

# FairWay

Swing your way

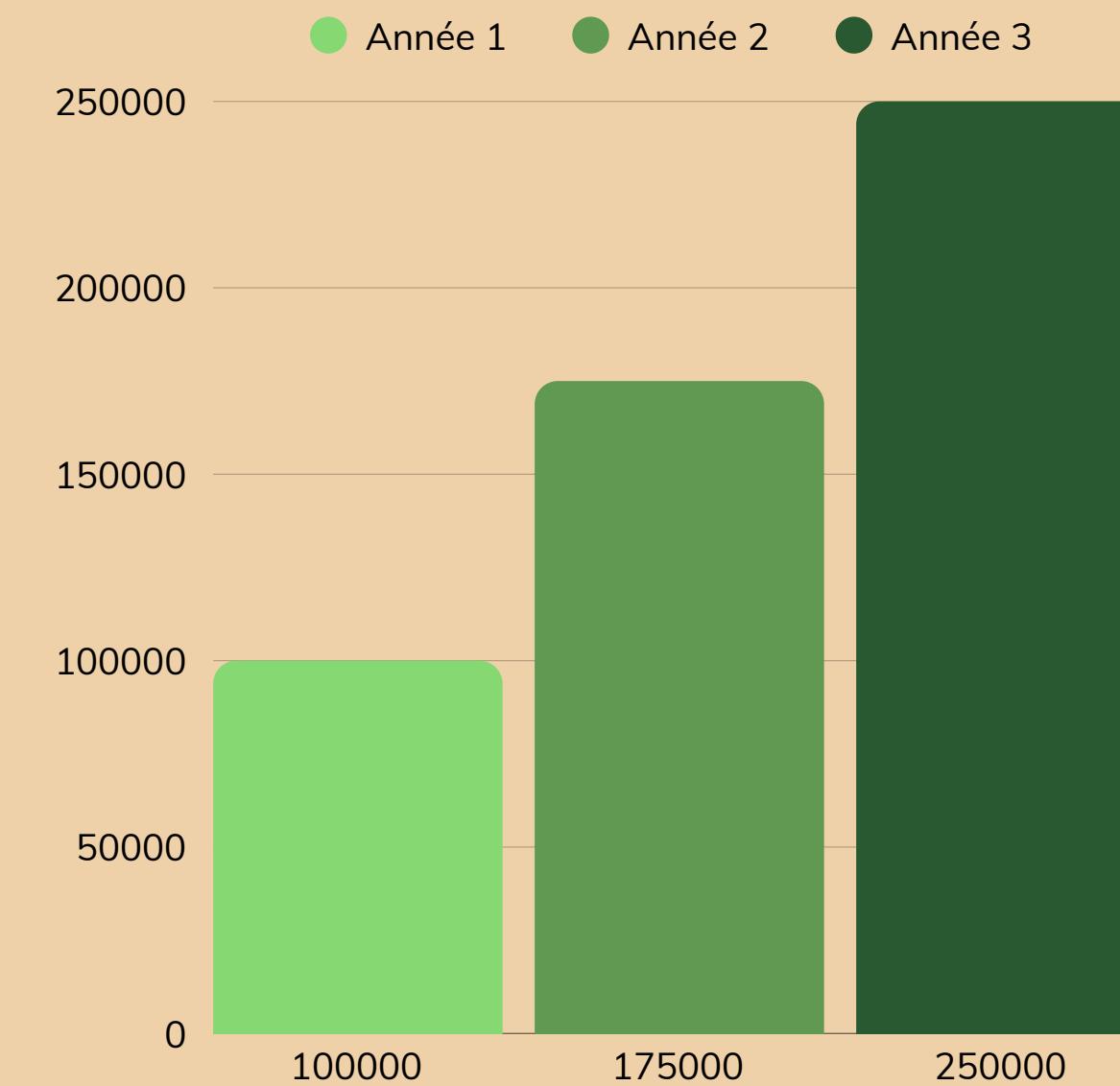


<b>8 PARTENAIRES CLÉS</b>	<b>7 ACTIVITÉS CLÉS</b>	<b>2 PROPOSITION DE VALEUR</b>	<b>4 RELATION CLIENT</b>	<b>1 SEGMENTS CLIENTS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marque et distributeurs : augmenter le revenu moyen par l'utilisation (ARPU).</li> <li>- Golfs / Clubs : Plutôt que de payer des publicités Facebooks chères, on va chercher des golfeurs là où il joue.</li> <li>- Les Partenaires Technologiques : Nous allons utiliser Mistral AI car c'est une solution française.</li> <li>- Coachs : les coachs vont pouvoir utiliser l'application pour leurs propres élèves.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maintenance : un sprint de 2 semaines pour développer des mises à jour.</li> <li>- Gestion de la Propriété Intellectuelle (IP Strategy).</li> <li>- Spécialisation IA et Fine-Tuning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des service de qualité</li> <li>- Une bonne expérience de client / expérience unique</li> <li>- Les prestataires de service / les propriétaires des espaces d'aventure.</li> <li>- Explorer de nouveaux endroit / aventure</li> <li>- Une facilité de réservation</li>   <li>- Centralisation : L'application centralise toute l'expérience du golf.</li> <li>- Innovation : Accompagnement personnalisé par IA (analyse de swing, coaching).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Service Automatisés : utilisation de l'IA pour aider les golfeurs.</li> <li>- Self-Service : réservation de parcours sur l'application et il peuvent acheter ou vendre des produits.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Démocratiser le golf pour le plus grand nombre.</li> <li>- Personne de 9 à 99 ans.</li> <li>- Golfeurs Connectés : Public premium, fidèle et solvable, déjà habitué aux outils digitaux.</li> <li>- Marché Cible (SAM) : 150 000 golfeurs connectés.</li> <li>- Cible Spécifique : Segment Passion Premium (justification du taux de conversion).</li> </ul>
	<b>6 RESSOURCES CLÉS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaboration Clé avec le Bleu Green. Un partenariat stratégique, qui assure un réseau de parcours. Une image de marque forte.</li> <li>- Système de paiement sécurisé.</li> <li>- Un réseau de fournisseur fiable pour l'approvisionnement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Social : Dimension sociale renforcée (matching, communautés).</li> <li>- Simplicité : Facilité de réservation</li> </ul>	<b>3 CANAUX</b> <p><u>Distribution :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- App Store</li> <li>- Site Web</li> <li>- Partenariat</li> </ul> <p><u>Communication:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réseaux sociaux</li> <li>- Marketing Digital</li> <li>- Relation Presse et médias</li> <li>- Évènement et Terrains</li> </ul>	

