



# ZOOMEE'Z

**MARKETING**

**BUSINESS PLAN**



**Rédigé par**

Camille Dziranian, Justine Perret

# SOMMAIRE

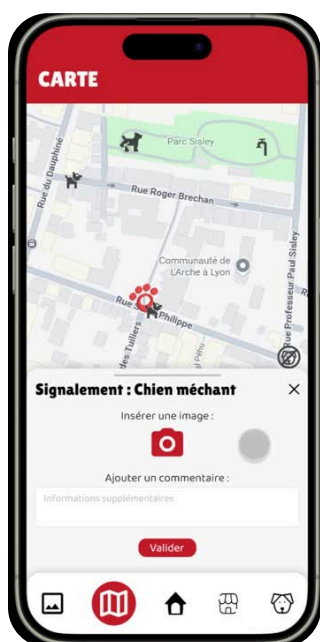
<u>Executive summary</u>	<b>3</b>
<u>Problème de notre cible</u>	<b>4</b>
<u>Nos cibles</u>	<b>5</b>
<u>Taille du marché</u>	<b>6</b>
<u>Notre solution et fonctionnement</u>	<b>8</b>
<u>Modèle économique</u>	<b>9</b>
<u>Stratégie commerciale</u>	<b>11</b>
<u>Prévisionnel Financier</u>	<b>17</b>
<u>Prévision de vente</u>	<b>19</b>
<u>Business model canvas</u>	<b>23</b>
<u>Choix de la structure juridique</u>	<b>24</b>
<u>Roadmap</u>	<b>25</b>
<u>Notre pitch financier</u>	<b>26</b>
<u>Notre Équipe</u>	<b>30</b>
<u>Annexes</u>	<b>31</b>

# EXECUTIVE SUMMARY

Aujourd'hui, promener son chien en ville reste une expérience imparfaite. Entre le manque d'informations fiables, les zones dangereuses, les parcs saturés ou l'absence de points d'eau, les propriétaires doivent constamment s'adapter à un environnement urbain peu lisible. Résultat : chaque balade demande de l'anticipation, de la vigilance et génère une forme de stress au quotidien.



Zoomee'z est né de ce constat simple : **la ville n'est pas encore pensée pour les chiens, ni pour leurs maîtres.**



Pour répondre à ce besoin, Zoomee'z propose une **application mobile collaborative** qui permet de sécuriser et d'optimiser les promenades urbaines grâce à une carte interactive en temps réel. Les utilisateurs peuvent signaler des dangers (verre au sol, travaux), identifier des points d'eau, visualiser l'affluence des parcs ou découvrir des lieux dog-friendly autour d'eux.

L'expérience ne se limite pas à l'information : elle est conçue pour être **engageante, communautaire et gamifiée**. Chaque contribution est valorisée via un système d'XP, de niveaux et de récompenses, transformant un usage utilitaire en expérience dynamique et addictive.

Zoomee'z se positionne ainsi comme le "Waze de la promenade canine", combinant intelligence collective, géolocalisation et gamification pour transformer un moment quotidien en expérience maîtrisée, fluide et enrichie.

Le projet s'appuie sur un marché particulièrement porteur. En France, le secteur du petcare dépasse les 6,6 milliards d'euros, avec une croissance continue et des propriétaires de plus en plus enclins à investir dans des solutions améliorant le bien-être de leur animal. Dans le même temps, les usages urbains génèrent des frictions fortes, créant une opportunité claire pour des outils digitaux spécialisés.

Le lancement est prévu à l'échelle locale (Lyon), afin de valider le modèle, atteindre une masse critique d'utilisateurs et optimiser les mécaniques d'engagement. L'objectif est ensuite un déploiement progressif à l'échelle nationale, puis européenne.

À moyen terme, Zoomee'z ambitionne de devenir l'infrastructure de référence de la promenade canine en ville, en centralisant l'information, en structurant une communauté active et en connectant les propriétaires de chiens à un écosystème de services adaptés.

# LE PROBLÈME DE NOTRE CIBLE

Une société très “pet friendly” ... mais pas encore fluide



Selon un sondage OpinionWay pour Mars Petcare, **95 % des Français estiment qu’avoir un animal de compagnie en ville est complexe, alors même que 51 % possèdent un chien.** Les difficultés évoquées concernent principalement la mobilité et l’accessibilité : 43 % des propriétaires déclarent avoir déjà été contraints de laisser leur chien attaché dans la rue après s’être vus refuser l’entrée dans un commerce ou un restaurant, alors que la grande majorité des Français affirme ne pas être gênée par la présence d’animaux dans ces lieux.

Les propriétaires identifient des besoins très concrets pour faciliter leurs déplacements : **70 % souhaitent davantage de points d’eau,** 67 % demandent des espaces clos pour chiens, et 67 % souhaiteraient des distributeurs de sacs en libre-service. Ces attentes révèlent une inadéquation entre la réalité urbaine et les exigences d’une société pourtant de plus en plus “pet friendly”.

Cette difficulté se manifeste également dans l’organisation des mobilités hors du quotidien : une enquête relayée par Savoir Animal montre que **70 % des propriétaires rencontrent des problèmes pour organiser leurs vacances à cause de leur chien,** et qu’environ **70 % des hébergements touristiques français n’acceptent pas les animaux.** Entre **80 et 93 % des propriétaires affirment adapter leur destination de vacances en fonction de leur animal, parfois au prix d’un surcoût.**

Ces obstacles, qu’ils concernent les loisirs, les trajets quotidiens ou les lieux de sociabilité, renvoient tous au même problème structurel : un manque d’informations centralisées et fiables sur les espaces réellement adaptés aux chiens, qu’il s’agisse des rues, des parcs, des commerces, des hébergements ou des infrastructures urbaines. À cela s’ajoutent les contraintes réglementaires, l’absence de points d’eau, la difficulté à évaluer la dangerosité d’un trajet ou l’ambiance d’un parc.

En résumé, si la France est aujourd’hui largement “pet friendly” dans les mentalités, elle reste mal équipée pour accompagner la mobilité et le quotidien des propriétaires de chiens, laissant un espace clair pour des solutions numériques comme Zoomee’z.

# CIBLAGE

## CIBLES B2C



### Cible principale

**Propriétaires de chiens urbains 24–44 ans (hommes & femmes)**

Ils vivent en métropole, ont un rythme de vie actif, sortent leur chien 2 à 3 fois par jour et font face aux mêmes obstacles : manque d'information, imprévisibilité des parcs, sécurité, chaleur, verre au sol. Ils dépensent en moyenne 60 à 150 € par mois pour leur animal et se disent prêts à payer 2–3 € pour un service réellement utile. Cette cible adopte facilement les applications basées sur la géolocalisation et la gamification.



### Coeur de cible

**Femmes 24–35 ans, urbaines et actives**

Ce segment correspond directement à la majorité de nos répondants et aux données nationales, où les femmes représentent plus de la moitié des propriétaires d'animaux en ville. Elles promènent leur chien plusieurs fois par jour, rencontrent fréquemment des difficultés (parcs pleins, dangers au sol, manque d'eau) et cherchent une solution pratique et digitale. Elles sont aussi les plus enclines à utiliser des applications mobiles et à contribuer à une communauté.



### Cible relai

**Étudiants, couples et nouveaux propriétaires de chiens**

Ces groupes ne sont pas toujours les premiers à payer, mais ils deviennent rapidement ambassadeurs. Ils utilisent le plus les réseaux sociaux, cherchent à rencontrer d'autres propriétaires, et valorisent fortement les outils communautaires. Ils renforcent la viralité et l'usage quotidien de Zoomee'z.

## CIBLES B2B



### Cible principale

**Marques du petcare (accessoires, alimentation, assurances)**

Dans un marché de près de 10 milliards d'euros, ces acteurs cherchent des espaces publicitaires ciblés, des partenariats locaux et des opportunités de visibilité auprès d'une audience qualifiée. Zoomee'z leur offre un accès direct aux propriétaires actifs et engagés.



### Coeur de cible

**Commerces et services dog-friendly**

Bars, restaurants, cafés, salons de toilettage, pensions et dog-sitters qui souhaitent accroître leur visibilité auprès d'une clientèle en forte croissance. Ils ont un intérêt direct : apparaître comme point d'intérêt fiable sur la carte Zoomee'z, attirer davantage de clients et proposer des offres ciblées.



### Cible relai

**Vétérinaires, collectivités locales et refuges**

Ces structures jouent un rôle de légitimation et peuvent devenir des partenaires clés pour enrichir la carte (zones conseillées, points d'eau, espaces adaptés). Elles permettent aussi d'ancrer Zoomee'z dans l'écosystème territorial.

# NOTRE MARCHÉ

## DIMENSION GÉOGRAPHIQUE DU MARCHÉ

La dimension géographique du marché français est un facteur déterminant pour Zoomee'z, parce que notre application s'adresse à un usage très contextualisé, directement dépendant de la densité urbaine, de l'équipement des territoires en infrastructures pet friendly, et de la capacité de la communauté à produire des signalements utiles localement. Notre logique de déploiement doit donc partir d'une lecture territoriale précise, et non d'une approche uniforme à l'échelle nationale.

D'un point de vue structurel, la France est fortement organisée autour de pôles urbains et de leurs couronnes.

Selon l'Insee, 93 % de la population vit dans l'une des 699 aires d'attraction des villes, ce qui signifie que la très grande majorité des Français dépend, au quotidien, d'un environnement urbain ou périurbain en matière d'emplois, de services et de mobilités.

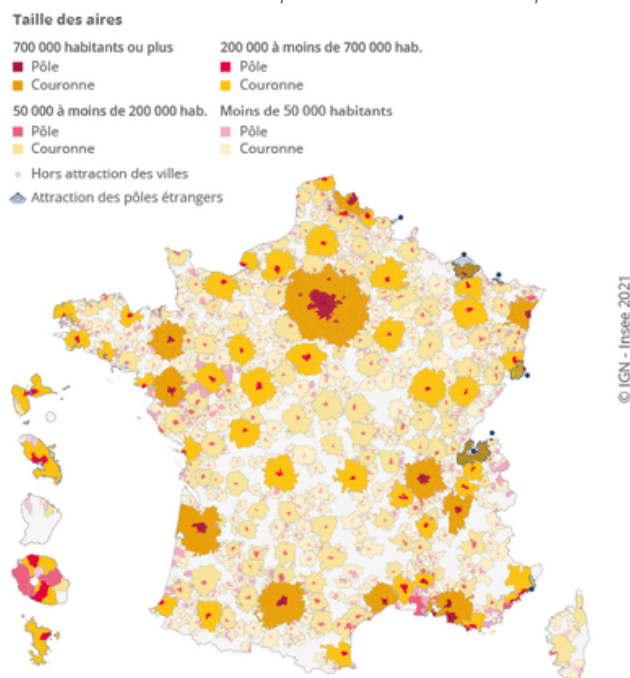
L'aire d'attraction de Paris concentre à elle seule près d'un habitant sur cinq, ce qui en fait un réservoir majeur d'usages potentiels.

Cette réalité doit cependant être lue avec nuance pour Zoomee'z, car la possession d'un chien varie selon la taille d'agglomération, et pas uniquement selon le nombre d'habitants. L'étude *OpinionWay* pour *Mars Petcare* montre que la part de personnes déclarant posséder un chien est plus élevée en commune rurale (36 %) que dans l'agglomération parisienne (17 %), et qu'elle baisse également dans les grandes villes de plus de 100 000 habitants (22 %).

Cela ne signifie pas que les métropoles sont secondaires, mais que le potentiel s'y joue davantage sur des volumes absolus importants et des problématiques plus intenses, plutôt que sur un taux d'équipement maximal.

Autrement dit, la ville dense concentre moins de propriétaires proportionnellement, mais les frictions y sont plus fortes et les besoins d'outillage y sont plus immédiats.

