

PROJECTEURS

L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
À VOTRE PROJET DE
CRÉATION D'ENTREPRISE

ORGANISATEUR DE MARIAGE *WEDDING PLANNER, DESIGNER ET CELEBRANT*



DÉCEMBRE 2024

bpi**france**

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **Bpifrance-creation.fr**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **structures juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut social et fiscal de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs ORGANISATEUR DE MARIAGE est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16 € TTC à l'adresse : <https://librairie.bpifrance-creation.fr/>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Sonia Julaud (sonia.julaud@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-071-2

Bpifrance, décembre 2024

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

ORGANISATEUR DE MARIAGE

“ Il n'y a rien de si beau qu'un mariage bien réglé,
bien paisible. ”

Pierre Charron*

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions,
en particulier :

- Charlotte Beuvelet, secrétaire générale, Virginie Mention, présidente, et Florence Noël, vice-présidente de l'Association des consultants en mariage (**Assocem**)

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

* Écrivain (1541-1603).

SOMMAIRE

1.	EN BREF	5
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	7
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	13
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	32
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	35
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	38
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	42

**EN
BREF**

1.

EN BREF

L'amour, toujours l'amour ! Le mariage est une institution que les Français affectionnent, malgré une baisse du nombre d'unions ces dernières années. Les futurs mariés consacrent beaucoup de temps et d'énergie pour faire de cette fête un moment inoubliable. Déléguer tout ou partie de son organisation à un *wedding planner* peut alors s'avérer une option salubre. La profession d'organisateur de mariage est ainsi en plein essor, profitant d'un marché en forte croissance.

Bonne nouvelle pour tous les consultants en mariage, qu'ils soient *wedding planners*, *wedding designers* ou *wedding celebrants* : le budget des mariages de plus de cent invités augmente, ce qui multiplie les opportunités d'affaires. Les mariages très haut de gamme sont aussi de plus en plus fréquents. Ils impliquent une organisation d'envergure qui inclut souvent les prestations d'un *wedding planner* expérimenté, pratiquant des tarifs à la hauteur de ses nombreuses compétences.

De nombreux créneaux de diversification et de spécialisation permettent également à l'organisateur de mariage de développer son activité. Il peut intervenir en tant qu'officiant de cérémonie, se positionner sur les mariages ayant lieu à l'étranger, ou en France pour les étrangers. Le marché du mariage étant saisonnier, il peut aussi, pour lisser ses revenus sur l'année, offrir ses services aux particuliers pour la célébration d'événements de la vie courante : anniversaire, fête prénatale, départ en retraite. Certains *wedding planners* élargissent leur activité en démarchant les entreprises pour leurs événements professionnels.

Par ailleurs, l'écologie s'invite à la fête. Les futurs mariés, notamment les jeunes générations, sont de plus en plus nombreux à faire des choix écoresponsables en matière de lieu de réception, de repas, de décoration, voire d'habillement. Une tendance sur laquelle les organisateurs de mariage peuvent surfer pour se différencier sur un marché très atomisé, en ajoutant à leur offre des options « vertes ».

Inventif et très disponible, le *wedding planner* se positionne donc sur un marché dynamique où les opportunités sont nombreuses et diversifiées.

CHIFFRES-CLÉS

1 700

**Nombre de
wedding planners
en France en 2024**

7 %

**Part des mariages organisés
avec un *wedding planner*
en France en 2024**

Source : Assocem.

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Dans ce dossier, les termes « mariage » et « mariés » sont utilisés pour tous les types d'union, qu'elle soit religieuse, civile ou non. Les informations concernant les *wedding planners* sont aussi pertinentes pour les *wedding designers* et *wedding celebrants*.

Périmètre de l'activité

Le **wedding planner** conseille et accompagne les futurs mariés dans l'organisation de leur mariage ; il s'adapte à leurs demandes. Il peut prendre en charge la totalité de l'organisation, réaliser une partie des prestations, ou être seulement présent le jour du mariage pour en assurer son bon déroulement.

Parmi ses prestations, l'organisateur de mariage peut proposer :

- la recommandation de prestataires, par exemple :
 - > propriétaire de lieux de réception,
 - > traiteur, fleuriste,
 - > décorateur, scénographe, *wedding designer*, officiant de cérémonie,
 - > photographe, vidéaste, musicien, DJ,
 - > commerçant en papeterie,
 - > commerçant de robes et costumes,
 - > coiffeur, maquilleuse,
 - > agence de location de voiture pour les mariés et de navette pour les invités,
 - > baby-sitter ;
- des idées ou un concept global concernant le lieu idéal, la décoration, la scénographie, les animations, les cadeaux aux invités, le plan de table ;
- la planification des étapes de l'organisation de la fête et de son déroulement le jour J ;
- l'envoi des faire-part ;
- la gestion de l'acheminement et de l'hébergement des invités ;
- l'accompagnement des mariés dans leurs choix vestimentaires ;
- la prise des rendez-vous coiffure/maquillage ;
- l'organisation d'événements périphériques (dîner de bienvenue, brunch...) ;
- la préparation d'un budget prévisionnel et la gestion du budget final ;
- la négociation des tarifs avec les prestataires ;
- des conseils en organisation (coaching) pour les couples qui organisent eux-mêmes leur mariage.

Source : ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « [Livre blanc – Le métier de wedding planner](#) », document en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ AGENCE D DAY WEDDING PLANNER. « [Reportage TV D Day Wedding Planner](#) », vidéo publiée le 08/07/2018.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Le *wedding planner* peut aussi proposer ses services en tant que *wedding designer* et/ou *wedding celebrant* (officiant de cérémonie).

Le **wedding designer** est le directeur artistique, le scénographe du mariage. Son rôle est, notamment, de :

- concevoir l'univers, l'ambiance et la scénographie de l'événement ;
- choisir le mobilier, la vaisselle, la décoration des tables et des buffets, la papeterie, les compositions florales, la mise en scène des espaces (cérémonie, cocktail, salle de réception...), la mise en valeur des plafonds, l'éclairage ;
- gérer le budget consacré à ses prestations ;
- organiser la location, l'achat, l'installation et la désinstallation du matériel nécessaire à la scénographie ;
- assurer la coordination des prestataires de décoration, gérer le planning de la mise en place de la scénographie.

Source : ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « [Livre blanc – Le métier de wedding designer](#) », document en ligne.

Le **wedding celebrant** (ou officiant de cérémonie, célébrant, maître de cérémonie, officiant humaniste) se charge des cérémonies dites « laïques », « symboliques » ou « d'engagement ». Alternatives aux cérémonies religieuses ou civiles, elles sont souvent demandées par les couples non croyants ou ne souhaitant pas se marier religieusement, ceux qui ne peuvent accéder aux cérémonies religieuses (divorcés, homosexuels...), ceux qui souhaitent une cérémonie personnalisée, ou encore ceux qui sont de cultures différentes. Ces célébrations n'ont pas de valeur administrative. Le *wedding celebrant* n'a pas pour rôle de représenter la loi ou une autorité religieuse. Selon les désirs des mariés, il peut :

- rédiger le discours de la cérémonie ;
- rédiger ou accompagner les mariés dans l'écriture de leurs vœux, de leurs discours et/ou de ceux des invités ;
- écrire le déroulé de cérémonie, de l'accueil des invités à la sortie des mariés ;
- concevoir la scénographie de la cérémonie (entrée des mariés, échange des vœux, des alliances, rituels) ;
- choisir les musiques et suggérer/coordonner la prestation d'un spécialiste du son ;
- proposer d'incorporer une symbolique personnalisée à la cérémonie. Celle-ci peut être inspirée de rites culturels ou ethniques déjà existants, être déclinée ou créée sur mesure pour le couple ;
- accompagner les mariés et les invités dans le choix des lectures de texte ;
- organiser une séance de répétition de la cérémonie sur le lieu du mariage ;
- proposer la location d'une arche, d'un pupitre ;
- proposer la signature d'un certificat symbolique d'union (sans valeur juridique) ;
- animer la cérémonie ou, si les mariés confient ce rôle à un tiers, coacher l'officiant de la cérémonie ;
- offrir des conseils d'organisation de cérémonie (coaching) pour les couples qui l'organisent eux-mêmes.

Selon l'Assocem, les *wedding celebrants* sont majoritairement des femmes (77 %) avec un âge moyen de 41 ans. La plupart exercent leur métier en complément d'une autre activité qui, dans 60 % des cas, est également dans le secteur du mariage.

Source : ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « [Livre blanc – Le métier de wedding celebrant](#) », document en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ CÉRÉMONIE-LAÏQUE.FR. « [Fiche métier : officiant de cérémonie laïque](#) », rubrique en ligne.
- ➔ FRANCE INFO. « [Les cérémonies de mariage laïques vont-elles définitivement remplacer l'église ?](#) », article publié le 24/03/2024.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Code APE de la NAF

L'activité de *wedding planner* ne relève pas d'un code d'activité principale exercée (APE) spécifique au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008). Les codes APE pouvant être attribués sont les suivants :

- **56.21Z « Services des traiteurs »**. C'est le code le plus souvent attribué. Il comprend :
 - > la fourniture de services de restauration sur la base de dispositions contractuelles conclues avec le client, à l'endroit précisé par celui-ci et pour une occasion particulière,
 - > l'organisation de noces, banquets, cocktails, buffets, lunches et réceptions diverses à domicile ou dans des lieux choisis par le client ;
- **82.30Z « Organisation de foires, salons professionnels et congrès »**. Ce code comprend :
 - > l'organisation, la promotion et/ou la gestion d'événements, tels que des salons et foires commerciales, des congrès, des conférences et des réunions, incluant ou non la gestion et la mise à disposition du personnel pour exploiter les installations où ces événements ont lieu,
 - > l'organisation de brocantes,
 - > l'organisation de salons à destination des particuliers ;
- **93.29Z « Autres activités récréatives et de loisirs »**. Ce code comprend :
 - > l'exploitation de jeux fonctionnant au moyen de pièces de monnaie (flipper, babyfoot, jukebox, billard, jeux électroniques, etc.),
 - > les activités des parcs de loisirs (sans hébergement),
 - > l'exploitation d'installations de transport de plaisance (marinas),
 - > l'exploitation des domaines skiables,
 - > la location d'équipements de loisirs et d'agrément dans le cadre d'installations récréatives,
 - > les foires et salons de nature récréative,
 - > les activités des plages, y compris la location de matériels tels que les cabines de bain, vestiaires, sièges, etc.,
 - > les discothèques et les pistes de danse où le service de boissons n'est pas prédominant,
 - > les activités de producteurs ou d'organiseurs d'événements autres que des spectacles ou manifestations sportives, disposant ou non de leurs propres installations ;
- **96.09Z « Autres services personnels n.c.a. »**. Ce code comprend entre autres les activités liées à la vie sociale, par exemple les activités des hôteses, des agences de rencontres et des agences matrimoniales.

Pour en savoir plus :

→ [ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR](https://entreprendre.service-public.fr). « **À quoi correspond le code APE (code NAF) ?** », article vérifié le 01/01/2023.