<b>9 STRUCTURE DE COÛTS</b>	<b>5 REVENUS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coût Fixes s'élève à 93 000€.</li> <li>- Coût variable annuel : impactés par les commissions des App Store (30% du CA), ce qui s'élève à 27 000€.</li> <li>- Intégrer rapidement des canaux de distribution direct (site web) pour contourner une commission de 30 % des plateformes.</li> <li>- Break-even : Seuil de rentabilité se situe à 127 400€ du chiffre d'affaires.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Abonnements modulaires</u> : proposition de 2 gamme d'abonnement : Plus à 6,99€/mois et Pro à 9,99€/mois.</li> <li>- <u>Commissions sur Ventes</u> : percevoir un pourcentage sur les ventes des produits via l'application, cela monétise l'audience.</li> <li>- <u>Partenariat Stratégiques avec Clubs</u> : établir des partenariats avec des clubs de golfs pour obtenir des tarifs, comme ça on peut générer des revenus grâce au réservation.</li> </ul>

# D Estimation du marché potentiel

- NOMBRE DE GOLFEUR EN FRANCE : 850 000 \*
- MARCHÉ CIBLE (SAM) : 150 000 GOLFEURS CONNECTÉS. \*
- PART DE MARCHÉ (SOM) : 5 % CAPTÉE 7 500 UTILISATEURS ACTIFS.
- CONVERSION PAYANTE : 35 % (TAUX JUSTIFIÉ PAR LE SEGMENT "PASSION PREMIUM") 2 625 ABONNÉS.
- RÉPARTITION DES ABONNEMENTS : 70 % PLUS (€6.99/MOIS) / 30 % PRO (€9.99/MOIS).
- PANIER MOYEN ANNUEL : 95 €.
- CA Annuel Cible (Année 3) : 249 000 € / an.



# Analyse du marché

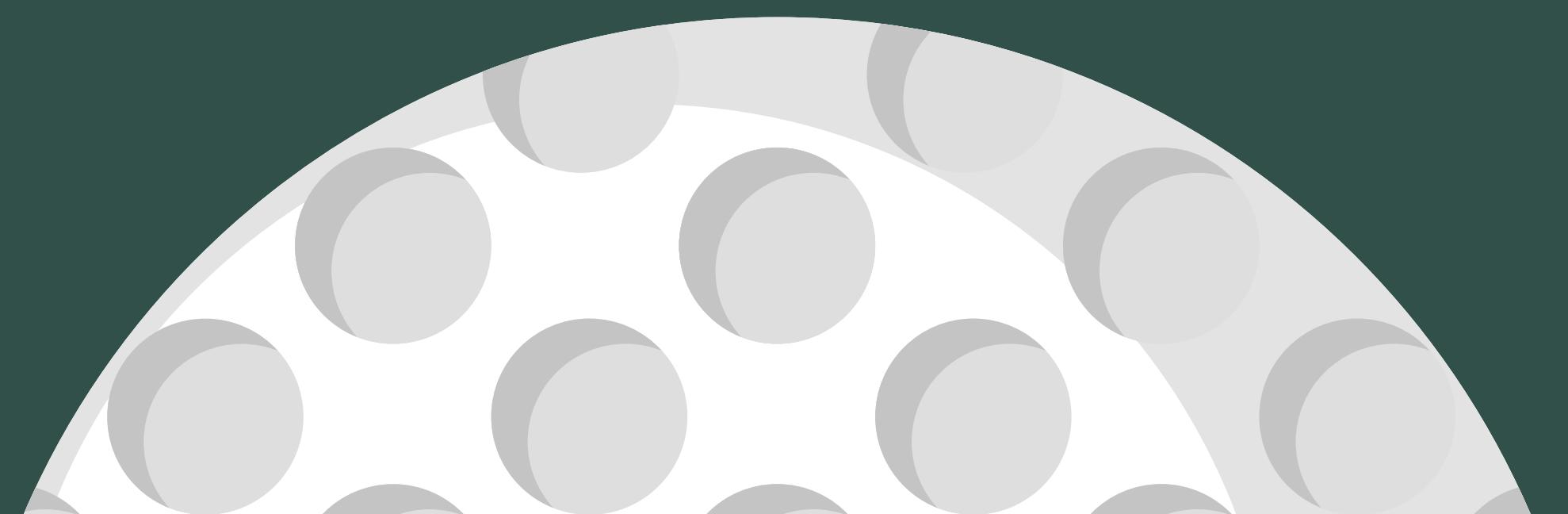
**S** Le marché du golf attire un public premium, fidèle et solvable, déjà habitué aux outils digitaux et aux technologies connectées.