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5039879>

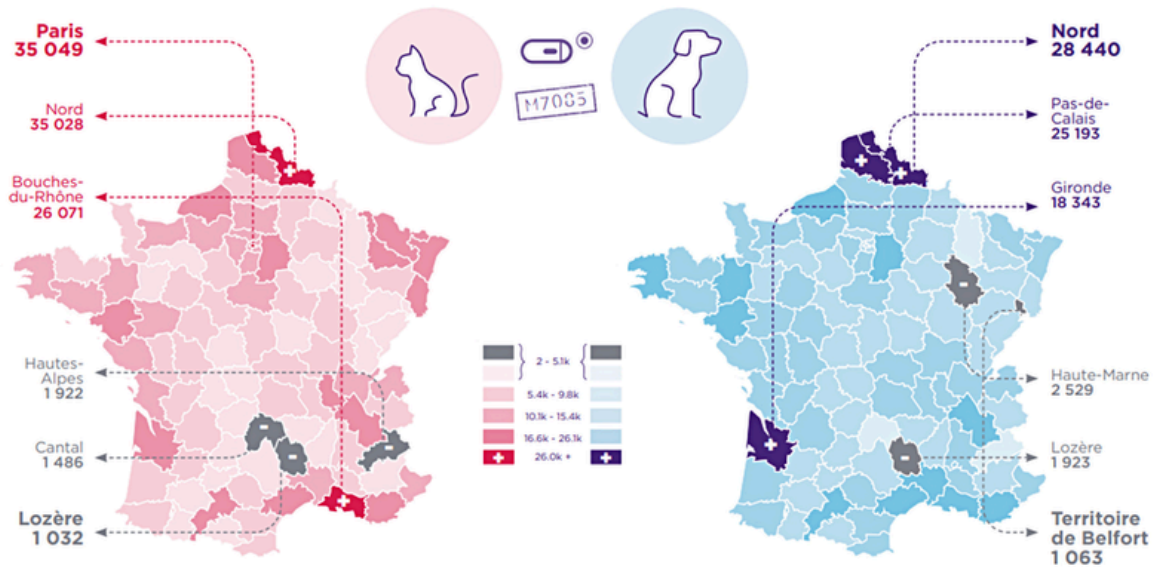




C'est précisément sur ces frictions urbaines que Zoomee'z s'aligne. Toujours selon *OpinionWay*, **56 %** des répondants considèrent que, de façon générale, **les villes ne sont pas adaptées à la présence d'animaux de compagnie**. L'étude détaille aussi que de nombreux actes du quotidien deviennent des zones de friction, y compris la balade dans la rue et la mobilité, ce qui conforte la pertinence d'un outil centré sur l'anticipation, l'orientation et la réduction de l'incertitude sur le terrain.

Cette perception négative de l'adaptation urbaine structure le marché de Zoomee'z, car elle transforme un simple "confort d'usage" en besoin récurrent et partagé.

[https://www.depecheveterinaire.com/identification-des-chiens-et-des-chats-stabilisation-de-la-dynamique-globale-en-2022\\_679950813566A364.html](https://www.depecheveterinaire.com/identification-des-chiens-et-des-chats-stabilisation-de-la-dynamique-globale-en-2022_679950813566A364.html)



Pour prioriser les régions, il faut ensuite croiser l'intensité urbaine avec la base réelle d'animaux identifiés et localisables dans la population. Le baromètre 2024 de l'I-CAD, basé sur le Fichier National, recense au 31 décembre 2023 une population globale de **17 925 143 animaux identifiés** considérés vivants, dont **9 712 324 chiens** et 8 201 903 chats.

En volume total d'animaux identifiés, trois régions se distinguent nettement, l'Île-de-France avec 2 094 136 animaux, **l'Auvergne-Rhône-Alpes avec 2 081 445**, et la Nouvelle-Aquitaine avec 2 056 068. Ces ordres de grandeur sont décisifs pour Zoomee'z, car ils indiquent à la fois la profondeur potentielle du marché et la probabilité de densité communautaire suffisante pour faire vivre une carte contributive en temps réel.

Ce même baromètre souligne aussi que le taux de possession de chien est plus marqué dans certaines régions, avec des niveaux élevés en Nouvelle-Aquitaine (42 % des foyers) et dans les Hauts-de-France (41 %). Pour Zoomee'z, cela dessine une logique de déploiement en deux temps, combinant d'abord la densité urbaine et la criticité du problème, puis la maximisation de la base de propriétaires et la capacité d'extension territoriale.

# CONCEPTION DE L'OFFRE

## Solution et fonctionnement



Pour concevoir une offre attractive et différenciante, Zoomee'z repose sur un modèle global combinant une application mobile freemium orientée B2C et une offre B2B structurée autour d'un espace professionnel dédié.

L'objectif est de proposer une solution utile au quotidien pour les propriétaires de chiens urbains tout en assurant un financement durable grâce à des partenaires locaux bénéficiant d'une visibilité mesurable et d'un accès à une audience ciblée.

## APPLICATION MOBILE INNOVANTE

Zoomee'z est une application mobile dédiée à l'optimisation et à la sécurisation des promenades urbaines avec un chien. Elle repose sur une cartographie collaborative en temps réel permettant aux utilisateurs de signaler des dangers (verre au sol, travaux, zones interdites), d'identifier des points d'eau et de découvrir des lieux adaptés aux animaux.

L'expérience utilisateur est pensée mobile-first, avec une interface simple, rapide et adaptée à un usage en mouvement. L'application intègre un système de gamification basé sur l'accumulation d'XP, des niveaux et des récompenses virtuelles afin de renforcer l'engagement communautaire.

L'accès est structuré selon un modèle freemium :

### Version gratuite :

Accès à la carte collaborative, consultation des signalements, participation à la communauté, accumulation d'XP et présence de publicités intégrées non intrusives.

### Version Premium (3,49 € par mois) :

Suppression des publicités, statistiques détaillées de balades, personnalisation avancée, fonctionnalités prioritaires et avantages exclusifs dans la boutique de skins (contenus premium et récompenses dédiées).

# B2C FREEMIUM



**FREEMIUM**

**0€/mois**

- ✓ Accès à la carte interactive et aux points d'intérêt essentiels
- ✓ Signalements illimités (eau, dangers, parcs, commerces)
- ✓ Accès à la galerie communautaire
- ✓ Accumulation d'XP et progression de niveau
- ✓ Accès à la boutique de skins
- ✗ Pas d'itinéraires optimisés intelligents
- ✗ Personnalisation limitée de l'avatar
- ✗ Statistiques de balades basiques
- ✗ Présence de publicités intégrées

Profitez de l'essentiel pour sécuriser et optimiser vos balades en ville, gratuitement.

La version Freemium permet aux propriétaires de chiens d'accéder à la carte collaborative, de participer à la communauté et de progresser grâce à la gamification, tout en découvrant les lieux dog-friendly autour d'eux.

# B2C PREMIUM



**PREMIUM**

**3,49€/mois**  
ou 29,99 €/an

- ✓ Itinéraires intelligents avancés (sécurité, fraîcheur, affluence)
- ✓ Gain d'XP multiplié pour progresser plus vite
- ✓ Personnalisation complète de l'avatar
- ✓ Accès aux skins exclusifs et contenus spéciaux
- ✓ Statistiques détaillées (durée, fréquence, progression)
- ✓ Filtres avancés sur la carte
- ✓ Suppression totale de la publicité

Passez au niveau supérieur et profitez d'une expérience complète, personnalisée et sans interruption.

La formule Premium est conçue pour les utilisateurs engagés souhaitant optimiser leurs parcours, progresser plus rapidement et accéder à des contenus exclusifs.



# B2B FREEMIUM



## FREMIUM

0€/mois

- ✓ Création d'un profil établissement et accès à l'espace entreprise
- ✓ Référencement sur la carte Zoomee'z
- ✓ Affichage des informations de base (nom, adresse, catégorie)
- ✓ Indication du niveau dog-friendly (notation)
- ✓ Sélection des services proposés (gamelle d'eau, terrasse, intérieur autorisé, etc.)
- ✗ Pas de mise en avant prioritaire
- ✗ Pas de notification géolocalisée
- ✗ Pas de badge partenaire
- ✗ Pas d'accès aux statistiques détaillées
- ✗ Pas d'intégration dans la section "Commerces partenaires"

Commencez gratuitement et rendez votre établissement visible auprès de la communauté Zoomee'z.

L'offre Freemium permet aux professionnels de référencer leur établissement sur la carte et d'indiquer leur niveau d'accueil dog-friendly. Une première étape simple pour intégrer l'écosystème Zoomee'z et toucher une audience locale ciblée.



# B2B PREMIUM



## PREMIUM

49 €/mois

- ✓ Mise en avant prioritaire sur la carte dans la zone
- ✓ Bandeau premium visible sur la fiche établissement
- ✓ Notification géolocalisée lors du passage d'un utilisateur à proximité
- ✓ Badge "Partenaire Zoomee'z"
- ✓ Intégration dans la section "Commerces partenaires"
- ✓ Accès aux statistiques de performance :
  - Nombre de vues de la fiche
  - Nombre de clics "Itinéraire"
  - Nombre d'ajouts en favoris
  - Estimation du nombre d'utilisateurs actifs passés à proximité (données anonymisées)
- ✓ Mise en avant dans les filtres spécifiques (services dog-friendly)

Maximisez votre visibilité locale et accédez à des données concrètes sur votre performance.

La formule Premium est conçue pour les établissements souhaitant se démarquer, apparaître en priorité et mesurer leur impact auprès des propriétaires de chiens actifs en ville.

# STRATÉGIE COMMERCIALE

## Un déploiement stratégique : commencer par Lyon

Les applications concurrentes identifiées restent modestes malgré leur ancienneté. PlayDogs réunit environ 170 000 utilisateurs, DogPack et WaffApp autour de 50 000 chacun, MyDogSociety 28 000 et Woog environ 30 000. Aucun de ces acteurs ne dépasse une vraie masse critique à l'échelle nationale, ce qui montre que le marché reste ouvert et loin d'être saturé.



PlayDogs



Pour assurer un lancement solide et un fonctionnement optimal, Zoomee'z se concentre d'abord sur les grandes villes, et plus particulièrement sur la Métropole de Lyon. Ce territoire réunit à la fois une forte densité urbaine, une population très digitalisée et un nombre important de propriétaires de chiens, ce qui en fait un terrain idéal pour tester, affiner et stabiliser l'application.



Une fois le modèle éprouvé à Lyon, Zoomee'z sera progressivement déployé dans d'autres grandes villes comme Paris ou Marseille afin de reproduire ce succès à plus grande échelle.

Sur la Métropole de Lyon, on dénombre environ 120 000 chiens selon SantéVet. Le territoire compte 1,4 million d'habitants et près de 700 000 foyers, ce qui signifie qu'environ un foyer sur six possède un chien. Cela représente un potentiel d'environ 100 000 propriétaires concernés par les problématiques de promenade en ville.

En appliquant un taux d'adoption réaliste de 2 à 3 %, Zoomee'z pourrait attirer 2 000 à 3 000 utilisateurs lyonnais dès son lancement. Parmi eux, les taux de conversion observés sur les applications freemium indiquent que 2 à 4 % pourraient souscrire au Premium, soit 40 à 120 abonnés la première année à l'échelle locale.

Notre cible pourra être atteinte grâce à une stratégie hyperlocale : partenariats avec commerces dog-friendly, communication géolocalisée autour des parcs, activation communautaire et mise en avant de la valeur pratique immédiate de l'application.



# SYNTHÈSE INTERVIEWS

## Synthèse questionnaire B2C (n = 126)

L'analyse quantitative repose sur **126 répondants** issus du questionnaire B2C. L'échantillon est majoritairement urbain et très orienté "promenade quotidienne", ce qui permet de tester concrètement l'intérêt d'une solution comme Zoomee'z (carte participative dédiée aux balades). Les résultats présentés ci-dessous s'appuient sur les pourcentages visibles dans l'export des résultats.



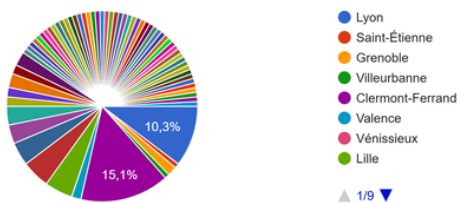
### PROFIL DES RÉPONDANTS (QUI RÉPOND ?)

Le panel est très majoritairement féminin : **92,9 % de femmes** contre 7,1 % d'hommes. La tranche d'âge dominante est **25-34 ans** (55,6 %), suivie des 18-24 ans (27,8 %) puis des 35-44 ans (12,7 %) ; les 45 ans et plus restent très minoritaires (moins de 4 % au total).

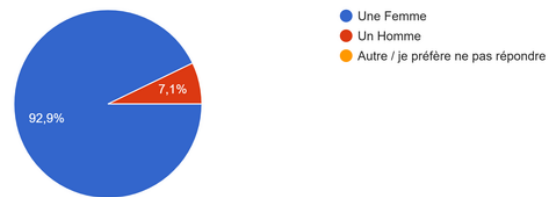
Sur le plan socio-professionnel, les répondants se répartissent principalement entre employés (30,2 %), cadres/professions intellectuelles supérieures (27,8 %), artisans/commerçants/chefs d'entreprise (18,3 %) et étudiants (16,7 %) ; les autres catégories (professions intermédiaires, ouvriers, agriculteurs, retraités) sont plus marginales.