Aptitudes

À la fois conseiller, chef d'orchestre et manager, le **wedding planner** doit :

- être à l'écoute :
 - > pour cerner la personnalité et les besoins de ses clients. Leur mariage, événement d'une vie, doit refléter fidèlement leurs attentes,
 - > pour gérer les éventuels désaccords familiaux liés à l'organisation du mariage ;
- se montrer créatif (dans le choix du lieu, de la thématique, de la décoration, des activités) pour se démarquer de ses concurrents et créer un événement unique et mémorable, sans imposer ses idées ;
- être à l'affût des nouvelles tendances ;
- se créer un réseau de prestataires de confiance auprès desquels il pourra éventuellement obtenir des prix compétitifs ;
- savoir gérer un budget, négocier des devis et justifier les dépenses auprès des mariés. Le mariage représente un investissement financier important : l'un des plus grands défis consiste à respecter le budget prévu ;
- faire preuve de rigueur, définir les tâches à accomplir, leur ordre de priorité, et respecter un planning précis. Il doit aussi gérer les prestataires d'une main de maître. Aucun détail de l'organisation ne doit être laissé au hasard, sous peine de gêner le bon déroulement de l'événement et de décevoir les clients et leurs invités ;
- posséder d'excellentes qualités relationnelles et savoir travailler en équipe. Le métier implique une communication constante avec le client et les prestataires, qui permet d'instaurer la confiance et de favoriser le bouche-à-oreille ;
- être débrouillard, ne pas rechigner à mettre la main à la pâte, comme aller chercher des provisions manquantes ou remplacer un prestataire absent ;
- savoir gérer le stress lié :
 - > à la fatigue (le *wedding planner* est présent toute la journée du mariage, il commence tôt et termine souvent très tard ; certains mariages durent parfois plusieurs jours),
 - > à la responsabilité du bon déroulement de l'événement,
 - > aux préoccupations des clients (voir la rubrique « **La gestion du stress des futurs mariés et des aléas** » en partie 3),
 - > à la gestion des imprévus (météo changeante, fournisseur non disponible...) ;
- le cas échéant, maîtriser une ou plusieurs langues étrangères, notamment s'il propose l'organisation de mariage à l'étranger ou celle de mariage de personnes étrangères en France.

Pour en savoir plus :

- ➔ MARIAGE.COM. « **10 questions indispensables à poser à votre wedding planner avant l'organisation du mariage** », rubrique en ligne.
- ➔ STUDYRAMA. « **Test : êtes-vous fait pour devenir wedding planner ?** », rubrique en ligne.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Le **wedding designer** doit :

- être à l'écoute des mariés pour créer une ambiance unique ;
- se représenter facilement les espaces, les implantations, les assemblages de couleurs et de styles ;
- avoir une connaissance des styles architecturaux et de l'histoire en générale ;
- avoir des connaissances en règles de sécurité (incendie, etc.) pour les matériaux et les bâtiments ;
- maîtriser les planches d'inspiration, les croquis, la modélisation 3D, la mise en situation ;
- avoir des connaissances techniques générales des différents métiers intervenant dans la mise en œuvre d'une scénographie ;
- savoir gérer un budget ;
- savoir mener à bien le projet de décoration, de la conception à la réalisation ;
- savoir mettre en place la décoration, seul ou avec l'aide de prestataires.

Le **wedding celebrant** doit :

- avoir le sens de l'écoute pour comprendre l'histoire, les valeurs et les goûts du couple, ainsi que pour instaurer une relation de confiance permettant de rédiger des textes fidèles à leurs personnalités ;
- avoir une belle plume, des connaissances littéraires et musicales : auteurs, ouvrages, artistes, œuvres classiques et contemporaines ;
- être à l'aise à l'oral ;
- savoir animer un événement : lui donner du rythme, du dynamisme, voire faire preuve d'humour ;
- bien connaître le monde du mariage : symbolique, histoire, rituels.

3.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

L'état des lieux du secteur

Il n'existe pas de statistiques officielles concernant le marché du mariage en France. Certaines estimations le chiffrent à 3 Md€ de chiffre d'affaires en France en 2023, évaluation confirmée par l'Association des consultants en mariage (Assocem).

Selon l'étude menée par Mariages.net pour l'édition 2023 de son livre blanc, ce marché est en plein essor. Près de la moitié des entreprises du secteur a connu une croissance de plus de 10 %. Bien que les dernières années aient été difficiles en raison de la pandémie de Covid-19, seuls 7 % des entreprises déclarent avoir fait moins de bénéfices que l'année précédente.

La bonne santé du marché du mariage en 2023 se reflète également dans le nombre de recherches liées au mariage sur Google. En 2022, il a dépassé celui de 2019, année précédant la crise sanitaire et le gel des projets événementiels, dont les mariages.

Sources :

- LYON MARIAGE. « **L'évolution du marché du mariage à travers les années** », article publié le 27/02/2023.
- MARIAGES.NET. « **Le livre blanc du mariage** », étude publiée en mai 2023.

Mariages ou pacs : quelle préférence de la part des Français ?

Depuis les années 1970, le nombre de mariages en France décroît. En une cinquantaine d'années, il a diminué de moitié. En 1972, année record, 423 000 unions ont été célébrées. Par la suite, le nombre de cérémonies a baissé pour se maintenir globalement entre 250 000 et 300 000 par an, avec un pic à 305 000 en 2000. Le recul s'est accentué depuis, mais les années 2022 et 2023 ont vu une légère augmentation avec 242 000 mariages (dont 235 000 entre personnes de sexe différent et 7 000 entre personnes de même sexe), nombre le plus élevé depuis 2012.

En 2023, selon l'étude Sofinco, 41 % des répondants non mariés envisagent d'officialiser leur union dans les deux ans, ce qui représente 23 % de l'ensemble des Français. L'intention de se marier continue de progresser chez les plus jeunes : 83 % des non-mariés âgés de 18-24 ans ont pour intention de se passer la bague au doigt (contre 76 % en 2022 et 73 % en 2021).

Parmi ceux qui ne prévoient pas de (re)tenter l'aventure, 35 % se satisfont d'une union libre, 21 % ne croient pas en l'institution du mariage et 20 % trouvent même que cet événement implique des dépenses d'argent futiles. Enfin, 9 % des répondants déclarent ne pas vouloir passer à l'acte par manque de moyens, 4 points de plus qu'en 2022.

Par ailleurs, en 2022, 210 000 pactes civils de solidarité (pacs) ont été conclus. Il s'agit du nombre le plus élevé depuis sa création en 1999, s'inscrivant dans une tendance globale à la hausse depuis une dizaine d'années.

Sources :

- INSEE. « **Les mariages en 2022 et 2023** », statistiques publiées le 12/03/2024.
- SOFINCO. « **Entre inflation et sobriété : quelle place pour les mariages écoresponsables ? Les Français et le budget mariage** », baromètre publié en février 2024. L'enquête a été réalisée par Opinionway.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché des *wedding planners*, *designers* et *celebrants*

Le nombre de consultants en mariage est difficile à estimer en l'absence de code APE propre au métier. Selon l'Assocem, il serait 2 419 en France. Les *wedding planners* sont au nombre de 1 700, en légère hausse. Environ 7 % des mariages seraient organisés en collaboration avec un *wedding planner*. Le métier de *wedding planner* est nettement plus répandu que celui de *wedding designer* ou *celebrant*, avec au moins 4 fois plus d'organiseurs de mariage.

RÉPARTITION RÉGIONALE DES WEDDING PLANNERS, DESIGNERS ET CELEBRANTS EN FRANCE, 2023

RÉGIONS	WEDDING PLANNERS	WEDDING DESIGNERS	WEDDING CELEBRANTS
Île-de-France	284	27	11
Provence-Alpes-Côte d'Azur	246	24	11
Auvergne-Rhône-Alpes	184	52	41
Occitanie	168	80	45
Nouvelle-Aquitaine	125	38	32
Hauts-de-France	112	24	20
Grand Est	108	29	15
Normandie	108	44	24
Pays de la Loire	90	21	20
Centre-Val de Loire	87	20	19
Bretagne	83	30	27
Bourgogne-Franche-Comté	56	19	13
Corse	36	15	5
Antilles	18	6	2
TOTAL	1 705	429	285

Champ : France entière, 2023.

Source : Assocem.

Source : ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. Informations recueillies par Bpifrance en juin 2024.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Pourquoi le nombre de mariages est-il structurellement en baisse ?

En France, les causes sont à la fois :

- législatives : créé en 1999, le pacs offre les mêmes avantages fiscaux que le mariage, avec une procédure plus souple à la fois dans sa contraction et dans sa dissolution (à la mairie, auprès du service de l'état civil ou d'un notaire) et impliquant des frais moins élevés que ceux d'un divorce ;
- socioculturelles :
 - > la pratique de la religion étant en recul (en 2020, 51 % de la population de 18 à 59 ans en France métropolitaine déclarent ne pas avoir de religion), la sacralisation du mariage est moins présente ;
 - > l'union libre (concubinage) est de plus en plus présente : 26 % des couples sont en union libre en 2015, contre seulement 3 % en 1962.

Sources :

- INSEE. « **La diversité religieuse en France : transmissions intergénérationnelles et pratiques selon les origines** », article publié le 30/03/2023.
- INSEE. « **Formations et ruptures d'unions : quelles sont les spécificités des unions libres ?** », dossier publié le 21/11/2017.

Tendances du secteur

Le mariage écoresponsable est de plus en plus plébiscité

Les Français, et notamment les jeunes générations, sont de plus en plus soucieux de leur impact environnemental. Cette préoccupation se traduit dans leurs actions quotidiennes, et jusque dans les événements festifs.

Aujourd'hui, 17 % des Français ont déjà assisté à un mariage écoresponsable (+ 2 points par rapport à 2022). Les jeunes de moins de 35 ans sont des habitués des mariages écoresponsables : 30 % ont déjà assisté à un mariage de ce type, contre 9 % des 50 ans et plus.

Par ailleurs près de 1 Français sur 2 serait attentif au caractère écoresponsable de son propre mariage (47 %), d'autant plus que ce type d'événement est moins perçu qu'auparavant comme compliqué à organiser (63 %, - 6 points), ou comme plus cher qu'un mariage classique (63 %, - 3 points).

Si les Français ne sont pas prêts à des concessions sur tous les aspects d'un mariage traditionnel, certains s'efforcent de faire des choix écologiques. Voici ce qu'ils pourraient envisager (choix multiples, par ordre décroissant de citation) :

- réaliser la décoration eux-mêmes (74 %) ;
- organiser un mariage minimaliste (65 %) ;
- opter pour un tourisme durable lors du voyage de noces (62 %) ;
- choisir un lieu de réception écoresponsable (62 %) ;
- choisir un traiteur écoresponsable (62 %) ;
- choisir un champagne issu de l'agriculture biologique même s'il ne provient pas d'une grande maison de champagne (60 %) ;
- limiter le nombre d'invités pour réduire l'impact environnemental (57 %) ;
- renoncer à organiser le mariage à l'étranger pour éviter les trajets en avion (52 %) ;
- choisir une robe de mariée de seconde main (48 %) ;
- organiser un mariage surprise lors d'un anniversaire ou d'un autre événement pour mutualiser les dépenses (33 %) ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- choisir des alliances de seconde main (23 %) ;
- proposer un menu 100 % végétarien et avec des produits issus de l'agriculture locale (20 %, en baisse de 2 points).