**W** La taille du marché reste limitée et très concurrentielle, avec des utilisateurs exigeants sur la précision et l'expérience.

**O** La croissance post-Covid et l'essor de l'IA offrent de nouvelles possibilités de personnalisation et de partenariats avec les clubs.

**T** La saturation du modèle freemium et la concurrence des montres GPS ou grandes apps internationales peuvent freiner la conversion payante.

1. **Innovation technologique** : intégrer des outils d'IA et d'analyse de performance pour se différencier.
2. **Expérience utilisateur simple** : offrir une app précise, facile et fiable sur le parcours.
3. **Partenariats stratégiques** : collaborer avec clubs, coachs et marques pour gagner en crédibilité.
4. **Monétisation claire** : proposer des offres premium perçues comme utiles et accessibles.



## Menace des Nouveaux Entrants

### Nouveaux entrants – Moyenne

- Le développement technique est accessible, mais la crédibilité et la notoriété sont longues à construire.
- Les partenariats clubs et pros deviennent une barrière à l'entrée.

## Pouvoir de Négociation des Fournisseurs

### 4. Pouvoir des fournisseurs – Faible à moyen

Les données GPS et services cloud sont essentiels mais interchangeables.

Le risque fournisseur reste maitrisable.

Ces acteurs ont des millions d'utilisateurs et une antériorité forte.

- Hole19 : leader sur l'aspect communautaire et GPS gratuit.
- Golfshot : Plonnier, très fort sur la Réalité Augmentée (AR) sur le parcours.
- HelloBirdie : il se limite à l'optimisation mathématique du parcours (aide à la décision)

## Pouvoir de Négociation des Clients

### 3. Pouvoir des clients – Fort

Les golfeurs ont beaucoup d'alternatives gratuites. Le succès dépendra de la valeur perçue et de la fidélisation.

## Menace des Produits de Substitution

### 5. Produits de substitution – Moyenne à forte

- Montres GPS, coachs physiques ou applis gratuites peuvent remplacer l'app.

Il faut offrir une valeur unique : IA, statistiques, communauté.

### (+1) Contraintes Réglementaires Des Pouvoirs Publics

### Concurrence directe – Forte

- Le marché est déjà dominé par des apps comme Hole19 ou Golfshot.
- Il faut se différencier par l'innovation, la précision et une UX premium.

# Valeur Ajoutée

## L'application qui centralise toute l'expérience du Golf avec un accompagnement personnalisé par IA

- Centralisation complète : toutes les réservations, rencontres, gestion des scores et coaching regroupés en un seul endroit.
- Intelligence artificielle pour la performance et le coaching : analyse du jeu à travers des données GPS, les mouvements de swing et des statistiques. Coaching personnalisé basé sur les forces et faiblesses de chaque joueur, avec des suggestions d'exercices et de parcours adaptés.
- Dimension sociale renforcée : possibilité de trouver des partenaires de jeu correspondant à son niveau et à sa disponibilité. Intégration d'une messagerie et de communautés de golfeurs, ainsi que l'organisation de parties, compétitions et événements communautaires.
- Marketplace intégrée : fonctionnalités d'achat et de revente, avec des espaces dédiés aux marques et aux professionnels.
- Écosystème intelligent et personnalisé : adaptation aux joueurs en fonction de leur progression et de leurs préférences, accompagnée de notifications intelligentes concernant la disponibilité des parcours et des conseils adaptés.

# Les Differents Canaux

## Canaux de distribution

- App Stores  
Google play et Apple App Store:  
principaux points d'accès.  
  
Offres freemium  
version gratuite + version premium (abonnement  
mensuel)
- Site Web Officiel  
Page de présentation claire avec une landing page de  
conversion:  
vidéos démonstratives/ témoignages/ liens directs vers  
le téléchargements
- Partenariats  
Clubs de golfs et académies : installations de bornes et  
de QR code dans les clubs, offres d'essai pour les  
membres
- Marques d'équipements: intégrations d'offres croisées  
ou de contenu sponsorisé

## Canaux de communications

- Réseaux sociaux  
Instagram/ Tiktok : Vidéos comparatives avant/après  
avec IA, mini tutoriel  
  
Youtube: contenus éducatifs et démonstrations  
(analyse de swings, conseil de pros)
- LinkedIn : Positionnement tech + sport pour le public  
professionnels, coachs et investisseurs
- Facebook: communautés et échanges entre golfeurs
- Marketing Digital  
Publicité ciblés (Meta/google ads)  
SEO / SEM : contenu pour améliorer son swing ; coach  
en ligne et IA; etc
- Relations Presse et médias  
Articles dans des magazines de golf et tech :  
Golf magazine, Golf Digest, Journal du golf
- Participations à des podcasts sportifs et émissions  
spécialisées
- Événements & Terrains  
Démonstrations live dans des clubs  
Sponsoring de tournois amateurs  
Stands dans des salons sportifs ou foires de  
technologie

# EXPÉRIENCE CLIENT

Pour démocratiser le golf notre relation client sera principalement digitale et automatisée tout en créant un sentiment d'appartenance

## Services Automatisés

il s'agit d'une relation digitalisée avec une personnalisation forte grâce à l'IA.

