**Blabla**Miam



**Adresse** : 5 rue la bouffe, Orléans

**E-mail** : service-client@blablamiam.com

**site-web** : www.blablamiam.com

**Date** : 20/12/2017

Sommaire

[1. Equipe 3](#_Toc504850652)

[2. Le projet 5](#_Toc504850653)

[2.1 Nature du projet 5](#_Toc504850654)

[2.2 Fiche signalétique de l'entreprise 5](#_Toc504850655)

[2.3 Stade d'avancement du projet 6](#_Toc504850656)

[3. Genèse et motivation 7](#_Toc504850657)

[3.1 Historique et genèse du projet 7](#_Toc504850658)

[3.2 Motivations 7](#_Toc504850659)

[3.3 Projection de l'entreprise 7](#_Toc504850660)

[4. Le produit et son marché 8](#_Toc504850661)

[4.1 Le produit 8](#_Toc504850662)

[4.2 Le marché 10](#_Toc504850663)

[4.3 Caractéristique de la demande 12](#_Toc504850664)

[5. Les moyens commerciaux 13](#_Toc504850665)

[5.1 Politique de distribution 13](#_Toc504850666)

[5.2 Politique de communication 14](#_Toc504850667)

[6. Les moyens de productions 14](#_Toc504850668)

[6.1 Les locaux 14](#_Toc504850669)

[6.2 Le matériel d'exploitation 15](#_Toc504850670)

[6.3 Les moyens humains 16](#_Toc504850671)

1. Equipe

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/a1/Alan_Turing_Aged_16.jpg/220px-Alan_Turing_Aged_16.jpg | http://celebrityinside.com/wp-content/uploads/2015/07/Brock-Lesnar-Body-Measurements.jpg | https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/04/Youn%C3%A8s_Belhanda.jpg/240px-Youn%C3%A8s_Belhanda.jpg |
| **Jihad Oussad :** *Mathématicien et cryptologue algérien, auteur de la machine de turing, il est considéré comme le père fondateur de l'informatique scientifique.*  *Après de nombreuse année de recherche et de réalisation informatique,* **Jihad Oussad** *change de cap et se lance dans l'aventure de la création d'entreprise.* | **Amir Kessouar :** *Ancien champion du monde de catch et de MMA poids lourd, il a dans son actif plus de 50 matches gagnés.*  *Le jour où il perd contre Ilyasse Rachdi, il met fin à sa carrière et décide de rejoindre Jihad Oussad pour contrôler le travail des collaborateurs.* | **Yassine Bouslim** : *Joueur de football professionnel, il a joué pour plusieurs équipes françaises avant de partir en Turquie.*  *Après avoir loupé un pénalty décisif dans la super coupe,* ***Yassine Bouslim*** *décide de ne plus toucher au ballon et a rejoint l'équipe blablaMiam afin de vivre une nouvelle expérience et oublier son pénalty raté.* |
| https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/d4/Arnold_Schwarzenegger_February_2015.jpg/220px-Arnold_Schwarzenegger_February_2015.jpg | Image illustrative de l'article Michael Phelps |  |
| **Mickeal Pham** : *Acteur, réalisation, producteur, businessman, bodyBuilder et entraineur de bodyBuilding. Mickeal Pham est connu pour ses films d'action et de thriller.*  *Après s'être entrainé avec tous les poids de toutes les salles existantes à Orléans, Mickeal Pham a constaté que la nutrition est une chose primordial dans la vie d'un sportif, c'est pour cela qu'il a investi et a rejoint l'équipe blablaMiam afin d'apporter au gens son expérience et de la bonne alimentation.* | **Ilyasse Rachdi** : *nageur professionnel spécialiste dans la nage papillon, nage libre et quatre nage. Il est le nageur le plus titré dans l'histoire des jeux olympiques.*  *En 2016, après des douleurs lombaires, Ilyasse Rachdi prend sa retraite prématuré et décide de nager dans un nouveau milieu : le milieu du business et c'est ainsi qu'il a investi et a rejoint blablaMiam.* |  |

2. Le projet

2.1 Nature du projet

BlablaMiam est une application web et mobile de livraison de repas entre particuliers.

Le contexte de l’application peut être comparable avec celui des chauffeurs de taxi et des Uber : dans la vie de tous les jours, une personne peut faire appel à un chauffeur de taxi, qui va l'amener d’un point X à un point Y. Mais cette personne peut choisir une autre alternative, à savoir l’appel d’un particulier pour réaliser le même trajet (Blablacar, Uber …).