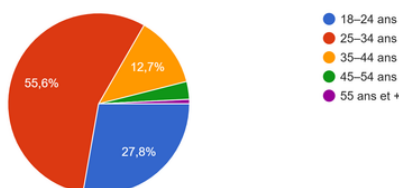
Dans quelle ville promenez-vous principalement votre toutou ?  
126 réponses



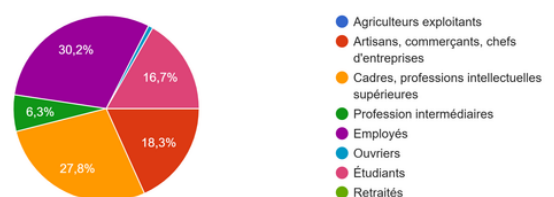
Vous êtes :  
126 réponses



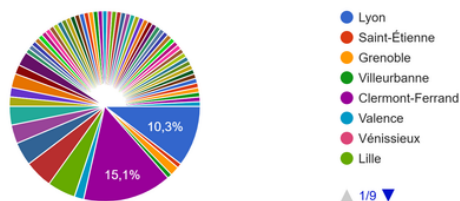
Votre tranche d'âge :  
126 réponses



Catégorie socio-professionnelles  
126 réponses



Dans quelle ville promenez-vous principalement votre toutou ?  
126 réponses



Concernant la localisation, la question “ville principale” fait ressortir une distribution très éclatée (beaucoup de petites catégories).

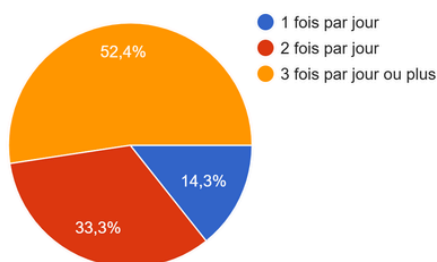
Deux villes émergent visiblement : Clermont-Ferrand (15,1 %) et Lyon (10,3 %), le reste étant dispersé entre de nombreuses autres communes.

## HABITUDES DE PROMENADE (FRÉQUENCE, DURÉE, ITINÉRAIRES)

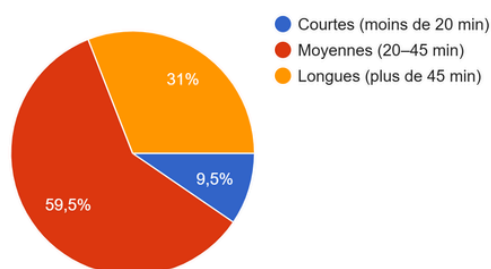
Les promenades sont très fréquentes : 52,4 % déclarent sortir leur chien **3 fois par jour ou plus**, 33,3 % 2 fois par jour, et 14,3 % 1 fois par jour.

En durée, les promenades sont majoritairement **moyennes (20–45 min)** à 59,5 %, avec une part importante de longues balades (plus de 45 min) à 31 % ; les courtes (moins de 20 min) ne représentent que 9,5 %.

À quelle fréquence promenez-vous votre chien ?  
126 réponses



En général, vos promenades sont plutôt :  
126 réponses



Côté itinéraires, vous êtes plutôt :  
126 réponses



Côté itinéraires, on observe un comportement très clair : la majorité reste sur des parcours connus. 67,5 % déclarent suivre souvent les mêmes chemins (avec parfois des variantes), environ 5,5 % restent toujours sur les mêmes chemins (sécurité avant tout), tandis que 27 % disent aimer changer régulièrement.

Autrement dit, plus de **7 répondants sur 10 restent globalement sur des habitudes d'itinéraires**, ce qui traduit un besoin de sécurité et de maîtrise de l'environnement urbain.



# SYNTHÈSE INTERVIEWS

## Synthèse questionnaire B2B (n = 18)

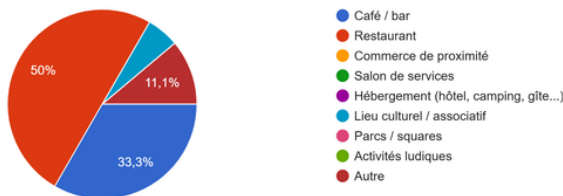
Dans le cadre du développement de Zoomee'z, nous avons également mené une étude auprès de **18 établissements** afin de valider l'intérêt des enseignes pour une solution de visibilité géolocalisée dédiée aux lieux dog-friendly. L'objectif était d'évaluer leur perception de l'accueil des chiens, leurs pratiques actuelles et leur intérêt pour apparaître sur une carte collaborative.

### PROFIL DES ÉTABLISSEMENTS INTERROGÉS

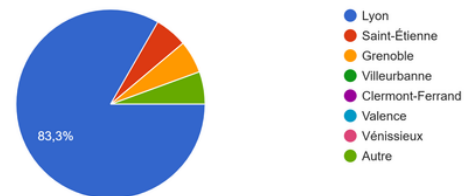
Les établissements interrogés sont majoritairement des restaurants (50 %) et des cafés/bars (33,3 %), soit des lieux à forte interaction client et à fort potentiel de fréquentation.

Ils sont également très majoritairement situés en zone urbaine, notamment à Lyon (83,3 %), ce qui correspond à notre zone de lancement. Ces éléments confirment que notre étude cible des acteurs pertinents, directement concernés par les enjeux de visibilité locale.

Quel type d'établissement représentez-vous ?  
18 réponses



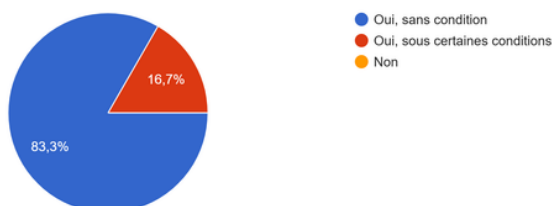
Dans quelle ville est situé votre établissement ?  
18 réponses



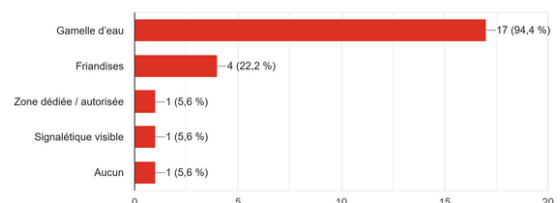
### UN ÉCOSYSTÈME DÉJÀ COMPATIBLE AVEC ZOOMEE'Z

Nous constatons que la majorité des établissements est déjà ouverte à l'accueil des chiens : 83,3 % les acceptent sans condition. Cependant, cet accueil reste peu structuré et peu valorisé. Dans la majorité des cas, il se limite à des aménagements simples (gamelle d'eau dans 94,4 % des cas), sans réelle stratégie de mise en avant. Cela confirme qu'il existe déjà une offre dog-friendly, mais qu'elle manque de visibilité et de structuration.

Les chiens sont-ils actuellement autorisés dans votre établissement ?  
18 réponses



Disposez-vous d'aménagements spécifiques pour l'accueil des chiens ? (plusieurs réponses possibles)  
18 réponses



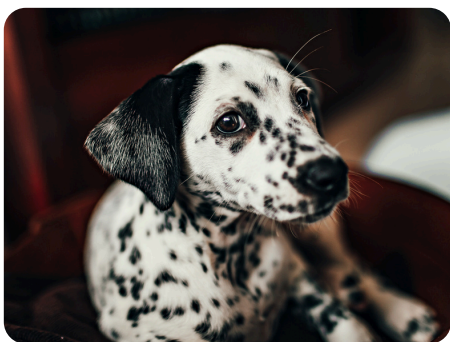
# MARKETING MIX 4P

## DÉTAIL CONCRET ET STRATÉGIQUE

### PRODUIT

Zoomee'z est une application mobile innovante dédiée à la mobilité urbaine avec un chien, combinant cartographie participative, signalements en temps réel et gamification. Contrairement aux applications canines traditionnelles orientées réseau social ou tourisme, notre solution se positionne comme un outil du quotidien permettant d'optimiser et de sécuriser les promenades en ville.

L'expérience utilisateur repose sur une interface mobile-first intuitive, pensée pour une utilisation rapide pendant la marche. L'utilisateur peut consulter une carte interactive, signaler des dangers, découvrir des points d'intérêt dog-friendly et suivre ses parcours tout en accumulant des points d'expérience.



#### Fonctionnalités principales :

- Carte collaborative avec signalements (zones dangereuses, affluence, points d'eau, espaces autorisés).
- Itinéraires adaptés aux chiens selon l'environnement urbain.
- Gamification avec niveaux, récompenses et personnalisation d'avatar.
- Tableau de bord personnalisé avec statistiques de balades.
- Intégration progressive d'acteurs locaux (commerces, services petcare).

Zoomee'z se distingue par une approche hybride entre application canine et outil de mobilité intelligente, créant une proposition de valeur unique sur le marché.

### PRIX

La stratégie tarifaire repose sur un modèle freemium accessible afin de favoriser l'adoption locale rapide tout en proposant une montée en gamme progressive.



#### Version gratuite :

Accès à la carte collaborative.  
Signalements et contributions communautaires.  
Fonctionnalités de base de navigation et découverte.



#### Version Premium 3,49 €/mois ou 29,99 €/an :

Personnalisation avancée de l'avatar et des parcours.  
Statistiques détaillées de balades et recommandations intelligentes.  
Accès prioritaire à certaines fonctionnalités communautaires et événements locaux.  
Expérience sans publicité et badges exclusifs.

Ce positionnement tarifaire reste volontairement accessible afin de correspondre aux habitudes des utilisateurs d'applications mobiles lifestyle tout en soutenant la croissance progressive du produit.

# MARKETING MIX 4P

## DÉTAIL CONCRET ET STRATÉGIQUE

### DISTRIBUTION

Zoomee'z adopte une stratégie de distribution mobile-first, cohérente avec les usages urbains et les habitudes numériques de la cible principale.



- Application disponible sur iOS et Android avec une priorité donnée à l'expérience géolocalisée en situation réelle.
- Landing page optimisée SEO/SEA pour capter une audience locale recherchant des solutions pour balader son chien en ville.
- Référencement sur les stores avec une stratégie ASO orientée mots-clés mobilité urbaine, sécurité piétonne et dog-friendly.

La distribution repose également sur un ancrage territorial fort :

- Partenariats avec commerces dog-friendly pour favoriser la visibilité locale.
- Présence dans événements urbains liés aux animaux ou au sport outdoor.
- Intégration progressive de villes après validation du modèle à Lyon.

### COMMUNICATION

La stratégie de communication de Zoomee'z s'appuie sur une différenciation claire : positionner l'application comme une solution innovante entre "Waze piéton" et univers canin, plutôt qu'un simple réseau social pour chiens.

#### Canaux B2C :

TikTok pour des contenus immersifs montrant les problématiques réelles des promenades urbaines.

Instagram pour construire une image lifestyle et partager des parcours locaux.

#### Canaux B2B :

LinkedIn pour valoriser les partenariats smart city, commerces locaux et acteurs du petcare.

Relations presse locales pour ancrer Zoomee'z dans l'écosystème urbain et innovant.

#### Actions clés :

- Content marketing basé sur les expériences utilisateurs réelles plutôt que sur des contenus éducatifs classiques.
- Collaboration avec micro-influenceurs canins et créateurs outdoor locaux pour renforcer la crédibilité.
- Programme de parrainage gamifié récompensant les contributions communautaires.
- Co-marketing avec marques petcare locales pour accélérer la notoriété sans dépendre d'un budget publicitaire massif.



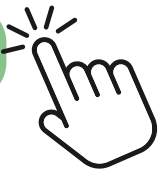
# PRÉVISIONNEL FINANCIER



	2022	2023	2023	2023	2023	2023	2023	2023	2023	2023	2023	
	Jul	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Janv	Févr	Mars	Avr	Mai	Jun
14 VENTES PRODUITS/PRESTATIONS	3 330,00 €	2 997,50 €	3 530,00 €	3 843,20 €	4 454,00 €	4 448,20 €	4 626,50 €	5 346,00 €	5 761,50 €	6 185,00 €	6 779,00 €	7 779,00 €
15 SOLDES BANCAIRES DÉBUT DE MOIS	31 870,67 €	31 323,58 €	31 220,28 €	31 382,75 €	31 860,82 €	38 184,25 €	38 887,75 €	39 348,17 €	44 358,17 €	46 117,75 €	48 226,32 €	48 226,32 €
16 SUBVENTION D'EXPLOITATION (sans région)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
17 DONS	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
18 COTISATIONS	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
19 AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION (partenaires)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	4 000,00 €	0,00 €	0,00 €	3 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
20 Apport Capital courant associé/capital (financier)	12 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
21 Nouveaux prêts bancaires	12 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
22 Apport compte courant (nouveau fondateur)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
23 Aides remboursables et autres prêts (SPF)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
24 Subventions d'investissement (aide tech)	8 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
25 STOCK	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
26 ACHATS MATIÈRE et MARCHANDISES	3 250,00 €	3 320,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €	3 250,00 €
27 AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
28 Sous-traitance	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
29 Sous-traitance - Etude de marché	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
30 IMPÔTS ET TAXES	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
31 SALAIRES BRUTS	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
32 Responsabilité Marketing & Social Media	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

Dans le cadre du lancement de Zoomee'z, nous avons structuré un plan de trésorerie sécurisé dès le démarrage afin de limiter les risques et garantir la continuité d'exploitation. Le projet repose sur un financement mixte, combinant apports personnels, levier bancaire et aides publiques.