En outre, les répondants interrogés pour la rédaction du *Livre blanc du mariage* publié par Mariages.net indiquent qu'ils seraient notamment prêts à faire les choix suivants :

- une décoration avec des matériaux recyclés (arrive en tête des citations) ;
- des fleurs préservées ou séchées ;
- des cadeaux écologiques pour les invités ;
- l'organisation d'une célébration pendant la journée pour profiter de la lumière naturelle ;
- des faire-part écologiques ;
- une robe ou un costume durable ;
- du maquillage écologique.

Sources :

- MARIAGES.NET. « **Le livre blanc du mariage** », étude publiée en mai 2023.
- SOFINCO. « **Entre inflation et sobriété : quelle place pour les mariages écoresponsables ? Les Français et le budget mariage** », baromètre publié en février 2024. L'enquête a été réalisée par Opinionway.

Le budget des mariages haut de gamme est en croissance

L'estimation du budget moyen que les Français consacrent à leur mariage varie selon les études. L'étude Sofinco indique qu'en 2023, le budget moyen d'un mariage s'élève à 7 576 €, un montant en baisse significative par rapport à 2022 (- 1 312 €). Les couples envisagent d'inviter en moyenne 53 personnes contre 58 en 2022.

Le budget est toutefois largement corrélé au nombre d'invités et aux revenus du foyer. La somme atteint 9 241 € pour les personnes dont le revenu mensuel du foyer est supérieur ou égal à 3 500 €, et 16 295 € pour les personnes déclarant vouloir inviter 150 personnes ou plus.

De son côté, La Fareparterie indique que si 23 % des mariés ont déboursé entre 5 000 € et 10 000 €, quasi autant (20 %) ont dépensé entre 10 000 € et 15 000 €.

Mariages.net donne, de son côté, un budget moyen de 17 083 € (hors lune de miel) en 2023. Cependant, plus de 1 400 couples interrogés dans le cadre du *Rapport 2024 sur le secteur nuptial en France* ont tout de même affirmé avoir dépensé un peu plus, jusqu'à atteindre les 20 100 € (hors lune de miel). Une somme qui suppose un coût moyen de 203 € par invité.

Pour sa part, l'Assocem indique que pour un mariage de 100 personnes, le budget est stable depuis plusieurs années, s'établissant à environ 15 000 €. Par ailleurs, l'organisme observe une augmentation du nombre de mariages haut de gamme, pour lesquels les dépenses atteignent 100 000 € à 300 000 €. Cette tendance est influencée par les réseaux sociaux qui véhiculent des photos de mariages américains dans lesquels la moitié du budget est consacré à une décoration somptueuse. C'est ainsi qu'en France, les dépenses pour les fleurs peuvent atteindre 6 000 €, voire 10 000 € à 15 000 €, soit la totalité du budget moyen d'un mariage.

Sources :

- ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. Informations recueillies par Bpifrance en juin 2024.
- LA FAIREPARTERIE. « **Étude mariage 2024 : de leur rencontre aux péripéties du grand jour, les couples avouent tout !** », article publié le 28/03/2024.
- MARIAGES.NET. « **Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités** », article publié le 09/05/2024.
- MARIAGES.NET. « **Le livre blanc du mariage** », étude publiée en mai 2023.
- SOFINCO. « **Entre inflation et sobriété : quelle place pour les mariages écoresponsables ? Les Français et le budget mariage** », baromètre publié en février 2024. L'enquête a été réalisée par Opinionway.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les wedding planners se diversifient

L'une des principales tendances observées sur le marché français du mariage est la popularité croissante des arrangements faits par les mariés eux-mêmes, leurs amis ou les membres de leur famille (décoration, faire-part, coiffure, maquillage, photo).

Par ailleurs, le digital s'est immiscé dans l'organisation de la fête : des dizaines de sites Internet proposent des inspirations, des tutoriels, des applications, etc. L'un de ces sites permet même d'organiser la totalité de son mariage, de la recherche de prestataires à la gestion de la logistique en passant par celle du budget (voir la rubrique « **Les outils digitaux** » plus loin dans cette partie).

Face à ces formes de concurrence, les *wedding planners* ont tout intérêt à se spécialiser ou à se diversifier. Voici quelques pistes :

- **les événements liés au couple** : les célébrations de pacs sont de plus en plus fréquentes. Le *wedding planner* peut aussi offrir ses services d'organisation d'enterrement de vie de célibataire, de demande en mariage, de renouvellement de vœux ou d'anniversaire de mariage. Pour leur enterrement de vie de célibataire, 39 % des couples font un voyage avec leurs amis contre 36 % qui le célèbrent dans leur ville de résidence. Et 88 % le font séparément ce qui implique deux voyages par couple. Les fiançailles et la demande en mariage peuvent aussi donner lieu à une fête ;
- **les autres événements de la vie courante** : anniversaire, *baby shower* (fête prénatale), *gender reveal* (dévoilement du genre du bébé à naître), célébration de sacrements religieux, départ en retraite, et, plus originaux, le mariage entre amis, le mariage avec soi-même, la fête de divorce !
- **les mariages écoresponsables** (voir la rubrique « **Le mariage écoresponsable est de plus en plus plébiscité** » plus haut dans cette partie) ;
- **les mariages de luxe** : leur organisation requiert un savoir-faire particulier. Il faut connaître ou être capable de se plonger dans un univers très haut de gamme. La clientèle de ce type d'événement a des attentes élevées et une habitude du luxe impliquant certains codes, dont, par exemple, l'anonymat. L'organisation d'un mariage à budget élevé nécessite une équipe, un véhicule, et de nombreuses heures de travail. Tous les *wedding planners* ne disposent pas d'une trésorerie suffisante pour se lancer sur ce créneau. Il existe des formations spécifiques pour bien appréhender ce secteur ;
- **les mariages à l'étranger** (*destination weddings*) : tout comme pour un mariage en France, le *wedding planner* peut prendre en charge tout ou partie de l'organisation. Pour proposer cette spécialisation, il faut bien connaître le pays où se déroulera la fête, ses traditions et idéalement parler la langue locale, ou au moins l'anglais. Certains *wedding planners* se spécialisent dans une destination en particulier. Plus de 5 % des mariages ont lieu hors de France métropolitaine ;
- **les mariages pour étrangers en France** : la France est la première destination touristique au monde, notamment réputée pour ses monuments, sa gastronomie et son romantisme. Il n'est donc pas étonnant que de nombreux couples étrangers (surtout américains) viennent y célébrer leur mariage « à la française ». Cette demande représente 5 % des mariages. Selon l'Assocem, les régions les plus prisées sont Paris, la Côte d'Azur, les châteaux de la Loire, ainsi que les régions vinicoles de Bordeaux, de Lyon et de Bourgogne ;
- **le wedding design** (voir la rubrique « **Périmètre de l'activité** » en partie 2, sur le *wedding designer*) ;
- **les cérémonies symboliques** : en lien avec le recul de la pratique de la religion dans l'Hexagone (51 % des Français se déclarent sans religion en 2019-2020, soit 8 points de pourcentage de plus qu'en 2008-2009), le nombre de mariages religieux a fortement diminué ces dernières années. Ils ne représentent plus que la moitié des unions (50 %). En parallèle, les cérémonies laïques ont le vent en poupe. Les Français préfèrent des événements moins traditionnels, plus originaux. Ce type de cérémonie peut également avoir lieu lors d'un anniversaire de mariage (voir aussi la rubrique « **Périmètre de l'activité** » en partie 2, sur le *wedding celebrant*) ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- **les événements professionnels** : fort de ses qualités et de son expérience organisationnelle, le *wedding planner* peut aussi démarcher les entreprises pour gérer leurs projets événementiels.

Sources :

- FRANCE INFO. « [Les cérémonies de mariage laïques vont-elles définitivement remplacer l'église ?](#) », article publié le 24/03/2024.
- INSEE. « [La diversité religieuse en France : transmissions intergénérationnelles et pratiques selon les origines](#) », dossier publié le 30/03/2023.
- MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Agence événementielle : organisation d'événements professionnels](#) », dossier Projecteurs publié en février 2024.
- ➔ CÉRÉMONIE-LAÏQUE.FR. « [Discours des proches : les 10 erreurs à éviter](#) », rubrique en ligne.
- ➔ CÉRÉMONIE-LAÏQUE.FR. « [Glossaire de la cérémonie laïque](#) », rubrique en ligne.
- ➔ CÉRÉMONIE-LAÏQUE.FR. « [Quels anniversaires de mariage pour une cérémonie laïque ?](#) », rubrique en ligne.
- ➔ MARIAGES.NET. « [Rapport global sur le mariage 2023 : les tendances planétaires \(et locales\) à découvert](#) », rapport publié le 28/09/2023.
- ➔ WEDDING BY MARINE. « [Wedding planner : 4 conseils qu'on ne t'a jamais donnés pour te différencier](#) », vidéo publiée le 22/10/2021.
- ➔ WEDDING DIVAN. « [Organiser un mariage en France pour des étrangers avec Julie de l'agence L'Amour l'Amour Paris](#) », podcast diffusé le 21/09/2023.
- ➔ WEDDING DIVAN. « [La vision du luxe dans le mariage de Stéphanie Fayolle de WEP in Provence](#) », podcast diffusé le 08/06/2023.

Les influenceurs et créateurs de contenu se positionnent sur le marché du mariage

De nombreux influenceurs se lancent sur le créneau du mariage, événement « instagrammable » par excellence. Ces créateurs de contenu sont sources d'inspiration et de conseils pour les futurs mariés, sur tous les volets : recherche de prestataires, décoration, papeterie, habillement, bijoux, hébergement, lune de miel.

De nombreux prestataires de mariage s'associent aux influenceurs pour faire de la publicité et du placement de produits et de services. C'est notamment le cas des *wedding planners* qui peuvent mettre en avant leurs propres services via ce type de partenariat, gratuit et consistant en un échange de visibilité sur les comptes des influenceurs. Certains *wedding planners* ont vu leur activité décoller grâce à ce procédé. Attention cependant à sélectionner des influenceurs dont les valeurs correspondent aux vôtres et à celles de votre cible, pour ne pas nuire à votre image. Le marketing d'influence peut susciter de la méfiance ; il est parfois associé à la superficialité, à l'ostentation voire à la fraude (achat d'abonnés, collaborations commerciales non mentionnées, publicité mensongère).

Par ailleurs, plus de la moitié des couples partage des photos de leur mariage sur les réseaux sociaux, en atteste la popularité du hashtag « #WeddingTikTok ». Sans offrir de partenariat d'influence, les créateurs de contenu surfent sur cette tendance, en mettant à profit leur savoir-faire en production audiovisuelle. Avec leur smartphone, ils captent toutes les étapes du mariage : demande en mariage, préparatifs, jour J. Ils offrent une approche complémentaire à celle du photographe et du vidéaste, et peuvent même les supplanter, car leurs délais de production sont très rapides, voire immédiats. Le créateur de contenu

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

peut même se charger de publier les visuels en direct sur les réseaux sociaux des mariés (ou sur le site ou le compte social créé spécialement pour le mariage).