Dans le cas de notre application, au lieu de solliciter un livreur standard, l’utilisateur fera appel à un particulier, également utilisateur de notre plateforme, afin que ce dernier se charge de la livraison.

La rémunération sera basée sur les commissions appliquées à chaque livraison et sur la publicité.

2.2 Fiche signalétique de l'entreprise

La société BlaBlaMiam a la forme **SARL** <non fixe>, le montant du capital social est égal à **50 000 €.**

N° de registre : A350PE60

Code APE : AP123332

L’entreprise se situera à 12 Rue des lombaires, 45300 Orléans.

2.3 Stade d'avancement du projet

L’étude de marché a été réalisé.

Nous priorisons de bénéficier d’un statut nous permettant nous installer dans un espace de co-working dès la première année. Après cela, nous envisageons de déposer notre siège au centre-ville : location d’un appartement.

Le lancement de l’application est prévu pour **janvier 2019**.

Quant à l’identité visuelle, le logo de notre entreprise a été réalisé par les soins d’un membre de l’équipe :



3. Genèse et motivation

3.1 Historique et genèse du projet

Tout part d’une recherche d’idée de création d’entreprise (d’un travail universitaire). Au début on est parti dans tous les sens, on avait extrêmement du mal à trouver une idée concrète, réaliste, on a débattu longuement sans résultat.

L’heure du déjeuner approchait petit à petit la faim se faisait ressentir de plus en plus, on a parlé beaucoup de nourriture et là Jihad à eu une illumination qui a de suite fait unanimité. ….. Blabla Miam, Le hasard a fait que l’idée nous a plu, nourriture et informatique.

3.2 Motivations

Les motivations de jeunes entrepreneurs ayant un esprit tourné vers la créativité et l’innovation dans le monde du numérique, a fait qu’aujourd’hui nous sommes prêts à nous lancer dans la création de notre propre entreprise. De plus, le goût tout particulier de l’aventure humaine et d’avoir une vie qui ne se résume pas à une routine quotidienne avec des contraintes hiérarchiques, voir des horaires fixes nous consolide sur la portée de ce projet.

3.3 Projection de l'entreprise

En 5 ans l’entreprise sera bien ancrée dans le marché de la restauration et sera bien développé dans toute la France :

* L’application permettra des livraisons dans toutes les grandes villes de France et leurs banlieues respectives.
* Des partenariats avec des restaurateurs répartis dans toute la France auront été nouées.

Dans 10 ans, l’application étant bien ancrée en France se tournera vers l’internationale. Elle s'orientera dans un premier temps vers les zones francophones tel que le Québec. Ensuite elle s’ouvrira au reste du monde. Un deuxième siège social en Amérique du nord pourrait être envisagé dans 10 ans.

4. Le produit et son marché

4.1 Le produit

**Quel est le principe ?**

Une personne X va commander des sushis à l’autre bout de la ville car ce restaurant propose les meilleurs sushis dans l’agglomération. Celui-ci, pour réduire ses frais de déplacement, va proposer ses services pour une ou plusieurs livraisons à domicile. Cette personne va donc par exemple mettre en informations les villes ou quartiers par lesquels elle passe pour se déplacer jusqu’à ce restaurant. Une personne Y, voulant manger des sushis ce jour-là mais ne voulant pas se déplacer pourra ainsi consulter notre application et voir cette personne X passant par son quartier.

**Quels sont les avantages utilisateurs ?**

Les livreurs particuliers vont pouvoir réduire leurs frais de déplacement.

Les clients particuliers vont eux pouvoir être livrés à moindre coût qu’un livreur professionnel.

**Quels sont les avantages partenaires ?**

Les avantages partenaires, comme les restaurateurs, vont être d’un point de vue communication. Le fait d’être sur notre application va leur faire beaucoup de publicités puisqu’elle facilite nos utilisateurs à commander chez eux.

(A fusionner avec ce qui est en bas)

Application web / mobile, permettant la livraison de commande de restauration rapide entre particulier.  Un utilisateur souhaitant commandé (recevoir) peut faire appel à un particulier (un autre utilisateur) se trouvant aux alentours du restaurant.

