



La Marketplace de **Sport & Bien-être**
flexible et innovante

Une Marketplace, de multiples leviers de création de valeur

Marketplace de Sport & Bien-être : des offres remisées auprès de centaines de prestataires, réservables sur web & mobile. Cette marketplace répond à plusieurs besoins identifiés.

Levier Entreprises (2017)



- ¤ Abonnement de l'entreprise à ActivCorner qui ouvre l'accès à un catalogue digital et évolutif de +1000 offres remisées/jour pour les collaborateurs
- ¤ Possibilité pour d'autres entreprises d'accéder au catalogue ActivCorner via des portails de services existants (exple : Workwell) ou des conciergeries partenaires
- ¤ Services additionnels sur site d'animation sport/bien-être.

Levier Prestataires (2017)



- ¤ Apport d'affaires par ActivCorner aux réseaux de salles de sport, studios, spa, organisateurs d'événements, etc. avec perception d'une commission sur chaque transaction.
- ¤ Prestations de services additionnels pour ces prestataires : création de contenu sur leur activité, visibilité accrue sur la marketplace (référencement), conseil stratégique (localisation, grilles tarifaires, etc.)

Levier Retail (obj : 2019)



- ¤ Intégration en marque blanche de la solution ActivCorner sur les sites des vendeurs d'articles sportifs, pour que le client qui recherche un article de sport (ex: tapis de yoga) puisse dans la foulée réserver une prestation correspondante (ex : cours de yoga), à prix réduit.
- ¤ Versement d'une commission au partenaire par ActivCorner

Levier Itinérance (2018)



- ¤ Mise à disposition de la marketplace aux clients des acteurs de l'itinérance (hôtels, espaces de coworking) sur un modèle similaire à celui du Retail (mise en avant du catalogue contre commission).
- ¤ Captation par ActivCorner de profils nomades connaissant peu les prestataires locaux

Levier Fournisseurs SI (obj : 2019)



- ¤ Dans un contexte où les prestataires (salles, studios, etc.) s'équipent en software de réservation/gestion, mobilisation par ActivCorner de sa proximité commerciale avec ces acteurs au bénéfice des leaders du software (sous-traitance de la force commerciale)
- ¤ Configuration win-win permettant de réduire les coûts de prospection et de proposer aux prestataires des solutions packagées/synchronisées « Marketplace + Booking »



Levier de création de valeur #1 : ActivCorner pour les Entreprises

Activité B2B2C
En action depuis janvier 2017
Plus d'informations sur activcorner.com/happyworkplace

La place du sport et du bien-être dans l'entreprise

87%

des personnes recherchant un emploi citent le **service Sport & Bien-être** comme faisant partie de l'un de leurs **critères principaux**

90%

des **chefs d'entreprises** s'accordent à dire que le sport entre collègues **booste leurs performances** et la cohésion de leurs équipes, réduit l'absentéisme et améliore la santé

Selon l'étude faite par le cabinet Goodwill Management, une personne qui est encouragée par son employeur à faire du sport est :

10%

PLUS PRODUCTIVE

30%

MOINS MALADE
(arrêt maladie)

70%

PLUS EPANOUIE
(30% des personnes en entreprise ne font pas de sport)

Une offre "Sport & Bien-être" pour les salariés, critère de sélection "pilier" dans la détermination des "Great Place To Work" françaises

Solution clé-en-main

pour les employés & employeurs

Répondre à un besoin croissant

Les entreprises sont très portées sur le bien-être des collaborateurs mais ne bénéficient pas de solutions end-to-end, du bilan sportif au suivi et suivi du collaborateur jusqu'à l'amélioration générale de la Qualité de Vie au Travail de l'ensemble des salariés



Développer l'offre

ActivCorner propose une solution clé-en-main, modulable et adaptive :

- ☒ Un événement de lancement qui permet d'engager les collaborateurs, de leur proposer des bilans-santé et de collecter des besoins (attentes en termes d'activités) et des métriques (sédentarité, surpoids, moral, etc.)
- ☒ Des activités à pratiquer hors du bureau ★ ou sur site ⚽
- ☒ Des outils technologiques de réservation et de digitalisation des subventions sport. ⚽
- ☒ Des bilans réguliers pour monitorer les métriques et montrer les résultats obtenus

Engager l'entreprise

La Marketplace est l'offre de base. L'entreprise y souscrit via un abonnement mensuel.

Elle choisit ensuite son niveau d'engagement selon les services qui lui conviennent (bilans et suivi, animations & coachings, événementiel, solution de dématérialisation de la subvention, etc.)

L'entreprise communique à ses salariés le nouveau service souscrit et les accompagne dans son adoption.



Booster la santé des Salariés

Les salariés consomment, pratiquent les activités proposées et sont généralement disposés à partager leurs attentes et leurs statuts santé / sport.

ActivCorner élargit le catalogue en fonction des demandes exprimées et accroît ainsi sa proximité avec la communauté de l'entreprise.



Aller plus loin

ActivCorner devient un avantage indispensable pour les salariés et un service incontournable pour l'entreprise. Celle-ci intensifie son recours au service et souscrit à plus de prestations proposées.

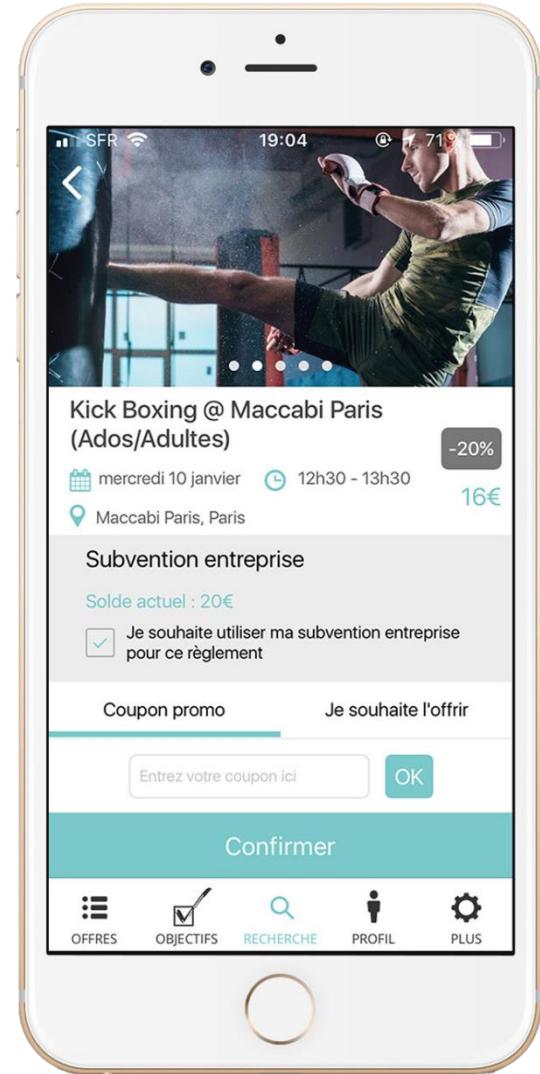
Avec le bouche-à-oreille, de nouveaux prospects souscrivent à la solution ActivCorner.



Le catalogue digital

Technologie. Expérience. Services.