### Application pour Fairway :

- L'IA qui analyse le mouvement (swing) et conseille le club agit comme un "coach virtuel".
- Le client a l'impression d'une attention personnelle.
- Avantage : Cela permet d'offrir un service de coaching (habituellement cher/premium) à un coût très faible pour l'utilisateur .

## Self-Service

Pour la partie logistique et transactionnelle.  
Le client veut de l'autonomie et de la rapidité .

### Application pour Fairway :

- Réservation de parcours : Le golfeur réserve son green fee tout seul via l'app, sans appeler le golf.
- Marketplace (Achat/Vente) : La mise en vente et l'achat de matériel se font en autonomie via l'interface.

## Communautés

Pour la fidélisation et l'aspect social.  
Le golf est un sport social, mais il peut être intimidant. La communauté permet de créer de la confiance et de l'engagement .

### Application pour Fairway :

- Trouver des partenaires : La fonctionnalité de "matching" crée des liens entre les utilisateurs.
- Forums/Avis : Les utilisateurs échangent sur le matériel ou notent les parcours.
- Objectif : Transformer des utilisateurs isolés en une tribu de passionnés, ce qui augmente la rétention.

# Flux de revenu

Scénario	Segment client	Type de revenu	Hypothèse prix (€)	Unité de Prix	Volume Annuel	Revenu Annuel (€)
Conservateur	Golfeurs (B2C)	Abonnements Plus	6,99	€/mois	600	4 194,00
Conservateur	Golfeurs (B2C)	Abonnements Pro	9,99	€/mois	120	1 198,80
Conservateur	Fournisseurs (B2B)	Commissions sur ventes	5	€/transaction	100	500
Conservateur	Clubs de golf (B2B)	Partenariats stratégiques	5	€/réservation	500	2 500,00
Conservateur	<b>TOTAL</b>					<b>8 392</b>
Raisonnables	Golfeurs (B2C)	Abonnements Plus	6,99	€/mois	2 400	16 776,00
Raisonnables	Golfeurs (B2C)	Abonnements Pro	9,99	€/mois	600	5 994,00
Raisonnables	Fournisseurs (B2B)	Commissions sur ventes	5	€/transaction	500	2 500,00
Raisonnables	Clubs de golf (B2B)	Partenariats stratégiques	5	€/réservation	2 500	12 500,00
Raisonnables	<b>TOTAL</b>					<b>37 770</b>
Ambitieux	Golfeurs (B2C)	Abonnements Plus	6,99	€/mois	12 000	83 880,00
Ambitieux	Golfeurs (B2C)	Abonnements Pro	9,99	€/mois	3 600	35 964,00
Ambitieux	Fournisseurs (B2B)	Commissions sur ventes	5	€/transaction	2 000	10 000,00
Ambitieux	Clubs de golf (B2B)	Partenariats stratégiques	5	€/réservation	10 000	50 000,00
Ambitieux	<b>TOTAL</b>					<b>179 844</b>

# De quelles ressources clés avez-vous besoin ?

## 1. Ressources Physiques (Indispensables)

- Infrastructure technologique & Serveurs Cloud
- Système de Paiement Sécurisé
- Accès au Réseau de Parcours

## 2. Ressources Intellectuelles (Différenciantes)

- Algorithmes d'IA de Coaching Personnalisé
- Base de Données Propriétaire
- Image de Marque Forte

## 3. Ressources Humaines (Indispensables)

- 3 Pôles de Compétences Clés :
  - Tech & Data
  - Marketing & Brand
  - Business Development

## 4. Ressources Financières (Coûteuses)

- Budget de Maintenance & Développement (Burn Rate)
- Coûts variables de distribution

# Les activités clefs de notre entreprise

## MAINTENANCE, ÉVOLUTION & QUALITÉ

Cycle de Développement Agile : Organisation en sprints de 2 semaines pour déployer des mises à jour rapides, intégrer les feedbacks utilisateurs et corriger les bugs critiques en temps réel. Objectif : Zéro friction pour l'utilisateur Premium.

Scalabilité de l'Infrastructure : Gestion et optimisation des serveurs pour supporter la montée en charge progressive et la gestion des données lourdes .

## ÉCOSYSTÈME, PLATEFORME & DÉFENSE

Pilotage & Sécurisation de la Marketplace : Modération humaine et algorithmique des annonces. Nous agissons comme Tiers de Confiance pour légitimer nos commissions sur les ventes de matériel.

Activation Technique des Partenariats B2B : Développement et maintenance des connecteurs API avec les réseaux de golfs (ex: Blue Green) pour intégrer la réservation de Green-Fees directement dans l'application.

Gestion de la Propriété Intellectuelle (IP Strategy) : Identification systématique des innovations brevetables et dépôt de brevets pour ériger des barrières à l'entrée face à la concurrence technologique.

## PRODUCTION TECHNOLOGIQUE

Spécialisation IA & Fine-Tuning (Modèle DeepSeek) : Intégration stratégique du LLM Open Source DeepSeek pour réduire les coûts de R&D (CAPEX). Entraînement spécifique ("Fine-tuning") sur nos datasets propriétaires de biomécanique et règles de golf pour transformer une IA généraliste en coach expert.