Un particulier X souhaitant proposer ses services de livraison, active sa position via l’application. Cette dernière lui propose soit une livraison dans un restaurant précis soit dans une zone géographique (cercle de x km, commission + élevée et un minimum-maximum est imposé). La livraison “zone géographique” prendra davantage de temps (plusieurs commandes à couvrir). Du coup le prix sera plus avantageux pour les clients (ceux qui commandent).

Un particulier Y souhaitant se faire livrer, mentionne le restaurant qu’il souhaite (des suggestions de restaurants lui seront proposés dans le cadre d’une publicité ciblée en fonction de sa position, du nombre de “livreurs” aux alentours). Une fois le restaurant confirmé, Y voit les “livreurs” disponibles et effectue une commande. Si aucun livreur n’est disponible pour ce restaurant, une suggestion à devenir lui-même livreur est affiché ou une invitation à commander dans un/des restaurant(s) similaires aux alentours (tris des restaurants par catégorie., variété…).

Si Y ne connaît pas précisément le restaurant souhaité, il peut bénéficier de propositions suite à une recherche avec mots clés. (“asiatique”, “burger”...).

**+** pas de prix minimum pour les livraisons (à négocier avec les restaurateurs)

**+** pas de maximum en distance géographique

**+** livraison moins chère que de passer par le restaurateur directement (calcul de prix/distance parcourue)

**+** Confidentialité assurée. Informations utilisées qu’à des fins liés à l’application.

**+** Soucis de fiabilité. On s’assure que chaque commande est réalisé : système de notation, système de validation à la réception de commande (à voir), remboursement en cas de non réception (si le livreur n’a pas effectué la commande, on lui prélève le montant de la commande et remboursons le client non satisfait = légal ?)

Système de parrainage : un utilisateur amenant un autre utilisateur à utiliser l’application se verra offert les commissions sur ses prochaines commandes.

**Usages secondaires du produit**

Consultation de restaurateurs à proximité (publicité)

4.2 Le marché

Pour le moment nous n’avons pas de concurrent direct. Ce que nous voulons dire par là c’est qu’ actuellement aucune société réalise exactement la même activité que nous souhaitons mettre ne place., même si certaine s’en rapproche comme uberEats

La consommation en restauration hors domicile continue de souffrir de la crise économique, la fréquentations des établissements était à -1% en cumul annuel à fin septembre 2015. La restauration à emporter, quant à elle note une progression de 4% des fréquentation, en un an pour un segment qui pesait 4.7 milliards d’euros soit 10% de la restauration global hors domicile.

Depuis 2008 le segment a doublé, alors que les visites totales en restaurations stagnent.

La consommation en restauration hors domicile continue de souffrir de la crise économique, la fréquentations des établissements était de seulement 1% sur 6 mois à fin mars 2017, représentant un total de 9,9 milliards. La restauration à emporter, quant à elle a bondi de 35% par rapport à 2016, avec un total des visites sur 6 mois à 125 millions.

