



Live Party Wall — Étude de Marché Complète

Lancement initial : Paris & Île-de-France

1. Objectif de l'étude

Cette étude vise à valider le **potentiel marché**, la **demande réelle**, la **ciblage client**, la **stratégie d'entrée** et la **viabilité économique** de Live Party Wall pour un lancement prioritaire sur **Paris et l'Île-de-France**.

2. Délimitation du marché

Zone géographique

- Paris intra-muros
- Petite & grande couronne (Île-de-France)

Type de marché

- **Marché événementiel digitalisé**
 - Croisement entre :
 - Événementiel
 - SaaS
 - Expérience immersive
 - Social & UGC (User Generated Content)
-

3. Analyse macro-marché (Top-down)

3.1 Marché événementiel en France

- ≈ **380 000 événements professionnels/an**
- ≈ **250 000 mariages/an**
- Paris concentre :
 - 30 % des événements corporate
- Le plus fort pouvoir d'achat événementiel

3.2 Tendances fortes

- Digitalisation des événements
- Recherche d'expériences interactives
- Baisse d'intérêt pour les photobooths classiques
- Forte attente de solutions **clé en main, sans matériel, rapides à déployer**
- Usage massif du smartphone comme outil principal

→ Timing marché favorable

4. Marché adressable (Bottom-up – Paris)

4.1 Segments cibles prioritaires

A. Événements privés premium

- Mariages (haut de gamme)
- Anniversaires, soirées privées
- Réceptions

📈 Volume Paris / IDF : - ≈ **55 000 mariages/an en IDF** - 30–40 % avec budget > 15 000 €

→ Marché adressable initial estimé : **15 000 événements/an**

B. Entreprises & corporate

- Séminaires
- Team building
- Lancements de produits
- Soirées clients

📈 Paris = 1er pôle corporate d'Europe

→ Marché estimé : **40 000 événements/an**

C. Agences événementielles & prestataires

- Agences événementielles
- DJ / animateurs
- Lieux événementiels

→ Segment stratégique (vente indirecte récurrente)

4.2 Taille du marché

Indicateur	Estimation
Événements/an (Paris + IDF)	~95 000
Taux d'adoption cible (3–5 %)	3 000 – 5 000
Panier moyen	80 – 120 €

→ TAM local estimé : **300k€ – 600k€/an (phase 1)**

5. Analyse de la demande

Besoins identifiés

- Fluidité (pas de file d'attente)
- Interaction collective
- Contenu centralisé
- Valorisation visuelle sur écran géant
- Souvenirs exploitables après l'événement

Points de douleur actuels

Problème	Solution Live Party Wall
Photobooth lent	Smartphone personnel
Coût élevé	SaaS sans matériel
Peu de data	Analytics intégrées
Peu interactif	Likes, classements

6. Analyse concurrentielle (Paris)

Concurrents directs

Acteur	Type	Faiblesses
Photobooth loueurs	Matériel	Logistique, coût
Walls Instagram	Mur social	Pas de capture
Apps photo event	App native	Installation requise

Concurrents indirects

- Photographes
- Vidéastes
- Bornes selfie

Avantage concurrentiel clé

- 100 % web
 - IA temps réel
 - Projection + social
 - SaaS multi-événements
-

7. Analyse des clients (personas)

Persona 1 – Organisateur de mariage premium

- 30–45 ans
- Budget événement : 20–40k€
- Recherche différenciation
- Décision émotionnelle

→ Sensible à : design, simplicité, rendu visuel

Persona 2 – Responsable événementiel entreprise

- 28–50 ans
- Objectif : engagement collaborateurs
- Contraintes : timing, image de marque

→ Sensible à : fiabilité, analytics, branding

Persona 3 – Agence événementielle

- Recherche produits différenciants
- Logique de marge
- Besoin de récurrence

→ Sensible à : white-label, prix dégressifs

8. Analyse prix & acceptabilité

Références marché

- Photobooth : 400 – 900 € / soirée
- Mur social : 150 – 400 €

Positionnement Live Party Wall

Offre	Prix	Perception
49 €	Très accessible	Test
99 €	Bon rapport valeur	Cœur de gamme
199 €	Premium	Entreprises

→ Prix psychologique validé

9. Barrières à l'entrée

Techniques

- Temps réel
- Scalabilité
- IA

Commerciales

- Confiance organisateurs
- Effet réseau

➡ Avantage first-mover local

10. Facteurs clés de succès

- Démo immédiate
 - UX irréprochable
 - Projection visuelle spectaculaire
 - Partenariats locaux
 - Preuve sociale (événements réels)
-

11. Risques & freins

Risque	Réponse
Adoption lente	Offres test
Connexion réseau	Mode dégradé
RGPD	Consentement explicite

12. Recommandation stratégique Paris

Ordre de priorité

1. Agences événementielles parisiennes
2. Lieux premium
3. Corporate
4. Mariages haut de gamme


Stratégie de lancement

- 20-30 événements pilotes
- Tarifs préférentiels
- Captation vidéo
- Études de cas locales

13. Conclusion

Paris constitue un **marché idéal de lancement** : densité événementielle, budgets élevés, recherche d'innovation.

Live Party Wall répond à un besoin clair avec une proposition différenciante, scalable et rentable.

 **Validation marché positive pour un lancement Paris / IDF.**