[CLIQUEZ-ICI](#)



## PLAN DE TRÉSORERIE

Chaque associé investit 2 000 €, ce qui permet de renforcer les fonds propres et de crédibiliser le projet auprès des partenaires financiers. Cet apport déclenche un prêt bancaire d'environ 12 000 €, destiné à financer les premiers besoins opérationnels. À cela s'ajoutent une aide à l'innovation de 8 000 € ainsi qu'une subvention d'exploitation estimée à 10 000 €, idéalement portée par la Métropole de Lyon, en cohérence avec notre ancrage territorial et notre dimension servicielle.

Ce montage permet de disposer d'une trésorerie de départ solide, tout en limitant la dilution et l'endettement excessif. Par ailleurs, un investissement initial de 8 000 € est consacré à l'image de marque, élément clé dans notre stratégie d'acquisition. Cet investissement est amorti sur 5 ans, soit 1 333 € par an, ce qui lisse son impact sur les charges.

Notre gestion de trésorerie repose également sur une stratégie prudente : nous avons fait le choix de ne pas nous rémunérer la première année afin de préserver les liquidités et soutenir la phase de lancement. Dès la deuxième année, nous mettons en place une rémunération progressive, légèrement supérieure au SMIC avec une prime de 200 €, tout en optimisant la fiscalité en ajustant les salaires pour compenser l'absence de rémunération initiale. En année 3, les rémunérations atteignent leur régime de croisière.

Cette approche nous permet de maintenir une trésorerie saine tout en accompagnant la montée en puissance du projet.



## COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL

Le modèle économique de Zoomee'z est pensé pour atteindre rapidement la rentabilité, avec une progression cohérente du chiffre d'affaires liée à notre stratégie de déploiement.

COMPTE DE RESULTAT	N1	N2	N3
CA FACTURE	46 721 €	207 027 €	374 722 €
SUBVENTION D'EXPLOITATION			
AUTRES PRODUITS			
ACHATS matières et marchandise	0 €	0 €	0 €
Variation de stocks	0 €	0 €	0 €
SOUS TRAITANCE DIRECTE			
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>46 721 €</b>	<b>207 027 €</b>	<b>374 722 €</b>
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	32 100 €	32 100 €	32 100 €
AUTRES CHARGES	1 500 €	1 958 €	2 917 €
PROVISIONS POUR CHARGES			
VARIATION PROV. POUR CHARGES			
<b>VALEUR AJOUTE</b>	<b>13 121 €</b>	<b>172 988 €</b>	<b>339 705 €</b>
IMPOTS ET TAXES			
Salaires bruts Total	0 €	71 828 €	115 800 €
Responsable Webmarketing & Social Media	0 €	24 276 €	45 600 €
Community Manager	0 €	23 076 €	30 600 €
Directeur Artistique	0 €	24 276 €	39 600 €
Designer Graphique	0 €	23 076 €	28 800 €
Webdesigner & UX/UI	0 €	23 076 €	42 000 €
Développeur Web	0 €	23 076 €	49 128 €
Charges patronales	0 €	80 588 €	101 363 €
<b>EBE</b>	<b>13 121 €</b>	<b>40 772 €</b>	<b>122 542 €</b>
DOTATIONS AUX AMORT. ET PROV.	1 333 €	1 333 €	1 333 €
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>11 788 €</b>	<b>39 439 €</b>	<b>121 209 €</b>
Frais financiers et intérêts d'emprunts	2 400 €	2 400 €	2 400 €
<b>RESULTAT COURANT</b>	<b>9 388 €</b>	<b>37 039 €</b>	<b>118 809 €</b>
RESULTAT EXCEPTIONNEL	0 €	0 €	0 €
<b>RESULTAT AVANT IMPOTS</b>	<b>9 388 €</b>	<b>37 039 €</b>	<b>118 809 €</b>
IS 15% (tranche < 38120 €)	1 408 €	5 558 €	17 821 €
<b>RESULTAT NET</b>	<b>7 980 €</b>	<b>31 483 €</b>	<b>100 988 €</b>

**En année 1**, nous réalisons un chiffre d'affaires de 46 721 €. Ce niveau volontairement modéré s'explique par une phase de lancement local, concentrée sur la métropole lyonnaise. Cette étape est essentielle pour tester, ajuster et optimiser notre produit ainsi que nos canaux d'acquisition.

**Dès l'année 2**, le chiffre d'affaires connaît une forte accélération pour atteindre 207 027 €. Cette croissance s'appuie sur un déploiement national, rendu possible par la validation du modèle en local, une meilleure maîtrise des coûts d'acquisition et une montée en puissance de la notoriété.

**En année 3**, nous atteignons 374 722 € de chiffre d'affaires, traduisant une phase de pérennisation. À ce stade, notre méthode est rodée, les canaux d'acquisition sont optimisés et la base utilisateurs suffisamment solide pour générer une croissance plus stable et prévisible. Cette dynamique se traduit directement dans la rentabilité du projet.

Le résultat net est positif dès la première année, avec 7 980 €, puis progresse à 31 483 € en année 2, pour atteindre 100 988 € en année 3. Cette évolution démontre la scalabilité du modèle et sa capacité à générer de la valeur rapidement.

Notre stratégie repose donc sur un triptyque clair : tester localement, scaler rapidement, puis optimiser et rentabiliser. Elle nous permet d'assurer une rentabilité dès les premières années tout en construisant un projet durable et structuré.

# MOYENS À METTRE EN OEUVRE

## POUR RÉALISER LES PRÉVISIONS DE VENTE

Les prévisions de vente de Zoomee'z reposent sur un modèle clair et séquencé : **tester localement (N1)**, **scaler nationalement (N2)**, puis **optimiser et consolider (N3)**. Cette section détaille concrètement comment l'entreprise va fonctionner — avec quels équipements, quels effectifs, quels canaux d'acquisition — pour atteindre un chiffre d'affaires progressant de **46 721 €** en N1 à **374 722 €** en N3, avec un résultat net positif dès la première année.

ANNÉE 1 (N1)

**46 721 €**

Chiffre d'affaires  
Lancement Lyon

ANNÉE 2 (N2)

**207 027 €**

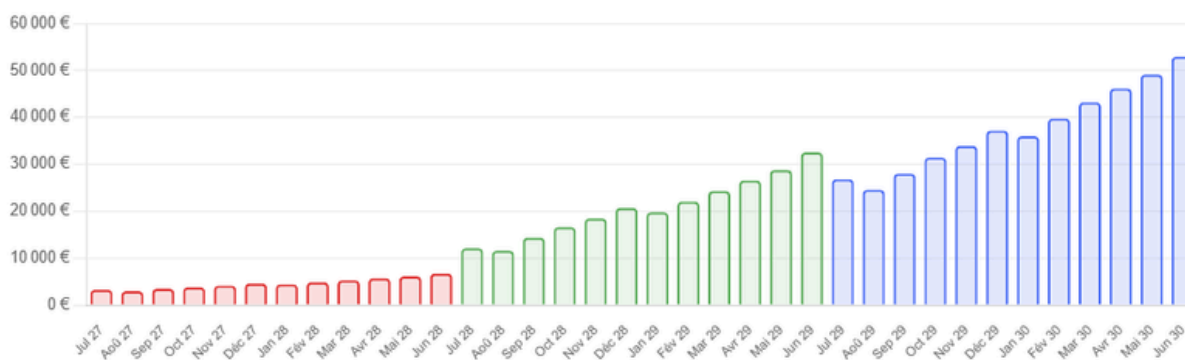
Chiffre d'affaires  
Déploiement national

ANNÉE 3 (N3)

**374 722 €**

Chiffre d'affaires  
Phase de maturité

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES MENSUEL SUR 36 MOIS (N1 → N3)



## 1. LES MOYENS COMMERCIAUX : ACQUISITION ET CANAUX DE VENTE

La performance commerciale de Zoomee'z repose sur une **double stratégie d'acquisition** : une approche **B2C** visant les propriétaires de chiens urbains, et une approche **B2B** ciblant les commerces et établissements dog-friendly. Ces deux flux de revenus sont activés simultanément dès le lancement, mais avec des budgets et des mécaniques distincts.

### CANAUX D'ACQUISITION B2C — L'ABONNEMENT PREMIUM À 3,49 €/MOIS

#### CANAUX B2C ACTIFS

- **SEA (Google Ads)** : campagnes géolocalisées autour des parcs lyonnais en N1, ciblage par mots-clés "promenade chien ville", "application chien Lyon". Budget progressif de 240 €/mois (N1) à 3 000 €/mois (fin N3).
- **TikTok Ads** : format vidéo court, immersif, montrant des situations réelles de promenade problématiques puis la solution Zoomee'z. Format le plus adapté à la cible 24–35 ans. Budget de 210 €/mois en N1 à 2 625 €/mois fin N3.
- **Influenceurs B2C** : micro-influenceurs canins locaux (Lyon, puis national) avec de petites audiences très engagées. Coût moyen : 150 €/mois en N1 à 1 875 €/mois en N3. Génération d'UGC authentique sur Instagram.

#### CANAUX B2B ACTIFS

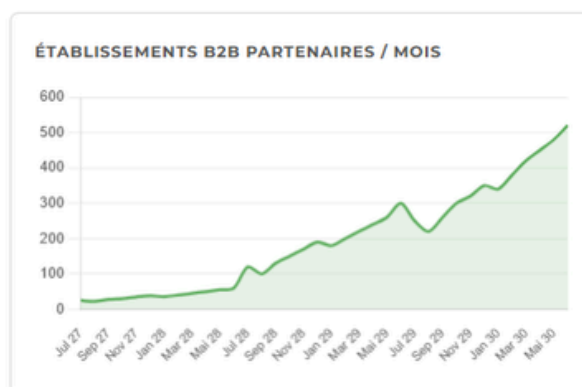
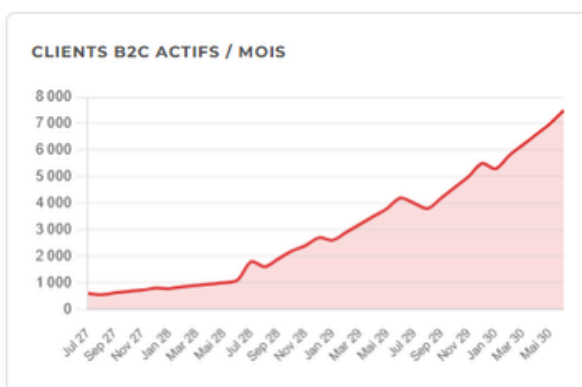
- **SEA B2B** : campagnes ciblant les gérants d'établissements (cafés, restaurants, salons de toilettage) avec mots-clés "visibilité clientèle chien" et "référencement dog-friendly". Budget initial modeste : 10 €/mois (N1) à 208 €/mois (fin N3).
- **LinkedIn Ads** : ciblage des décideurs d'établissements locaux et des marques petcare nationales. Mise en avant du ROI mesurable (stats de vues, clics itinéraire). Budget de 7 €/mois (N1) à 156 €/mois (fin N3).
- **Mailing B2B** : prospection directe des commerces dog-friendly identifiés. Offre freemium comme argument d'entrée, montée vers le premium 49 €/mois. Budget de 8 €/mois (N1) à 156 €/mois (fin N3).

## BUDGET ACQUISITION TOTAL SUR 3 ANS

CANAL	CIBLE	N1 (TOTAL)	N2 (TOTAL)	N3 (TOTAL)
SEA Google Ads	B2C	3 820 €	13 120 €	26 200 €
TikTok Ads	B2C	3 339 €	11 477 €	22 922 €
Influenceurs / UGC	B2C	2 391 €	8 203 €	16 378 €
SEA B2B	B2B	184 €	904 €	1 716 €
LinkedIn Ads	B2B	135 €	678 €	1 287 €
Mailing B2B	B2B	145 €	678 €	1 287 €
<b>TOTAL ACQUISITION</b>		<b>10 014 €</b>	<b>35 060 €</b>	<b>69 790 €</b>

Ces budgets représentent environ **21 % du CA en N1, 17 % en N2 et 19 % en N3**, soit un ratio acquisition cohérent avec les standards des applications freemium mobiles dans leur phase de croissance. Le coût d'acquisition par utilisateur (CAC) diminue progressivement grâce aux effets de notoriété et au bouche-à-oreille généré par la gamification et le système de parrainage.