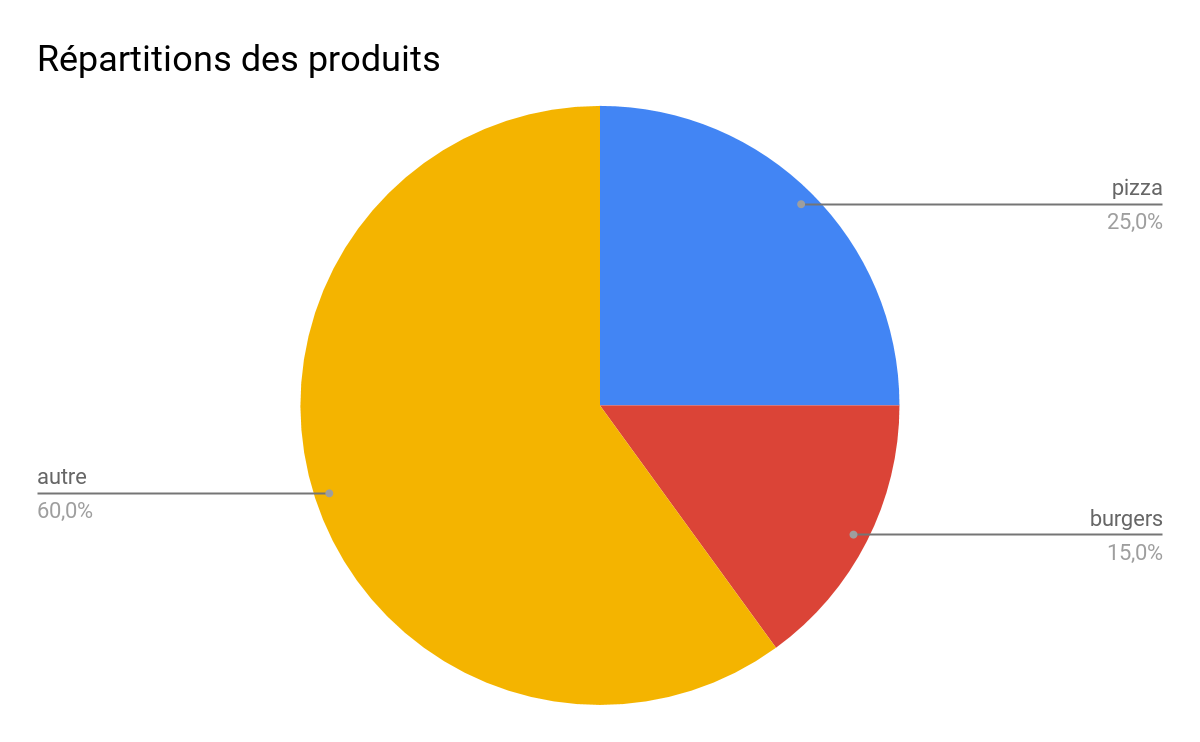
De plus en plus de villes française sont couvertes par des services de livraison à domicile. Même si la plupart de ces commandes (80%) concernent la restauration rapide. Il y’a aussi une autre alternative des chaines, comme des indépendants de la restauration n’hésitent plus à délaisser cette tâche de livraison et à signer des partenariats avec des plateformes de livraisons telles que Just Eat, Deliveroo ou encore uberEats.

Maria Bertoch, expert dans la restauration , analyse « *Nos prévisions laissent présager une poursuite de la croissance sur les années à venir. Bien que traditionnellement associée aux repas du soir, la livraison se démocratise à l’heure du déjeuner  et représente un potentiel intéressant pour le petit-déjeuner, où elle n’est pas encore rentrée dans les habitudes des consommateurs. Cela n’échappe pas aux plateformes de livraison qui cherchent des opportunités d’expansion et bousculent le schéma traditionnel du segment. En dépit des commissions imposées par les plateformes, de plus en plus de restaurateurs indépendants jouent le jeu et en tirent les bénéfices  en élargissant ainsi leur zone de chalandise et en recrutant de nouveaux consommateurs. »*

**Répartition des livraisons dans une journée:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| petit-déjeuner | déjeuner | repas du soir |
| 15% | 30% | 45% |

Les millennials utilisent énormément les plateformes de commandes, et tout particulièrement les jeunes âgés de 18 à 24 ans qui concentre  à eux seuls 55% des commandes. Se faire  livrer via une application ou par téléphone est devenue une tendance qui a finis par transformé nos modes de consommations, il permet d’avoir accès et sans efforts à une multitude de plats sélectionné parmi plusieurs restaurants. Les jeunes sont les principaux acteurs de cette tendance car il est tout autant naturel pour eux de cliquer sur une  application pour commander leur repas.



Les 3 facteurs qui motivent le choix de la restauration à  emporter:

* La perception de la cuisine qui peut être vue comme une corvée (par exemple après une journée de travail);
* L’envie de partager un moment convivial en famille, en faisant plaisir aux enfants;
* Le manque de temps;
* L’envie de rester chez soit;
* Le prix...

4.3 Caractéristique de la demande

Selon le cabinet spécialisé NPD Group,  le marché a représenté un volume de 1.7 Milliard d’euros en 2016.  Entre octobre 2016 et mars 2017. Selon le cabinet d'études spécialisées dans la restauration NPD Group, ces coursiers ont effectué 125 millions de livraisons à domicile, entre octobre 2016 et fin mars 2017, soit 35 % de plus en un an.

5. Les moyens commerciaux

5.1 Politique de distribution

BlablaMiam est accessible depuis plusieurs plateformes en ligne :

* Application mobile :

- Google Play -> Android

- Apple Store -> iOS

* Site Internet :

- www.blablamiam.com

5.2 Politique de communication

La communication autours de l’application passera beaucoup à travers les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat et peut-être Pinterest).

Des dépôts de flyers chez des restaurateurs pourraient être envisagés.

Des constructions de “partenariat” avec des sites Internet rédigeant des articles afin d’avoir davantage de visibilité sur le web.

