



BUSINESS PLAN

L'enceinte Karaoké Box

BERRADA El Ghali
DIMNET Alexandre
EL-KHOLFI Youssef

EXECUTIVE SUMMARY :



3,4 millions d'euros : c'est le chiffre d'affaire réalisé par BAM Karaoke Box l'année dernière, le pionnier du **Karaoke privatisé** en France.

Le Karaoke Box est un **concept** qui consiste à louer une salle de Karaoke privatisée pour un groupe de personnes sur un créneau donné. Celui-ci offre la possibilité de bénéficier d'une expérience Karaoke simple et **personnalisable**. Les salles sont équipées de matériel audiovisuel de qualité et d'une interface de type tablette permettant de choisir ses morceaux, ses lumières et même de passer une commande.

Nous sommes partis d'un constat : c'est **l'absence** de ce concept de karaoke privatisable dans notre ville de Toulouse, une ville étudiante, dynamique, avec 1.1% de croissance annuelle, qui par ailleurs manque de divertissements.

L'enceinte Karaoke Box est alors née de l'envie, d'un amateur de la scène ambitieux, d'un ingénieur créatif, et d'un architecte passionné, de dynamiser et diversifier les divertissements à Toulouse. Le projet consiste à importer le concept de Karaoke privatisable dans un marché encore vierge avec lequel nous sommes familier.

Après étude des clients potentiels, nous estimons que notre projet peut cibler un large spectre de clientèle. Celui-ci s'adresse, évidemment, aux **étudiants** aux fréquences de sortie élevées. Mais, de par son caractère personnalisable, il s'adresse aussi à tous les **actifs** au budget souvent plus important. Sans oublier, la multitude **d'entreprises** et de **startups** implantées dans le bassin toulousain, qui représente une autre cible potentiel de par la tendance actuelle de teambuildings et workshops.

Désireux de répondre aux besoins des toulousains, notre projet repose d'une part sur une solide **étude de marché**. Celle-ci nous a non seulement permis de valider le potentiel de l'activité, mais aussi d'identifier **les directions stratégiques** fondamentales telles que le nombre de salles, la taille des salles, les prix et les services attendus.

D'autre part, une analyse de la concurrence nationale nous a permis de confirmer certaines hypothèses, d'affiner les directions prises et d'identifier des **avantages concurrentiels**. En effet, les enseignes proposant du Karaoke Box connaissent un grand succès dans des villes comme Paris, Lille ou Bordeaux, comme en témoigne leur taux d'occupation avoisinant les **70%**. Cependant, L'enceinte Karaoke Box souhaite tout de même se démarquer des concurrents en proposant une expérience plus moderne, un calendrier événementiel dynamique, des activités et options supplémentaires inédites au sein des box (JustDance, Blindtest par exemple).

Outre l'adaptation du concept et l'innovation, afin de garantir la **pérennité** de notre entreprise, nous miserons sur une **stratégie de marketing** robuste basée sur un fort lancement commercial puis sur une répartition du budget dans plusieurs canaux publicitaires. Par ailleurs, nous comptons aussi dans les cinq premières années, **étendre** le concept dans d'autres villes à fort potentiel en France comme en Europe.

L'enceinte Karaoke Box repose sur un **investissement** matériel et immatériel préalable. Cet investissement repose d'une part sur l'achat d'un fonds de commerce, et l'aménagement du local selon les normes imposées et en respectant un seuil acoustique par box. D'autre part, la partie logiciel et base de données karaoke constituent des frais considérables. Cet investissement s'élève à **193 000 €**.

Notre analyse financière nous a permis d'évaluer notre **chiffre d'affaire** à **300 000€** en moyenne sur 3 ans avec un **bénéfice supérieur à 16%**. Notre Besoin en Fond de Roulement est toujours très bas, voir négatif. Nous atteignons le point mort autour du neuvième mois.

EXECUTIVE SUMMARY :



Afin de financer notre projet, nous comptons apporter **25 000€ en tant qu'associés**. Nous souhaitons prétendre à des concours, à la subvention START'OC PROjet, au prêt d'honneur Réseau Entreprendre, et Créalia, pour finir par un apport d'investisseur. Aujourd'hui, le concours **CRECE** représente une réelle opportunité pour nous d'acquérir nos premiers financements et de prétendre donc à d'autres subventions.

SOMMAIRE :



L'équipe	P.01
Le projet	P.02
Le produit	P.02
Étude de marché	P.03
1 - Marché cible	P.03
2 - Concurrence	P.04
3 - Barrière à l'entrée	P.05
4 - Réglementations et normes	P.05
Stratégies commerciales	P.06
1 - Directions stratégiques importantes	P.06
2 - Politique de tarification	P.06
3 - Planification et événements	P.07
4 - Innovation et diversification	P.10
5 - Fidélisation	P.10
6 - Marketing	P.11
7 - Stratégies d'avenir	P.11
Ressources	P.11
1 - Moyens matériels	P.11
2 - Moyens immatériels	P.13
3 - Ressources humaines	P.13
Gestion de l'établissement	P.14
Financement	P.14
Analyse financière	P.15
Annexes	P.16

L'ÉQUIPE :



L'équipe est constitué du porteur de projet Berrada El Ghali, élève-ingénieur en Génie Électrique et Informatique à l'INSA de Toulouse ; Dimnet Alexandre au même profil ; El Kholfi Youssef élève à l'école d'architecture de Toulouse.