## ÉVOLUTION DE LA BASE CLIENTS SUR 36 MOIS



## PRÉVISIONS DE VENTES D'ABONNEMENTS DÉTAILLÉES

INDICATEUR	N1	N2	N3
Clients B2C Premium (moy./mois)	796	2 733	5 458
Clients B2C Premium (fin d'année)	1 100	4 200	7 500
Tarif B2C Premium	3,49 €/mois ou 29,99 €/an		
Établissements B2B Premium (moy./mois)	39	188	358
Établissements B2B Premium (fin d'année)	60	300	520
Tarif B2B Premium	49 €/mois		
<b>CA total généré (abonnements + pub)</b>	<b>46 721 €</b>	<b>207 027 €</b>	<b>374 722 €</b>

La montée en puissance des abonnements B2C repose sur le **modèle freemium** : l'application est accessible gratuitement, ce qui favorise une adoption rapide et large. Les utilisateurs gratuits génèrent de la valeur via leurs contributions cartographiques et constituent la masse critique nécessaire pour rendre la carte collaborative pertinente. Le passage au Premium est motivé par des fonctionnalités à forte valeur ajoutée (itinéraires intelligents, stats détaillées, suppression des publicités, skins exclusifs). Le taux de conversion freemium → premium visé est de **2 à 4 %**, conforme aux benchmarks du secteur des applications mobiles lifestyle.

Côté B2B, le lancement de Lyon permet d'intégrer les premiers "**Founding Partners**" – une trentaine d'établissements emblématiques engagés au lancement, qui bénéficient d'une visibilité prioritaire et servent de preuve sociale pour convaincre d'autres commerces de rejoindre la plateforme.

## 2. LES MOYENS HUMAINS : L'ÉQUIPE ET SES RÔLES

Le fonctionnement de Zoomee'z repose sur une **équipe fondatrice de 6 personnes**, chacune apportant une compétence clé. En N1, aucune rémunération n'est versée afin de préserver la trésorerie et consolider le lancement. À partir de N2, des salaires progressifs sont introduits, légèrement supérieurs au SMIC (+200 € de prime), avant d'atteindre leur régime de croisière en N3.

<p><b>WEBMARKETING &amp; SOCIAL MEDIA</b></p> <p><b>Camille</b></p> <p>Pilote les campagnes SEA, TikTok Ads, ASO (App Store Optimization) et analyse les données d'acquisition. En charge du tracking des KPIs de conversion.</p>	<p><b>COMMUNITY MANAGER</b></p> <p><b>Justine</b></p> <p>Anime la communauté sur TikTok et Instagram, gère les UGC, les avis, la modération et les partenariats avec les micro-influenceurs canins.</p>	<p><b>DIRECTRICE ARTISTIQUE</b></p> <p><b>Léna</b></p> <p>Définit et maintient l'identité visuelle de Zoomee'z (charte graphique, mascotte, illustrations). Assure la cohérence de la marque sur tous les supports.</p>
<p><b>DIRECTRICE ARTISTIQUE</b></p> <p><b>Émilie</b></p> <p>Conçoit les visuels marketing, les assets réseaux sociaux, les formats publicitaires et les contenus visuels de la boutique de skins.</p>	<p><b>DÉVELOPPEMENT WEB &amp; TECH</b></p> <p><b>Luc</b></p> <p>Développe et maintient l'application mobile (iOS/Android) et la plateforme web B2B. Gère l'intégration des API cartographiques (OpenStreetMap) et l'infrastructure serveur.</p>	<p><b>WEBDESIGNER &amp; UX/UI</b></p> <p><b>Pierre</b></p> <p>Conçoit l'interface utilisateur mobile-first, l'espace professionnel B2B et optimise l'expérience de gamification (progression XP, boutique de skins).</p>

POSTE	N1 (SALAIRE BRUT)	N2 (SALAIRE BRUT)	N3 (SALAIRE BRUT)
Responsable Webmarketing & Social Media	0 €	24 276 €	45 600 €
Community Manager	0 €	23 076 €	30 600 €
Directrice Artistique	0 €	24 276 €	39 600 €
Designer Graphique	0 €	23 076 €	28 800 €
Webdesigner & UX/UI	0 €	23 076 €	42 000 €
Développeur Web	0 €	23 076 €	49 128 €
Charges patronales	0 €	60 568 €	101 363 €
<b>TOTAL MASSE SALARIALE</b>	<b>0 €</b>	<b>71 628 €</b>	<b>115 800 €</b>

L'absence de rémunération en N1 est un choix stratégique délibéré : elle permet à Zoomee'z de dégager un résultat net positif dès la première année (**7 980 €**) malgré un CA encore modeste, et de réinvestir les liquidités dans l'acquisition et le développement produit.

## 3. LES MOYENS TECHNIQUES ET INCORPORELS

L'infrastructure technique de Zoomee'z est essentiellement **cloud et API-based**, ce qui limite les investissements matériels et permet une mise à l'échelle progressive sans coûts fixes disproportionnés.

### ÉQUIPEMENTS ET INFRASTRUCTURE TECHNIQUE

- **Application mobile iOS & Android** : développée en interne par Luc (développeur). Utilisation de technologies cross-platform pour optimiser les coûts de maintenance. Publication sur l'App Store et Google Play Store avec une stratégie ASO intégrée dès le lancement.
- **API cartographique OpenStreetMap** : base cartographique open-source gratuite, sur laquelle s'appuie la carte collaborative de Zoomee'z. Évite la dépendance à Google Maps et ses coûts variables élevés.
- **Hébergement serveurs cloud** : infrastructure scalable (type AWS ou OVH) permettant d'absorber la croissance du nombre d'utilisateurs sans rupture de service. Coût intégré dans les charges externes fixes de 3 210 €/mois.
- **Espace professionnel B2B (tableau de bord)** : interface web dédiée aux établissements partenaires, permettant l'onboarding autonome, la gestion du profil et la consultation des statistiques (vues, clics, passages). C'est le levier central de la proposition de valeur B2B Premium (49 €/mois).
- **Système de gamification** : moteur XP, niveaux, badges et boutique de skins développé en interne. C'est la mécanique clé de rétention et d'engagement communautaire qui différencie Zoomee'z des applications canines existantes.
- **Landing page SEO-optimisée** : vitrine web de l'application, orientée conversion (téléchargements + inscriptions B2B), avec des pages dédiées par ville lors du déploiement national.

## ACTIFS INCORPORELS ET INVESTISSEMENTS CLÉS

Un investissement initial de **8 000 €** est consacré à l'image de marque (logo, charte graphique, mascotte, guidelines), élément fondateur de la stratégie d'acquisition organique. Cet actif est amorti sur 5 ans (1 333 €/an), ce qui lisse son impact sur les charges d'exploitation. À cela s'ajoute la réalisation d'une étude de marché (intégrée dans le plan de trésorerie à 2 000 € en N1) et les outils d'analyse marketing (Google Analytics, outils de tracking ASO).

## CHARGES OPÉRATIONNELLES RÉCURRENTES

Les charges externes fixes sont maintenues à **3 210 €/mois** sur les trois années, couvrant l'ensemble des abonnements SaaS (hébergement, outils marketing, licences logicielles, modération). Les charges variables (provisions pour charges) progressent légèrement de 1 500 € (N1) à 2 917 € (N3) en suivant la montée en puissance de l'activité.

## 4. LE PLAN DE FINANCEMENT : SÉCURISER LE LANCEMENT

### APPORTS ASSOCIÉS

**12 000 €**

2 000 € × 6 associés  
Fonds propres

### PRÊT BANCAIRE

**12 000 €**

Levier bancaire  
sur apports personnels

### AIDES PUBLIQUES

**18 000 €**

Innovation (8 k€)  
+ Subvention Métropole (10 k€)

La trésorerie de départ sécurisée de **31 870 €** (solde de banque en début de mois N1) permet à Zoomée'z d'opérer sans pression de trésorerie pendant les premiers mois, même avec un CA encore faible. La trésorerie de fin de mois ne descend jamais en dessous de **27 809 €** (point bas constaté en N2 lors du passage aux salaires), validant la solidité du montage financier.

ÉVOLUTION DE LA TRÉSORERIE DE FIN DE MOIS SUR 36 MOIS



## 5. LE DÉPLOIEMENT GÉOGRAPHIQUE : UNE CROISSANCE MAÎTRISÉE

### N1 LYON

**Phase de validation locale :** lancement exclusif sur la Métropole de Lyon (1,4 M d'habitants, ~120 000 chiens, ~100 000 propriétaires potentiels). Objectif : atteindre 2 000 à 3 000 utilisateurs actifs et valider les mécaniques d'engagement et de conversion. Les partenariats B2B sont noués directement avec des établissements lyonnais emblématiques pour créer la preuve sociale. Taux d'adoption cible : **2 à 3%** des propriétaires.

### N2 NATIONAL

**Phase de déploiement national :** extension aux 5 à 10 principales métropoles françaises (Paris, Marseille, Bordeaux, Toulouse, Lille, Nantes...). Le modèle validé à Lyon est reproduit avec une stratégie hyperlocale par ville. Les budgets d'acquisition sont multipliés par 3,5 (35 060 € vs 10 014 €). La communauté lyonnaise devient un levier de notoriété nationale.

### N3 MATURITÉ

**Phase de consolidation et d'optimisation :** la base utilisateurs atteint 7 500 abonnés B2C Premium et 520 établissements B2B Premium. Les canaux d'acquisition sont optimisés (CAC en baisse), la notoriété organique prend le relais. Les données communautaires agrégées deviennent un actif précieux pour les partenaires marques petcare nationales.

# BUSINESS MODEL CANVAS

2

## PROBLÈMES

- Difficulté à identifier où il est possible ou non de promener son chien (zones interdites, parcs non adaptés).
- Manque d'informations en temps réel : dangers au sol (verre, chaleur), affluence, points d'eau.
- Promenades monotones par manque de repères ou de parcours sécurisés.
- Aucune application n'intègre sécurité + mobilité + communauté.
- Manque de valorisation des contributions des propriétaires dans les apps existantes.

4

## SOLUTIONS



- Carte interactive collaborative (signalements en temps réel).
- Calcul d'itinéraires sécurisés basés sur les points d'intérêt et non sur une simple adresse.
- Fil d'actualité communautaire (photos, avis, lieux appréciés).
- Système de gamification intégré : XP, badges, quêtes, boutique de skins.

3

## PROPOSITION DE VALEUR

### Pour les utilisateurs

- Sécuriser et simplifier la promenade en ville
- Accéder à une carte collaborative en temps réel
- Être récompensé pour ses contributions
- Personnaliser son expérience via gamification

### Pour les entreprises

- Accéder à une audience 100% propriétaire de chiens
- Être visible au moment de la promenade
- Mesurer leur visibilité locale
- Valoriser leur engagement dog-friendly



9

## RELATION CLIENT

B2C

- Communauté active et solidaire
- Gamification (XP, niveaux, badges)
- Profil personnalisé
- Interactions sociales (likes, commentaires)
- Notifications push contextualisées

B2B

- Onboarding autonome via espace entreprise
- Tableau de bord simplifié
- Statistiques anonymisées
- Support client dédié
- Relation commerciale locale

5

## CANAUX



B2C

- Application mobile iOS / Android
- Instagram & TikTok (contenu UGC, storytelling émotionnel)
- UGC (photos de balades, partages)
- Reddit
- Partenariats avec refuges, vétérinaires, éducateurs

B2B

- Prospection locale directe
- LinkedIn
- Emailing ciblé
- Réseau partenaires physiques
- Présence via commerces "Founding Partners"

1

## SEGMENTS CLIENTS

### B2C (cœur de cible)

- Propriétaires de chiens urbains (24–44 ans)
- Femmes actives 24–35 ans (cœur stratégique)
- Nouveaux maîtres cherchant repères et sécurité
- Utilisateurs engagés sensibles à la gamification

### B2B

- Commerces dog-friendly (cafés, restaurants, hôtels)
- Acteurs 100% petcare (toiletteurs, pet shops, éducateurs, vétérinaires)
- Marques petcare nationales (alimentation, assurance, accessoires)
- Collectivités locales (à moyen terme)

8

## RESSOURCES CLÉS

- Base cartographique (OpenStreetMap + API)
- Données utilisateurs agrégées
- Système de gamification
- Algorithme de mise en avant
- Identité visuelle forte (mascotte)
- Base utilisateurs active
- Réseau commerces locaux



7

## COÛTS

- Développement mobile
- Maintenance & mises à jour
- Hébergement serveurs
- API cartographiques
- Marketing digital
- Modération & service client
- Frais commerciaux B2B
- Design & UX
- Coûts administratifs



6

## REVENUS

B2C

- Abonnement Premium : 3,49 €/mois ou 29,99 €/an
- Publicités intégrées (utilisateurs Freemium)
- Vente de skins et microtransactions
- Packs de monnaie virtuelle

B2B

- Abonnement Premium : 49 €/mois
- Visibilité prioritaire
- Notifications géolocalisées
- Accès aux statistiques
- Intégration dans section partenaires

Autres

- Partenariats marques petcare
- Sponsoring modules gamifiés
- Collaborations locales



# EXPLICATION BUSINESS MODEL CANVAS

## POURQUOI CE MODÈLE EST ROBUSTE — L'EFFET FLYWHEEL

Le modèle économique de Zoomee'z génère une **boucle de croissance auto-entretenu** : chaque nouvel utilisateur enrichit la carte collaborative, ce qui améliore l'expérience pour tous et attire de nouveaux utilisateurs. Simultanément, une base d'utilisateurs plus large rend la plateforme plus attractive pour les établissements B2B, qui en rejoignant l'écosystème enrichissent à leur tour les points d'intérêt disponibles. Ce mécanisme réduit structurellement le coût d'acquisition marginal à mesure que la communauté grandit — un avantage compétitif durable que les concurrents ne peuvent pas répliquer sans une base utilisateurs existante.