Développement Computer Vision : Ingénierie des algorithmes de vision par ordinateur pour convertir les flux vidéo des utilisateurs en données métriques (angles, vitesse), rendant l'analyse de swing automatisée et précise.

Alimentation Continue des Algorithmes : Mise en place d'une boucle d'apprentissage (Data Flywheel) : chaque swing analysé enrichit la base de données, affinant la précision des conseils pour verrouiller l'avantage concurrentiel.

# Qui sont nos partenaires clefs

## Marques et Distributeurs

Augmentation de la valeur client (Life Time Value) sans gestion de stock.

Passer d'un ARPU de 95 € (abo) à ~125 € grâce aux commissions sur ventes.

Recommandation contextuelle par l'IA  
Focus sur le marché de la Seconde Main (Golfbidder, etc.) en pleine croissance et aligné avec le pouvoir d'achat de la cible jeune.

## Les Partenaires Technologiques

Année 1 (Économie) : Utilisation massive des programmes startups (Google/AWS) pour annuler les coûts serveurs et préserver la trésorerie.

Année 3 (Valorisation) : Partenariat avec un Laboratoire de Sciences du Sport pour développer une brique technologique propriétaire d'analyse de mouvement, créant une barrière à l'entrée technologique forte pour la revente ou la levée de fonds.

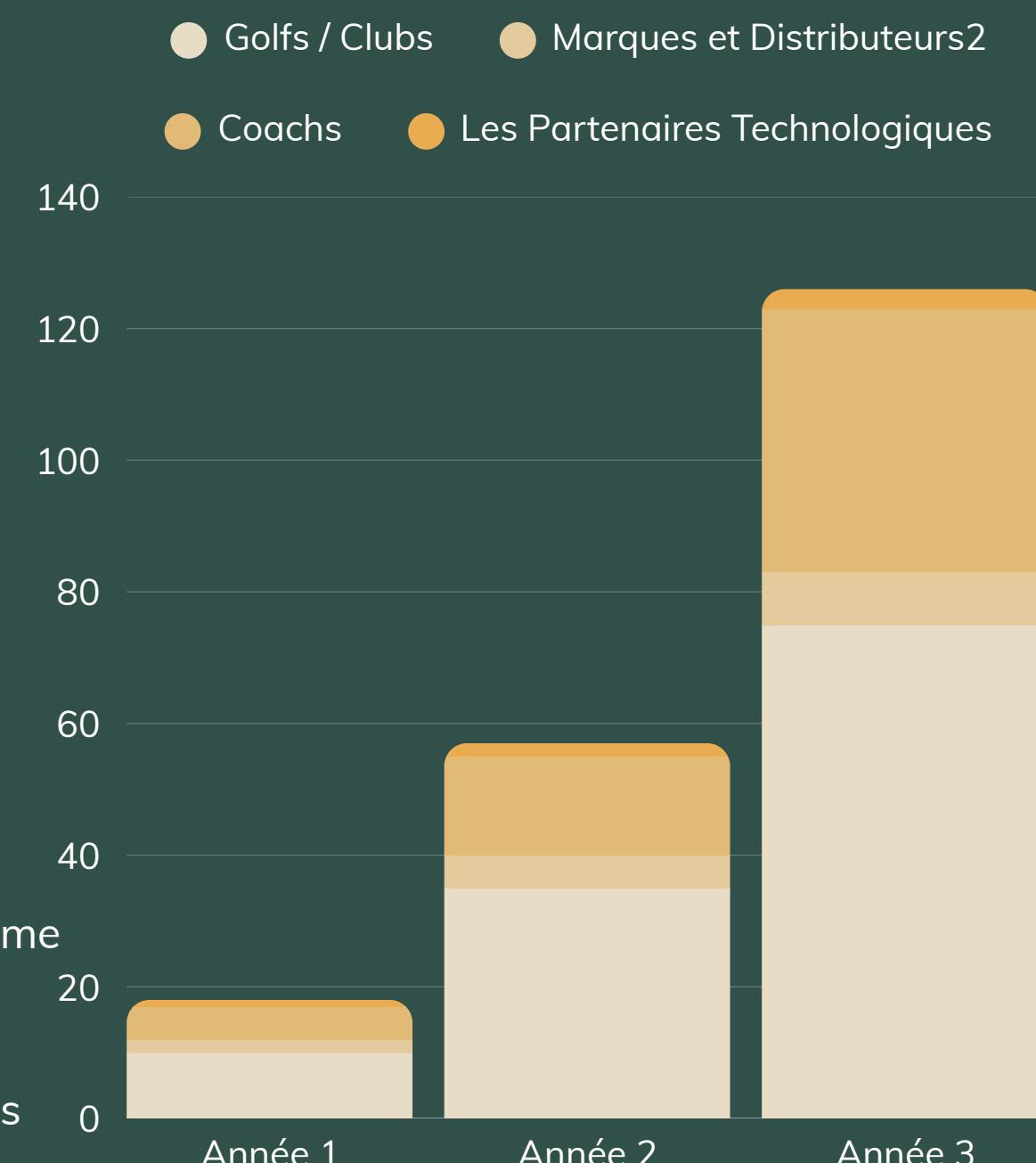
## Golfs / Clubs

Nous transformons les infrastructures physiques en canal d'acquisition digital.  
Mécanique : Installation de bornes interactives et QR codes sur les cartes de scores physiques dans 75 golfs cibles (Année 3).  
Gagnant-Gagnant : Le golf modernise son image et attire notre cible jeune ; nous accédons à une audience captive sans dépenser de budget média (Ads).  
Objectif : Capter 10 % du parc français pour sécuriser le volume d'utilisateurs nécessaire au Business Model.