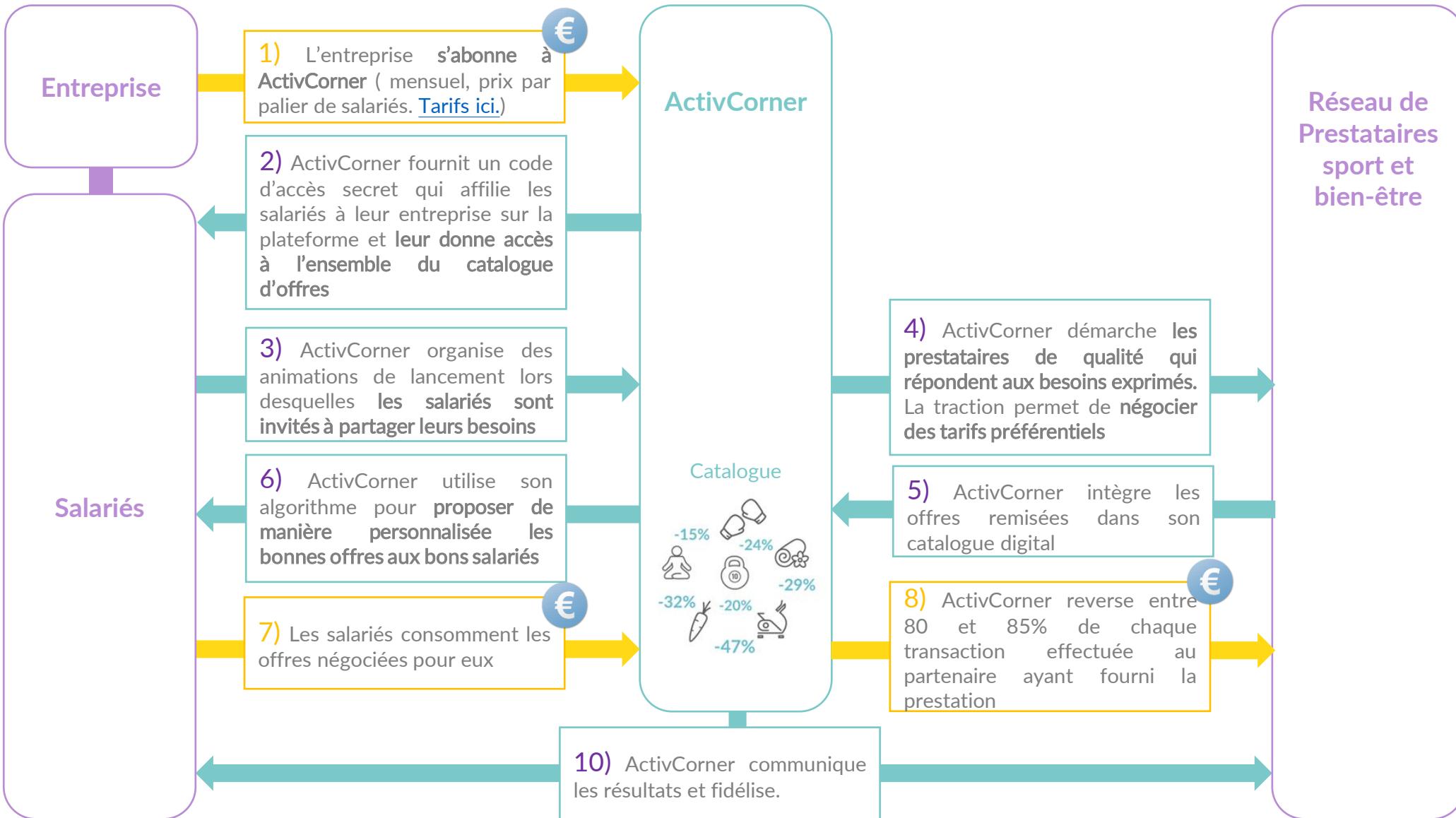
- Disponible sur web, iOS (native) et Android (responsive), le catalogue propose les prix les plus bas sur des milliers d'offres quotidiennes.
- Il est possible de réserver en 2 clics pour soi ou d'offrir les prestations à un proche.
- Le catalogue est évolutif selon les besoins exprimés et le 'user-learning'. Au moins 10 nouveaux partenaires sont ajoutés chaque mois.
- Une expérience avec deux parcours utilisateurs : une recherche par objectif fixé et une recherche par activité(s) spécifique(s) :
 - **Par objectif** : le salarié choisit un objectif (perte de poids, networking,adrénaline,reprise du sport,etc.) et la plateforme lui propose des prestations (à la carte ou abonnement) pour atteindre cet objectif.
 - **Par activité** : il suffit de taper le nom de l'activité souhaitée (yoga, boxe, pilates, etc.) et la plateforme retourne les offres correspondantes.





Les flux liés à la Marketplace

Un cercle vertueux entre les 3 acteurs



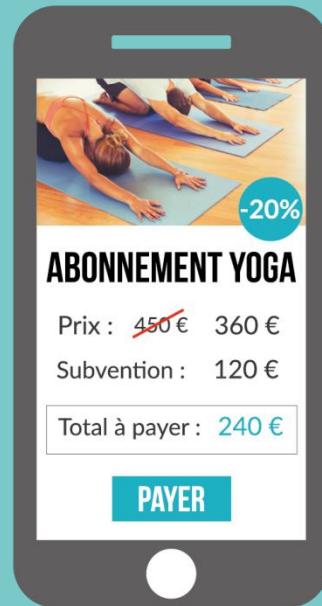


Gestion de la subvention

Solution digitalisée pour les comités d'entreprise

Avant : Les plus petites entreprises souhaitent proposer des subventions mais n'ont pas d'outils pour les mettre en pratique. Les grandes entreprises continuent d'utiliser des feuilles Excel et de valider des factures en papier pour octroyer **des subventions mal utilisées et difficilement exploitables** par les salariés (ils doivent avancer la totalité des frais puis présenter la facture-papier pour un remboursement).

A présent : Dématérialisation totale de la subvention et présentation de celle-ci au salarié sous forme de **cagnotte en ligne**. Reporting mensuel, factures des salariés digitalisées et répertoriées, prélèvement unique à la fin du mois de la consommation réelle du salarié. Les CE gagnent un temps considérable, plus de factures en papier à gérer (**écologie !**) ; les salariés ont un accès simplifié et n'ont plus à avancer les frais.



Offre + subvention sur même support : **stimulation des salariés et consommation pertinente** (grâce à la diversité du catalogue qui permet au salarié de consommer l'offre adéquate et non un abonnement par défaut à une salle de sport sans assiduité).

LES + : “débloquer” des subventions auprès des “Great Place To Work” qui ont le budget mais pas les outils ou le CE pour les gérer. Ex : Mazarine → 240€/salarié/an, 84Paris→ 500€ / salarié / an

La valeur ajoutée technologique

APIs & Partenariats stratégiques



Réservation en temps réel à partir d'une centrale

ActivCorner bâtit des ponts (API) vers les softwares principaux de réservation et de gestion d'activité des prestataires (planning, disponibilités, grilles tarifaires, etc.), ce qui permet d'avoir des centaines d'enseignes directement reliées avec prix et disponibilités en temps réel.



Fluidification de la gestion et de l'utilisation de la subvention Sport

De par sa digitalisation, la subvention "Sport & Loisir" n'est plus bornée aux abonnements annuels à la salle de sport mais est plus souvent utilisée sur des offres à la carte et des prestations bien-être. Cette flexibilité est une nouveauté sur le marché et un véritable avantage pour le salarié.

Création de valeur pour les entreprises



Les portails de services et CE dématérialisés

Activcorner est intégré en tant que **service exclusif en marque propre** dans des portails de services (WorkWell) et des CE digitaux (HelloCE, UNI-CE). Les entreprises clientes de ces solutions ont le choix d'accéder à la marketplace à travers elles mais doivent s'acquitter de l'abonnement d'accès.

TheCorporateGym & Wellbeing



Les conciergeries et les prestataires de salles de sport Corporate

Premiers partenariats lancés avec des conciergeries (iSkills) qui incluent ActivCorner dans leurs services pour leurs clients actuels et futurs. Par ailleurs, ActivCorner a lancé un partenariat avec le leader de l'animation de salles de sport pour entreprises - The Corporate Gym & Wellbeing - pour répondre à des appels d'offres sur des grands sites de manière jointe : eux administrent la salle quand ActivCorner propose la marketplace et les animations.

Synergies avec des fournisseurs de services B2B

Nos services sur le lieu de travail

CATALOGUE D'OFFRES

1000 offres/j, +300 activités,
jusqu'à 50% de remise négociée

EVENT & TEAM-BUILDING

Moments inoubliables,
planification sur mesure

COACHING & WORKSHOPS

Les meilleurs coachs au meilleur
prix, sur site ou à proximité

VOTRE PROPRE ESPACE

Création & animation de salles
Sport & Bien-être dans vos locaux

Accompagnement end-to-end

Services sur site

L'action est cohérente : « +80% de votre staff va souhaiter consommer des prestations hors des bureaux, le catalogue digital est là pour les accompagner. Pour les 20% d'activités sur site, ActivCorner répond aussi à vos exigences.»



1/ Coaching & workshop

Ces coachings sont le meilleur levier pour la cohésion et le renforcement des liens au sein des équipes.

(*) 67% des salariés disent être favorables à la pratique du sport entre collègues.



2/ Team-building & événementiel

Diversité des offres, large gamme de tarifs, prestations en entreprises ou en extérieur chez nos partenaires proposées sur un catalogue dédié.

Voir notre événement pour [la semaine de la QVT au Siège de L'Oréal ici.](#)



3/ Conception & animation d'espaces Corporate Wellness & Sport

Nous créons des **espaces modulables, innovants** avec constamment des nouveaux cours. Toutes les **consommations** (abonnements, cours à la carte) sont faites via la **marketplace**, qui nourrit notre CRM pour du push pertinent vers des prestations extérieures.

Flexibilité du modèle de financement des activités: coût porté par l'entreprise, partagé avec les salariés ou souscription unique des salariés aux activités : seuls à le proposer.