El Ghali Berrada est le cœur du projet. Il apporte le concept, son enthousiasme, sa motivation et sa rage de réussir. Depuis quelques années déjà, il envisage une carrière entrepreneuriale en participant à de multiples formations et conférences. À travers ses multiples voyages, il a enrichi son carnet d'idées et sa créativité mais il a aussi nourri son esprit d'entrepreneur. Il arrive cette année avec un objectif bien clair : "Dynamiser les divertissements à Toulouse en remettant au goût du jour le Karaoké". Passionné de musique, et habitué de la scène, El Ghali souhaite créer une expérience musicale moderne et immersive pour ses futurs clients. Dynamique et ambitieux, il participe activement à toutes les phases de développement du projet, tout en gardant à chaque étape une vision à long terme. Curieux et ouvert d'esprit, il n'hésite pas à confronter ses idées aux experts, aux autres membres du groupe et à son marché. Il est conscient que c'est aussi en écoutant qu'il pourra sublimer le concept.



Élève-ingénieur à l'INSA de Toulouse, **Alexandre Dimnet** est avant tout Toulousain et fier de l'être. Amateur de nouvelles expériences, il s'implique dans la réalisation de ce projet de Karaoké Box depuis que El Ghali l'invita à rejoindre son aventure. Il apporte à ce projet, rigueur et organisation, ainsi que son expérience dans l'élaboration d'un plan de financement. Efficace dans ses actions, il aide le groupe à se décider sur les choix difficiles en apportant des solutions plus simples et plus directes. Riche de créativité, il place l'originalité et l'innovation au cœur du projet.



Youssef EL-KHOLFI est l'architecte du projet. Grâce à sa formation en architecture, il sait apporter ses idées à la fois esthétiques et techniques. Sa maîtrise du dessin et des outils de dessins assistés facilite la communication et l'échange autour de ses idées. Rationnel dans l'esprit, il arrive à répondre aux besoins de ses collègues, tout en gardant dans un coin de sa tête la réalité du chantier. En effet, face aux multiples idées de ses collègues, il apporte sa vision et son recul d'architecte sur les coûts d'investissement notamment pour garantir la faisabilité du chantier. Passionné par la musique, il a rapidement adhéré au concept du projet qui propose la solution idéale. D'autant plus qu'il sait se mettre dans la peau d'un chanteur pour proposer la meilleure expérience musicale à ses futurs clients. Entrepreneur dans l'esprit, il contribue à toutes les phases de l'avancement du projet. Il sait se faire entendre dans les débats dans le but d'améliorer le projet. Il sait également être à l'écoute que ce soit avec ses collègues ou avec les différents intervenants professionnels. Pour finir, sa sociabilité et son dynamisme le pousse à garder une ambiance joyeuse et agréable au sein du groupe.

LE PROJET :



Le projet est né d'une découverte faite par le porteur de projet El Ghali, il y a bientôt 3 ans, lors d'un voyage à Budapest en Hongrie. Dans cette ville branchée et connue pour la fête, il y découvre un commerce avec un concept jusque-là peu commun, et peu répandu : le Karaoké box. Après quelques recherches, il prend connaissance du concept mais surtout de l'effervescence du phénomène à Budapest et dans quelques villes d'Europe. Mais qu'est-ce que le Karaoké Box ? Le Karaoké Box est un concept qui existe en Asie depuis plusieurs dizaines d'années. En effet, le Karaoké est une pratique fortement inscrite dans les mœurs asiatiques. On trouve dans les villes japonaises, mais aussi celles des pays voisins, plusieurs dizaines d'endroits dédiés au Karaoké, soit dans des bars/restaurants, soit dans de gigantesques espaces divisés en salles que l'on peut louer à l'heure pour pratiquer du Karaoké en couple, entre amis ou avec sa famille en pleine autonomie.

Cependant, le concept a pris en Europe une dimension différente. Contrairement aux salles basiques, au décor simpliste et au matériel élémentaire des Karaokés box en Asie, le concept a été développé en Europe avec une dimension plus glamour et moderne, le but étant de remettre au goût du jour le Karaoké. Ainsi à BlueBird¹ à Budapest, ou au Ktv² à Berlin, on trouve plusieurs salles thématiques, avec une tablette pour sélectionner sa musique, sa boisson ou sa nourriture, un équipement sonore de qualité, ou encore des jeux de lumières.

Aujourd'hui, " L'enceinte " est un projet porté par un chanteur amateur habitué de la scène et des expériences musicales, un architecte aux idées innovantes et modernes, un ingénieur au côté rationnel et aux idées technologiques séduisantes, et un manager connaisseur de la population toulousaine et de ses mœurs. Notre but commun est de dynamiser et diversifier les divertissements à Toulouse, en proposant une expérience de Karaoké unique.

Ainsi nous souhaitons aménager et ouvrir un espace divisé en plusieurs salles thématiques et privatisables dédiées à la musique et au Karaoké. Notre objectif premier est de permettre à la population toulousaine de pratiquer du Karaoké dans un espace intime, moderne, et avec une bonne qualité sonore. Nous voulons aussi y offrir un service de boissons et de restauration simple et adapté, et proposer un calendrier varié, rythmé par des événements et des décorations de salle différentes et éphémères.

Le but étant de faire de L'enceinte le rendez-vous musical toulousain par excellence.

LE PRODUIT:

Notre produit consiste en la privatisation via une plateforme web d'une salle insonorisée équipée de matériel Karaoké audiovisuel, avec la possibilité de consommer des boissons et des tapas.