## Coachs

Rôle Technique : Ils entraînent et valident l'algorithme (Data Labeling) pour garantir la pertinence des conseils "IA".  
Rôle Commercial : Ils agissent comme prescripteurs de confiance auprès de leurs élèves.  
Sécurisation : Contrats d'ambassadeurs avec exclusivité numérique pour protéger nos actifs pédagogiques.

Une progression chiffrée sur 3 ans



# Quelle est notre structure de coûts

## Break-even

Le seuil de rentabilité se situe à 127 400 € de chiffre d'affaires. Selon notre courbe de croissance, nous atteindrons ce rythme mensuel au 14ème mois (Février de l'Année 2). C'est à partir de cette date que l'entreprise commence à générer du bénéfice net

## Besoin de financement total

Avec 200k€, nous prenons le marché français en 18 mois et empêchons la concurrence de s'installer.

Besoin Total estimé : 200K €

Développement MVP (V1) 80K €

Marketing de Lancement 70K €

Frais Constitution & Juridique 20K €

Trésorerie de Sécurité (BFR) 30K €

## Coûts fixes 93 000 €

Poste de Dépense	Détail & Hypothèses de Calcul	Montant (€)
Marketing & Acquisition	Ads (Meta/Google) : Terrain : 10 000 € Influence : 5 000 €	45 000 €
Développement R&D	Freelance Lead Dev	40 000 €
Frais Administratifs	Expert-comptable , Création SAS, Banque, Assurance RC Pro.	5 000 €
Stack Technique (Outils)	Licences Dev (Apple), Figma, Notion, Slack, Outil Emailing (Brevo).	3 000 €

	Année 1	Année 2	Année 3
Ambitieux	145K €	250K €	400K €
Objectif	100K €	175K €	250K €
Prudent	65K €	110K €	160K €

## Coûts variables 27 000 €

Poste de Dépense	Détail & Hypothèses de Calcul	Montant (€)
Commissions Stores	15 % du CA Taxe Apple/Google.	15 000 €
APIs IA & Cloud	Hébergement	9 500 €
Frais Bancaires	Stripe/PayPal sur les transactions web.	1 500 €
Support Client	Outil de chat ou freelance ponctuel en cas de pic d'utilisateurs.	1 000 €

# Merci

## Annexe :

# Persona

Notre persona est une personne de 25 ans intéressé par le golf



Il est à la recherche de cours de golf pas chère et veut se faire des compagnons de golf

# Annexe Qui sont nos partenaires clefs:

## Golfs & Réseaux (Acquisition)

L'objectif : Atteindre 7 500 utilisateurs actifs grâce au trafic physique.

### Année 1 : 10 Golfs (Phase Pilote / POC)

C'est le nombre exact nécessaire pour saturer une zone géographique test (ex : Île-de-France ou PACA) et valider nos hypothèses sans disperser nos équipes commerciales.

Cible : 1 partenariat réseau (Bluegreen) pour 5 golfs + 5 indépendants.

Ratio d'acquisition : 10 golfs x 50 testeurs = 500 utilisateurs "Bêta-testeurs" pour corriger les bugs

### Année 2 : 35 Golfs (Phase d'Expansion Régionale)

Nous ouvrons 2 nouvelles régions. 35 golfs représentent environ 5 % du marché français. C'est le seuil de crédibilité pour négocier avec les instances nationales (fédérations).

### Année 3 : 75 Golfs (Phase de Rentabilité)

Cela représente ~10 % du parc français (sur 730 golfs).

Pour atteindre nos 7 500 utilisateurs actifs il nous faut en moyenne 100 utilisateurs actifs par golf partenaire.

C'est un objectif très réaliste sachant qu'un golf moyen a entre 500 et 1 500 membres/passage par an.

## 2. Coachs (Rétention & Conversion)

L'objectif : Justifier l'abonnement "Pro" et maintenir le taux de payant à 35 %.

### Année 1 : 5 Coachs (Les Fondateurs Techniques)

Un pour chaque segment clé : Homme, Femme, Junior, Senior, et un expert petit-jeu (putting).

Rôle : Ils ne font pas que du contenu, ils aident à construire l'algorithme initial. Gérer plus de 5 personnes au démarrage créerait trop de bruit dans le développement produit.

### Année 2 : 15 Coachs (Diversification)

Pourquoi 15 ? Il faut renouveler le contenu pour éviter la lassitude (Churn). On ajoute des spécialistes : Préparation mentale, Fitness golf, Nutrition.

### Année 3 : 40 Coachs (Industrialisation)

Pourquoi 40 ?

Nous visons 2 625 abonnés payants (35 % de 7 500).

Ratio de qualité :  $2\ 625 / 40 = \sim 65$  élèves virtuels par coach.

C'est un volume gérable qui permet au coach de répondre parfois aux questions ou de faire des lives, gardant l'aspect "Premium" et humain de l'offre. Au-delà, la qualité baisse.