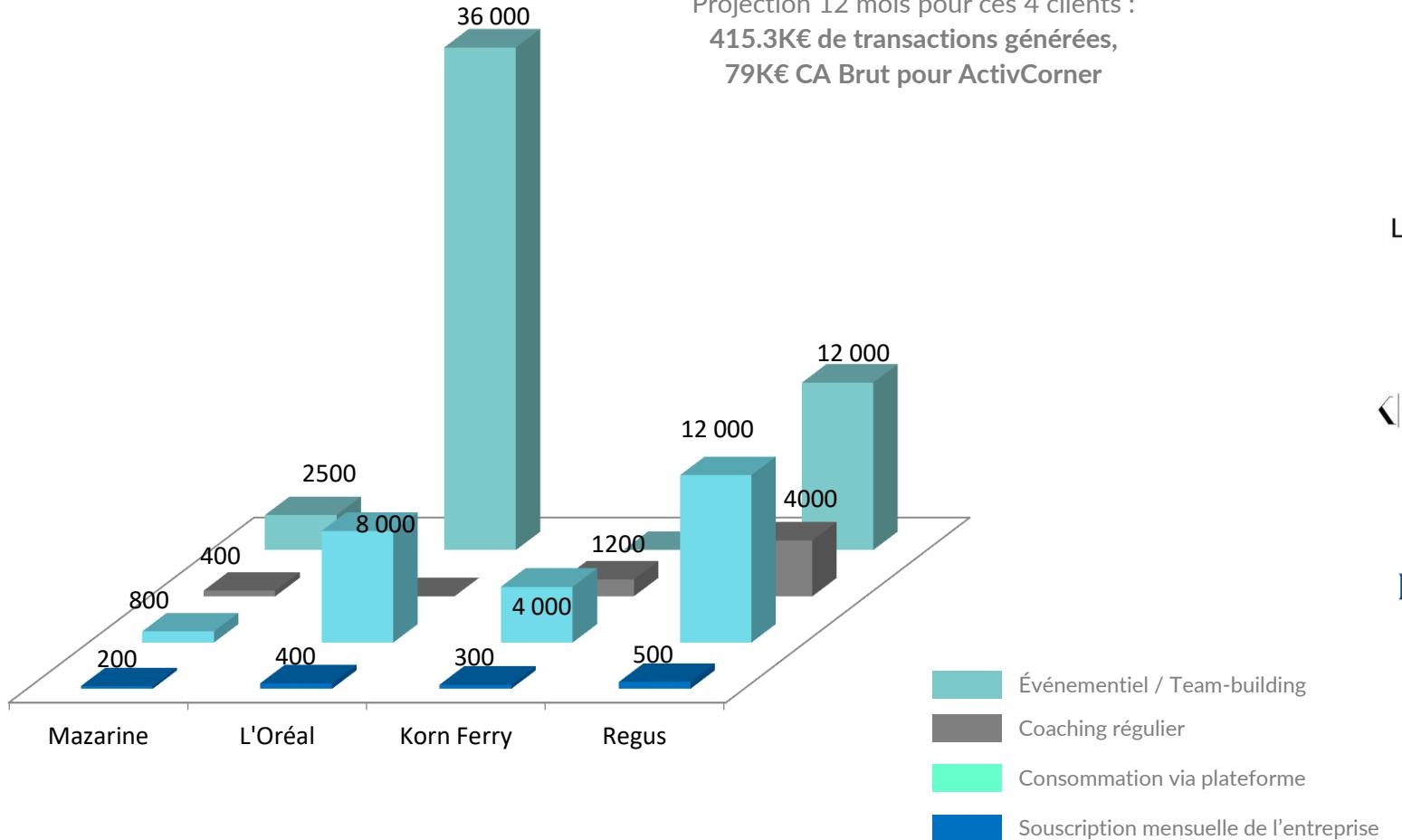
Case Studies

Différents clients, différents besoins

Analyse – Type de revenus (en €)

Projection 12 mois pour ces 4 clients :

415.3K€ de transactions générées,
79K€ CA Brut pour ActivCorner



Mazarine | Agence de Communication | 50 pers

Abonnement + team-building

L'ORÉAL

L'Oréal (lancement en juin) | Cosmétiques | 2000 pers (HQ Clichy)

Abonnement + événement de lancement



Korn Ferry | Cabinet Conseil | 200 pers

Abonnement + 2 coachings hebdomadaires



Regus (lancement en mai) | Espaces de travail | 60 000 pers

Abonnement pour 140 centres, 60 000 clients + coachings + animations à définir

Acquisition entreprise : stratégie et phasing

Le cycle d'acquisition varie selon la taille d'entreprise, le point d'entrée, la recommandation, le timing, les services déjà mis en place.



Conclusion : « ouvrir » un nouveau client peut être très rapide (SOAT, consulting 400pers, 20^{ème} au label Happy At Work, signé en 1 mois !) ou plus lent (BNP Paribas CIB, 9 mois en sept 18) mais au bout de 6 mois d'intégration, la solution est totalement adoptée et peut difficilement être retirée aux salariés qui la perçoivent comme un avantage. Par ailleurs, la confiance s'installe avec le client et de nouvelles opportunités s'ouvrent à ActivCorner par sollicitation ou par animation.

Clients & Prospects



Prospects

Point d'entrée : DRH Groupe [Mme Karima Silvent]
 Sites visés : 3 (Siège, Direct Assurance, nouveau bâtiment aux Batignolles)
 Target : octobre 2018



Point d'entrée : Services Généraux [Mme Sandrine Lutz]
 Sites visés : 2 (Siège Levallois, client IFF hébergé à proximité)
 Target : octobre 2018



Point d'entrée : Direction [Mr Ian Bradac], top 20 Great Place to Work
 Sites visés : 1 (Siège Levallois)
 Target : septembre 2018



Point d'entrée : Comité d'Entreprise
 Sites visés : 2 (La Défense, Paris 9)
 Target : Novembre 2018

+ 20 autres comptes : CE BNP Paribas CIB, Amaury Group, Watt Network, Wavestone, 84Paris, Backelite, Michel&Augustin, Vestiaire Collective, Meltone, JLL, WeAreSocial, ABCArbitrage...etc.



Clients

Point d'entrée : CE
 Sites visés : 1 (Siège)
 Acquisition : avril 2017 (early adopter)



Point d'entrée : RH
 Sites visés : 1 (Siège – Clichy)
 Acquisition : juin 2018



Point d'entrée : CE
 Sites visés : 6
 Acquisition : mars 2018

+ 15 autres comptes : Regus, Mazarine, Korn Ferry, Veritas, Baya Axess, Marcel, Simplebo...etc.

Dynamique de marché

Une effervescence stimulante

Nous proposons tous un service qui cible le bien-être des salariés, mais nos modèles économiques sont très différenciés

Nos concurrents principaux sur le marché sont :

- Gymlib : fondée en 2014 à Paris, levée de 1M€ en 2015, 3M€ en 2017 (Breega Capital), 10M€ en 2018 (Sodexo)
- Gympass : société brésilienne implantée en France depuis 2 ans. Levée de 10M€ en 2015.
- Urban Sports Club : société allemande qui a racheté la startup française SoMuchMore en 2017. 3M€ injectés sur le marché français (une certaine inertie actuellement, certainement plus visible dès la rentrée de sept. 2018).

Il est très fréquent de découvrir des nouveaux acteurs sur le marché



- Gymlib & Gympass ont repris le **modèle américain ClassPass** et l'ont appliqué à l'univers de l'entreprise. Gymlib l'a fait avec plus de succès.
- Ce modèle consiste à **mutualiser les abonnements proposés par les salles de sport en un seul « Pass »** qui donne accès à l'ensemble d'entre elles. Le SI de Gymlib se synchronise avec celui des salles et reverse une participation à chaque passage d'un utilisateur.
- Il y a **3 gammes de Pass** : low-cost à 45€ (accès à l'Orange Bleue et salles de quartier), standard à 60€ (Magic Form, Fitness Park), premium à 90€ (CMG, Healthcity).
- Chacun des Pass donne accès à un réseau de salles de sport avec un nombre limité de passages par salle. Le modèle prévoit que l'entreprise subventionne un tiers de chaque Pass acheté par le salarié.

Notre alternative face au modèle de Pass à la Gymlib

Une démarcation forte et assumée

Pour les partenaires

1 Friction :

Le Pass force les acteurs principaux de l'univers du Sport & Bien-être à accepter un modèle qui va à l'encontre de leur modèle historique.

ActivCorner fait le pari de préserver ce modèle tout en le modernisant et l'enrichissant d'un nouveau levier de rentabilité.

2 Ciblage :

Le Pass intrinsèquement vise des usagers qui souhaitent « papillonner » d'une enseigne à une autre, avec pour premier critère le multi'accès.

ActivCorner fait le pari de fidéliser ses usagers dans les endroits qu'ils apprécient tout en ayant accès à des prestations à la carte remises.

3 Apport :

Le Pass a pour ambition de transformer au mieux 15% de ses usagers en clients finaux abonnés aux enseignes partenaires mais assure beaucoup de passage en parallèle.

ActivCorner s'engage à transformer +50% de ses utilisateurs en clients finaux et définitifs des enseignes partenaires.

Pour les entreprises

2 Coût :

Pour les grands groupes, si un grand nombre de salariés prend un Pass, le coût devient très élevé (2000 Pass à 60€/m => 40K€/m pour l'entreprise).

Avec ActivCorner, l'entreprise peut décider uniquement de mettre à disposition une solution avantageuse et les salariés peuvent consommer autant qu'ils le souhaitent sans impacter son budget alloué.

1 Diversité :

Le Pass de par sa structure ne permet pas d'y inclure des offres dont le coût s'éloigne d'une médiane. C'est ce qui le limite aux offres urbaines (salles & studios)

ActivCorner a la flexibilité de proposer une palette plus large de prestations et de toucher ainsi plus de salariés.

3 Dématérialisation :

Le Pass est une contremarque supplémentaire dont il faut gérer les stocks et commercialiser.

ActivCorner se fait fort de supprimer toute contremarque, tout support physique et de fournir une solution 100% digitale.



Levier de création de valeur #2 : ActivCorner pour les Prestataires

Activité B2B
En action depuis janvier 2017
Bientôt plus d'informations sur activcorner.com/partenaires

Pourquoi les prestataires sont séduits

Pourquoi le modèle ActivCorner séduit-il les prestaires du marché ?
(150 partenaires, 100 en cours d'acquisition)



Force commerciale

Nous leur apportons une visibilité importante et un point d'accès au sein des entreprises qui leur est souvent refusé en démarchage frontal.