Pour pratiquer du Karaoké dans notre établissement, le client potentiel devra dans un premier temps réserver via notre site web la box et le créneau de 2h qui convient à son groupe. La réservation pourra aussi s'effectuer physiquement au sein de notre établissement.

Le site web proposera une option de paiement partagé en ligne grâce au site Sharegrop³.

Une fois sur place, les clients seront pris en charge par un employé afin de les accompagner à leur box, d'activer le logiciel et de leur expliquer si besoin brièvement le fonctionnement du matériel. Dans la box, les clients pourront via une interface ludique et ergonomique sur une tablette connectée, sélectionner des musiques dont les paroles s'afficheront sur un écran tv. Sur cette même interface, les clients pourront régler le volume sonore, modifier les jeux de lumière, mais aussi commander à boire ou à manger. Les commandes seront ensuite apportées par l'employé. Au sein de la box, les clients auront aussi à disposition des fauteuils et une table. Les paiements de toute commande ou option supplémentaire se feront à la fin de la séance au niveau du bar.

1 Karaoké Box Hongrois bbrooms.hu

2 Karaoké Box Allemand www.berlin-ktv.de

3 Entreprise française de gestion de paiement groupé <https://sharegrop.com/>

Le concept de Karaoké box est apparu en France en 2014. Il vient du Japon et apparaît dans de nombreuses métropoles sur le globe depuis 10 ans.

Au début de 2020, on trouve une quinzaine de Karaoké box en France dont la moitié se situe à Paris. Ce concept, qui remet au goût du jour le Karaoké, est en pleine expansion. Des chaînes se sont d'ailleurs créées comme par exemple BAM Karaoké Box¹ et ses 6 établissements en France et en Espagne.

A Toulouse, le premier Karaoké Box nommé Karioka² a ouvert en mars 2020. Il y a aussi quelques bars qui proposent du Karaoké de manière ponctuel, mais il ne s'agit pas de privatisation de salles.

Le divertissement et la démographie à Toulouse :

L'agglomération de Toulouse compte 1,4 millions d'habitants, cette population est jeune (47% < 30 ans), 20% d'étudiants³. Toulouse a été élue meilleure ville étudiante de France, ce qui est un signe de son dynamisme et de son attractivité auprès des populations jeunes⁴.

Nous avons sondé les toulousains⁵, et majoritairement des étudiants et jeunes actifs ont répondu (54% ont entre 18 et 25 ans, 35% ont entre 25 et 40 ans, et 55% sont des étudiants). Nous avons appris que trois quarts d'entre eux aimeraient sortir pour faire du Karaoké et 55% estiment qu'il y a un manque de Karaoké à Toulouse. Ces données nous permettent d'être confiants quant au bon accueil du projet par la population toulousaine. Le questionnaire nous a aussi fourni d'autres données qui seront exploitées par la suite.

1 - Marché cible :

Nous allons dans cette partie définir les principaux profils types de nos futurs clients:

Les jeunes étudiants de 16-26 ans :

De part sa forte proportion dans la population locale (plus de 105 000 étudiants⁶), c'est une des population qui est la plus active dans les sorties sur Toulouse. Leur profil représente une forte proportion de la clientèle que nous visons. En général, ils n'ont pas un très grand budget pour la soirée, cependant, cela se compense par leur fréquence de sortie qui est plus élevée que la moyenne et qui se répartit plus homogènement sur l'ensemble de la semaine.

Cette répartition sur l'ensemble de la semaine est positive pour les deux partis :

- Elle nous permet de remplir les créneaux moins fréquentés.
- Elle permet aux jeunes étudiants de payer des créneaux horaires à des prix moins élevés⁷.

Les jeunes actifs 26-35 ans :

Ils représentent la clientèle la plus intéressante, même s'ils sortent moins que les étudiants, il ne sont pas pour autant négligeable. Le concept est adapté à leurs attentes, ils cherchent des lieux de sortie plus exclusif et avec moins de foule. Le concept de salles privatives répond donc à leurs attentes. En général, ils consacrent un budget intéressant pour leurs sorties, ils auront donc moins de mal à payer un tarif plus élevé pour se positionner sur les créneaux horaires de fin de semaine qui sont plus chers. De plus, leur pouvoir d'achat ajouté à l'effet de groupe fait qu'il seront plus susceptibles à commander des tapas et des boissons en supplément. Ce sont des extras qui peuvent au final représentés un montant plus élevé que le coût de réservation de la salle.

1 Karaoké Box Français <https://fr.bam-karaokebox.com/>

2 Karaoké Box toulousain <https://www.karioka-karaoke.com/>

3 Observatoire Toulouse Métropole "Toulouse Métropole En Chiffre 2020"

4 L'Etudiant- Site Web Français <https://www.letudiant.fr/> Article. Le Monde Journal Français <https://www.lemonde.fr/> Article "Classement 2018-2019 des meilleures villes étudiantes de France : Lyon et Toulouse en tête"

5 Voir détails questionnaire en annexe

6 Observatoire Toulouse Métropole "Toulouse Métropole En Chiffre 2020"

7 Voir la partie « Politique de tarification »



Les actifs de 35-60 ans :

C'est une clientèle qui sera moins courante mais qu'il ne faut pas négliger. Comme pour la précédente catégorie, le concept est adapté à leurs attentes, de part son aspect exclusif. Ce sont des personnes qui, en général, ont plus de chance d'avoir une vie de famille. Leur fréquence de sortie est donc moins élevée que les deux catégories précédentes. Elle est en générale concentrée sur la fin de la semaine. De part leur ancienneté dans leur travail, leur budget pour les extras peut être conséquent, c'est donc pour cela que des réservations de leur part peuvent être très intéressantes au niveau de la rentabilité.

