12	-12	-11	-11	-10	-10	-9	-9	-8	-8	-7	-7
Impôt sociétés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux opérationnel net	-980	2 404	4 900	5 642	6 805	5 193	1 313	-851	-1 194	-1 484	-1 675	-1 998
Investissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subv. investissement	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Investissements financiers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cessions financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux d'investissement	0											
Nvx. emprunts	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remboursements	-208	-209	-209	-210	-210	-211	-211	-212	-212	-213	-213	-214
Var. capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividende	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flux de financement	-208	-209	-209	-210	-210	-211	-211	-212	-212	-213	-213	-214
Var. trésorerie	-1 189	2 196	4 691	5 433	6 594	4 982	1 102	-1 063	-1 406	-1 697	-1 889	-2 212
Trésorerie	17 682	19 878	24 568	30 001	36 595	41 577	42 679	41 616	40 210	38 513	36 624	34 412