**Différenciation clé** : Aucune des 5 applications concurrentes identifiées (PlayDogs, DogPack, WaffApp, MyDogSociety, Woog) ne dépasse 170 000 utilisateurs à l'échelle nationale et aucune ne combine les trois piliers de Zoomee'z : **sécurité en temps réel + mobilité intelligente + gamification communautaire**. Le marché reste structurellement ouvert.

## CHOIX DE LA STRUCTURE JURIDIQUE

Le choix de la structure juridique est une décision stratégique qui engage la trajectoire de l'entreprise sur le long terme. Pour Zoomee'z, ce choix doit répondre à trois impératifs simultanés : **protéger les associés, faciliter l'entrée d'investisseurs** et **optimiser la fiscalité** en phase de croissance rapide.

### ANALYSE COMPARATIVE DES STRUCTURES ENVISAGÉES

#### Option A : SARL (Société à Responsabilité Limitée)

##### AVANTAGES

- ✓ Responsabilité limitée aux apports — protection des associés
- ✓ Cadre juridique simple et très répandu en France
- ✓ Souplesse de gestion pour une petite équipe fondatrice

##### LIMITES

- ✗ Cession de parts complexe → difficile à ouvrir aux investisseurs
- ✗ Pas compatible avec les outils d'intéressement (BSPCE, BSA)
- ✗ Gérant minoritaire soumis au régime général (charges élevées)

#### Option B : SAS / SASU

##### ✓ STRUCTURE RETENUE

##### AVANTAGES DÉCISIFS

- ✓ **Liberté statutaire totale** : organisation du pouvoir selon les besoins de l'équipe
- ✓ **Entrée d'investisseurs simplifiée** : cession d'actions libre, augmentation de capital souple
- ✓ **Compatibilité totale avec les BSPCE** (Bons de Souscription de Parts de Créateurs d'Entreprise) pour fidéliser l'équipe
- ✓ **Président assimilé-salarié** : protection sociale complète sans excès de charges
- ✓ Structure plébiscitée par les startups et fonds d'investissement
- ✓ IS à taux réduit 15% jusqu'à 38 120 € de bénéfice (applicable dès N1)

##### VIGILANCE

- ✗ Légèrement plus complexe à constituer qu'une SARL
- ✗ Nécessite une rédaction soignée des statuts dès le départ

### POURQUOI LA SAS S'IMPOSE POUR ZOOMEE'Z

Zoomee'z est un projet à **fort potentiel de croissance rapide**, nécessitant dès les premières années la capacité d'accueillir des partenaires financiers sans rigidité juridique. La SAS offre précisément cette agilité : les statuts peuvent prévoir des actions de préférence, des droits de veto sur certaines décisions, ou des clauses d'agrément adaptées à chaque tour de financement. C'est la structure de référence pour toutes les startups françaises ayant levé des fonds (BlaBlaCar, Doctolib, Qonto sont toutes des SAS).

Par ailleurs, avec **6 associés fondateurs**, la SAS permet de définir librement les règles de gouvernance répartition des droits de vote, procédures de décision, pacte d'actionnaires sans être contraint par le carcan légal de la SARL. En phase de lancement, cette flexibilité est cruciale pour maintenir la cohésion de l'équipe tout en préservant la capacité à évoluer.

Enfin, le taux d'**IS réduit à 15 %** (applicable sur les bénéfices jusqu'à 38 120 €) est immédiatement activable dès N1, où le résultat avant impôts est de 9 388 €. Zoomee'z paie ainsi seulement **1 408 €** d'impôt sur les sociétés la première année une fiscalité très avantageuse qui préserve la trésorerie en phase critique.

**Capital social initial recommandé** : 12 000 € (2 000 € × 6 associés), réparti à parts égales entre les 6 co-fondateurs. Ce montant déclenchera le prêt bancaire de 12 000 €, validant la crédibilité du projet auprès des établissements financiers. Un pacte d'actionnaires sera rédigé simultanément pour encadrer les conditions de cession et les droits de chaque associé.

# ROAD-MAP 2026-2027



## FÉVRIER 2027

### CADRAGE STRATÉGIQUE + BASES PRODUIT

- Consolidation du problème utilisateur et validation du cœur de cible via synthèse interviews.
- Analyse concurrentielle finalisée + étude d'opportunité marché.
- Définition des KPI de réussite (acquisition, récurrence, engagement).
- Architecture fonctionnelle du MVP (user flows + cartographie des interactions).
- Priorisation MoSCoW du backlog, validée avec dev + marketing.
- Choix de l'architecture technique : API map, base de données, authentification.
- Préparation des environnements de dev et du dépôt Git.
- Définition de l'identité visuelle : moodboard, palette, mascotte, style d'interface.
- Mise en place du cadre Scrum hybride : backlog, sprint planning, outils, cycles de revues.

1

2

## MARS 2027

### PROTOTYPAGE + ARCHITECTURE TECHNIQUE

- Wireframes des écrans prioritaires : carte interactive, signalement des dangers, profil utilisateur, parcours d'itinéraire
- Prototype interactif Figma.
- Premier test utilisateur (5 à 8 personnes).
- Implémentation base : géolocalisation, affichage OSM, système de comptes.
- Construction des endpoints nécessaires pour le MVP.
- Conception visuelle des écrans prioritaires.
- Déclinaison graphique de la carte et des icônes (dangers, eau, parcs...).
- Définition du discours de marque et ton éditorial.
- Début rédaction landing page pré-inscriptions.

## AVRIL 2027

### CONSTRUCTION MVP + PREMIERS TESTS

- Ajout des fonctionnalités essentielles : création et lecture des signalements, filtrage des points d'intérêt, système de validation communautaire (votes)
- Version interne testable (MVP 0.5).
- Amélioration du prototype selon retours du test utilisateur.
- Itérations sur la carte, les filtres, la clarté des icônes.
- Définition des avatars + premières variantes.
- Design du tableau d'XP + système de niveaux.
- Préparation du contenu pour acquisition future : pitch, messages clés, hooks.
- Premiers tests de wording sur utilisateurs (micro-tests).

3

4

## MAI 2027

### GAMIFICATION + COMMUNAUTÉ + STABILITÉ TECHNIQUE

- Implémentation du système XP, niveaux et avatars liés au profil.
- Début calcul des itinéraires sécurisés (dépend de la densité des signalements).
- Optimisation de la performance de la carte.
- Tests utilisateurs 2 : compréhension des niveaux, motivation à contribuer, lisibilité des trajets.
- Amélioration de l'expérience communautaire (photos, découvertes locales).
- Finalisation de la bibliothèque d'avatars + skins cosmétique.
- UI des écrans secondaires (profil, paramétrage, partage).
- Préparation du plan de pré-lancement.
- Collaboration avec premiers cafés et commerces dog-friendly pour visibilité locale.

## JUIN 2027

### PRÉ-LANCEMENT + BÊTA TEST FERMÉE

- Version bêta complète avec : carte dynamique, signalements, itinéraires et XP + avatars
- Corrections issues des tests.
- Organisation d'un test bêta fermé (15 à 20 utilisateurs cibles).
- Itération sur les points de friction identifiés (chargement carte, lisibilité itinéraires).
- Assets finaux pour stores (mockups, visuels, icônes app).
- Création des visuels pour communication (réseaux sociaux, site).
- Mise en ligne du site vitrine + pré-inscriptions.
- Création du contenu pour le lancement : vidéos, teasers, storytelling Zoomee'z.
- Préparation du go-to-market plan.

5

6

## JUILLET 2027

### LANCEMENT ZOOMEE'Z V1

- Stabilisation, bugfix, optimisation finale.
- Publication sur App Store et Google Play.
- Lancement officiel : réseaux sociaux, partenariats, campagnes locales.
- Activation des relais dog-friendly ciblés.
- Début suivi des KPI (acquisition, engagement, rétention).
- Recueil des premiers retours d'usage réels.
- Préparation des pistes pour la V1.1 (améliorations prioritaires).
- Support créatif continu pour campagnes de lancement.

## POURQUOI INVESTIR DANS ZOOMEE'Z : NOTRE PITCH FINANCIER

### NOTRE BESOIN EN FINANCEMENT EXTERNE

# 20 000 €

Nous recherchons un investissement complémentaire de **20 000 €** sous forme de prise de participation minoritaire dans la SAS Zoomee'z, en complément de nos 42 000 € de financement initial propre (apports associés + prêt bancaire + aides publiques). Cet apport nous permettra d'accélérer le développement technique et l'acquisition en N1, et de maximiser notre trajectoire de croissance vers N2.

### UTILISATION PRÉCISE DES FONDS

## 40%

8 000 €

Développement tech  
Fonctionnalités premium & moteur gamification

## 30%

6 000 €

Acquisition accélérée  
Campagnes TikTok & SEA sur Lyon

## 20%

4 000 €

Partenariats B2B  
Activation "Founding Partners" Lyon

## 10%

2 000 €

Trésorerie de sécurité  
Buffer opérationnel N1

### ARGUMENT 1 — UN MARCHÉ PORTEUR ET SOUS-ADRESSÉ

#### 6,6 MILLIARDS D'EUROS DE MARCHÉ PETCARE EN FRANCE, ZÉRO LEADER DIGITAL

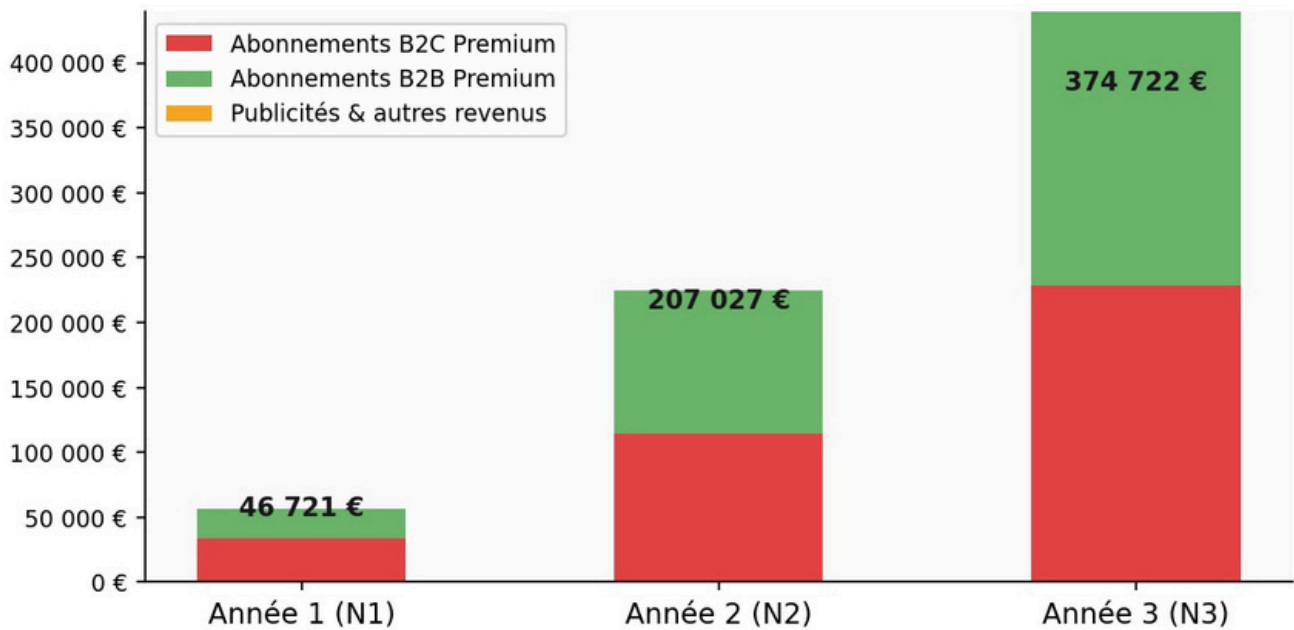
Le marché français du petcare dépasse les 6,6 milliards d'euros avec une croissance continue. 51 % des Français possèdent un chien, et 95 % estiment que la ville n'est pas adaptée à leur animal (OpinionWay/Mars Petcare). Pourtant, aucune application n'a réussi à s'imposer : le leader PlayDogs plafonne à 170 000 utilisateurs en France. Le marché digital de la promenade canine est **structurellement vide à l'échelle nationale**. Zoomee'z se positionne pour être le premier à atteindre la masse critique.