Les entreprises :

C'est une clientèle qui nous est importante pour plusieurs raisons :

- Tout d'abord, le concept correspond à leur attentes actuelles. Les entreprises sont de plus en plus friandes de tels concepts leur permettant de souder leurs équipes.. La tendance actuelle est aux évènements de type " Team Building " hors du cadre de l'entreprise. Le but est de créer de vrai liens entre les employés, et que ces derniers soit à l'aise et heureux dans l'entreprise. Le marché du travail toulousain étant très dynamique avec de nombreuses grandes entreprises, il y a énormément d'opportunités de tels évènements à saisir.

- Ensuite, les réservations effectuées par les entreprises.

- De part la taille de leurs effectifs, ces dernières auront tendance à réserver les grandes salles de l'établissement qui sont en général moins fréquemment loués que celles de petites tailles.
- Les jours sur lesquels ils se positionneront seront en général situés en semaine. Pour les horaires, cela peut donner lieu à des réservations spéciales pour des évènements en pleine journée avec une privatisation entière de l'établissement, ou alors en fin d'après-midi / début de soirée dans les créneaux dit "AfterWorks".

Que ce soit les journées, les créneaux horaires ou encore la taille des salles choisi, les entreprises nous permettront de remplir les salles d'une manière plus homogène et lisse. Cela nous permettra donc une rentrée d'argent plus régulière et diversifiée.

- Enfin, le budget consacré par les entreprises pour de tel évènements est conséquent. Ce n'est pas forcément le prix de réservation des salles qui sera le plus rentable mais surtout les extra additionnels (boissons, nourritures) que commanderont les groupes des entreprises. En fonction de l'entreprise ces extra pourront être plus ou moins élevés, avec tout de même une tendance générale de dépense plus importante que pour les autres cibles.

2 - Concurrence :

La concurrence locale est représentée par le premier Karaoké box de Toulouse qui à récemment ouvert. Ce que nous savons pour le moment c'est qu'il se situe entre Jean Jaurès et le Canal du Midi, que le prix moyen par heure par personne est de 6,5 €, et que le nombre de box est de 7 avec une taille moyenne de 8,1 personnes. Du fait de son ouverture très récente, il est difficile d'appréhender la partie du marché qu'il touche réellement.

Par ailleurs, il y a aussi les bars qui organisent des évènements Karaoké de manière ponctuelle ou hebdomadaire. Ceux-ci offrent un service différent et n'ont pas pour activité principale le Karaoké. Ils représentent néanmoins une concurrence indirecte à considérer.

Enfin, il y a en France des jeunes chaînes de Karaoké Box qui peuvent potentiellement arriver sur le marché Toulousain, comme BAM Karaoké Box, KaraFun¹, qui pourraient donc nous faire de la concurrence.

¹ Karaoké box français <https://www.karafunbar.com/>

Etude de concurrents Karaoké box dans un marché similaire :

Nous ne pouvons pas nous baser sur Karioka au vu de l'état du marché actuel suite à son lancement. (COVID-19). Pour étudier notre marché nous avons analysé le marché de Karaoké situé dans des marchés similaires au nôtre (ville de grande taille hors capitale, concentration d'étudiant).

- Lille : présence de 2 Karaoké box : seul KaraFun est analysé car Singing Studio possède un modèle économique bien différent du nôtre.
- Bordeaux : BAM Karaoké Box.

	Taux d'occupation hebdomadaire	Taille moyenne salle (en personne)	Prix moyen par personne par heure	Remarque
Karafun	69%	8,2	6,6€	
BAM Karaoké Box Bordeaux	66,6%	7,14	7€	Taux d'occupation faible pour le box de 10 (45%)

3 - Barrière à l'entrée :

Notre marché est local et possède donc les limites du territoire environnant à savoir Toulouse et son agglomération. N'ayant qu'un seul concurrent implanté en Mars 2020, le marché toulousain du Karaoké box n'est donc qu'à ses débuts. Ce premier concurrent permet au concept de se diffuser concrètement dans l'agglomération, et de tester le marché. Tout comme cela nous permettra de rectifier les erreurs éventuellement commises au niveau de la communication par exemple. Nous nous plaçons dans une gamme de prix inférieure et nous serons localisés dans les alentours des Carmes, qui est un des quartiers les plus actifs en terme de divertissements.

4 - Réglementations et normes :

Comme tout commerce en France, L'enceinte sera soumise à différentes réglementations légales et sanitaires.

- Normes d'hygiène :

Ces normes concernent notamment le local et ses équipements, le personnel, le stockage, la conservation des aliments et les déchets. Par ailleurs, pour toute création, reprise ou transformation de commerce, une déclaration doit être effectuée auprès de la direction départementale en charge de la protection des populations (DDPP) avant l'ouverture de l'établissement.

Enfin des contrôles peuvent être effectués, pendant lesquels plusieurs documents devront être présentés comme par exemple la fiche de réception des produits, fiche d'enregistrements des températures, coordonnées des fournisseurs etc...

- Normes PMR :

La loi handicap de 2005 prévoit que les établissements recevant du public doivent pouvoir accueillir les personnes à mobilité réduite à partir du 1er janvier 2015.

