# Choix du sujet

Notre toute première idée fut de créer une nouvelle entreprise de jeux-vidéo mobiles. Etant des geek, dans une école d'informatique, cette idée semblait très alléchante. Malheureusement, après une rapide étude du marché, et discussion avec Monsieur J.M. Richir, il se trouve que cette idée est trop ambitieuse en vue de la concurrence et des grosses boites déjà présentes.

Notre seconde idée s'est dirigé vers une plateforme de mise en relation de particuliers pour le dog-sitting. Toujours dans le thème de l'informatique, mais plus dirigée par quelques entreprises bien implantées. Voilà notre projet.

# Explication plus exhaustive du projet

L'idée derrière notre projet doucement nommé *Udog* est d'offrir un service de mis en relation de particuliers à particuliers entre des personnes désireuses qu'on s'occupe de leur chien et des promeneurs qui se proposent, contre rémunération, de les promener (Nous parlerons du plan financier plus tard dans ce document). + SYSTEM DE PAIEMENT

Si l'idée parait simple en apparence, elle veut répondre à pleins de problématiques existantes. Comme les retraités qui ne sont plus en état, les personnes immobilisées à la suite d'un accident, etc…

## : Le public visé

Notre cible est extrêmement large, à notre avantage. Comme expliqué ci-dessus, nous voulons aider tout type de personnes dans le besoin. C'est dans ce sens que chaque tranche de la population peut potentiellement faire appel à nos services :

Les demandeurs :

* Les retraités (+65 ans) qui représentent 2.269.316 personnes en Belgique, soit un peu plus de 19,5% de la population au 1er Janvier 2022
* Les personnes immobilisés, qui en 2021 s'élèvent déjà à 42.050 juste pour les accidents routiers.
* Ceux dans la vie active qui aurait besoin une fois ou l'autre qu'on s'occupe de leur animal lors d'un déplacement ou d'une réunion par exemple : 6.995.973 personnes, soit plus de 60% de la population.
  + Dans la même catégorie, on vise également les ménages mono-parental ou les ménages d'une personne qui auraient moins de chance d'avoir un coup de main
    - Sur 4.727.831 ménages
      * environ 10% sont mono-parental : 471.837 ménages
      * et plus intéressants 34% sont seuls : 1.610.299 ménages

Les promeneurs :

Les promeneurs quant à eux peut-être de tout âge sans restriction si ce n'est d'être majeurs.

<https://bestat.statbel.fgov.be> 🡪 pour les chiffres

# Le but de l'entreprise

On a comme but d'être l'entreprise leader en Belgique, en commençant par la région Bruxelloise On veut faire croitre une communauté envahissant Bruxelles d'ici fin 2023. Nous avons donc 13 mois pour rassembler 13.000 adeptes pour viser 50.000 en fin 2024. On doit donc trouver 1000 personnes par mois, donc 250 par semaines. Un objectif jouable si on gère bien la communication active.

# Les objectifs à accomplir

Au lancement du projet :

* Trouver 100 personnes dans Bruxelles qui sont prêtes à s'inscrire.
* S'implémenter
* Une fois la communauté grandissante, on s'étend.

Voici donc les chiffres à atteindre pour la fin 2023 :

* Rassembler une communauté de 13.000 adeptes.
* Être présent dans tout Bruxelles

Si ce projet atteint ses objectifs, nous avons pour but à terme :

* De traduire notre site web afin de toucher toutes les communautés
* Embaucher des représentants pour s'exporter plus loin dans le Belgique
* Développer une réelle marque à l'effigie de UDog

# Les contraintes

## Contraintes relevables

* Se faire connaitre
* La création d'un site web avec la meilleur expérience utilisateur possible (notre métier)
* Faire en sorte que les personnes continuent de passer par notre plateforme
* Trouver un serveur

En dehors de ça il n'y en a aucune autre. Aucun fournisseur à gérer, aucun problème de stocks, du moins lors de la première année.

## Contrainte non relevable

* Nous n'en avons pas encore trouvé à ce jour.

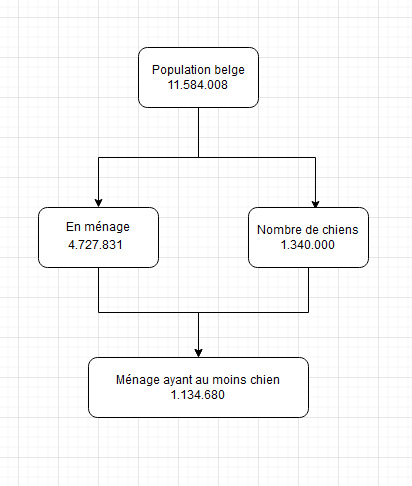
# Analyse du marché

## La segmentation

Notre marché touche, comme on l'a vu auparavant, tout type d'âge et de sexe. En revanche, il faut que cette population possède un animal de compagnie.