Respect du modèle, transformation

ActivCorner commercialise les produits des partenaires avec des tarifs remisés qu'ils pratiquent depuis toujours sur le B2C. +50% des users ActivCorner se transforment en clients pérennes pour le partenaire qui les reçoit . ActivCorner prend en moy. 15% sur chaque transaction émise.



Salariés subventionnés

La dématérialisation de la Subvention Entreprise et sa mise à disposition sur la marketplace change la donne et génère pour tous les types d'enseignes des clients avec un pouvoir d'achat réhaussé. C'est une valeur ajoutée supplémentaire pour les prestataires du bien-être qui n'ont accès pour le moment, grâce à Treatwell & Balinea qu'à des clients B2C non-subventionnés.



Flexibilité, granularité

La plateforme permet d'afficher des offres à des prix différents selon si le user est un particulier (B2C) ou un salarié (B2B). L'enseigne peut aussi choisir d'afficher ou non son offre selon la dénomination et le type d'entreprise à laquelle est affilié le user : choisir son segment, une grille tarifaire dynamique et plus de granularité encore en option (sexe, âge, CSP+, parent...etc).



Intégration avec le SI

ActivCorner sera bientôt intégré avec les 2 plus gros acteurs du SI de prestataires du secteur : MindBody (US) & Résamania (FR). Ainsi la solution garantit l'affichage dynamique de disponibilité (plannings) et de la résa en temps réel sans créer de charge supplémentaire pour le staff du prestataire.



Conseil, accompagnement

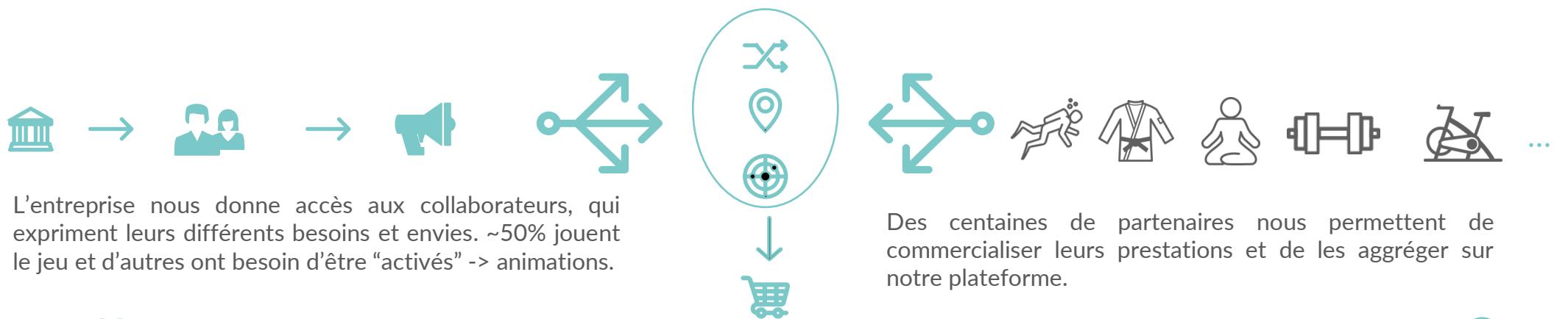
Nous souhaitons jouer un rôle stratégique en partageant notre data et les feedbacks récoltés avec nos partenaires suite aux retombées que nous leur générerons au sein des entreprises. Cela permet de faciliter des négociations sur les grilles tarifaires et construire une relation de confiance forte grâce à notre transparence et soutien de leur activité.

Technologie, Data, Algorithme

Solution non-intrusive, sans overhead, totalement intégrée

Coté Prestataires

Pour les enseignes de Sport & Bien-être, ActivCorner est vraiment un “Game-changer” avec sa capacité à faire vivre leurs offres au sein des entreprises et développer un CRM et un algorithme qui permettent de cibler les bons profils salariés selon les opérations et nouveautés proposées par ces partenaires => Potentielle monétisation de cet algorithme auprès des prestataires (“Bidding” ou enchères à la Google) pour faire “remonter” les offres les plus pertinentes aux profils demandeurs d'une activité spécifique.



L'entreprise nous donne accès aux collaborateurs, qui expriment leurs différents besoins et envies. ~50% jouent le jeu et d'autres ont besoin d'être “activés” -> animations.

Des centaines de partenaires nous permettent de commercialiser leurs prestations et de les agréger sur notre plateforme.

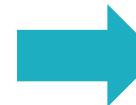
L'algorithme derrière notre CRM utilise le matching “demande exprimée vs offres disponibles” mais utilise aussi de la data de géolocalisation et du user-learning pour faire du “Push” et proposer des prestations pertinentes à chaque salarié, même s'il n'est pas encore inscrit sur notre plateforme
-> augmentation du taux d'engagement et du taux de consommation, perspective Big Data

Leviers de monétisation à développer

Création de contenu



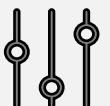
- 80% des "petits" prestataires ont un **contenu media de basse qualité**.
- Les grandes enseignes ne font pas mieux (exemple : CMG Sportsclub a une seule photo par salle de sport dans son pack officiel)
- Mauvaise gestion des deals avec les influenceurs et **faible maîtrise des réseaux sociaux**.



- Mise à disposition d'une solution média => 100€ / site
- Mise à disposition de prestation d'accompagnement sur la com' (Réseaux sociaux, mise à disposition d'influenceurs ciblés) => Pack entre 100 et 2000€

**20 000 prestataires en France => 16 000 clients potentiels
CA prévisionnel annuel lissé = 1M€**

Bidding dans la remontée des offres



- Engagement : le partenariat est gratuit et le restera.
- ActivCorner aura à terme des milliers de partenaires en France, **ce qui créera des considérations de visibilité sur le site**.
- Deux enseignes concurrentes à proximité des mêmes entreprises aujourd'hui n'ont **pas d'outils pour se démarquer** dans leur communication auprès d'elles.



- Mise à disposition d'un système d'enchères (ou "bidding") qui permet de remonter ses offres sur l'écran de suggestion de l'app et sur les "suggestions de la semaine" du site.
- Solution à plus long terme une fois la marque assise et les performances éprouvées. **CA prévisionnel à définir**

Conseil stratégique



- Grandes enseignes : une course à l'ouverture de salles sans maîtriser le potentiel d'une zone géographique
- Les plus petites enseignes qui marchent bien ont peu d'indicateurs pour savoir où ouvrir leur prochain local : où le besoin se trouve-t-il ? Comment s'assurer que les clients seront au rdv ? (*) Quote d'un fondateur d'un grand studio parisien Reebok : "ActivCorner, vous pensez que ça vaut le coup d'ouvrir une de nos salles à la Défense ?"



- A terme maîtriser la demande, les zones "saturées" en offres et les zones à fort potentiel
- Conseil stratégique (inexistant aujourd'hui) pour l'ouverture de nouveaux sites pour les prestataires

4 ouvertures / j en France, capter 20% du marché et contribuer à dessiner la carte du Sport & Bien-être



Levier de création de valeur #3 : **ActivCorner** pour le Retail

Activité B2B2C
Use-case avec le leader Décathlon (prise de contact effectuée en juin 2018)
Projet envisagé pour début 2019

Des synergies à exploiter

Mettre la marketplace au service des géants du sport

1 Le marché de la vente d'articles sur internet

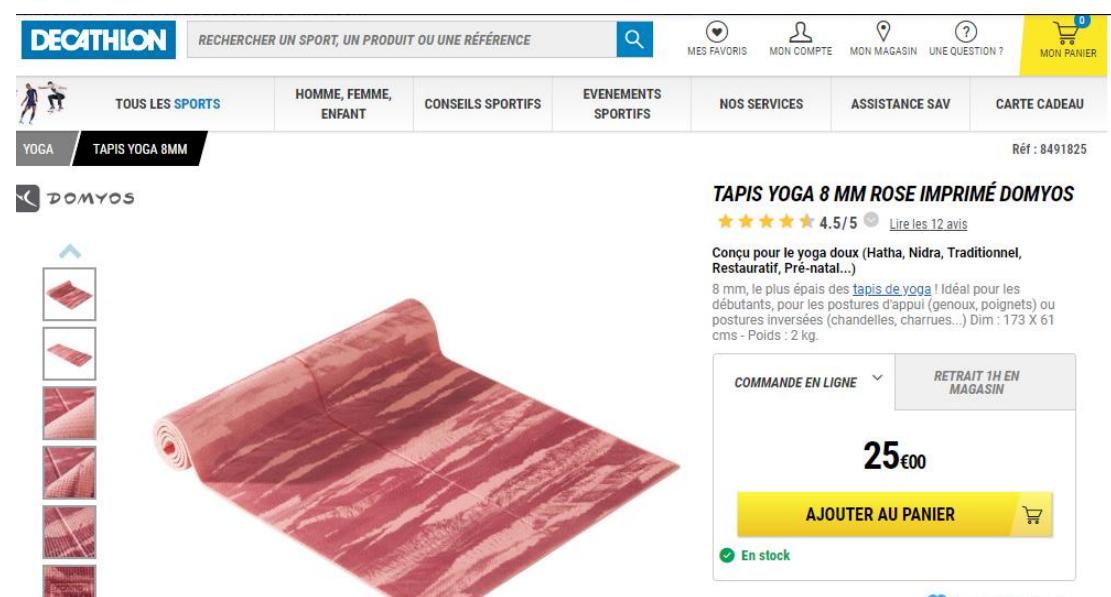
- » 20% des articles sportifs sont achetés en ligne pour un marché de 5Md€ et un total de **100M de transactions & 10M de clients**.
- » Décathlon détient 70% du marché global et 30% du marché en ligne via decathlon.fr
- » De nombreux concurrents ont émergé (Private Sport Shop, sites de produits techniques), toujours bousculés par des sites généralistes (LeBonCoin, Amazon...etc).