Notre établissement devra donc respecter les différentes réglementations prévues à cet effet, notamment en termes d'accessibilité, de circulation intérieure etc...

- Normes de sécurité incendie :

Étant un établissement recevant du public (ERP) de type M, notre établissement sera également soumis à la réglementation de sécurité incendie.

- Licences musicales :

L'enceinte est un commerce dont l'activité repose essentiellement sur l'exploitation de musiques appartenant à des auteurs. De ce fait, nous serons soumis aux réglementations de la SACEM de Toulouse (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique), organisme à but non lucratif visant à payer les maisons de disques. En ce qui concerne la facturation, elle se présente sous forme de forfaits annuels et payables mensuellement, dépendant du chiffre d'affaire de l'entreprise ou du commerce.

STRATÉGIES COMMERCIALES :

1 - Directions stratégiques importantes :

Notre étude de marché nous a permis de nous faire une idée plus claire des directions stratégiques que nous allons prendre. Tout d'abord, nous décidons d'ouvrir un espace composé de 5 box, ce qui devrait dans un premier temps avec notre concurrent convenir au marché toulousain au vu de la forte demande. Ensuite, nous savons que le taux d'occupation représente l'un des paramètres les plus importants pour maintenir une bonne rentabilité. Nous décidons alors de proposer 3 box de 6 personnes, 1 box de 8 personnes et 1 box de 10 personnes car la majorité des personnes sondées sortent en groupe de 3 à 6 personnes (voir Annexe 1) mais aussi car les box de plus de 10 ont du mal à être occupés (taux d'occupation : 26% pour KaraFun et 21,5% pour BAM Karaoke Box Bordeaux). Enfin, nous aurons un prix moyen par heure de 5,6 €, qui constitue l'une de nos forces.

2 - Politique de tarification :

Pour maximiser notre taux d'occupation, nous décidons de réaliser une tarification horaire. Nous possédons 5 box ouvertes en moyenne 48h par semaine par box. Les prix que nous appliquons varient en fonction de deux principaux paramètres :

- Le jour de la semaine
- Le créneau horaire de 2 heures choisi

Le jour de la semaine :

En fonction du jour de la semaine, plus ou moins de personnes sont susceptibles d'avoir envie de sortir en centre-ville pour faire un Karaoke entre amis. Généralement, plus on se rapproche du week-end, plus il y a de la demande. De plus, plus la demande est forte, moins l'on n'est susceptible de la satisfaire entièrement au vu du nombre limité de salles que nous avons. Pour corriger cet effet, nous avons donc choisi de faire une politique de prix évolutive en fonction du niveau de la demande des clients.

Voici nos estimations moyennes de remplissage en fonction des jours de la semaine :

- Lundi = Etablissement fermé
- Mardi + Mercredi = Taux d'occupation moyen des salles est d'environ 45%
- Jeudi = Taux d'occupation moyen des salles est d'environ 60%
- Vendredi + Samedi + Dimanche = Taux d'occupation moyen des salles est d'environ 85%

Comme dans l'étude de marché, ces taux d'occupation moyens ont été estimés grâce à l'observation des réservations sur les sites internet de BAM Bordeaux et Karafun Lille et sur plusieurs semaines différentes. Plus le taux moyen d'occupation est élevé, plus les prix proposés sont élevés. En conséquence, plus l'on s'approche du weekend plus les prix sont élevés.

Le créneau horaire de 2 heures choisi :

Le créneau horaire de la journée choisi peut être susceptible d'être plus ou moins fréquenté. Comme pour les jours de la semaine, plus la demande sera forte, plus les prix seront élevés.

- En semaine, les créneaux horaires les plus demandés sont entre 20h et 0h00
 - Le Week-end (hors dimanche) , les créneaux horaires les plus demandés sont entre 20h et 2h
- Ces créneaux les plus demandés sont donc logiquement ceux où de manière croissante nous augmentons les prix des salles.

De plus, le nombre de créneaux horaires disponibles à la réservation varie en fonction du jour de la semaine :

- Lundi = Etablissement fermé.
- Mardi = 3 créneaux de 2h disponibles à la réservation.
- Mercredi = 5 créneaux de 2h disponibles à la réservation.
- Jeudi et Vendredi = 4 créneaux de 2h disponibles à la réservation.
- Samedi = 6 créneaux de 2h disponibles à la réservation.
- Dimanche = 3 créneaux de 2h disponibles à la réservation.

Le questionnaire réalisé sur la population toulousaine :

Le questionnaire réalisé sur plus de 200 personnes nous a permis de confirmer les hypothèses préalables de prix (voir Annexe 2). En effet, les personnes interrogées ont proposé en moyenne 9€ de l'heure pour une séance de Karaoké. Ensuite, nous avons comparé ces prix à ceux pratiqués dans les établissements de Karaoké existants hors Paris, dans des villes similaires à Toulouse, dans le but de s'assurer de leur validité. Nous avons finalement fixé nos prix à l'heure par personne entre 4€ et 7,5€.

Synthèse:

Voici un tableaux des prix par créneaux horaires et par journées que nous envisageons:

Jours	Créneaux	14h00	16h00	18h00	20h00	22h00	00h00
		16h00	18h00	20h00	22h00	00h00	02h00
Mardi		-	-	4,00 €	5,00 €	6,00 €	-
Mercredi		-	4,00 €	4,00 €	5,00 €	6,00 €	-
Jeudi		-	-	4,00 €	5,00 €	6,00 €	5,00 €
Vendredi		-	-	5,00 €	6,00 €	7,50 €	7,50 €
Samedi		5,00 €	5,00 €	6,00 €	7,50 €	7,50 €	7,50 €
Dimanche		-	5,00 €	6,00 €	5,00 €	-	-

Les prix indiqués correspondent au prix par heure et par personne.