Enfin, les *wedding planners* peuvent eux-mêmes devenir influenceurs, en mettant en valeur des produits ou services qu'ils ont testés (hôtel, traiteur, accessoires).

Sources :

- FRANCE CULTURE. « [TikTok, veux-tu m'épouser ?](#) », émission diffusée le 16/02/2024.
- LE JOURNAL DES FEMMES. « [Ces nouveaux prestataires de mariage \(plutôt inattendus\) vont faire de l'ombre aux photographes](#) », article publié le 03/02/2024.
- LYON MARIAGE. « [L'évolution du marché du mariage à travers les années](#) », article publié le 27/02/2023.
- MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.

Clientèle

Pour les couples, un mariage doit être un événement magique, unique et mémorable. Les attentes envers le *wedding planner* sont donc élevées et la réussite de l'événement repose en grande partie sur ce dernier : il est à la fois concepteur, organisateur et chef d'orchestre. Pour vous guider dans la définition de votre offre, voici quelques chiffres sur la clientèle française et ses habitudes.

Où les couples se rencontrent-ils ?

L'enquête de Mariages.net menée auprès de 1 400 couples qui se sont mariés en 2023 révèle que 25 % se sont rencontrés par le biais d'amis communs, 17 % sur une application de rencontre, presque autant (16 %) dans le cadre professionnel, 13 % à l'école ou à l'université. Seuls 10 % se sont rencontrés lors d'événements sociaux (bar, concert, fête).

C'est durant les trois premières années de vie à deux qu'ont lieu la plupart des demandes en mariage.

Sources :

- MARIAGES.NET. « [Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités](#) », article publié le 09/05/2024.
- MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.

À quel âge les couples se marient-ils ?

En 2022, parmi les mariages entre conjoints de sexe différent, les femmes sont âgées de 37,3 ans en moyenne et les hommes de 39,8 ans. Les femmes se marient donc plus jeunes que les hommes : 35 % d'entre elles ont moins de 30 ans à leur mariage, contre 26 % pour les hommes.

Dix ans plus tôt, en 2012, les femmes se mariaient à 34 ans en moyenne et les hommes à 36,7 ans, confirmant une tendance de long terme à se marier plus tardivement : l'âge moyen des mariés a ainsi augmenté en dix ans d'un peu plus de trois ans pour les femmes comme pour les hommes.

Source : INSEE. « [Les mariages en 2022 et 2023](#) », focus publié le 12/03/2024.

Pourquoi les couples se marient-ils ?

La raison principale qui pousse les couples à se marier est leur désir de franchir une étape dans leur histoire d'amour, mais pour un quart d'entre eux c'est surtout une bonne occasion de faire la fête entre amis. La célébration est donc synonyme de divertissement et moins empreinte de tradition : 10 % des

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

couples se marient pour formaliser leur relation vis-à-vis des enfants et seulement 1 % se marie pour fonder une famille. Les *wedding planners* doivent donc faire preuve de créativité pour proposer des formats originaux.

Source : MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.

À quelle période de l'année les couples se marient-ils ?

Sans surprise, la saison la plus festive est la belle saison (pour 42 % des couples qui se sont mariés en 2023), avec un pic en juin. L'automne plaît aussi aux futurs mariés (31 %). Le printemps est moins apprécié (23 %) et l'hiver très peu (4 %).

Il existe même des dates « fétiches » : le 18 mai, les 15, 22 et 29 juin ainsi que le 6 juillet sont les dates de mariage les plus populaires en 2024.

La majorité des couples organisent leur mariage au moins un an à l'avance et se déclarent flexibles sur la date de l'événement, car la disponibilité du lieu de réception de leur choix prime. Au contraire, un tiers des couples se dit prêt à changer de lieu si la date demandée n'est pas disponible.

Prélude au mariage, la plupart des fiançailles ont lieu en fin d'année, jusqu'au mois de février, puis connaissent une petite hausse à nouveau en été.

Source : MARIAGES.NET. « [Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités](#) », article publié le 09/05/2024.

Où y a-t-il le plus de mariages en France ?

En 2022, le département du Nord a célébré le plus grand nombre de mariages (9 379), loin devant Paris (7 920) et les Bouches-du-Rhône (7 458). Viennent ensuite, avec plus de 5 000 mariages : le Rhône (6 354), les Hauts-de-Seine (5 783), la Gironde (5 736), le Pas-de-Calais (5 528), la Seine-et-Marne (5 086) et la Seine-Saint-Denis (5 120).

Source : INSEE. « [Les mariages en 2022 et en séries longues](#) », statistiques publiées le 12/03/2024.

Le budget du mariage en détail

Les dépenses représentent un stress pour les futurs mariés, pouvant donner lieu à des discordes. Le respect du budget est une des missions centrales du *wedding planner*. La décoration, notamment florale, entraîne souvent des dépenses supplémentaires (dans plus de 1 cas sur 3).

Voici les dépenses moyennes par catégorie :

- lieu de réception : 5 500 € ;
- organisation du mariage : 2 470 € ;
- robe de mariée et accessoires : 1 650 € ;
- décoration : 1 630 € ;
- *food truck* : 1 520 € ;
- photo : 1 300 € ;
- vidéo : 1 200 € ;
- musique : 1 200 € ;
- costume de marié : 1 100 € ;
- officiant : 1 020 € ;
- fleurs : 950 € ;
- bijoux : 825 € ;
- gâteau : 535 € ;
- animation : 500 € ;
- voiture : 500 € ;
- faire-part : 425 € ;
- cadeaux invités : 215 € ;
- coiffure : 120 € ;
- traiteur (coût par invité) : 110 € ;
- maquillage : 80 € ;
- lune de miel nationale : 1 600 € ;
- lune de miel internationale : 5 600 €.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Selon Mariages.net, les budgets ayant connu des augmentations en 2024 sont : le fleuriste (+ 19 %), la musique (+ 14 %), le lieu de réception et la coiffure (+ 10 %) ainsi que le poste photographie (+ 8 %). Pour limiter le budget, les mariés sont amenés à faire des concessions pendant l'organisation de leur mariage : les couples font des compromis sur le nombre d'invités (31 %) et la décoration, *ex-æquo* avec les photographes (19 %). Les couples sont tout aussi prêts à faire des compromis sur la robe de mariée que sur le costume (11 % dans les deux cas).

Sources :

- MARIAGES.NET. « [Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités](#) », article publié le 09/05/2024.
- MARIAGES.NET. « [Rapport global sur le mariage 2023 : les tendances planétaires \(et locales\) à découvrir](#) », rapport publié le 28/09/2023.
- MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.
- LA FAIREPARTERIE. « [Étude mariage 2024 : de leur rencontre aux péripéties du grand jour, les couples avouent tout !](#) », article publié le 28/03/2024.

Pour en savoir plus :

- ➔ ALLIANCE DES ÉMOTIONS. « [Le wedding planner de votre mariage](#) », article en ligne. Voir notamment l'extrait du film *Le sens de la fête* sur le wedding planner, en introduction de l'article.
- ➔ DOCUMENTAIRE SOCIÉTÉ. « [Dans les secrets des mariages clés en main](#) », vidéo publiée le 11/09/2022.

Qui est invité au mariage ?

Selon Mariages.net, le nombre moyen de convives est de 99. En moyenne, 13 % des invités déclinent l'invitation.

Les mariés invitent moins leur famille que leurs amis, ce qui réduit la moyenne d'âge des invités et peut avoir un impact sur les rituels choisis, la décoration et les animations proposées.

Dans près de la moitié des mariages, une partie de la famille n'est pas invitée. Il s'agit en général de la famille éloignée, mais dans 8 % des cas, les parents et la fratrie ne sont pas conviés, aucune raison n'étant en rapport avec la capacité d'accueil. Le wedding planner peut donc étudier la possibilité de proposer des mariages en plusieurs parties avec des listes d'invités différentes en fonction du degré de parenté.

Le marché est inondé d'espaces réservés à de grands mariages, trouver un lieu adapté à un petit mariage nécessite donc de l'aide.

Un tiers des mariages ne compte aucun enfant, ou bien uniquement les enfants des invités les plus proches. En outre, plus de 1 couple sur 2 a déjà des enfants avant de se marier, que ce soit avec un ex-conjoint (23 %) ou le conjoint actuel (34 %). Faire participer les enfants durant la cérémonie, la réception ou prévoir des animations sont des initiatives très appréciées.

Sources :

- MARIAGES.NET. « [Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités](#) », article publié le 09/05/2024.
- MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.

Comment les couples financent-ils l'événement ?

Pour financer leur mariage, les Français recourent en priorité à leur épargne (70 %). Le paiement en plusieurs fois et l'aide des proches sont des solutions envisagées par près de 4 sur 10, et 2 sur 10 opteraient pour un crédit si le mariage avait lieu à une date très rapprochée.

Des modes de financement plus originaux peuvent aussi être mis en place :

- le financement participatif (15 % des Français y ont recours) : les convives sont invités à offrir une contribution financière (sorte de « *crowdfunding* » nuptial) pour payer les prestataires ou à mettre leurs

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

talents au service des futurs mariés (pâtisserie, restauration, décoration, coiffure, maquillage, animation, photographie, composition florale) ;

- la sponsoring (14 %) : en échange d'une visibilité auprès d'une audience ciblée, des entreprises peuvent offrir leurs services ou produits pour un mariage, de la robe de mariée aux services du traiteur, en passant par les fleurs et la décoration. L'inconvénient : s'il fait l'objet d'une exposition publique sur Internet, le mariage n'a plus rien d'intime. C'est une question de choix !

Source : SOFINCO. « [Entre inflation et sobriété : quelle place pour les mariages écoresponsables ? Les Français et le budget mariage](#) », baromètre publié en février 2024. L'enquête a été réalisée par Opinionway.

Pour en savoir plus :

- ➔ ABC SALLES. « [Le mariage participatif : tout savoir sur l'organisation de noces collaboratives](#) », rubrique en ligne.
- ➔ ABC SALLES. « [Le mariage sponsorisé](#) », rubrique en ligne.

Quels prestataires les couples engagent-ils ?

Les couples engagent en moyenne 9 prestataires. Les plus sollicités sont, par ordre d'importance : le photographe (83 %), le vendeur de robe de mariée et accessoires (74 %), le traiteur (72 %), le fleuriste (72 %), les professionnels de la coiffure et du maquillage (72 %) ainsi que de la musique (70 %).

La majorité des couples rencontre des difficultés à trouver ces prestataires, d'où l'aide précieuse du *wedding planner*. Les lieux de réception, les coiffeurs, les maquilleurs et les photographes sont les plus difficiles à trouver. Choisir la robe de mariée et les cadeaux pour les invités peut aussi nécessiter de l'aide.

Voici quelques particularités à noter dans le choix de certains prestataires :

- le **lieu de célébration** : il s'agit bien sûr de la première recherche à effectuer (très en amont), et la plus importante pour les mariés. Deux tiers des couples ne connaissaient pas le lieu de réception de leur mariage avant de le choisir. Dans la majorité des cas, ils l'ont trouvé *via* Internet : 54 % des couples découvrent le lieu de leur rêve à travers des sites spécialisés dans l'organisation du mariage, 39 % privilégient le bouche-à-oreille.