La Belgique compte 1.340.000 chiens en 2021 et 2.085.000 chats, estimant respectivement 24% et 27% des ménages belges.

Puisque nous n'avons aucune contrainte d'âge, nous pouvons prendre ces 24% dans son entièreté. Sur 4.727.831 ménages, on en compte donc plus que 1.134.680. Voilà notre marché.



## Potentiel Evolution

Les dépenses belges consacrées aux animaux domestiques ont augmenté de :

* de 2014 à 2016 : 2%
* de 2016 à 2018 : 5%
* de 2018 à 2020 : 15%

Avec une telle évolution, on ne peut qu'imaginer un bel avenir pour ce marché.

De plus, les combats pour le bien-être animal ne cessent d'émerger et de grandir via les réseaux sociaux. Offrir des balades à son animal est important pour lui, que ça soit par son propriétaire (ce qui engendre une relation) ou ne serait-ce que par une aide extérieure, qui lui fera prendre l'air.

Un autre aspect important est le coté des volontaires. Ceux-ci seraient rémunérés pour leur service. Or, la nouvelle génération, essaie de plus en plus de sortir de ce chemin traditionnel qu'est la voix du travail de 8h à 18h pour tenter une approche plus "entrepreneuriale". Dans cette optique, beaucoup seraient ravis de pouvoir gagner de l'argent par-ci par-là en fonction de leurs horaires, sans bloquer des journées entières. C'est gagnant-gagnant. Pour preuve, l'émergence des formations pour devenir "auto-entrepreneurs" qui pullulent sur internet, qui vendent de quoi devenir riche sans bouger de son fauteuil. Les jeunes ne veulent plus aller travailler pour une entreprise, ils veulent travailler à leur compte. C'est une expérience qu'on tente plus ou moins d'offrir.

## Nos concurrents

Nos concurrents se trouvent être les sites web proposants un service similaire, donc la mise en relation de particulier à particulier. On pourrait citer :

* Yoojo.be
* empruntemontoutou.com
* Holidog.com
* pawshake.be
* et d'autres…

Alors comment se différencier ?

A la différence d'un simple service de mise en relation, nous voulons offrir une véritable expérience ainsi qu'un sentiment de communauté aux adeptes.

Notre site se veut différent, notamment dans sa façon de se gérer. Voici nos points de démarcation :

* Un système d'auto-gestion des clients via des notes
* Un système d'identification des animaux en causes et de leur maitre(sse), via des descriptifs complets
  + Ceci afin d'éviter à chacun de se retrouver avec un chien dont il a peur, ou d'être avec un animal agressif, dont on n'avait pas prévenu le promeneur
* Des points à accumulés pour gagner des prix
* Un système de vérification des balades (via par exemple l'application Santé des téléphones) pour être certains qu'on promène bien votre chien
* Un système de classement du nombre de kilomètres parcourus, pour créer un sentiment de défi et de communauté

Nous sommes désireux de créer un système fiable. Dans ces perspectives-là, nous n'avons en réalité aucun concurrent direct.

## : SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| Force  - Notre approche centré communautaire  - Notre système de confiance et de vérification  - Notre expérience utilisateur unique | Faiblesses  - Danger concernant la fidélité des utilisateurs  - Dérive d'une auto-gestion |
| Opportunité  - Réponse à un problème commun qu'est l'âge et la maladie.  - Apporte un vent de fraicheur et de nouvauté dans le marché | Menaces  - Un nouveau confinement comme il a déjà existé  - |

## La stratégie

## : Le marché de référence

On peut segmenter la population belge selon les critères suivants :

La région :

* Région flammande : 6.698.876 habitants
* Région Bruxelles-Capitale : 1.222.637 habitants
* Région Wallonne : 3.662.495 habitants

Les ménages seuls on monoparental :

* Les ménages seuls : 1.610.299
* Les ménages monoparentaux : 471.837

Les ménages belges ayant au moins un chien :

* 24% soit 1.134.680 ménages

Nous visons tout type d'âge; tout type de sexe, et toute localisation (à terme) mais nous commenceront à Bruxelles, car nous considérons que c'est l'endroit le plus compliqué pour promener les animaux. C'est également le centre névralgique des affaires, c'est l'endroit le plus dense de Belgique. C'est donc un excellent endroit pour commencer notre aventure.

Après réflexion, notre cible est donc tout les ménages possédant au moins un chien habitant sur Bruxelles.