- Pour un groupe de 6 réservant une Box de 6 personnes le Samedi de 20h00 - 22h00
- 7,50€ x 2 heures x 6 Personnes
- Le coût de la box de 6 est au total de 90€.
- Si le groupe avait été de 5, le prix total de la box serait quand même de 90€.

Le but de cette organisation tarifaire est de maintenir un bon taux d'occupation dans les box tout au long de la semaine, car en effet baisser les prix en semaine incitera les personnes à s'y rendre. Ces prix ne sont pas figés, ils pourront être adaptés et modulés en fonction du niveau de demande des clients : Faire des opérations promotionnelles sur des périodes creuses ou encore augmenter les prix sur des périodes à forte demande. De plus, pour assurer une rentabilité du projet les prix peuvent augmenter si les charges de notre entreprise augmentent.

Tarifcation service boissons et repas :

1 - Service des boissons :

Afin d'établir une tarification des boissons, nous prenons en tant que base les observations effectuées dans des bars toulousains. Pour donner suite à cette recherche, nous avons essayé d'estimer la rentabilité que nous pouvons avoir pour ce service.

On prend à titre d'exemple une pinte de bière. Elle est vendue en moyenne à 5,7€ TTC, soit 4,5 HT. Le coût d'achat de 0,5L de bière est environ 1,44€ HT dans les commerces de grande distribution. On en déduit donc un taux de rentabilité d'environ 68% (voir supérieur quand on passe par un fournisseur).

2 - Service de Tapas :

Tout comme le service des boissons, nous avons adopté la même méthode afin d'établir la tarification de la restauration. On prend l'exemple d'un plateau de fromages variés de 600 g qui représente un coût d'achat de 5,4€ HT. En se basant sur les prix des bars toulousains, nous avons estimé le prix de vente de ce plateau de fromage à partager pour trois à quatre personnes à 19€ TTC, soit 15,2 HT. On en déduit donc un taux de rentabilité qui s'élève à 65%.

Ces exemples illustrent la démarche que nous allons suivre dans la tarification des services boissons et tapas. En effet, nous prendrons comme base à la fois le coût des charges, la rentabilité que nous souhaitons atteindre et le marché concurrentiel afin de proposer des tarifs autant rentables que raisonnables.

3 - Plannification et événements :

Toujours pour maintenir un taux d'occupation maximum, il est nécessaire de mettre en place une planification événementielle adaptée.

Planification hebdomadaire :

Dans un premier temps, nous nous sommes penchés sur la planification hebdomadaire des box de L'enceinte. À partir de l'étude de marché réalisée, nous avons remarqué que les salles les plus problématiques au niveau du taux d'occupation sont les salles de plus de 10 personnes (45% pour la salle de 10 à BAM Karaoké Box à Bordeaux par exemple). Les autres salles ne représentant pas de soucis majeurs, nous avons réalisé un planning hebdomadaire de la box de 10 personnes permettant de dynamiser, dans les horaires creux, mais aussi dans les horaires à potentiel moyen. Rien ne nous empêche d'étendre les événements prévus dans les autres box, si besoin.

Voici les événements prévus :

- KaraoKids : événement destiné aux enfants, consistant à proposer des jeux autour de la musique et du Karaoké sur un créneau de 2h. L'événement sera organisé les mercredis après-midi pour profiter des horaires d'écoles.
- Jeux musicaux : événement consistant en des affrontements par équipe sur le thème de la musique (Karaoké, blind test,...) ; l'événement pourra s'étendre sur les autres box. L'événement sera organisé les jeudis soir pour profiter de l'afflux d'étudiants.
- Big Quizz : événement familiale ou entre amis consistant à faire un quizz ludique et dynamique autour de la musique. L'événement sera organisé les dimanches pour profiter des sorties familiales.

Le tableau suivant illustre l'organisation de ces événements.



Box 10	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
00h-02h			Créneau réservable	Créneau réservable	Créneau réservable	Créneau réservable
14h-16h		KaraoKids			Créneau réservable	Big Quizz
16h-18h		KaraoKids			Créneau réservable	Big Quizz
18h-20h	Créneau réservable (happy hour)	Créneau réservable (happy hour)	Créneau réservable (happy hour)	Créneau réservable (happy hour)	Créneau réservable (happy hour)	Créneau réservable (happy hour)
20h-22h	Créneau réservable	Créneau réservable	Evénements jeux musicaux	Créneau réservable	Créneau réservable	Créneau réservable
22h-00h	Créneau réservable	Créneau réservable	Evénements jeux musicaux	Créneau réservable	Créneau réservable	

Plannification annuelle :

Dans la même optique que précédemment, il est nécessaire de proposer des événements variés mensuellement afin de dynamiser notre commerce. Ces événements peuvent prendre la forme d'un changement de décoration et d'ambiance, tout comme il peut réellement s'agir d'une activité nouvelle ponctuelle.