2 CRM & User-learning insatisfaisants

- » Décathlon a fait un effort conséquent sur le digital ces dernières années après une gestion des bases clientes perfectible.
- » La plupart des acteurs sont capables de savoir précisément ce que leurs affiliés affectionnent comme activité et à quelle fréquence ils se rééquipent.
- » Ils ne capitalisent que faiblement sur cette Data.

3 La valeur ajoutée d'ActivCorner

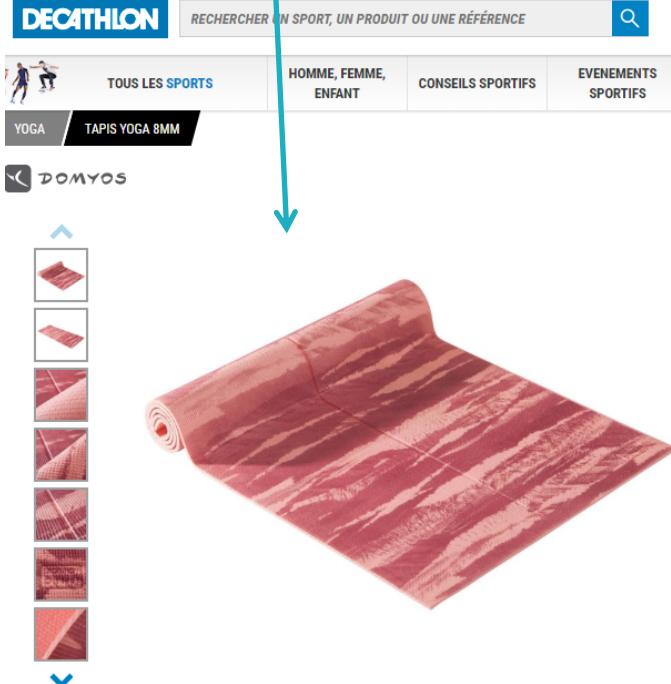
- » Chaque client de la marketplace de sport & bien-être est un client potentiel de notre plateforme, et vice-versa.
- » Aujourd'hui les marketplaces ne se rémunèrent "que" sur les produits qu'elles vendent : quand le user cherche un tapis de yoga, son expérience s'arrête au choix qu'il aura fait. ActivCorner propose d'aller plus loin et de proposer un service qui bénéficie à tous les acteurs.



Une nouvelle expérience

Mettre la marketplace au service des géants du sport

1 Le client effectue sa recherche.



2 Le site marchand transmet à ActivCorner un appel pour des activités liées au produit sélectionné

TAPIS YOGA 8 MM ROSE IMPRIMÉ DOMYOS
★★★★★ 4.5/5 [Lire les 12 avis](#)

Conçu pour le yoga doux (Hatha, Nidra, Traditionnel, Restauratif, Pré-natal..) 8 mm, le plus épais des [tapis de yoga](#) ! Idéal pour les débutants, pour les postures d'appui (genoux, poignets) ou postures inversées (chandelles, charrues..) Dim : 173 X 61 cms - Poids : 2 kg.

**25€
AJOUTER AU PANIER**

3 ActivCorner propose en marque blanche une liste d'offres à la carte ou abonnement géolocalisé selon le magasin ou le domicile du user

Je cherche un carnet/abonnement/stage

MAR 12	MER 13	JEU 14	VEN 15	SAM 16	DIM 17	LUN 18
-----------	-----------	-----------	-------------------	-----------	-----------	-----------

Hatha Flow @ Yoga Sattva Paris

vendredi 15 juin 10h30 - 11h45 -12% 13€

Je m'inscris

Cours de warriors yoga @Healthy Warriors

Je m'inscris

4 L'utilisateur parcourt les offres, trouve celle qui lui correspond – toujours négociée au meilleur tarif - et la réserve en même temps (ou pas) que son matériel.

Un bénéfice pour tous

Mettre la marketplace au service des géants du sport



Pour le user

- Une meilleure expérience
- Une prestation de qualité et moins chère
- une réservation "sans friction"



Pour ActivCorner

- Un reach B2C conséquent
- Augmentation des transactions et du revenu
- Levier supplémentaire d'acquisition de partenaire



Pour le prestataire

- Un nouveau client
- un nouveau levier d'acquisition hyper-ciblé
- une visibilité accrue



Pour la marketplace

- Rétrocession d'une partie du CA générée
- Augmentation de la QoS en ligne et de la Data captée.
- Possibilité de création de bornes en magasin pour proposer la même expérience.

Le Marché

(*) Étude uniquement faite sur le site decathlon.fr

⌚ 3M de clients en ligne

⌚ Captation de 5% de cette cible = 150 000 pers

⌚ Panier moyen de consommation ~40€ / pers / mois

⌚ CA Brut mensuel générés = 6M€.
ActivCorner prélève 15% = 900K€

Partage des revenus : [exple de parité] ActivCorner reverse 450K€ au partenaire et génère 450K€ / mois

AH !

Décathlon fait... < 4% de son CA Global en ligne
Considérer l'impact des bornes en magasin avec la possibilité de réserver son activité en même temps que son matériel.



Levier de création de valeur #4 :

ActivCorner pour l'itinérance

Activité B2B2C

Projet Espaces de travail lancé depuis juin 2018

Projet Hôtellerie ciblé début 2019 (prise de contact établie avec le Groupe Accor)

Notre service dans l'air du temps

ActivCorner pensé pour les nomades

1 Explosion du marché du co-working & Flex Office

Démultiplication des acteurs de l'espace de travail (Regus, Wework, Spaces, NextDoor, Kwerk, Remix...etc)

Démocratisation du Flex Office avec des collaborateurs qui transitent par plusieurs sites / bureaux.

2 Marché de l'Hôtellerie en pleine mutation

Les grands groupes (Accor, Louvre...etc) dans une réflexion de digitalisation et d'élargissement de leurs services pour leurs clients nomades avec la création de markeplaces pas encore abouties (voir AccorLocal)

3 Les nomades suivent la tendance : ils veulent avoir accès au S&B

Les travailleurs nomades perdent parfois en qualité de vie mais souhaitent une compensation via des services digitaux innovants.

Des nomades clients d'hôtels sont aussi demandeurs de prestations Sport & Bien-être auxquelles les groupes hôteliers n'ont pas toujours vocation à répondre au sein de leurs propres murs.

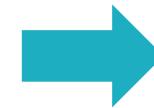


Nos solutions, nos résultats, nos objectifs

Pour l'univers de l'Espace de Travail & Coworking



- Vendre la marketplace et les services annexes d'animation (événementiels, salles de sport) pour les usagers de ces prestations de service.
- Cibler tous les grands groupes qui sont dans des logiques de déplacer les collaborateurs dans des bureaux en périphérie de Paris en Flex Office mais d'augmenter le niveau de service pour maintenir leur QVT : actuellement Cap Gemini (Issy), Axa Groupe (Batignolles) & BNP Paribas (Aubervilliers) sont dans cette perspective.



Il y a plus de 600 centres de co-working en France et plus de 200K usagers de cette solution.

ActivCorner compte déjà le leader du marché comme client (Regus/Spaces, ouvre 1 site tous les mois) et compte étendre son service au 2ème en 2018 (NextDoor).

Marché estimé = 1.4 M€ de CA brut annuel

Pour les groupes hôteliers



- A minima, ActivCorner propose de commercialiser sa solution Marketplace aux conciergeries avec un tarif indexé sur la taille de l'hôtel.
- Objectif : intégrer en marque blanche une marketplace de service d'un grand groupe hôtelier et appliquer le même modèle de win-win que celui proposé aux acteurs du Retail (voir Chapitre Axe d'Activité # 3)
- Accor Hotel : 20M de clients annuels en France, 1700 hôtels.



• Discussions déjà initiées avec le Groupe Accor ([Mme Soumia Hadjali](#), SVP Digital Products & Innovation)

- Capter 1% de la clientèle annuelle d'Accor
- => 200k pers à 20€ par panier moyen unique

CA brut projeté = 600K€ à partager avec le Groupe Accor.

Objectif : augmenter le Reach et proposer le même service à d'autres groupes et hôtels indépendants.



Levier de création de valeur #5 :

ActivCorner pour les solutions de Booking

Activité B2B
Projet MindBody initié en juin 2018

Les principaux acteurs

Ils fournissent les softwares que les prestataires utilisent pour gérer leur activité (booking, planning, accès, paiement)



- ¤ Américain. Leader mondial du software de gestion d'espaces Sport & Bien-être.
- ¤ 65000 espaces clients dans le monde. Pèse 1.7Md€ (Licorne)



- ¤ Outil le plus complet et performant du marché.
- ¤ 600 clients en France, principalement des studios unitaires.