### ARGUMENT 2 — UN MODÈLE ÉCONOMIQUE RENTABLE DÈS L'ANNÉE 1

#### RÉSULTAT NET POSITIF DÈS N1 : 7 980 € — SANS AUCUNE RÉMUNÉRATION DES FONDATEURS

C'est l'une des caractéristiques les plus rassurantes de notre modèle : Zoomee'z est **rentable dès sa première année d'exploitation**, avec un résultat net de 7 980 € pour un CA de 46 721 €, soit une marge nette de **17 %**. En N2, le résultat net bondit à 31 483 € (marge de 15 %), et en N3 à 100 988 € (marge de **27 %**). Cette rentabilité croissante démontre la **scalabilité du modèle** : les charges fixes restent stables (3 210 €/mois) pendant que le CA est multiplié par 8.

### Décomposition du chiffre d'affaires par source de revenus

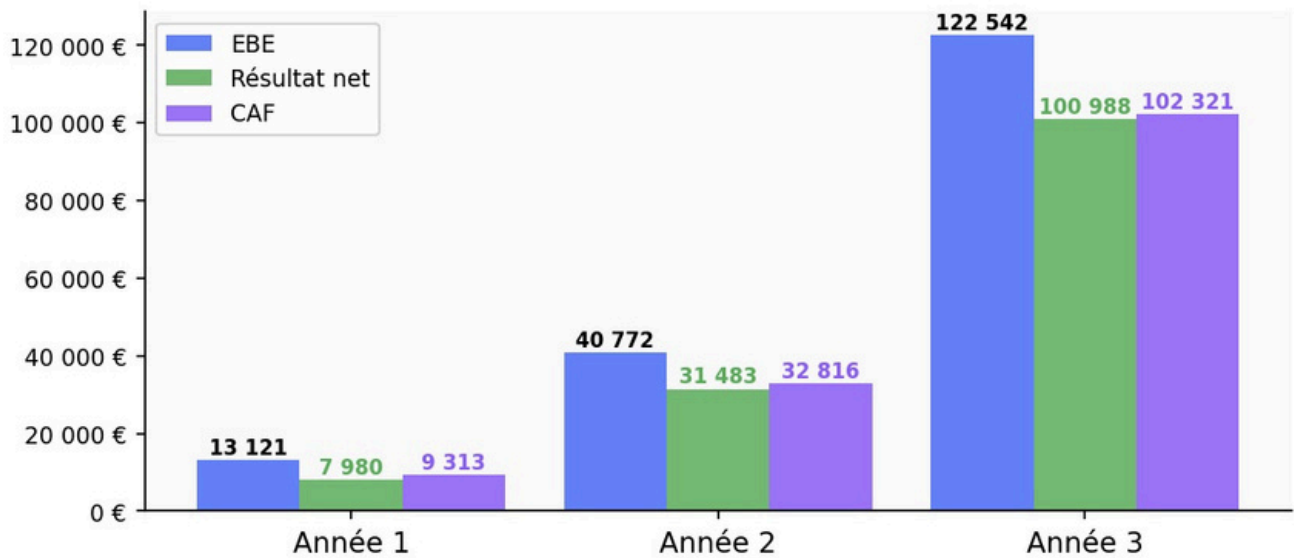


#### ARGUMENT 3 — DES PROJECTIONS CONSERVATRICES ET DOCUMENTÉES

##### CHAQUE CHIFFRE REPOSE SUR DES HYPOTHÈSES DE MARCHÉ VÉRIFIABLES

Nos prévisions ne sont pas spéculatives. Sur Lyon (100 000 propriétaires potentiels), nous tablons sur un taux d'adoption de 2 à 3 % — soit 2 000 à 3 000 utilisateurs en N1. C'est le taux observé sur les applications freemium hyperlocales à leur lancement. Le taux de conversion freemium → premium de 2 à 4 % est lui aussi inférieur aux benchmarks du secteur (Spotify : 26 %, Duolingo : 8 %, moyenne apps lifestyle : 5-7 %). Nos hypothèses sont donc **délibérément prudentes**.

### Rentabilité : EBE, Résultat net et CAF sur 3 ans

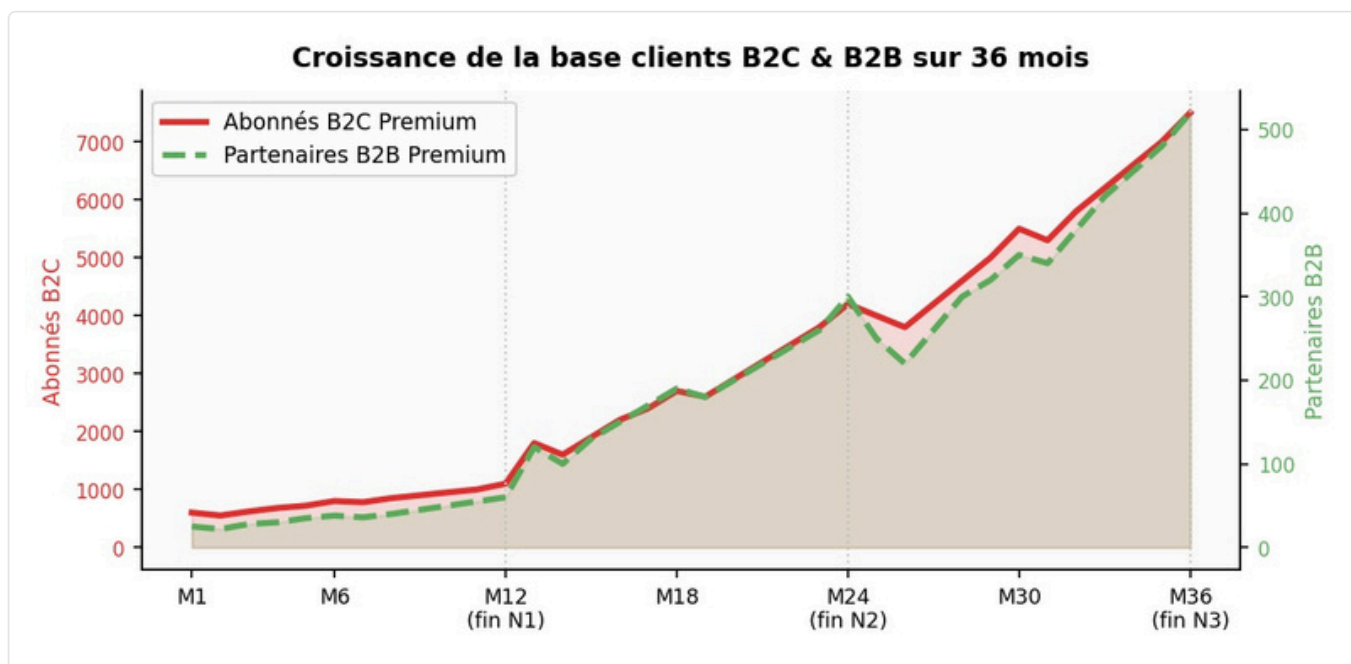


INDICATEUR CLÉ	N1	N2	N3	ÉVOLUTION
Chiffre d'affaires	46 721 €	207 027 €	374 722 €	×8 en 3 ans
EBE	13 121 €	40 772 €	122 542 €	×9,3
Résultat net	7 980 €	31 483 €	100 988 €	×12,7
CAF (cash généré)	9 313 €	32 816 €	102 321 €	×11
Marge nette	17,1 %	15,2 %	27,0 %	+10 pts
<b>Trésorerie min. (jamais négative)</b>		<b>17 729 € (point bas N3)</b>		✓ Solide

#### ARGUMENT 4 — UNE CROISSANCE CLIENT DOCUMENTÉE ET RAPIDE

##### DE 600 À 7 500 ABONNÉS B2C ET DE 25 À 520 PARTENAIRES B2B EN 36 MOIS

La progression de notre base clients suit une courbe en **S** typique des plateformes communautaires : croissance modérée en N1 (phase locale Lyon), accélération forte en N2 (déploiement national), puis stabilisation à un niveau élevé en N3. Chaque abonné B2C génère en moyenne **41,88 €/an** de revenus directs. Chaque établissement B2B rapporte **588 €/an**. Le ratio B2B/CA est volontairement maintenu à un niveau modeste en N1 pour se concentrer sur la masse critique utilisateurs l'actif le plus stratégique de la plateforme.



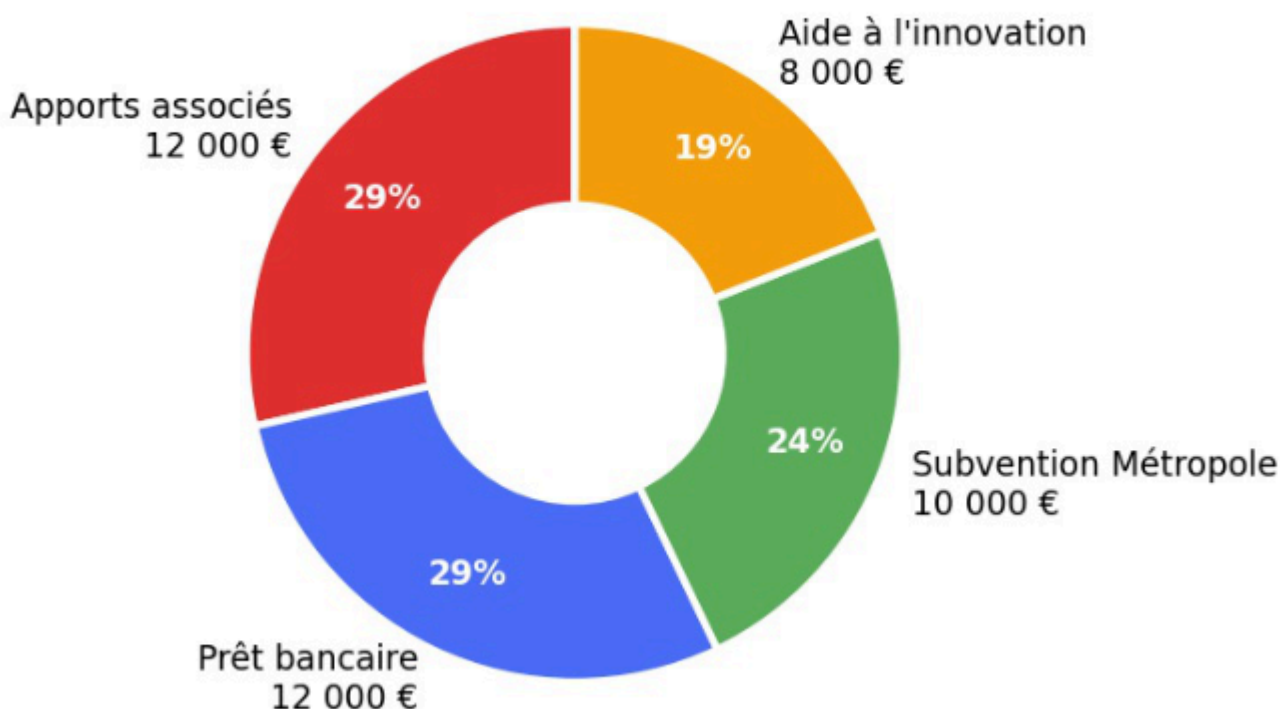
#### ARGUMENT 5 — UN FINANCEMENT INITIAL SÉCURISÉ, UN RISQUE DILUTIF LIMITÉ

##### 42 000 € DÉJÀ SÉCURISÉS AVANT TOUT INVESTISSEUR EXTERNE

Zoomée'z arrive devant ses investisseurs avec un montage financier déjà bouclé à hauteur de 42 000 € : 12 000 € d'apports personnels des 6 associés, 12 000 € de prêt bancaire (déclenché par les apports), 10 000 € de subvention d'exploitation de la Métropole de Lyon et 8 000 € d'aide à l'innovation. Les **20 000 € recherchés** ne représentent donc qu'un **levier d'accélération**, et non une béquille de survie. Le projet est viable sans cet apport il sera simplement plus puissant avec.