Une/Des apparition(s) sur les journaux (papiers et télévisés) seraient envisageable. Ce qui pourraient tenter les plateformes de journal à nous faire apparaître :

* BlablaMiam n’est certe pas mature mais plaît
* BlablaMiam attire beaucoup de personnes et devient de plus en plus imposant
* …

6. Les moyens de productions

6.1 Les locaux

Souhaitant bénéficier du statut national **d’étudiant-entrepreneur** dès la première année, nous n’aurons pas de charges liées à un éventuel local. Nous bénéficierons de l’accès aux locaux de  co-working d’une Pepite (Pôle Etudiant pour l’innovation, le transfert et l’entrepreneuriat). Toutefois, ce statut n’est accessible que sur sélection. Par conséquent, si nous ne sommes pas sélectionné, nous prévoyons de solliciter un espace de co-working pour la première année. Dans tous les cas, dès la fin de la 1ère année nous louerons un local.

Pour notre présent dossier, nous partons du principe que nous bénéficions du statut étudiant-entrepreneur lors de la première année.

Après cela, nous déménagerons dans un appartement, de préférence localisé dans le centre-ville d’Orléans, dont la superficie sera au minimum égale à 30 m² et dont le montant du loyer (toute charge comprise) ne sera  pas supérieur à 1000€ / mois.

Achats liés à l'aménagement de l’appartement :

* Réfrigérateur : 250 €
* Micro-onde: 90€
* Cafetière: 60€
* Ustensiles pour la cuisine : 100€

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Coût en €/an** | **1re année** | **2e année** | **3e année** |
| ACHAT | Immobilisations |  | 500€ |  |
| Amortissements annuels |  |  |  |
| LOCATION | Charges loyer | 0 | 12000 | 12000 |
| **CRÉDIT-BAIL** | Charges crédit-bail |  |  |  |

6.2 Le matériel d'exploitation

Les achats des trois premières années seront composés de :

* Achat des noms de domaines chez OVH (extensions en .fr et .com) : 17€ (7€ pour le .fr)
* Renouvellement annuel des noms de domaines :  17€ / ans
* L'hébergement du site web (chez OVH : Hébergement Performance) : 10€ / mois
* Achat d’un logo auprès d’un professionnel : 300€ (???)
* 3 Bureaux : 390€
* 1 tableau blanc effaçable avec 5 feutres : 50€

Ce qui rentre dans les amortissements :

* 5 ordinateurs portables pour travailler, soit 1 par membre : 3500 € (soit 700€ l’ordinateur)
* 1 ordinateur portable de secours : 700€
* 1 tablette de travail : 200€
* 1 smartphone de travail : 350€
* 1 Iphone de travail : 400€

*Les prix ci-dessus sont approximatifs.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Coût en €/an** | **1re année** | **2e année** | **3e année** |
| ACHAT | Immobilisations |  |  |  |
| Amortissements annuels | 1716,66 | 1716,66 | 1716,66 |
| ACHAT OCCASION | Immobilisations | 0 | 0 | 0 |
| Amortissements annuels | 0 | 0 | 0 |
| **CRÉDIT-BAIL** | Charges crédit-bail | 0 | 0 | 0 |

6.3 Les moyens humains

Initialement nous sommes une équipe de 5 collaborateurs ayant une même formation universitaire en commun : la MIAGE. Nous avons des compétences en informatique (le développement en fait partie) et des connaissances en gestion de projet, en comptabilité et en gestion RH.

En début d’activité, nous n’aurons pas de salaire.

**Le recrutement d’un commercial pourrait être envisagé dès la fin de la 1ère année, un deuxième dès la fin de la troisième année. Ces commerciaux bénéficieront d’un salaire.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Salaire brut**  **moyen actuel**  **(mensuel)** | **NOMBRE** | | | |
|  | En début d’activité | Fin de  la 1re année | Fin de  la 2e année | Fin de  la 3e année |
| Productifs |  | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Encadrement |  | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Commercial |  | 0 | 1 | 1 | 2 |
| Administration et direction |  | 5 | 5 | 5 | 5 |
|  | Masse salariale annuelle en K€ (charges sociales incluses) | |  |  |  |

Les 5 collaborateurs du début assureront la production (développement et maintenance de BlablaMiam), l’encadrement du projet, l’administration et participeront à la direction (à confirmer, de même que les chiffres du tableau).