- ¤ Pas de bureau ouvert à Paris (France gérée par une petite équipe basée à Londres)
- ¤ Méconnaissance totale du marché Français , coût d'ouverture du pays très élevé.



- ¤ Leader historique sur le marché français de l'univers du fitness avec plus de 4000 salles clientes.

- ¤ Fournit un service logistique de gestion d'accès (carte d'accès, tourniquet & bornes) avec son software

- ¤ Client lourd, pas en SaaS, technologie hyper vieillissante.
- ¤ Grande perte de vitesse et perte de nombreux clients, y compris CMG Sportsclub qui compte abandonner leur solution



Resamania

- ¤ Star montante sur le marché français avec une belle croissance.

- ¤ Equipe très tech, dynamique, qui travaille avec les enseignes de fitness en pleine croissance (Neoness, GigaFit)

- ¤ Echec partiel du lancement de leur V2 en début d'année qui cause des délais de livraison et un délaissement de certains clients (CMG).

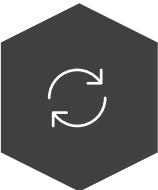
Des problématiques...

Côté ActivCorner



Synchronisation avec le système de résa des partenaires

- » Avoir des plannings à jour, gérer les annulations et surbookings.
- » Faire du booking en temps réel
- » Créer des offres et les mettre à jour à la volée



Plus de partenaires, moins de coûts d'acquisition

- » Acquérir plus de prestataires partout en France, plus rapidement, sans avoir à disposer d'une force commerciale et marketing importante, donc coûteuse.

Côté Fournisseur de Software de gestion



Pas de force commerciale pour l'acquisition

- » Les acteurs principaux français (Résamania, Déciplus), américain (MindBody, Booker) ou autres comptent principalement sur le SEO. Pour autant, il y a une démultiplication des acteurs sur le marché du software de gestion de salle & studios.



Manque de connaissance du marché et des besoins

- » Chaque acteur ignore tout ou presque de ses différenciations avec ses concurrents.
- » Les prestataires (clients pour ces fournisseurs, partenaires pour ActivCorner) sont noyés, ne sont pas conseillés sur le software qui conviendrait le mieux à leur activité.

...qui se transforment en solution

Solution proposée par ActivCorner



Mutualisation de la force commerciale

- ¤ Les fournisseurs sous-traitent le démarchage commercial à ActivCorner – dont les commerciaux doivent de toute manière démarcher les partenaires – afin qu'on leur propose une solution mixte de nos deux solutions intégrées (le partenaire a le choix de prendre l'une ou l'autre aussi)
- ¤ les fournisseurs de software nous facilitent l'intégration via API à leurs solutions, nous garantissant ainsi de recommander des systèmes qui nous conviennent.



Plus de partenaires, moins de coûts d'acquisition

- ¤ Les fournisseurs nous recommandent à leurs clients actuels, ce qui nous garantit l'acquisition massive de nouveaux partenaires synchronisés.
- ¤ Nous divisons le coût d'acquisition par 2 pour nous et permettons au fournisseur d'avoir de nouveaux clients sur lesquels nous prenons une rétro-commission.

Initiative et marché potentiel



Mind Body

- ¤ Nous avons fait cette proposition à MindBody (avril 2018) puisque ils n'ont pas de force commerciale locale, qu'ils ne connaissent pas le marché qu'ils savent pourtant dynamique.
- ¤ Nous sommes en phase de test de cette solution (que nous facturerons à minima 25K€ / mois) et avons déjà présenté le CTO de CMG Sportsclub au VP Europe de MindBody (juin 2018) pour que l'enseigne adopte leur solution lors de leur appel d'offre en septembre.



Conseil auprès des prestataires

- ¤ Nous pourrions sous-traiter notre force commerciale à 4 ou 5 acteurs majeurs pour un CA estimé à 50K€ / mois.
- ¤ Nous souhaitons poursuivre notre rôle de conseil auprès des prestataires (nos partenaires) et les diriger vers la bonne solution de software selon leurs besoins.



KPIs :

ActivCorner By the Numbers

Business Model

(axe B2B uniquement)

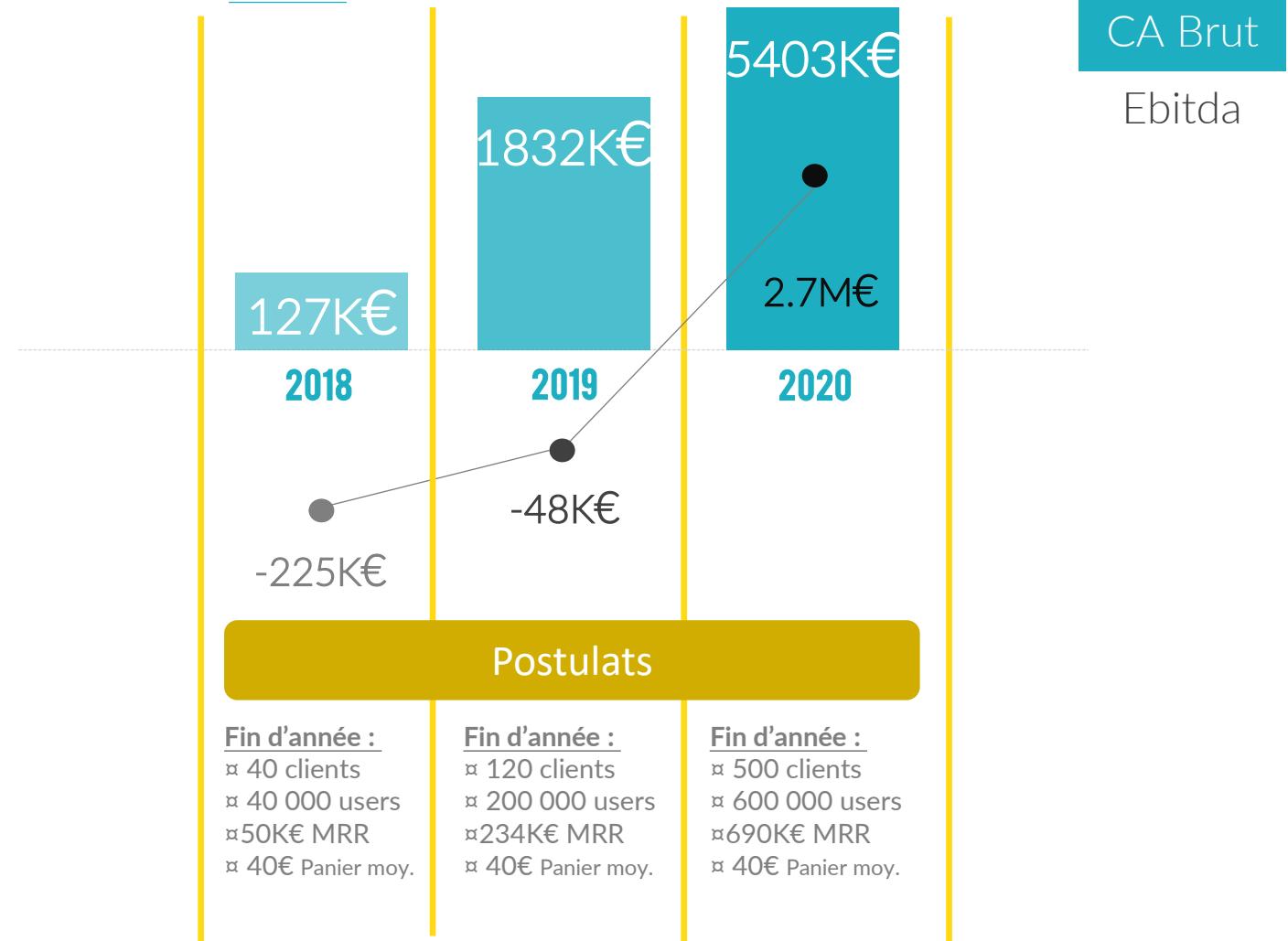
CHIFFRES-CLÉS

ActivCorner prend en moy. **15%** de chaque transaction effectuée pour chaque partenaire

ActivCorner prend **20%** sur les transactions de type « events / team-building » effectuées pour ses partenaires

L'abonnement mensuel pour les entreprises octroyant des subventions va de 149€/m à **8000€/m** (Tarif Groupe). [Notre grille expliquée ici.](#)

Le BP est basé uniquement sur l'activité B2B avec un taux de pénétration de 15% dans l'entreprise & une consommation moy. de 40€ / mois / salarié.