## 3. Marques & Marketplace (Revenu Additionnel)

L'objectif : Augmenter l'ARPU de +20€ à +50€.

### Année 1 : 2 Partenaires (Test du Tuyau)

Un généraliste (ex: Monsieurgolf) pour avoir tout le catalogue + Un spécialiste seconde main.

But : Vérifier que l'API fonctionne, que les commandes remontent bien et que les commissions sont payées. Inutile d'en avoir plus si la tech n'est pas rodée.

### Année 2 : 5 Partenaires (Segmentation)

Pourquoi 5 ? On ajoute les catégories manquantes : Textile, Montres GPS, Assurances. On commence à segmenter les offres selon les données utilisateurs.

### Année 3 : 10 Partenaires (Optimisation de la Marge)

Pourquoi 10 ? Si nous envoyons ce volume à 10 partenaires exclusifs, nous devenons incontournables pour eux. Cela nous donne le pouvoir d'exiger des commissions plus hautes (15-20 % au lieu de 10 %).

## 4.Tech & IA (Infrastructure)

L'objectif : Gérer le Cash-Burn (trésorerie) puis créer de la Valeur (IP).

### Année 1 : Google/AWS (Optimisation des Coûts)

Justification Financière : Les programmes "Google for Startups" ou "AWS Activate" offrent jusqu'à 100 000 \$ de crédits cloud.

Impact : Notre coût serveur est de 0 € la première année. C'est vital pour la survie du cash-flow au démarrage.

### Année 2 : Mistral AI / OpenAI (Performance)

Justification Technique : On passe du prototype à la production. On paie à l'usage (API tokens). Le coût augmente linéairement avec le nombre d'utilisateurs, ce qui est sain car couvert par les abonnements qui rentrent.

### Année 3 : Partenaire Labo R&D (Valorisation)

Justification Stratégique : Pour revendre la boîte ou lever des fonds en Série A, il faut de la Propriété Intellectuelle (IP).

Travailler avec un labo pour créer notre propre modèle d'analyse de mouvement transforme une dépense de fonctionnement (OpEx) en investissement d'actif (CapEx)

# Annexe : Quelle est notre structure de coûts

Les Chiffres pour Scénario Ambitieux:  
Année 1 : 145 k€ (≈ 1 525 abonnés)  
Année 2 : 250 k€ (≈ 2 630 abonnés)  
Année 3 : 400 k€ (≈ 4 200 abonnés)

Ce scénario repose sur la réussite de l'exécution grâce aux 200 000 € investis :  
Partenariats B2B2C réussis : Signature rapide avec un réseau comme Blue Green ou UGolf.  
Ils poussent l'app à leurs membres, réduisant le CAC à quasi zéro pour ces cohortes.  
Viralité Sociale : La fonctionnalité de "partage de carte de score" devient virale sur les réseaux sociaux, créant un effet de réseau naturel.  
Rétention Maximale (Churn faible) : L'IA est tellement performante que les utilisateurs renouvellent leur abonnement à 90 %.

Année 1 : Nous atteignons notre cible "Objectif Année 2" dès la première année grâce à l'injection massive de budget marketing (les 70k€ de budget Growth).

Calcul :  $1\ 525 \text{ abonnés} \times 95 \text{ €} = 144\ 875 \text{ €}$  (arrondi à 145 k€).

Année 3 : Ouverture d'un pays européen limitrophe (ex: Belgique ou Suisse Romande) qui ajoute 30% de volume supplémentaire.

Calcul : ~3 000 abonnés France + ~1 200 abonnés Export = 4 200 abonnés totaux.  
 $4\ 200 \times 95 \text{ €} = 399\ 000 \text{ €}$  (arrondi à 400 k€).

Les Chiffres pour Scénario Prudent :  
Année 1 : 65 k€ (≈ 680 abonnés)  
Année 2 : 110 k€ (≈ 1 150 abonnés)  
Année 3 : 160 k€ (≈ 1 680 abonnés)

Nous avons modélisé ce scénario en prenant en compte une "friction de marché" plus élevée que prévu  
Coût d'Acquisition (CAC) élevé : La publicité (Meta/Google) coûte 30% plus cher que prévu, ce qui limite notre capacité à acheter du trafic avec le même budget.

Conversion dégradée : Le taux de conversion payant chute de 35 % (objectif) à 20-25 %. Les utilisateurs restent sur la version gratuite.  
Adoption Technologique Lente : Les golfeurs seniors (cœur de cible) mettent plus de temps à adopter l'usage du smartphone sur le parcours.

Année 1 : Nous visons seulement 0,4 % du marché adressable (SAM) au lieu de 0,7 %.

Calcul :  $680 \text{ abonnés} \times 95 \text{ €} = 64\ 600 \text{ €}$  (arrondi à 65 k€).

Année 3 : Croissance organique faible (bouche-à-oreille uniquement), sans accélération virale.  
Calcul : Croissance linéaire de +500 abonnés/an

## Pourquoi 200K

Technologie & Produit : 80 000 € (40 %)  
Recrutement / Prestation Lead Dev (Freelance ou CDD) : Au lieu de bricoler, nous payons un expert senior pour solidifier l'architecture, l'API d'IA et la scalabilité.  
Achat de Data Satellites HD : Pour modéliser les parcours avec une précision supérieure aux concurrents gratuits.  
Sécurisation IP : Dépôt de marque et protection des algorithmes de swing (IA).