Voici les événements prévus :

- Décoration de Noël.
- Décoration et ambiance terrifiante pour Halloween (éventuellement une soirée terreur).
- Escape game musicale : étant donnée la tendance et le succès des escape games depuis quelques temps, nous souhaiterions organiser ponctuellement, et avec l'aide de game designer, une escape game musicale mettant en oeuvre nos box et le matériel présent. Un investissement supplémentaire pourra être prévu.
- Meeting Karaoké : événement consistant à rencontrer des gens autour d'une séance Karaoké (des filtres par affinité peuvent être réalisés). L'événement sera organisé lors des débuts de semestre universitaire notamment.
- A la recherche des oeufs de pâques : petit événement consistant à débloquer et trouver des oeufs de pâques dans la box lors de la séance Karaoké.
- Décoration d'été.

Le tableau suivant montre l'organisation des événements sur une période de 12 mois.

Mois	Evénements	Mois	Evénements
Janvier	Meeting Karaoké	Juillet	
Février	Escape game musicale	Aout	
Mars	Meeting Karaoké	Septembre	Meeting Karaoké
Avril	Pâques	Octobre	Terreur Halloween
Mai	Escape game musicale	Novembre	Escape game musicale
Juin	Enfin l'été	Décembre	Noël

Événement sur demande :

Toujours en rapport avec la musique et le Karaoké, L'enceinte aura pour vocation de proposer une variété d'événements/packages à ses clients tout au long de l'année. Ces événements seront vendus sous forme de formules, avec des paliers de prix croissant, selon le service offert.

Les formules proposées seront : location unique, formule décoration, formule déco-animation, formule alimentation, formule complète.

Voici les événements qui seront proposés dans un premier temps :

- Anniversaire.
- Enterrement de vie de jeune fille, ou jeune garçon.

Enfin, comme précisé dans les profils personas, les entreprises constituent une de nos cibles principales. Aussi, suite à une étude de marché réalisée dans des entreprises, nous avons remarqué qu'il y existait un potentiel fort à exploiter dû notamment aux teambuilding et aux afterworks. Ainsi, dans le même principe que précédemment, nous proposerons tout au long de l'année des formules aux entreprises avec différentes prises en charges.

4 - Innovation et diversification :

Nous souhaitons faire de L'enceinte le rendez-vous de divertissement musical toulousain. C'est pour cela, que nous souhaitons, à court et moyen terme, nous diversifier autour de la musique mais aussi proposer de nouvelles fonctionnalités et un service plus simple d'usage à nos clients. Nous avons alors imaginé plusieurs futures possibilités :

- Proposer via l'interface tablette des box, la possibilité de commander des plats dans une variété de restaurants. Pour ce faire, des partenariats avec différents restaurants sont envisageables.
- Une politique de fidélisation permettant d'accumuler des points, et d'avoir accès à des offres et promotions.
- Préparer sa playlist en amont de la séance sur son espace client.
- Proposer la possibilité de réaliser un enregistrement vidéo de certains morceaux. Les enregistrements vidéos seraient ensuite disponibles sur l'espace client. *(un enregistrement offert, droit d'accès et diffusion des vidéos...)
- Proposer via l'interface tablette des jeux autour de la musique comme des blind test, n'oubliez pas les paroles, des quizz, ou encore des créations autour de la musique.
- Proposer la possibilité de faire un Just'Dance¹.

5 - Fidélisation :

Afin de tisser une relation avec nos clients et de les encourager à revenir, une politique de fidélisation sera mise en place. Cette fidélisation reposera essentiellement sur de l'accumulation de points sur un compte client grâce aux séances Karaoké réalisées et aux commandes de boissons ou de nourriture effectuées. Chaque palier de points dépassé offrira un service différent (une boisson offerte, des tapas offertes, 50% sur la prochaine réservation,...). Bien entendu, les points seront réinitialisés à zéro à chaque fois.

Par ailleurs, posséder un compte client permettra aux clients de bénéficier d'offres ponctuelles et d'une promotion pour leurs anniversaires.

¹ Jeux Nintendo consistant à reprendre une chorégraphie

6 - Marketing :

La communication et la publicité constituent un volet fondamental de nos dépenses que ce soit sous forme de charges ou d'investissement. En effet, afin de dynamiser le commerce, de l'étendre à un plus grand public et de maintenir un bon taux d'occupation, faire de la publicité à travers différents canaux (journaux, réseaux sociaux, affiches,...) sera nécessaire. C'est pour cela qu'un budget conséquent y est prévu annuellement, une partie des bénéfices y a réinvesti. Par ailleurs, dans l'optique de faire réaliser une communication de lancement, nous allons investir une somme de 8000€ dans le cadre du programme de lancement. Cette somme nous permet notamment d'avoir accès à une subvention de la région. Cette somme sera répartie sur plusieurs canaux publicitaires, notamment les réseaux sociaux avec un clip vidéo, des affiches dans l'espace public par exemple les stations de métro et les arrêts de bus, un article publié dans un journal local etc... Nous sommes conscients que notre segment de clientèle couvre un large champ et que pour l'atteindre nous sommes dans l'obligation de mobiliser des moyens conséquents.

7 - Stratégies d'avenir :

L'enceinte doit adopter une stratégie sur le long terme. En effet notre activité se base sur une mode et est sensible aux comportements de la population. De plus, des concurrents peuvent s'imposer de manière nationale ou internationale et finir par avoir un poids trop lourd pour que nous puissions garder notre clientèle. C'est pourquoi nous avons l'ambition d'ouvrir d'autres Karaoké box d'abord en France si le marché n'est pas trop concurrentiel, dans des villes à fort potentiel comme Montpellier, Nice ou Strasbourg. Puis en Europe, où le concept n'est pas connu de tous, comme en Italie, au Portugal, ou en Pologne etc... . Aux États-Unis, le concept est mal connu et représente aussi un marché à haut potentiel.