Pour faire leur choix parmi plusieurs lieux de mariage trouvés sur Internet, les couples prêtent surtout attention au prix (70 %), au style (49 %) et à la capacité d'accueil (49 %). D'autres aspects importants entrent en compte, tels que l'hébergement, le temps de trajet pour s'y rendre, la liberté de choisir le traiteur, l'usage exclusif du lieu. Un tiers des couples est prêt à réduire la liste d'invités si l'établissement n'offre pas le nombre de places nécessaires et 21 % des couples refusent certains lieux de réception, car des prestataires spécifiques sont imposés.

Le type de lieu de réception le plus prisé est la salle des fêtes, qui perd cependant quelques places au profit d'autres options avec davantage de cachet comme la demeure ancienne et le château. Les mariés ont une nette préférence pour les lieux spécialisés dans les mariages, notamment à mesure qu'augmentent leurs revenus.

Les Français préfèrent les lieux de proximité : 74 % d'entre eux ont fêté leur grand jour à moins de 50 km de leur lieu de résidence. Seuls 10 % ont choisi de se marier à plus de 200 km ;

- le **traiteur** : près de la moitié des couples attend d'avoir goûté les menus d'un ou plusieurs établissements avant d'arrêter son choix. Le menu doit être adapté aux régimes alimentaires spéciaux (végétarien, vegan, sans gluten, etc.). Dans 25 % des cas, le choix du menu se fait en fonction des avis Internet ;
- la **papeterie** : 83 % des couples ont annoncé leur mariage en envoyant des faire-part papier, mais les faire-part en ligne sont de plus en plus populaires. La plupart du temps, les mariés cherchent une papeterie originale (créative, bohème, vintage). Seuls 12 % optent pour des faire-part simples. Dans 85 % des mariages, la papeterie ne se limite pas aux faire-part : les « *save the date* », les livres d'or et les cartes de remerciement imprimées sont aussi appréciés ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- la **robe de mariée** : la couleur ivoire a de plus en plus de succès, le blanc n'est plus majoritaire. Le décolleté en V et la coupe princesse ont la cote, et 1 mariée sur 3 opte pour plusieurs robes ou une robe convertible adaptée à chaque moment de la cérémonie. Près de 80 % des mariées font appel à des spécialistes en mode nuptiale. Les autres choisissent un styliste spécialisé en mariage, un couturier, un magasin de vêtements, une tenue prêtée ou une tenue que la mariée avait déjà dans sa garde-robe. La robe est louée dans 1 % des cas uniquement ;
- les **photos** : la plupart du temps, les mariés font appel à un professionnel. La moitié d'entre eux le trouve sur Internet dans des annuaires de prestataires ou en découvrant leurs photos. Un tiers se fie à la recommandation d'un ami ;
- le **service vidéo** est de plus en plus demandé (dans presque un tiers des mariages). Les reportages sont surtout tournés pendant le mariage, mais dans un tiers des cas ils ont aussi lieu avant le mariage et, dans 17 % des cas, après le mariage. Certains futurs époux font aussi filmer la demande en mariage. La vidéo retraçant la vie du couple est une tradition bien ancrée qui doit être prise en compte dans le planning de l'événement. Depuis quelques années, les drones, les caméras GoPro, les casques de réalité virtuelle, les photos à 360° font aussi partie de la fête ;
- la **musique en direct** a de plus en plus de succès (notamment le jazz), au détriment du DJ. Pour trouver les artistes, près de 1 couple sur 3 effectue ses recherches dans les répertoires en ligne, car la salle de réception ne fournit pas la prestation. La musique accompagne la cérémonie dans deux tiers des mariages. Dans près de la moitié, elle est présente lors de l'entrée du couple, dans un tiers pendant l'ouverture du bal. Dans 4 % des cas, la fête se termine en boîte de nuit ;
- les **animations et spectacles** concernent 1 mariage sur 4. Danse, magie, feu d'artifice et flashmob sont les plus populaires ;
- le **cadeau aux invités** est plébiscité par 88 % des couples. Il s'agit de sachets de dragées, de produits gastronomiques, d'objets artisanaux et solidaires (graines de plantes, savons écologiques, etc.) ;
- la **voiture de location** est utilisée par 24 % des couples ;
- le **logement des invités** est proposé par près de la moitié des couples. Dans 2 cas sur 3 le coût est pris en charge, au moins en partie, par le couple. Dans 61 % des mariages, il s'agit de chambres au sein même du lieu de cérémonie ;
- le **transport des invités** n'est pas pris en charge par une large majorité des mariés.

Sources :

- MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.
- MARIAGES.NET. « [Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités](#) », article publié le 09/05/2024.
- MARIAGES.NET. « [10 questions à poser aux propriétaires du lieu de réception](#) », article publié le 25/04/2024.

Comment se déroule la cérémonie de mariage ?

Selon Mariages.net, 81 % des couples mariés en 2023 ont célébré leur mariage et le passage à la mairie le même jour, et 39 % ont opté pour une cérémonie religieuse.

Concernant la durée des festivités :

- 45 % des couples optent pour un mariage sur plusieurs jours ;
- 2 % organisent au moins trois événements liés au mariage au cours de la même semaine ;
- 65 % des mariages ont lieu dans l'après-midi ou en soirée. Les mariages plus traditionnels qui avaient lieu dans la matinée ou vers midi sont de moins en moins courants ;
- 18 % des mariages durent toute la journée.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Enfin, 83 % des couples organisent un vin d'honneur et 56 % ont deux listes d'invités : une pour le vin d'honneur, l'autre pour la réception.

Source : MARIAGES.NET. « [Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités](#) », article publié le 09/05/2024.

Pour en savoir plus :

→ ABC SALLES. « [Comment planifier le timing d'une réception de mariage ?](#) », rubrique en ligne.

Quelles sont les traditions qui perdurent ?

La demande en mariage reste très ancrée dans les habitudes des couples (87 % d'entre eux). Elle se fait la majorité du temps à l'initiative du futur marié, lors d'un moment à deux. Seuls 13 % des couples conservent le rituel de la demande en présence des parents, certains le font en présence d'amis (8 %). Enfin, 52 % des couples suivent la tradition de l'échange de bague et de montre/boutons de manchette.

Voici quelques traditions qui perdurent lors de la cérémonie :

- la pièce montée, les dragées, la fontaine de champagne ;
- le lancer de bouquet, le porté de la mariée ;
- les quatre éléments : neuf, ancien, bleu, emprunté ;
- la séance *first look* (une personne de dos ou le couple dos à dos) ;
- la soupe à l'oignon, les sculptures de charcuterie ;
- la danse du parapluie, la danse de la brioche ;
- le planter de pin.

Mariages.net indique les traditions les plus populaires auprès des mariés :

- 88 % servent les boissons ;
- 87 % ouvrent la première danse ;
- 84 % offrent des cadeaux aux invités ;
- 79 % sont accompagnés de demoiselles et garçons d'honneur et/ou de témoins ;
- 59 % coupent le gâteau ;
- 52 % lancent le bouquet ;
- 22 % dansent entre père et fille et/ou mère et fils.

Source : MARIAGES.NET. « [Survivre à l'organisation d'un mariage en France : faits et curiosités](#) », article publié le 09/05/2024.

La gestion du stress des futurs mariés et des aléas

La préparation d'un mariage est génératrice de stress, lié entre autres au budget, aux relations familiales, à la logistique, au planning ou au choix des prestataires. Le *wedding planner* est là pour soulager les mariés, la famille et les amis sollicités pour participer à l'organisation. Seuls 23 % des couples déclarent qu'ils ne se sont pas disputés pendant les préparatifs. La pression familiale (43 %) est la principale source de stress lors de la planification du mariage. Les mariés sont aussi particulièrement déçus par les souhaits et les exigences excessifs de leur entourage (28 %).

Point positif, près de la moitié des mariés ont trouvé leur mariage « parfait ». Mais tout ne s'est pas toujours déroulé sans heurt : une météo capricieuse (23 %), les annulations de dernière minute (17 %) et les conflits entre invités (13 %) sont les trois principales sources de problème.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

De nombreux couples et *wedding planners* prennent leurs dispositions pour parer à une météo défavorable : ils s'assurent que le prestataire du lieu de célébration propose une alternative, définissent avec le photographe des lieux de repli, prévoient de mettre à disposition des accessoires tels que des parapluies, des parasols, des éventails, des systèmes de chauffage extérieur, des auvents, des chapiteaux. Certains choisissent même un maquillage et une coiffure résistant à la pluie, voire des chaussures antidérapantes !

Source : MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.

Pour en savoir plus :

- ABC SALLES. « [Comment gérer les désaccords familiaux pendant la planification d'un mariage ?](#) », rubrique en ligne.
- AGENCE D DAY WEDDING PLANNER. « [Les imprévus de mariage : une wedding planner vous dit tout !](#) », vidéo publiée le 27/08/2019.
- LYON MARIAGE. « [Comment gérer le stress avant le mariage ?](#) », article publié le 16/05/2023.

Concurrence

Les outils digitaux

De nombreux sites et applications permettent aux futurs mariés d'organiser eux-mêmes tout ou partie de leur mariage : mise en relation avec des prestataires (lieux de réception, photographes, fleuristes, traiteurs, etc.), mise à disposition d'outils de planification et de gestion de budget, inspirations et tutoriels, communautés de futurs mariés pour partager son expérience, etc.

Les réseaux sociaux (Pinterest, Instagram, TikTok, YouTube) regorgent aussi d'idées de décoration, d'organisation, d'animations. Ces canaux peuvent à la fois être des outils et des concurrents pour les *wedding planners*.

Pour en savoir plus :

- ABC SALLES. « [19 applications à connaître pour organiser son mariage sereinement](#) », rubrique en ligne.
- COSMOPOLITAN. « [Les meilleurs comptes Instagram mariage à suivre](#) », rubrique en ligne.
- FEMME ACTUELLE. « [Mariage : 20 comptes Instagram qui nous inspirent](#) », rubrique en ligne.

Les réseaux de franchise

Il existe une dizaine de réseaux de franchisés dans le secteur de l'organisation de mariage en France. Le droit d'entrée se situe entre 5 000 € et 10 000 €.

La franchise est un contrat par lequel une entreprise (le franchiseur) accorde à un commerçant (le franchisé) le droit d'exploiter son concept, sa marque et son savoir-faire. Le franchiseur sélectionne le franchisé sur la base de critères et lui impose toujours un droit d'entrée. En contrepartie, il s'engage à lui fournir des avantages en matière d'approvisionnement, de formation, de soutien et d'assistance.

La franchise accorde moins de liberté au *wedding planner*, mais peut lui permettre, selon les conditions du franchiseur, de se lancer plus facilement dans l'entrepreneuriat et de limiter le risque d'échec.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Bpifrance Création et la Fédération française de la franchise mettent à la disposition des porteurs de projet un **guide méthodologique** pour accompagner étape par étape le créateur d'entreprise en franchise.