Cash-burn actuel = 15K€/m

Business Model

(Axe B2B uniquement)

Rentabilité

En un cycle annuel plein, staff de 3.5 développe un portefeuille de 20 sociétés, 10 000 salariés et un CA estimé à 242K€. En déduisant le coût du staff et autres frais de fonctionnement, nous projetons un bénéfice net de 62K€ annuel



Staff

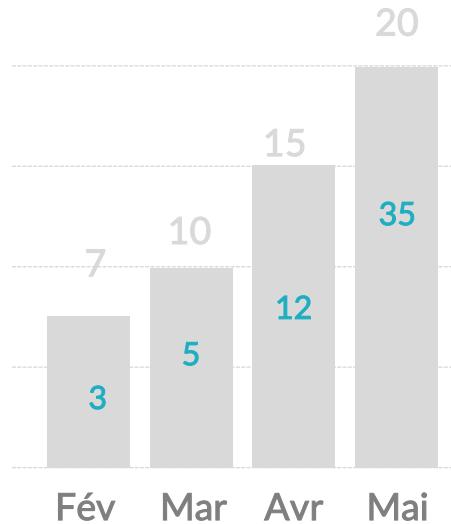
Estimation : en 6 mois pour signer 10 clients avec 5000 salariés et animer pour atteindre 15% de pénétration et un panier moy. de 50€ / mois, -> 1 commercial B2B, 1 Marketing Officer et 1 stagiaire, ½ Commercial Partenariat.

Coût annuel estimé : 146K€ Brut

Business

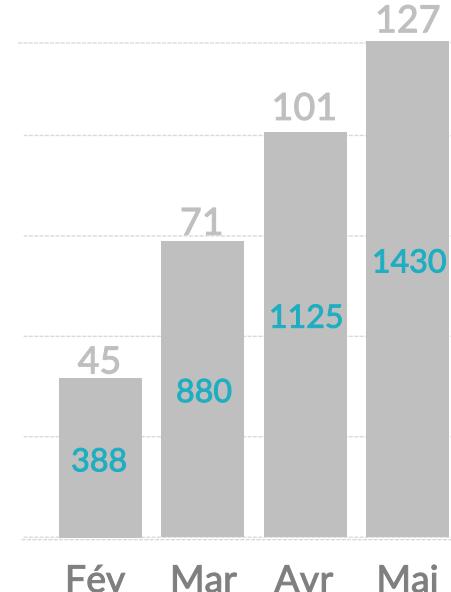
- * 5000 pers. , 15% de pénétration mensuelle = 750 pers à 50€ / m = 37 500€/m de transac. générées. ActivCorner génère donc un CA brut de 5625€ / m en conso' + 5000€ en abonnement
- * CA mensuel brut = 10625€ , Estimation de 2000€ brut générés via d'autres services (coaching, events)
- * CA mensuel brut total généré = 12 625€ / mois pour ces 10 clients

Croissance

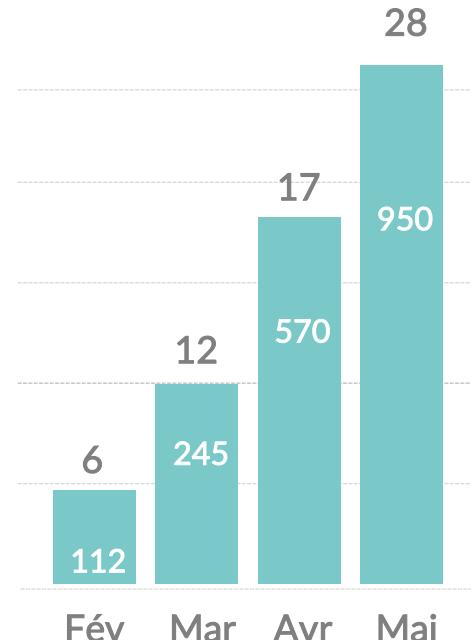


Entreprises clientes
Salariés – clients potentiels (en milliers)

Taux de pénétration ~ 15% / entreprise
Panier moyen / mois ~ 45€

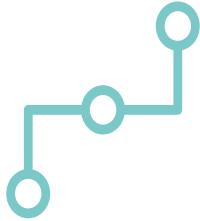


Partenaires
Offres quotidiennes sur la plateforme



CA brut mensuel (en K€)
nb de ventes effectuées

Valorisation et besoin de financement

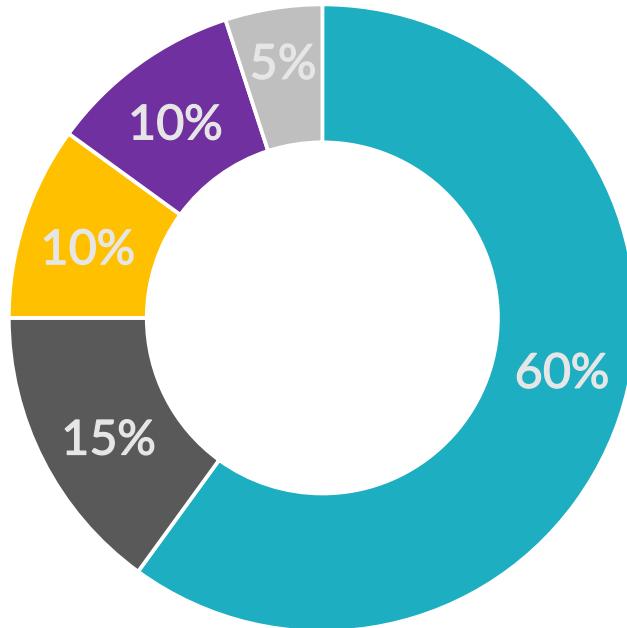


Aujourd'hui, ActivCorner fait face à un choix :

- 1 **Accélérer uniquement sur son service pour les entreprises**, qui montre une très belle croissance et un fort potentiel
- 2 **Être plus ambitieux, plus conquérant** et viser une levée de fonds qui nous permettra de concrétiser notre potentiel sur les autres axes de développement identifiés.

Notre préférence : l'Ambition. Toujours. 😊

B2B Only : valorisation et besoin de financement



Investissement déjà réalisé par les fondateurs : 180K€

Valorisation Pre-money 2M€

Financement recherché : 500K€

Cashburn anticipé post-levée : 30K€ / mois (breakdown ci-dessous sur 12 mois)

Business Development : 4 Sales (180K€), 1 profil Marketing (35K€), 2 stagiaires (10K€)

Tech Dev : intégration Système booking, améliorer le CRM Client (30K€)

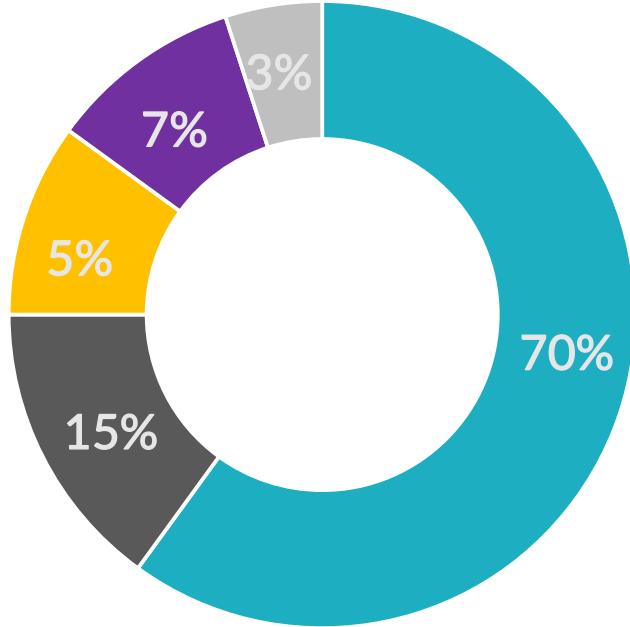
Logistique : bureaux, matériel (24K€), achat contremarques (30K€)

Media & Communication : campagne marketing, événementiel B2B (20K€)

Run The Company : légal, comptabilité, frais (20K€)

Objectifs après consommation du Seed Funding : 100 clients, 500 partenaires, 130K€ de CA brut en récurrent mensuel , staff de 12 pers

« Reach for the stars » : valorisation et besoin de financement



Investissement déjà réalisé par les fondateurs : 180K€

Valorisation Pre-money 4.8M€

Financement recherché : 1.2M€

Cashburn anticipé post-levée : 120K€ / mois

■ **ActivCorner Team V2** : 1 Sales Manager, 4 Sales B2B, 4 Sales Partenariat, 2 Marketing, 2 Relationship Managers, 1 Event & Activation Manager, 1 Support, 1 Product Manager, 1 SMM & Com', 2 IT, 2 interns.

■ **Tech Dev** : intégration Système booking, améliorer le CRM Client, intégrer les solutions marque-blanche, API vers marketplaces externes.

■ **Logistique** : bureaux, matériel

■ **Media & Communication** : campagne marketing, événementiel B2B

■ **Run The Company** : légal, comptabilité, frais

« Reach for the stars » : objectifs à atteindre (fin 2019)

- Entreprises 

 - ¤ 120 clients
 - ¤ ~2M€ CA brut
 - ¤ Objectif : 300 sociétés clientes d'ici 2020 pour un CA Brut de 5M€.
- Prestataires 

 - ¤ 200 prestataires clients (différents leviers – lancement de l'activité)
 - ¤ 50K€ CA brut.
 - ¤ Objectif : 2000 prestataires clients en 2020 pour un CA brut de 500K€.
- Retail 

 - ¤ 0.1% de la clientèle d'un acteur majeur du Retail en ligne devienne cliente sur ActivCorner.
 - ¤ 234K€ CA brut
 - ¤ Objectif : 1% des users de la marketplace-partenaire consomment sur ActivCorner pour un CA brut de 1.2M€.
- Itinérance 

 - ¤ 100k users issus du milieu de l'itinérance captés par ActivCorner
 - ¤ 300K€ CA Brut
 - ¤ Objectif : 300k users issus de l'itinérance pour un CA Brut de 900K€
- Fournisseurs Software 

 - ¤ ActivCorner devient le prestataire de service de Mindbody (Sport) & FlexyBeauty (Spa / Bien-être)
 - ¤ 300K€ CA brut
 - ¤ Objectif : création d'un SI en propre ActivCorner à proposer aux partenaires, commercialisé à 150€ / mois / site.