Marketing & Acquisition (Growth) : 70 000 € (35 %)  
Le but : Acheter des parts de marché agressivement.  
Campagne de Lancement Nationale : Inonder les réseaux (Meta/TikTok) au printemps (début de saison). Budget testé et scalé.  
Partenariats Clubs & Influenceurs : Payer les frais d'entrée pour être l'app officielle de 10 gros clubs français et sponsoriser 3 influenceurs golf majeurs.  
Optimisation du CAC : Avoir le budget pour tester 20 canaux d'acquisition et ne garder que les rentables.

Opérations & Structure : 20 000 € (10 %)  
Frais juridiques (Pacte d'associés solide), comptabilité, hébergement serveurs (pré-paiement pour rabais), frais administratifs.

Cash Buffer (Sécurité) : 30 000 € (15 %)  
Marge de sécurité indispensable pour pallier les aléas (retard de dev, coût d'acquisition plus élevé que prévu en hiver).

. Marketing & Acquisition : 45 000 €

Ce poste représente notre moteur de croissance principal. Il est divisé en trois leviers stratégiques :

Ads (Digital) — 30 000 € : Ce budget est calibré pour acquérir environ 1 000 clients payants avec un Coût d'Acquisition (CAC) cible de 28 €.

Terrain (Activation) — 10 000 € : Ce montant finance notre visibilité physique, notamment la PLV (Kakémonos, bornes) installée dans 10 clubs partenaires ainsi que notre présence sur deux salons majeurs du golf.

Influence — 5 000 € : Enveloppe dédiée à l'envoi de dotations et au versement de petits cachets pour engager 3 micro-influenceurs golf (YouTube/Instagram) afin de créer de la preuve sociale.

2. Développement R&D : 40 000 €

Ce budget est consacré à la construction d'un produit professionnel.

Allocation : Il finance un Freelance Lead Dev ou une agence pour environ 80 jours/homme (sur une base de TJM à 500 €).

Mission : L'objectif est de sécuriser l'architecture technique et de développer les fonctionnalités complexes (notamment l'IA) que l'équipe fondatrice ne peut pas gérer seule.

Enjeu : C'est un investissement indispensable pour dépasser le stade de "l'application étudiante" et livrer une expérience utilisateur premium et fiable.

3. Frais Administratifs : 5 000 €

Ce poste couvre la mise en place et le maintien de la structure légale :

Comptabilité (2 500 €) : Honoraires de l'expert-comptable et réalisation du bilan annuel.

Juridique (1 000 €) : Frais de greffe et dépôt de la marque à l'INPI.

Assurance & Banque (1 500 €) : Comprend la Responsabilité Civile Professionnelle (obligatoire) et les frais de tenue de compte.

4. Stack Technique : 3 000 €

Ce montant finance les outils de travail indispensables à l'efficacité de l'équipe (soit un coût lissé de 250 € / mois).

Cela inclut l'adhésion au Apple Developer Program (99 €) ainsi que les licences SaaS pour la gestion opérationnelle : Notion, Slack Pro, Figma, et Brevo (pour l'emailing).

# Annexe :

## Flux d'argent entrant et sortant la première année

Catégorie	Poste	Détails / Hypothèses	Scénario Conservateur	Scénario Raisonnables	Scénario Ambitieux
<b>FLUX ENTRANT (REVENUS)</b>		<i>Source : Données de l'image</i>			
	Abonnements B2C (Plus & Pro)	Ventes via App Store/Web	5 392,80€	22 770,00€	119 844,00€
	Commissions sur ventes (B2B)	Fournisseurs marketplace	500,00€	2 500,00€	10 000,00€
	Partenariats stratégiques (B2B)	Clubs de golf (réservations)	2 500,00€	12 500,00€	50 000,00€
	<b>TOTAL REVENUS ANNUELS</b>		<b>8 392,80€</b>	<b>37 770,00€</b>	<b>179 844,00€</b>
<b>FLUX SORTANT (DÉPENSES)</b>					
<i>Coûts Variables</i>	Commissions App Store	<i>Hypothèse : 30% sur les revenus B2C</i>	1 617,84€	6 831,00€	35 953,20€
	Dépenses Marketing Digital	<i>Hypothèse : Budget croissant selon l'ambition</i>	12 000,00€	30 000,00€	60 000,00€
<i>Coûts Fixes</i>	<b>Maintenance &amp; Développement</b>	<b>8 000 €/mois x 12</b>	<b>96 000,00€</b>	<b>96 000,00€</b>	<b>96 000,00€</b>
	Agence RP	<i>Hypothèse : Retainer mensuel moyen / 12 mois</i>	24 000,00€	24 000,00€	24 000,00€
	Rémunération (Équipe/Fondateur)	<i>Hypothèse : Base minimale pour 2-3 personnes ou</i>	60 000,00€	80 000,00€	120 000,00€
	Outils & Frais divers	<i>Hypothèse : Serveurs, licences</i>	10 000,00€	15 000,00€	20 000,00€
	<b>TOTAL DÉPENSES ANNUELLES</b>		<b>203 617,84€</b>	<b>251 831,00€</b>	<b>355 953,20€</b>
<b>SOLDE NET ANNUEL</b>	(Résultat avant impôts)	<b>Total Revenus - Total Dépenses</b>	<b>-195 225,04€</b>	<b>-214 061,00€</b>	<b>-176 109,20€</b>