SOURCE DE FINANCEMENT	MONTANT	STATUT
Apports des 6 associés fondateurs	12 000 €	✓ Confirmé
Prêt bancaire (levier sur apports)	12 000 €	✓ Déclenché
Subvention d'exploitation (Métropole Lyon)	10 000 €	✓ Confirmé
Aide à l'innovation	8 000 €	✓ Confirmé
<b>Sous-total financement propre</b>	<b>2 000 €</b>	—
<b>Recherche investisseur</b>	<b>20 000 €</b>	<b>En cours</b>
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>62 000 €</b>	✓ Cible

## Structure du financement initial — Total 42 000 €



### ARGUMENT 6 — UNE TRÉSORERIE JAMAIS EN DANGER

#### TRÉSORERIE POSITIVE À CHAQUE INSTANT SUR 36 MOIS — POINT BAS : 17 729 €

Sur l'ensemble de la période de projection, la trésorerie de fin de mois ne tombe **jamais en dessous de 17 729 €**. Ce plancher, observé en N3 lors de la montée en charge salariale, reste nettement au-dessus du seuil critique. La stratégie de différer toute rémunération en N1 et de la rendre progressive en N2 est précisément conçue pour maintenir ce coussin de sécurité. La **Capacité d'Autofinancement (CAF)** de 9 313 € en N1 garantit que le projet génère du cash dès sa première année, indépendamment des financements externes.

#### CE QUE NOUS OFFRONS À NOS INVESTISSEURS

**x5**

Potentiel de valorisation  
en 3 ans sur la base du CA

**Minoritaire**

Prise de participation  
sans dilution de contrôle

**N2**

Horizon de sortie  
potentiel dès l'année 2

En entrant au capital de Zoomée'z dès le lancement, l'investisseur bénéficie d'une valorisation d'entrée attractive, avant que la validation du modèle lyonnais et le déploiement national ne rendent l'entreprise significativement plus chère. Le marché du petcare digital n'attend pas — et Zoomée'z a une fenêtre d'opportunité claire devant lui.

**En résumé :** Zoomée'z c'est un marché de 6,6 Mds €, une équipe de 6 fondateurs déjà engagés et non rémunérés, un modèle rentable en année 1, une trésorerie solide à chaque instant, des prévisions conservatrices documentées, et une structure juridique SAS pensée pour accueillir les investisseurs. Les 20 000 € que nous sollicitons ne sont pas un pari — ils sont le levier qui transforme une belle startup régionale en leader national du secteur.

# NOTRE ÉQUIPE :

## UNE TEAM QUI A DU CHIEN



Chez **Zoomee'z**, on ne se contente pas de promener des chiens.

On réinvente leurs déplacements. Chaque membre de l'équipe est un acteur stratégique, engagé pour construire l'application la plus intuitive, utile et fun.



### **CAMILLE – RESPONSABLE WEBMARKETING & SOCIAL MEDIA**

C'est la stratège digitale de Zoomee'z. Elle pense SEO, SEA, SMO et engagement, façonne les campagnes marketing et s'assure que chaque action a un impact. Acquisition de trafic, conversion, analyse des datas : rien ne lui échappe. Son objectif ? Faire exploser la visibilité de Zoomee'z et transformer les visiteurs en utilisateurs actifs.

### **JUSTINE – COMMUNITY MANAGER**

C'est la voix de Zoomee'z. C'est elle qui fait vibrer la communauté et qui donne vie à la plateforme. Entre storytelling puissant, contenu interactif et modération efficace, elle assure une présence digitale forte et authentique sur chaque canal.



### **LÉNA – DIRECTRICE ARTISTIQUE**

Léna est l'architecte créative de Zoomee'z. Elle imagine, structure et fait évoluer l'univers visuel de la plateforme pour lui donner une identité forte, reconnaissable et émotionnelle.

### **EMILIE – DIRECTRICE ARTISTIQUE**

Émilie est la force créative qui donne du relief à Zoomee'z. Elle façonne les visuels, les formats et les concepts qui rendent la plateforme vivante, accessible et mémorable.



### **LUC – DÉVELOPPEMENT WEB & TECH**

Luc est le moteur technique de Zoomee'z. C'est lui qui transforme la vision créative en une application fluide, fiable et intuitive, pensée pour accompagner les chiens et leurs humains au quotidien.

### **PIERRE – WEBDESIGNER & UX/UI**

Pierre est le garant de l'expérience Zoomee'z. Il conçoit des interfaces simples, intuitives et élégantes, pensées pour être utilisées naturellement, aussi bien par les humains que par leurs chiens.



Chacun apporte son talent et sa vision pour faire de Zoomee'z une nouvelle référence de la mobilité canine.



# ZOOMEE'Z

## LES ANNEXES



# CR PRÉVISIONNEL

COMPTE DE RESULTAT	N1	N2	N3
CA FACTURE	46 721 €	207 027 €	374 722 €
SUBVENTION D'EXPLOITATION			
AUTRES PRODUITS			
ACHATS matières et marchandise	0 €	0 €	0 €
Variation de stocks	0 €	0 €	0 €
SOUS TRAITANCE DIRECTE			
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>46 721 €</b>	<b>207 027 €</b>	<b>374 722 €</b>
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	32 100 €	32 100 €	32 100 €
AUTRES CHARGES	1 500 €	1 958 €	2 917 €
PROVISIONS POUR CHARGES			
VARIATION PROV. POUR CHARGES			
<b>VALEUR AJOUTE</b>	<b>13 121 €</b>	<b>172 968 €</b>	<b>339 705 €</b>
IMPOTS ET TAXES			
Salaires bruts Total	0 €	71 628 €	115 800 €
Responsable Webmarketing & Social Media	0 €	24 276 €	45 600 €
Community Manager	0 €	23 076 €	30 600 €
Directeur Artistique	0 €	24 276 €	39 600 €
Designer Graphique	0 €	23 076 €	28 800 €
Webdesigner & UX/UI	0 €	23 076 €	42 000 €
Développeur Web	0 €	23 076 €	49 128 €
Charges patronales	0 €	60 568 €	101 363 €
<b>EBE</b>	<b>13 121 €</b>	<b>40 772 €</b>	<b>122 542 €</b>
DOTATIONS AUX AMORT. ET PROV.	1 333 €	1 333 €	1 333 €
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>11 788 €</b>	<b>39 439 €</b>	<b>121 209 €</b>
Frais financiers et interets d'emprunts	2 400 €	2 400 €	2 400 €
<b>RESULTAT COURANT</b>	<b>9 388 €</b>	<b>37 039 €</b>	<b>118 809 €</b>
RESULTAT EXCEPTIONNEL	0 €	0 €	0 €
<b>RESULTAT AVANT IMPOTS</b>	<b>9 388 €</b>	<b>37 039 €</b>	<b>118 809 €</b>
IS 15% (tranche < 38120 €)	1 408 €	5 556 €	17 821 €
<b>RESULTAT NET</b>	<b>7 980 €</b>	<b>31 483 €</b>	<b>100 988 €</b>
CAF	9 313 €	32 816 €	102 321 €

# PLAN DE TRÉSORERIE N-1

	N+1											
	2027						2028					
	Jul	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Janv	Févr	Mars	Avr	Mai	Jun
<b>B2C</b>												
SEA	240	220	248	272	288	320	312	340	360	380	400	440
Tiktok Ads	210	192	217	237	251	280	273	297	315	332	350	385
Influenceurs B2C	150	138	155	171	181	200	195	213	225	238	250	275
<b>B2B</b>												
SEA	10	8	11	12	14	15	14	16	18	20	22	24
LinkedIn Ads	7	6	8	9	10	11	10	12	13	15	16	18
Mailing	8	8	9	9	11	12	12	12	14	15	17	18
Nombre de Clients B2C / Mois estimés	600	550	620	680	720	800	780	850	900	950	1000	1100
Nombre de Clients B2B / Mois estimés	25	22	28	30	35	38	36	40	45	50	55	60
<b>VENTES PRODUITS/PRESTATIONS</b>	<b>3 319,00 €</b>	<b>2 997,50 €</b>	<b>3 535,80 €</b>	<b>3 843,20 €</b>	<b>4 227,80 €</b>	<b>4 654,00 €</b>	<b>4 486,20 €</b>	<b>4 926,50 €</b>	<b>5 346,00 €</b>	<b>5 765,50 €</b>	<b>6 185,00 €</b>	<b>6 779,00 €</b>
<b>SOLDE BANQUE DEBUT DE MOIS</b>	<b>31 870,67 €</b>	<b>31 323,58 €</b>	<b>33 225,08 €</b>	<b>33 382,75 €</b>	<b>33 860,92 €</b>	<b>38 194,25 €</b>	<b>38 887,75 €</b>	<b>39 948,17 €</b>	<b>44 358,17 €</b>	<b>46 117,75 €</b>	<b>48 226,92 €</b>	<b>48 226,92 €</b>
SUBVENTION D'EXPLOITATION (aide région)	10 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
DONS	0,00 €	0,00 €	2 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
COTISATIONS	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION (partenaires)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	4 000,00 €	0,00 €	0,00 €	3 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Apport Cmppte courant associé/capital (fondateur)	12 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Nouveaux prêts bancaires	12 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Apport compte courant (nouveau fondateur)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Avance remboursable et autres prêts (BPI)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Subvention d'investissement (aide tech)	8 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>STOCK</b>												
ACHATS MAT 1ere et MARCHANDISES	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>
Sous traitance	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Sous-traitance - Etude de marché	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
IMPOTS ET TAXES	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>SALAIRES BRUTS</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
Responsible Webmarketing & Social Media	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Community Manager	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Directeur Artistique	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Designer Graphique	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Webdesigner & UX/UI	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Développeur Web	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
CHARGES PATRONALES	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Remb. Autres prêts	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>INVESTISSEMENTS</b>	<b>8 000,00 €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>
investissement	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Investissement 2 (ux)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Investissement 3 (image marque)	8 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Investissement 4 (améliorations)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>TOTAL ENCAISSEMENTS</b>	<b>45 319,00 €</b>	<b>2 997,50 €</b>	<b>5 535,80 €</b>	<b>3 843,20 €</b>	<b>4 227,80 €</b>	<b>8 654,00 €</b>	<b>4 486,20 €</b>	<b>4 926,50 €</b>	<b>8 346,00 €</b>	<b>5 765,50 €</b>	<b>6 185,00 €</b>	<b>6 779,00 €</b>
<b>TOTAL DECAISSEMENTS</b>	<b>13 448,33 €</b>	<b>3 544,58 €</b>	<b>3 634,30 €</b>	<b>3 685,53 €</b>	<b>3 749,63 €</b>	<b>4 320,67 €</b>	<b>3 792,70 €</b>	<b>3 866,08 €</b>	<b>3 936,00 €</b>	<b>4 005,92 €</b>	<b>4 075,83 €</b>	<b>4 174,83 €</b>
<b>SOLDE MENSUEL</b>	<b>31 870,67 €</b>	<b>-547,08 €</b>	<b>1 901,50 €</b>	<b>157,67 €</b>	<b>478,17 €</b>	<b>4 333,33 €</b>	<b>693,50 €</b>	<b>1 060,42 €</b>	<b>4 410,00 €</b>	<b>1 759,58 €</b>	<b>2 109,17 €</b>	<b>2 604,17 €</b>
<b>TRESORERIE FIN DE MOIS</b>	<b>31 870,67 €</b>	<b>31 323,58 €</b>	<b>33 225,08 €</b>	<b>33 382,75 €</b>	<b>33 860,92 €</b>	<b>38 194,25 €</b>	<b>38 887,75 €</b>	<b>39 948,17 €</b>	<b>44 358,17 €</b>	<b>46 117,75 €</b>	<b>48 226,92 €</b>	<b>50 831,08 €</b>
<b>TVA ENCAISSEE DU MOIS</b>	<b>553,17 €</b>	<b>499,58 €</b>	<b>589,30 €</b>	<b>640,53 €</b>	<b>704,63 €</b>	<b>775,67 €</b>	<b>747,70 €</b>	<b>821,08 €</b>	<b>891,00 €</b>	<b>960,92 €</b>	<b>1 030,83 €</b>	<b>1 129,83 €</b>
<b>TVA PAYEE DU MOIS</b>	<b>1 868,33 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>	<b>535,00 €</b>
<b>SOLDE TVA A PAYER/A RECEVOIR</b>	<b>-1 315,17 €</b>	<b>-35,42 €</b>	<b>54,30 €</b>	<b>105,53 €</b>	<b>169,63 €</b>	<b>240,67 €</b>	<b>212,70 €</b>	<b>286,08 €</b>	<b>356,00 €</b>	<b>425,92 €</b>	<b>495,83 €</b>	<b>594,83 €</b>
BFR	2 191	1 978	2 334	2 537	2 790	3 072	2 961	3 251	3 528	3 805	4 082	4 474
Variation du BFR		-212	355	203	254	281	-111	291	277	277	277	392
<b>AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES</b>												
Assurance RC pro	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €
Hébergement serveurs / cloud	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Outils SaaS (Figma, Notion, analytics)	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
Base de données B2C/B2B	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €	800,00 €
Developpement ReactJS, Nest JS...	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €
API / services techniques	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €
Mutuelle dirigeant	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €
Petits équipements tech	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €
Maintenance plateforme	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €
Marketing & communication	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Expert comptable	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
Frais bancaires	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €
<b>TOTAL AACE</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>	<b>3 210,00 €</b>