Pour en savoir plus :

- ➔ OBJECTIF RÉUSSITE. « **Interview TV Élodie Villemus - Wedding Planner** », vidéo publiée le 07/01/2020.
- ➔ WEDDING DIVAN. « **Ouvrir une franchise dans le mariage avec Méliissa Wilpotte** », podcast diffusé le 07/09/2023.

Les autres professionnels du secteur du mariage

Certains prestataires sollicités à l'occasion des mariages (loueurs de salles de réception, traiteurs, etc.) proposent à leurs clients de prendre en charge l'organisation de leur événement. La plupart du temps, ils n'ont cependant pas le savoir-faire polyvalent du *wedding planner*.

Les entreprises de l'événementiel

Certaines agences d'événementiel professionnel (séminaires, conventions, salons, lancements de produit, etc.) proposent également des prestations pour les particuliers.

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFIP) du ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La base de données publiques en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le Pôle de ressources et d'information sur le monde de l'entreprise (**Prisme**), de la Bibliothèque nationale de France (BNF), permet de consulter – sur place uniquement – des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers.
- La plateforme « **Créer, reprendre** » de l'Union des entreprises de proximité (U2P) permet d'analyser, pour de nombreux métiers, la concurrence déjà installée ainsi que le potentiel économique, dans les différentes communes de France ; elle indique la présence d'écoles, de commerces, d'équipements sportifs ou culturels et offre la possibilité de recevoir par courriel la synthèse de cette première étude de marché gratuite. L'ensemble des informations provient de la compilation de jeux de données publiques en accès libre.

Communication

Communication digitale

Une des principales clés du développement de l'activité du *wedding planner* se trouve dans la visibilité de son offre sur les canaux digitaux. Selon l'Assocem, il est même possible de s'appuyer exclusivement sur une communication digitale pour développer sa clientèle.

En effet, 57 % des *wedding planners* indiquent qu'ils ont acquis la majorité de leur clientèle *via* Internet, canal privilégié des futurs mariés pour s'informer, chercher des inspirations et prendre contact avec des prestataires : 94 % des couples cherchent des idées sur Internet et 63 % cherchent leurs prestataires en ligne. Les couples sont aussi de plus en plus nombreux à se fier aux commentaires des clients en ligne et des influenceurs et créateurs de contenu pour vérifier la qualité du service.

Si le *wedding planner* crée et administre lui-même ses plateformes (comptes sur les réseaux sociaux, site Internet en propre ou d'intermédiation), la démarche peut ne pas nécessiter d'investissement particulier, sauf en temps.

Le site Internet

Votre site doit donner les informations nécessaires pour inciter l'utilisateur à vous contacter. Il s'agit donc de :

- vous présenter et indiquer vos compétences par la mise en avant de vos expériences. Racontez votre parcours en mettant en valeur votre formation, votre vision du métier. Comme dans toute démarche de communication, le *storytelling* (raconter une histoire crédible) est important ;
- détailler vos services, votre « plus », votre différence par rapport aux autres offres ;
- afficher des photos et vidéos de qualité des prestations que vous avez réalisées. Lors du lancement de votre activité, à défaut de portfolio, créez une page d'inspirations représentant le type de mariages que vous voulez proposer. Évitez pour cela d'utiliser des visuels de banques d'image. Réalisez plutôt des photos/vidéos des mariages de vos proches auxquels vous avez contribué (décoration, animation, organisation) ou bien préparez tout simplement une scénographie chez vous (arrangement floral, table dressée) et prenez des photos de détails ;
- publier des conseils, des anecdotes, des remerciements, des témoignages de clients ;
- ajouter des fonctions pour pouvoir déposer une question ou une demande, être recontacté, ou mieux, prendre rendez-vous ;
- publier des contenus gratuits ou payants : livres blancs, tutoriels décoration et organisation. Pour les télécharger, l'utilisateur fournira son courriel, qui viendra grossir votre base de prospects.

Dès sa conception, travaillez sur le **référencement** de votre site et de ses contenus en général (vidéos, articles, visuels) pour que celui-ci arrive en tête des résultats sur les moteurs de recherche des navigateurs. Une tâche indispensable que vous pouvez confier à un prestataire spécialisé en référencement naturel ou *search engine optimization* (SEO).

Si vous travaillez à l'international ou si vous organisez des mariages d'étrangers en France, proposez des versions de votre site en plusieurs langues.

L'emailing

Les courriels de prospection pour proposer vos services sont à diffuser à tout votre réseau, aux prestataires du secteur du mariage, aux contacts dont vous aurez obtenu les courriels *via* votre site Internet ou vos réseaux sociaux. Dans votre texte, mettez en avant vos services, votre expérience, la clientèle à laquelle vous vous adressez, votre réseau de prestataires.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La newsletter

Si vous aimez prendre la plume, vous pouvez éditer une newsletter qui permet de vous rappeler au bon souvenir des prospects, mais aussi des professionnels du mariage et des ex-clients à des fins de recommandation. Mettez en avant vos dernières réalisations et vos actualités.

Le blog

Par la multiplicité des sujets abordés et la fréquence de publication, un blog est souvent mieux référencé sur les moteurs de recherche qu'un site Internet et peut générer 73 % de prospects en plus. Vous pouvez y publier des contenus plus étoffés que sur les réseaux sociaux : articles, reportages détaillés sur les mariages sur lesquels vous avez travaillé, conseils, tutoriels, guides. Pensez aussi à créer des podcasts.

Les réseaux sociaux

Pour un *wedding planner*, être présent sur les réseaux sociaux est incontournable. Ces médias permettent de mettre un visage, une voix sur la personne, d'humaniser le contact et de renforcer votre crédibilité.

« Instagrammable » par excellence, l'univers du mariage est facile à mettre en valeur en photo et en vidéo (sur Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, X, Pinterest, YouTube). Avec l'accord de vos clients, prenez de beaux clichés de ce qui a fait l'objet de vos prestations : lieu de réception, décoration, animations, papeterie, etc.

Outre les visuels, vous pouvez aussi publier des articles en rapport avec le mariage, des conseils, des tutoriels. N'hésitez pas à vous exposer, c'est ce qui vous rend unique : parlez de vous, de votre personnalité, de vos valeurs, de votre vision du métier. Les réseaux sociaux permettent de créer un sentiment de proximité, profitez-en. Divertissez vos abonnés, notamment sur TikTok : publiez des vidéos des coulisses de votre travail, faites des sondages, partagez des blagues, des gifs.

Encouragez aussi vos clients à vous identifier sur leurs propres publications liées à leur événement, pour accroître votre visibilité auprès de leurs réseaux.

Ne négligez pas les réseaux sociaux professionnels tels que LinkedIn : votre photo, votre profil détaillant votre expérience et d'éventuelles recommandations de vos pairs contribuent à asseoir votre crédibilité.

Pour élargir votre visibilité, rédigez aussi des commentaires sur les comptes de prestataires du secteur du mariage.

Si vous travaillez à l'international, ouvrez des comptes en anglais également.

La publicité digitale

Vous pouvez publier des *posts* payants sur les réseaux sociaux (*social selling*) : 61 % des *wedding planners* déclarent avoir élargi leur clientèle grâce à la publicité sur les réseaux sociaux.

Source : MARIAGES.NET. « [Le livre blanc du mariage](#) », étude publiée en mai 2023.

Les annuaires en ligne

Inscrivez-vous sur les services Web permettant de présenter votre activité, par exemple les annuaires des organismes professionnels, ou encore les [Pages jaunes](#), Trustpilot ou Mappy, et créez la page de votre entreprise sur [Google \(fiche d'établissement\)](#). Il vous suffit d'indiquer adresse et numéro de téléphone et de rédiger une description détaillée de votre activité. Les clients peuvent déposer des avis sur votre fiche et vous mettre une note de 1 à 5 étoiles. Si les avis sont positifs, c'est un bel avantage sur la concurrence. Répondez toujours aux avis clients.

Vous pouvez aussi encourager vos clients satisfaits à laisser un avis positif.

Plus spécifiquement, le site [Mariages.net](#) répertorie de très nombreux prestataires du secteur du mariage, dont les *wedding planners*.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment référencer son entreprise sur Google ?](#) » rubrique en ligne.
- FRANCE NUM. « [Guides et conseils](#) », rubrique en ligne. Elle comporte des fiches pratiques sur la transformation numérique des TPE et PME et des témoignages d'entreprises qui sont passés au numérique.
- WEDDING DIVAN. « [Les clés du référencement naturel ou SEO pour les pros du mariage par Charlotte - Le labo du rédacteur Web](#) », podcast diffusé le 16/05/2024.

GESTION D'UN FICHIER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel (DACP) qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du Règlement général sur la protection des données (RGPD) visant à la protection de la vie privée.

De plus, le consentement de la personne est systématiquement requis pour réaliser de la prospection commerciale par courriel. Ce consentement doit être libre, spécifique, éclairé et univoque.

Il y a également une obligation de suppression des données à caractère personnel après la fin de leur durée légale de conservation ou trois ans sans aucun contact entre le client et l'entreprise. La gestion de ces données est à consigner dans un registre de protection des données.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Me mettre en conformité avec le RGPD \(Cnil\)](#) », rubrique en ligne.
- COMMISSION NATIONALE DE L'INFORMATIQUE ET DES LIBERTÉS. « [Conformité RGPD : comment recueillir le consentement des personnes ?](#) », rubrique publiée le 03/08/2018.
- COMMISSION NATIONALE DE L'INFORMATIQUE ET DES LIBERTÉS. « [RGPD : par où commencer](#) », rubrique en ligne.

Autres moyens de communication

La publicité imprimée

Le matériel promotionnel sur papier est utile : cartes de visite, brochures ou prospectus, sur papier de qualité, avec un logo original qui vous démarque, les pictogrammes des réseaux où vous êtes présent, et un QR Code vers votre site/blog. Distribuez-les à votre entourage, aux mairies, aux prestataires ou dans les commerces de robes de mariée/costumes.

Acheter des espaces publicitaires dans les annuaires municipaux, les bulletins d'information ou les magazines locaux peut aussi se révéler efficace, car vos futurs clients cherchent un *wedding planner* proche de chez eux.

Les plateformes d'intermédiation

Elles mettent en relation les consultants du mariage (*wedding planners*, *designers* ou *celebrants*) et les futurs mariés. Les consultants remplissent une fiche mettant en avant leur expérience, leur parcours et les services qu'ils proposent. Comme sur votre site, n'hésitez pas à raconter votre parcours et votre

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

vision des événements que vous organisez. Ajoutez une photo de profil de qualité. Les futurs clients remplissent un formulaire décrivant leur projet, parcourent la liste des prestataires et entrent directement en contact avec eux.

Les salons professionnels et événements

Visiter les salons dédiés au secteur du mariage ou à l'entrepreneuriat en général est une bonne occasion de compléter vos connaissances, d'étendre votre réseau, de rencontrer des prestataires et des organismes professionnels qui pourront vous conseiller dans votre activité entrepreneuriale, voire la relayer auprès de leurs membres.