Objectifs 2019 = 2,76M€ CA Brut
Objectifs 2020 = 7.85M€ CA Brut



ActivCorner
L'équipe. L'ambition.

Advisors



Amélie Oudéa-Castéra
Actionnaire
Bio: ex-CMO @ Axa Group
Parcours d'excellence (Science Po, ENA), fondatrice de « Rénovons le Sport Français ». Ancienne sportive de haut niveau.



Frédéric Farrugia
Actionnaire
Bio : Serial Entrepreneur, 5 sociétés dans le web créées depuis 1999 (2 revendues, 3 actives et rentables)



Jalil Chikhi
Bio: Industry Director @Google France
Gère les portefeuilles Telecom, Media, Finances, Energie France



Digital Team

Sutunam

Studio Digital co-fondateur
2 ressources à temps plein dédiées à ActivCorner

Une équipe taillée pour le succès

L'équipe. L'ambition



Yacine Chikhi
CEO

Yacine est né en Algérie, a étudié en France puis a poursuivi son cursus aux US pendant 4 ans pour jouer au basket. Un ouragan plus tard (Katrina, à la Nouvelle-Orléans) il rentre en France et prend un poste dans l'IT Finances pendant quelques années.

Juste le temps de réaliser les difficultés des entreprises à fournir une solution digitale adéquate de sport & bien-être.

Il décide alors de tout lâcher et de monter sa start-up pour répondre à cette problématique.

Yacine s'occupe de la stratégie et des grands comptes clients & partenaires.



Charlotte Vigné
Event & Communication

Charly est une Designer qualifiée, une athlète touche-à-tout (Triathlon, boxe, bootcamps) et la personne joyeuse par excellence que l'on souhaite avoir dans ses équipes. Si Yacine était le volant, Vincent serait le moteur, Morgane la carrosserie et Charly serait le carburant qui propulse ce bolide.

Charly est en charge du marketing, de l'événementiel (gestion côté client et côté partenaires) et de la communication.

Elle participe au Speed Project de Nike en mars 2018 : un relais (un peu fou) en équipe de 500Km de Los Angeles à Vegas !



Vincent Cornu
Responsable commercial

Vincent & Yacine partagent un parcours similaire : Vincent est aussi allé vivre le rêve du basket universitaire aux États-Unis (Tampa, Floride) puis est revenu en France avec un esprit entrepreneurial prononcé.

Il a toujours souhaité créer et innover dans le milieu du sport et il a rejoint l'équipe en 2017 pour le faire.

Vincent est en charge de nos 2 initiatives commerciales : acquisition de nouveaux partenaires et prospection d'entreprises.



Morgane Briole
Responsable Produit

Morgane fait ses premiers pas dans la gestion et l'administration d'une plateforme web & mobile. Son rôle est de s'assurer de l'intégrité de la donnée et de la mise à jour de celle-ci vis-à-vis du contenu des partenaires. Elle fait le lien avec les équipes IT pour s'assurer que la plateforme réponde aux exigences des utilisateurs.

Morgane est par ailleurs une grande passionnée d'équitation depuis son plus jeune âge. Issue d'une famille de grands sportifs (son oncle Stéphane Diagana est une icône de l'athlétisme français), elle apporte son énergie, ses idées et sa rigueur à l'équipe.



Christine Pourcelot, Owner @ La Salle de Sport By Reebok : « Nous sommes très heureux et satisfaits de notre collaboration avec ActivCorner, autant sur l'accompagnement de nouveaux clients que sur leur disponibilité et leur fiabilité. Nous sommes 100% avec eux, sur le long terme. »

Sabrina Niddam, Office Manager @ Agence Mazarine : « ActivCorner a complètement transformé les équipes Mazarine ! L'accès à une subvention dématérialisée et la simplicité de la réservation, particulièrement sur le bien-être, ont eu un impact énorme sur la forme et le moral de mes collègues. Je ne peux que recommander vivement cette solution ! »



Sabrina Niddam • 2e
Digital and Social Media Project Director - Office Manager
Yoga with Sab • EDHEC Business School
Région de Paris, France • + de 500



SANDRINE DIAGANA
Happiness Officer L'Oréal Groupe
[Voir le profil complet](#)

Les clients et partenaires témoignent



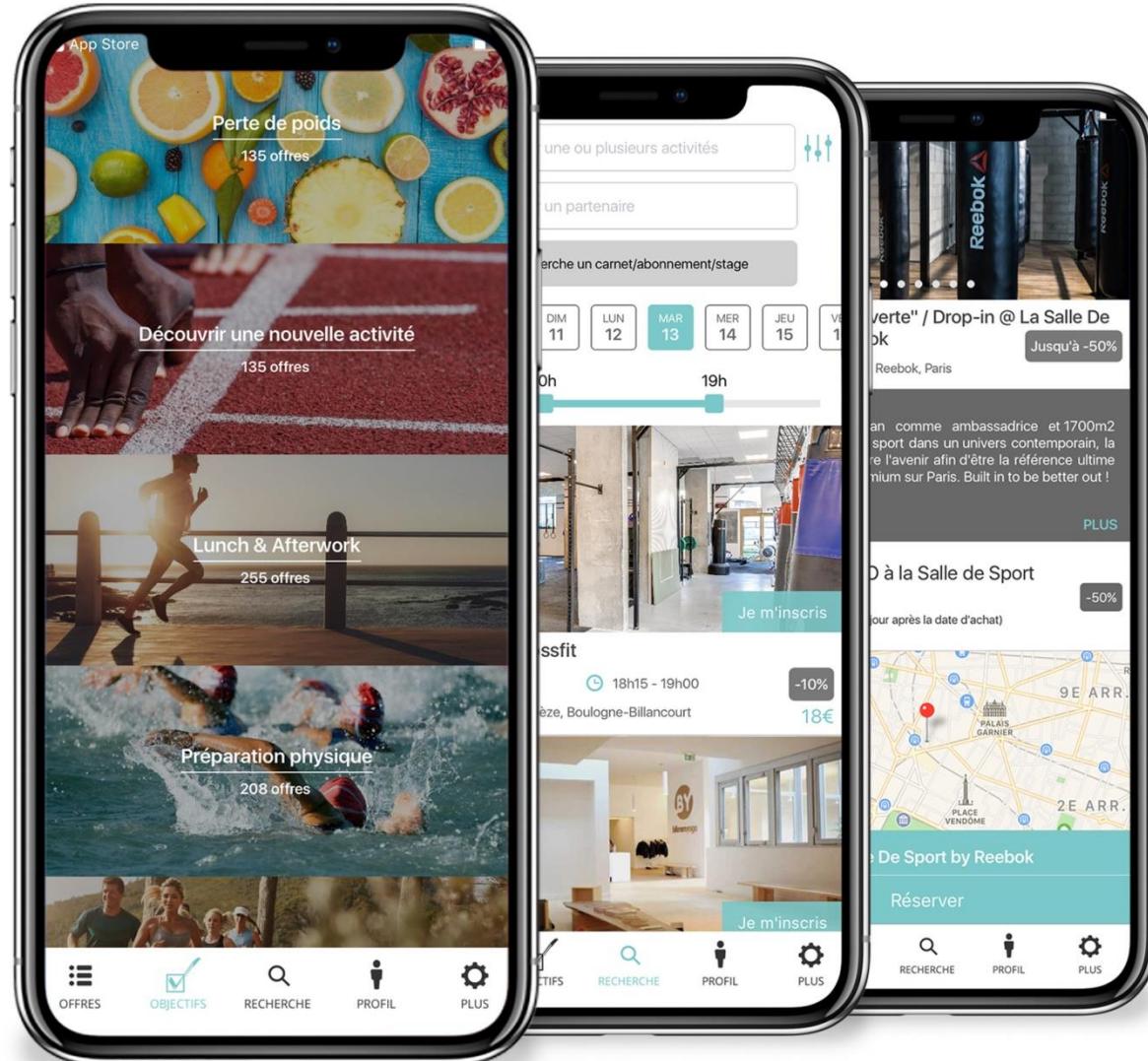
SANDRINE DIAGANA
Happiness Officer L'Oréal Groupe
2 j

Poser des questions à notre cercle d'experts métier, c'est bien, donner des "réponses" et recommandations c'est mieux ! alors je recommande ActivCorner avec qui nous travaillons : une start up où l'humain, le digital et l'entrepreneuriat sont au service du bien être et du sport hors les murs et villes ... cliquez et regardez ... <https://lnkd.in/dQQjRKw>



ACTIVITÉS SPORTIVES À LA CARTE
activcorner.com

Choisissez ActivCorner et soutenez une pépite française innovante, passionnée et ambitieuse



NOTRE AMBITION

Devenir d'ici fin 2020, leader sur le marché de la marketplace de prestations Sport & Bien-être en France.