



WWW.SO-POSH.COM

**Saint-Tropez - Monaco - Courchevel**  
**Dubai - Miami**

## **Executive Summary**

**Alven CAPITAL**



**So Posh offre à ses Membres un accès incomparable à des expériences  
qui ne sont limitées que par leur imagination**

Réalisé par les 2 fondateurs de So Posh :

- Anne Laure Monier – [al.monier@so-posh.com](mailto:al.monier@so-posh.com) - +33 (0) 614 041 446
- Olivier Guerin – [o.guerin@so-posh.com](mailto:o.guerin@so-posh.com) - + 33 (0) 620 150 301

*Les informations contenues dans ce document sont confidentielles et sont couvertes par le secret professionnel dont la divulgation est prohibée.  
Ce document est établi à l'intention exclusive de son destinataire et vous n'êtes pas autorisé, sous peine de poursuites à en prendre des copies,  
le divulguer ou le diffuser. SO POSH est une marque déposée.*

## Constat

**Aujourd'hui fort de notre expérience dans l'immobilier de luxe et de nos nombreux voyages à l'international, nous avons pu constater que nos fortunés clients souffraient tous du même mal...**

**Qu'allons-nous faire pour nous distraire et comment vais-je faire pour être reconnu dans un lieu inconnu.**

**Le saint Graal de tous clients fortunés est la reconnaissance.**

## So Posh, what is it ?

So Posh est une marque Française, demain Internationale, qui fédère autour d'elle un club très privé de membre uniquement coopté !



La carte So Posh est offerte gracieusement à des clients à très fort pouvoir d'achat et leur permet d'avoir accès à une conciergerie ultra privée spécialisée sur leurs lieux de vacances favoris :

- Saint Tropez
- Courchevel
- Dubaï
- Miami
- Saint Barth

Sur la plateforme internet, ils trouvent une sélection de palace, plage privée, restaurant... tous partenaires de So Posh, leur permettant des accès VIP :

- Table VIP
- Bouteille de champagne offerte
- Upgrade
- Fleurs
- Cadeaux

mais surtout des accès à des lieux inaccessibles :

- Burj Al Arab Dubaï
- Events sur mesure
- Défilé,
- Présentation privée Chopard...
- Rdv essai Bentley...

Au-delà de tout cela, So Posh leur apporte une reconnaissance Internationale...

**Un membre So Posh est un VIP qu'il soit à Dubaï ou à Saint Tropez....**

## Développement et objectifs

**L'objectif** : grossir le nombre de membre de So Posh, non pas dans la masse mais dans le qualitatif. On ne peut devenir membre qu'en étant parrainé. Déjà **460 membres** après l'été 2016 à St Tropez.

2017 ➡ 2 000 membres

2018 ➡ 4 000 membres

2019 ➡ 8 000 membres

2020 ➡ 16 000 membres ....



Le marketing, les partenariats ainsi que le site internet sont déjà actif.

**1ere phase de développement** : Acquisition stratégique, dès 2017, du Salon de coiffure de Luxe dans le seul hôtel 7 étoiles, fleuron de Dubaï, Burj Al Arab., **véritable catalyseur pour SO POSH.**

So Posh sera immédiatement rentable avec une expansion fulgurante sur plusieurs axes :

- Captation de nouveaux membres
- Développement d'une gamme de produit de Luxe So Posh
- Event à l'international avec nos partenaires Chopard, Bentley, Nikki Beach...

## Taille du marché

**1,6 Milliard d'euros dès 2019...**

**2019 : 8 000 membres actifs disposant chacun d'une enveloppe minimale loisir de 200 000 €/an**

Un membre So Posh représente un pouvoir d'achat très important et est ainsi une cible clientèle très convoitée de toutes les marques de luxe et partenaires hôtelier...

## Concurrents

**Les conciergeries** type *My Concierge & John Paul* sont payantes et ne proposent qu'un service de réservation... **les clubs privés** fédèrent autour d'une idée et ne proposent pas d'avantage outre la création d'un réseau relationnel... **les cartes de fidélités et cartes payantes** type *Leading Hotels* se restreignent à un seul groupe hôtelier sans accès à d'autres offres (plage privée, restaurant...)

**So Posh apporte des offres exclusives, une facilité de réservation, un réseau relationnel, un accès VIP à des lieux exclusifs, des voyages sur mesure et tout cela totalement gratuitement.**

**SO POSH, la seule carte permettant :**

- de faire le lien entre l'hôtellerie de Luxe, les restaurants, les plages privées, la haute joaillerie, les Events, l'accès à un club très exclusif...

- de faire le lien entre les lieux favoris de client fortuné : Saint-Tropez, Courchevel, Monaco, Dubaï, St Barth, Miami...



## Modèle économique

Plusieurs sources de revenus :

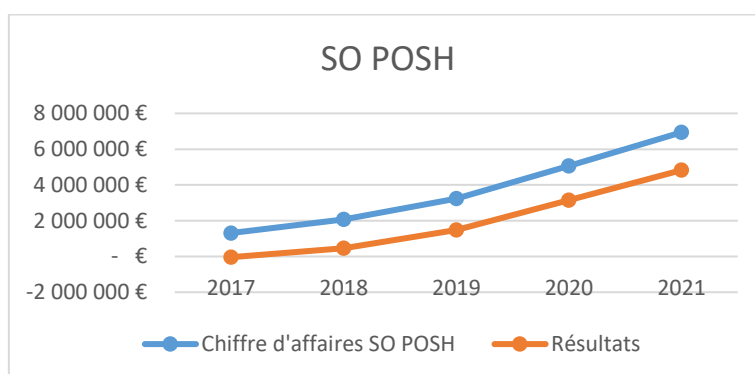
- Rétrocession commission Hôtel, Travel.
- Chiffres d'affaires du salon de coiffure Burj Al Arab.
- Gamme de Produits So Posh
- Abonnement des partenaires auprès de So Posh.
- Revenu publicitaire & Event partenaire.

## Bilan :

Rentabilité Immédiate de la société avec sécurisation de cette dernière par acquisition de patrimoine professionnel. Développement important du Chiffre d'affaires sous 3 ans.

## Prévisions Financières

	2017	2018	2019	2020	2021
Chiffre d'affaires SO POSH	1 310 000 €	2 069 000 €	3 229 500 €	5 064 450 €	6 940 895 €
Résultats	- 39 000 €	457 800 €	1 484 450 €	3 152 089 €	4 824 984 €



## L'équipe :

So Posh est le fruit d'un travail de couple. Olivier et Anne-Laure sont les co-fondateurs de la marque. La société disposera de 2 équipes géographiquement séparées :

**Saint Tropez** : Marketing et Partnership / **Dubaï** : Marketing et Partnership Middle Est

## Quelques-uns de nos partenaires :



## Notre besoin :

La société So Posh souhaite faire une première levée de fond de 4 000 000 € en vue de mettre en place des équipes sur le plan international, d'acquérir le salon de coiffure situé au Burj al Arab, développer sa propre gamme de soins capillaire biologique haut de gamme, développer son application smartphone, continuer son expansion marketing.