En revanche, à moins de démarrer votre activité avec plus de 5 000 €, ce qui vous permettra de chercher des clients sur un salon départemental ou régional, le budget nécessaire à la location d'un emplacement est élevé et difficile à rentabiliser. En effet, les futurs mariés visitant les salons ont en général déjà démarré les préparatifs du mariage, et n'en sont plus à rechercher un *wedding planner* pour l'organiser.

Les clubs d'entrepreneurs

Faire des rencontres, recevoir des conseils, éviter l'isolement, nourrir le bouche-à-oreille : être membre de réseaux d'affaires ou de clubs d'entrepreneurs est un excellent moyen de vous faire connaître et de développer votre activité en réseautant.

Soyez à l'affût des événements que ces réseaux organisent (conférences, ateliers, *afterworks*, réunions d'information), ainsi que de ceux proposés, entre autres, par :

- les **pépinières** et les **couveuses d'entreprise** ;
- les chambres consulaires (CMA et CCI) ;
- les espaces de *coworking*.

Les formations

Suivre des formations est un bon moyen pour rencontrer d'autres professionnels du secteur du mariage et réseauter.

Les relations presse

Rédigez et envoyez des publications (communiqués, articles, reportages photo sur les mariages que vous organisez) à la presse ou à des auteurs de blogs (français ou étrangers, si vous travaillez à l'international) : ces supports de communication renforcent votre notoriété. Vous pouvez même faire appel aux services d'une agence de communication pour apparaître dans les médias (presse, TV, radio, podcast).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Comment communiquer efficacement sans budget ?** », rubrique en ligne.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Prévoir la communication à mettre en place pour se faire connaître** », rubrique en ligne.
- ➔ INTERNATIONAL WEDDING INSTITUTE. « **Wedding entrepreneur-e : comment trouver (et convaincre) ses premiers clients ?** », article publié le 13/12/2018.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

Recrutement et formation d'équipe

Selon l'étude menée par l'Assocem en octobre 2024, la grande majorité des *wedding planners* exercent seuls. Seulement 13 % des entreprises du secteur comptent 2 personnes, et 3 % en comptent 4 ou plus. Selon les types d'événement, le *wedding planner* peut avoir besoin de constituer une équipe. Il peut embaucher des stagiaires ou des apprentis. Le jour du mariage, il peut aussi se faire aider par des confrères travaillant en marque blanche. Enfin, il peut employer des amis ou des membres de sa famille grâce au Titre emploi service entreprise (Tese).

Source : ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « Le marché des wedding planners, designers et celebrants », étude réalisée en octobre 2024, à paraître en 2025.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Le titre emploi service entreprise \(Tese\), un dispositif pour alléger les formalités liées à l'emploi de salariés](#) », rubrique en ligne.
- URSSAF. « [Qu'est-ce que le titre emploi service entreprise ?](#) », rubrique en ligne.

Formation

Aucun diplôme n'est requis pour exercer la profession de *wedding planner*. Il n'existe qu'une formation reconnue d'État aux côtés d'enseignements dispensés par des écoles privées.

L'École de formation aux métiers du mariage ([EFMM](#)), école reconnue d'État en France, est le seul établissement délivrant le titre RNCP niveau 5 « organisateur de mariage ». Elle propose des formations en présentiel (Paris, Lyon, Bordeaux, Nantes, Aix-en-Provence, Strasbourg, Martinique) et en distanciel. Elle compte 3 formations métier (*wedding planner*, *wedding designer* et *wedding celebrant*) et 8 *workshops* de perfectionnement.

Des organisateurs de mariage et des écoles privées dispensent des formations courtes (quelques mois) et payantes :

- la [Wedding Academy](#) forme aux métiers de l'événementiel, du mariage et du design à Paris, Toulouse et à distance ;
- l'[International Wedding Institute](#) propose des formations à distance ;
- l'[école Tunon](#) propose un bachelor « RP et événementiel » (dans différentes villes françaises et à Genève) ;
- l'école [J'organise mon mariage](#) propose différentes formations (*wedding planner*, officiant de cérémonie laïque, *wedding déco*, *wedding planner* à distance, carnet de tendances mariage, etc.) assurées par une *wedding planner*, à Enghien-les-Bains (95).

Il peut être judicieux pour les *wedding planners* souhaitant s'adresser à une clientèle étrangère, ou proposant des mariages à l'étranger, de suivre des formations de *wedding planner* en langue étrangère.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Convention collective

Voici les conventions collectives nationales applicables en fonction du code APE attribué à l'activité du *wedding planner* :

- **56.21Z** « Services des traiteurs » : la [Convention collective nationale des hôtels, cafés restaurants \(HCR\)](#) du 30 avril 1997 (IDCC 1979) est applicable ;
- **82.30Z** « Organisation de foires, salons professionnels et congrès » : la [Convention collective nationale des bureaux d'études techniques, des cabinets d'ingénieurs-conseils et des sociétés de conseils](#) du 16 juillet 2021 (avenant n° 46 du 16 juillet 2021 – IDCC 1486) est applicable.

Pour en savoir plus :

- ➔ MINISTÈRE DU TRAVAIL, DE LA SANTÉ ET DES SOLIDARITÉS. « [Conventions collectives : nomenclatures](#) », rubrique publiée le 05/07/2024.

Locaux

La plupart des *wedding planners* travaillent de chez eux, mais il existe des restrictions à l'exercice de l'activité à son domicile.

Certains louent des bureaux ou un espace de *coworking*, d'autres se déplacent chez leurs clients, ce qui permet de mieux cerner leur personnalité, ou fixent un rendez-vous dans un lieu convivial (café, hôtel).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Domiciliation et exercice de l'activité chez soi](#) », rubrique en ligne.

Équipement – Investissement de départ

Combien faut-il pour se lancer ? Le budget peut inclure :

- un ordinateur, un smartphone, une connexion Internet, un appareil photo numérique, une imprimante ;
- des logiciels de gestion d'entreprise et de planification de projet ;
- la communication et le marketing (voir la rubrique « [Communication](#) » en partie 3). Il faut prévoir entre 3 000 € et 8 000 € ;
- une voiture personnelle, éventuellement floquée au nom et visuel de l'entreprise.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Facturation

Des missions partielles ou globales

Le *wedding planner* peut prendre en charge :

- l'organisation complète du mariage : c'est le cas le plus fréquent. Sur une période pouvant durer jusqu'à 18 mois, il se charge de toutes les étapes : sélection de lieux de réception, choix des prestataires, gestion du planning et du budget, *etc.* ;
- l'organisation de certaines étapes du mariage : recherche d'un lieu de réception, décoration, *etc.* ;
- la coordination de la fête le jour J seulement. Il s'assure alors du respect du planning fixé par les mariés, et gère les imprévus. Ce type de prestation est très en demande.

Certains *wedding planners* proposent d'autres prestations complémentaires comme la location de matériel, l'organisation de la demande en mariage, de la cérémonie laïque, du voyage de noces, *etc.*

Au lancement de votre activité, pour vous faire la main et créer votre portfolio, participez à l'organisation du mariage de membres de votre famille ou de vos amis, ayant convié peu d'invités.

Les tarifs des *wedding planners*

Parmi les *wedding planners* interrogés par l'Assocem en 2024 :

- 60 % organisent moins de 4 mariages par an, 25 % entre 5 et 9, et 16 % plus de 10 ;
- 77 % effectuent moins de 4 coordinations de mariage par an, 17 % en réalisent entre 5 et 9 et seulement 6 % plus de 10 ;
- la demande de coaching est limitée : près des deux tiers des *wedding planners* n'en font pas. Un quart en effectue entre 1 et 2, 6 % entre 3 et 4 et 7 % plus de 5.

La facturation des honoraires peut se faire au forfait et/ou sous forme de pourcentage. Voici quelques estimations fournies par l'Assocem :

- **facturation au forfait :**

- > pour une prestation d'organisation totale, la moyenne des honoraires est de 4 100 € TTC, ce qui équivaut à un tarif horaire de 30 €, pour 135 heures de travail. Les tarifs des agences spécialisées dans les mariages haut de gamme démarrent à 8 000 € TTC pour une prestation complète,
- > pour une coordination du jour J seulement, le tarif moyen est de 1 600 € TTC pour 47 heures de travail ;

- **facturation au pourcentage :** en moyenne, les honoraires des *wedding planners* vont de 10 % à 15 % du budget du mariage.

Le coaching requiert en moyenne 5,5 heures de travail pour un tarif horaire moyen de 135 € TTC.

Sources :

- ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « Le marché des wedding planners, designers et celebrants », étude réalisée en octobre 2024, à paraître en 2025.
- ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « [Livre blanc – Le métier de wedding planner](#) », document en ligne.
- ÉCOLE DE FORMATION AUX MÉTIERS DU MARIAGE. « [Quel est le salaire d'un wedding planner ?](#) », rubrique en ligne.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Les tarifs des wedding celebrants

La majorité des *wedding celebrants* effectuent avant tout des prestations de création de cérémonie avec office le jour J. La création d'une cérémonie requiert en moyenne 46 heures de travail pour un tarif moyen de 1 450 € TTC.

Le coaching de cérémonie requiert en moyenne 10 heures de travail pour des honoraires s'élevant en moyenne à 530 € TTC.

Source : ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « Le marché des wedding planners, designers et celebrants », étude réalisée en octobre 2024, à paraître en 2025.

Les tarifs des wedding designers

La majorité des prestations des *wedding designers* portent sur la décoration totale **avec fleurs**. La moitié des *wedding designers* effectue entre 1 et 5 prestations de décoration totale avec fleurs par an, 30 % en réalisent de 6 à 12, et environ 20 % plus de 12. Cette prestation est facturée en moyenne 2 300 € TTC pour 61 heures de travail.

Par ailleurs, 70 % des *wedding designers* effectue entre 1 et 5 prestations de décoration totale **sans fleurs** par an. Près d'un quart en réalise de 6 à 12, et environ 7 % plus de 12. Ces prestations requièrent en moyenne 55 heures de travail pour 1 660 € TTC d'honoraires.

Source : ASSOCIATION DES CONSULTANTS EN MARIAGE. « Le marché des wedding planners, designers et celebrants », étude réalisée en octobre 2024, à paraître en 2025.

Financement – Aides spécifiques

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans les rubriques « [Comment financer sa future entreprise ?](#) » et « [Panorama des financements destinés aux créateurs d'entreprises](#) » du site.

Les aides à la création ou à la reprise d'entreprise sont décrites dans les rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) » et « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) ».

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Règles et usages de l'activité

Le métier de *wedding planner* n'étant pas réglementé, il n'existe pas de contraintes particulières pour l'exercer.

À noter : l'organisateur de mariage ne peut pas réserver un hôtel, car il jouerait alors le rôle d'un agent de voyage, métier qui, lui, est réglementé.

Le droit de rétractation

Si vous avez conclu un contrat à distance/hors établissement avec votre client, celui-ci bénéficie d'un droit de rétractation d'une durée de 14 jours à compter de la signature du contrat. Vous êtes autorisé à demander des frais correspondants au travail réalisé avant la rétractation, à condition que votre client vous ait expressément demandé de commencer à travailler avant la fin de ce délai. Le montant de ces frais doit être stipulé dans le contrat que vous signez avec votre client.

Les normes de sécurité et d'accessibilité

Si vous possédez ou louez un local pour votre activité, les obligations relatives aux établissements recevant du public (ERP) doivent être respectées en termes :

- de **sécurité incendie** : des mesures de prévention et de sauvegarde propres à assurer la sécurité des personnes doivent être mises en place ;
- d'**accessibilité** : l'accès aux locaux, pour les personnes à mobilité réduite notamment, doit être assuré.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Quels locaux pour une jeune entreprise ?](#) », rubrique en ligne. Voir en particulier la rubrique « Les établissements recevant du public ».

L'assurance en responsabilité civile professionnelle

La RC pro n'est pas obligatoire, mais il est prudent d'y souscrire, car elle couvre les risques liés à votre activité, par exemple, en cas de vol ou détérioration de votre propre matériel.

Les assurances obligatoires en matière d'organisation d'événement

Toutes les manifestations nécessitent la souscription d'un contrat multirisque qui couvre bien souvent les éléments suivants :

- **un contrat de responsabilité civile organisateur (RCO)**, car les organisateurs d'événement peuvent être responsables des dommages occasionnés à des tiers lors de l'événement. Le contrat implique des garanties et services en fonction de l'événement dont :
 - > un volet RC exploitation qui couvre les dommages pouvant être causés dans le cadre de votre activité vis-à-vis des clients, tiers ou salariés,

> un volet RC employeur qui garantit les conséquences pécuniaires susceptibles de vous incomber en qualité d'employeur, soit tout dommage corporel, matériel et/ou immatériel consécutif causé à des préposés (salariés, apprentis, stagiaires ou généralement toute personne physique placée sous votre autorité à titre temporaire ou permanent) ;

- **un contrat d'assurance annulation** dans le cas où l'organisateur doit renoncer au maintien de l'événement ;
- **une garantie dommages aux biens** qui couvre les situations de vol, vandalisme, incendie, dégât des eaux ;
- **une garantie individuelle accident** qui peut couvrir les employés, dirigeants, bénévoles, participants en cas de rapatriement, nécessité d'un capital en cas d'accident corporel, décès, etc.

Statut de l'entrepreneur

L'activité de *wedding planner* est exercée sous forme commerciale, ce qui permet de facturer à la fois les honoraires et les prestations commerciales des fournisseurs du mariage lorsque celles-ci sont réglées par le *wedding planner*. L'entreprise est donc enregistrée au Registre du commerce et des sociétés (RCS).

IMMATRICULER VOTRE ENTREPRISE

Les formalités de création d'une entreprise (artisanale, commerciale, libérale et agricole) sont désormais centralisées *via* un guichet unique : elles sont à réaliser auprès du **Guichet des formalités d'entreprise** accessible en ligne sur le site de l'Inpi. Les données sont enregistrées dans un répertoire lui aussi unique, le Registre national des entreprises (RNE).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Le fonctionnement du guichet unique** », rubrique en ligne.
- ➔ ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. « **Le Registre national des entreprises (RNE) est l'unique organisme d'immatriculation au 1^{er} janvier 2023** », article publié le 30/11/2022.

Structure juridique

Le *wedding planner* peut exercer en entreprise individuelle (micro-entrepreneur, EURL) ou sous forme sociétaire (Sasu, SARL).

D'autres structures juridiques peuvent correspondre à votre situation : les couveuses d'entreprise et les sociétés de portage salarial.

RÈGLES DE LA PROFESSION

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Entreprendre autrement : coopératives d'activité, couveuses, sociétés de portage salarial](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Infographie : quel statut juridique choisir pour mon entreprise ?](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Quel statut juridique pour votre entreprise ?](#) », rubrique en ligne.

La couveuse d'entreprise

Intégrer une telle structure permet de se faire accompagner lors de la création de l'entreprise, tout en conservant son statut antérieur (salarié à temps partiel, demandeur d'emploi indemnisé) et ses droits sociaux. L'entrepreneur ne crée pas sa propre structure, il vend et facture ses services *via* le numéro Siret de la couveuse. Il est lié à celle-ci par un Contrat d'appui au projet d'entreprise ([Cape](#)). Il s'agit d'un contrat écrit d'une durée maximale de 12 mois, renouvelable deux fois, qui permet à l'entrepreneur de tester son activité et sa capacité à entreprendre.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment marchent les couveuses d'entreprise ?](#) », rubrique en ligne.

La société de portage salarial

De façon occasionnelle ou récurrente, le *wedding planner* peut effectuer ses missions par l'intermédiaire d'une société de portage. C'est elle qui facture le client puis rétrocède au *wedding planner* le montant sous forme de salaire, après déduction des cotisations sociales et d'une commission. Certaines sociétés exigeront que vous ne pratiquiez pas des tarifs en-deçà d'un montant qui leur permet d'assurer leur rentabilité.

Avec cette formule, c'est le *wedding planner* qui, comme un indépendant, définit les modalités de son offre de services ainsi que ses prix, tout en bénéficiant de la protection sociale d'un salarié : indemnités chômage, retraite, assurance maladie et complémentaire santé.

Par ailleurs, il est possible de cumuler l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE) avec des revenus issus d'une activité portée.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Recourir au portage salarial](#) », rubrique en ligne.

Régime fiscal – TVA

Le taux de TVA applicable aux services de l'organisateur de mariage est de 20 %.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [TVA](#) », rubrique en ligne.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Cela comporte de nombreux avantages, comme rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Les principaux organismes professionnels et fédérations

- **Association des consultants en mariage (Assocem)**

Cette association a été créée en 2011 par deux *wedding planners*. Ses objectifs sont : organiser la profession, présenter un réseau dynamique d'organisateurs de mariage solides et sérieux qui respectent la charte de déontologie, et être une source d'information, notamment auprès des futurs mariés et des personnes qui souhaitent se renseigner sur le métier. Elle propose des *afterworks* mensuels réservés aux membres, un séminaire annuel ouvert à tout *wedding planner*, etc.

Ouvrages, rapports et études

- BESSE Fabrice, TRANIER Claire, VENTURA Anne. « **Mariage green** », Eyrolles, ouvrage publié le 24/03/2021.
- BUONOMO Nessa. « **Un mariage qui vous ressemble** », Eyrolles, ouvrage publié le 24/05/2018.
- LA FAIREPARTERIE. « **Étude mariage 2024 : de leur rencontre aux péripéties du grand jour, les couples avouent tout !** », article publié le 28/03/2024.
- MARIAGES.NET. « **Rapport global sur le mariage 2023 : les tendances planétaires (et locales) à découvert** », rapport publié le 28/09/2023.
- MARIAGES.NET. « **Le livre blanc du mariage** », étude publiée en mai 2023.
- SOFINCO. « **Entre inflation et sobriété : quelle place pour les mariages écoresponsables ? Les Français et le budget mariage** », baromètre publié en février 2024. L'enquête a été réalisée par Opinionway.
- PLAZANET Fabiola. « **Préparer la plus belle des cérémonies laïques** », Jouvence, guide publié le 15/06/2022.
- PLAZANET Fabiola. « **Devenir wedding planner** », Wedding Bonne Fée, guide publié en septembre 2020.

Revue et médias

- **Albe éditions**, magazine en ligne et imprimé. Inspirations, interviews de mariés, adresses de prestataires, conseils, fiches outils, pages décoration, lieux de réception, voyages.
- **Mariée.fr**, conseils sur l'organisation du mariage, le budget, la réception, la robe de mariée, les prestataires ainsi que des inspirations. Le site publie une newsletter hebdomadaire. Vous pouvez vous inscrire dans le carnet d'adresses, acheter un emplacement publicitaire ou envoyer des informations pour du contenu rédactionnel.
- **Oui magazine**, magazine bimestriel imprimé, positionné haut de gamme (mode, beauté, décoration, style, tendances, voyages, conseils).

Blogs

- **Donne-moi ta main** : reportages, conseils, mise en avant possible par des *shootings* photo, inscription dans le carnet d'adresses et achat d'encarts publicitaires.
- **La mariée aux pieds nus** : sélection shopping, conseils, reportages mariages par style, mise en avant possible dans le carnet d'adresses, par des articles sponsorisés, des concours, des reportages photo, des voyages de presse, la couverture d'événements, des encarts publicitaires.
- **La mariée en colère** : organisation de mariage, reportages, témoignages, décoration, mode, prestataires, voyage de noces, bébé. Mise en avant possible *via* des articles sponsorisés, des bannières publicitaires, des publications sur mesure (*shootings* photo, publications sur les réseaux sociaux du blog).
- **La mariée enjouée** : conseils en préparation de mariage, sélection shopping, *shootings* d'inspiration, possibilité de partenariat.
- **Le blog de Madame C** : conseils, sélection shopping, mise en avant possible dans le carnet d'adresses.
- **Mademoiselle Dentelle** : blog d'une *wedding planner* présentant des inspirations, des guides pratiques, une boutique en ligne, mise en avant possible dans le carnet d'adresses.
- **Queen for a day** : reportages mariages, destinations et voyages de noces, carnet d'adresses.
- **Un beau jour** : inspirations, galerie photo, décoration, *do it yourself*, guide de l'organisation de mariage, boutique, reportages mariages, mise en avant possible *via* l'annuaire, un article sponsorisé et sur les réseaux sociaux du site.
- **Wedding entrepreneur** : blog dédié aux entrepreneurs du secteur du mariage. Conseils business, conseils terrain, témoignages de prestataires.

Podcasts

- **Dans la confiance**, créé par une animatrice de *do it yourself*. Ateliers créatifs pour les particuliers et les professionnels sur les thèmes de la décoration, des bijoux, de la customisation mode et du *nail art*. Interviews de jeunes mariés racontant l'histoire de leur mariage, des préparatifs jusqu'au jour J.
- **Wedding corner**, animé par une *wedding planner*. Conseils et inspirations à destination des futurs mariés.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

- **Wedding divan**, animé par une coach de professionnels du mariage et officiante de cérémonie. Interviews de prestataires du secteur du mariage (*wedding planner*, photographe, vidéaste, officiant, fleuriste, etc.).
- **Wedding podcast**, animé par un photographe et vidéaste. Conseils destinés aux professionnels du mariage et aux futurs mariés.

Cinéma

- KHERICI Reem. « **Jour J** », film sorti le 26/04/2017.
- NAKACHE Olivier, TOLEDANO Éric. « **Le sens de la fête** », film sorti le 04/10/2017.
- SHANKMAN Adam. « **Un mariage trop parfait** », film sorti le 03/07/2021.

Salons et événements

Événement professionnel

Le **séminaire de l'Assocem**, ouvert à tous les *wedding planners*, est organisé chaque année, généralement en novembre.

Salons grand public

Des salons dédiés au mariage ont lieu partout en France, tout au long de l'année. Vous en trouverez la liste sur de nombreux sites Web, notamment celui du **Journal des femmes**.

Annuaire

Le site du mariage et **Mariages.net** recensent de très nombreux prestataires, au nombre desquels les *wedding planners*.



<https://bpifrance-creation.fr>



<https://x.com/bpifrancecrea>



<https://linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-071-2