Les ambitions de l'équipe seraient d'ouvrir une seconde enceinte en France au cours de la 3ème année d'activité, puis une troisième avant la fin de la cinquième année. Ce 3ème établissement sera pourrait être notre ouverture à l'international. Il est difficile de déterminer au delà de cette durée car notre stratégie a des chance de changer avec la mise en place d'une franchise par exemple.

L'ouverture de nouveaux espaces de Karaoké box permettra aussi de lisser l'augmentation des charges dû notamment à l'inflation.

Par ailleurs, nous souhaitons rester souple dans ce que nous proposons dans nos établissements afin de pouvoir s'adapter aux tendances et rebondir si le Karaoké ne plaît plus aux utilisateurs.

Une étude régulière du marché en sondant notre clientèle permettra de maintenir une stratégie robuste et agile.

RESSOURCES :

1 - Moyens matériels :

Tout d'abord, compte tenu de notre choix d'implantation au centre-ville et la difficulté d'y obtenir l'autorisation municipale de débit d'alcool, nous avons choisi de procéder à l'achat d'un fonds de commerce. En effet, ce dernier nous permettra d'acquérir deux avantages primordiaux : D'un côté un local physique contenant des équipements liés au service de boissons et de restauration. D'un autre côté, un droit de bail permettant la vente et la consommation sur place d'alcool, selon le degré d'exigence de la licence. Toutefois, il faudra faire attention au moment du choix du local à tous ces paramètres.

Nous choisissons un local situé secteur place de la Bourse aux Carmes. D'une capacité de 120m², il comprend une salle de plus de 80m² d'un seul tenant avec une grande hauteur sous plafond (plus de 3 mètres minimum), un espace cuisine et WC. L'activité peut être exercée jusqu'à 2h du matin en semaine et 3h le samedi.

Ensuite, le fonctionnement de L'enceinte Karaoké Box nécessite la mobilisation d'un certain nombre de moyens matériels et humains. Les moyens matériels se composent de deux grands volets, notamment les moyens de réaménagement du local et les moyens de fonctionnement de l'activité de Karaoké.

Moyens de réaménagement du local : (voir Annexe de 3 à 6)

Comme le décrit son nom, le Karaoké box consiste à avoir dans un seul endroit plusieurs salles privées dédiées au Karaoké. Ces dernières doivent faire l'objet d'espaces totalement insonorisés afin d'offrir aux utilisateurs une meilleure expérience Karaoké. Pour répondre à cette problématique, l'équipe a opté pour un système de boîtes désolidarisées les unes par rapport aux autres.

Le sol sera composé de trois couches contribuant à la performance acoustique de la boîte :

- Une chape sèche de 5 cm.
- Une couche d'isolant dense de 3 cm en laine de roche.
- Un revêtement en carrelage aspect bois qui est facile d'entretien.

Les cloisons seront implantées sur les quatre côtés de la boîte. Ce seront des cloisons à ossature double métallique de type PlacoStil SAD 210. Grâce à leur système d'ossatures croisées, le double parement de plaque de plâtre BA13 et la couche de laine de roche de 12 cm au milieu, ces cloisons vont permettre d'atteindre une isolation acoustique de 60dB et une résistance au feu d'une heure. Une couche d'isolant dense de 2 cm prendra place entre les boîtes afin de renforcer leur désolidarisation.

Le faux plafond sera en plaque de plâtre et sera suspendu au plancher existant afin de le désolidariser des cloisons. Dans le but d'offrir une meilleure performance acoustique, il contiendra 20 cm de laine de roche. De plus, une partie décaissée du faux plafond sera mise en œuvre pour à la fois mettre des rouleaux LED cachés qui vont illuminer le plafond avec une lumière tamisée et aussi des spots lumineux qui éclairent la salle.

Compte tenu de la capacité d'accueil des salles qui va de 5 jusqu'à 10 personnes, une ventilation mécanique contrôlée à double flux sera mise en place. Par conséquent, le traitement d'air se fera de manière constante. Une climatisation électrique réversible « multisplit » sera installée dans chaque salle afin de permettre la régulation de la température ambiante.

Dans le réaménagement du local, nous avons besoin d'avoir un espace dédié à l'accueil et au service de boissons et de restauration. Par conséquent, un bar sera mis en place devant la porte d'entrée. Il servira d'accueil des utilisateurs et aussi d'espace de production des boissons et des tapas. Cet espace a été imaginé comme suit :

- Un grand comptoir en bois avec un plateau débordant. Il va comporter un évier.
- Six tabourets.
- Une grande étagère derrière le comptoir qui servira de vitrine de boissons.
- Électroménager

Pour éclairer cet espace, on va mettre en place un luminaire plafonnier et des luminaires suspendus au niveau du comptoir. Concernant la décoration, nous allons opter pour un aspect sobre et moderne. Le sol dans toutes les parties communes sera composé d'une chape en béton de 8 cm et d'un carrelage carreaux aspect foncé qui fera le contraste entre intérieur et extérieur des salles.

Moyens de fonctionnement de l'activité Karaoké :

Dans chaque salle, nous allons mettre en place des éléments de mobiliers et du matériel propre à l'activité de Karaoké. Parmi ces derniers, on trouve :

- Un grand canapé adapté à la capacité d'accueil de chaque salle. Il doit être facile d'entretien et confortable.

- Des étagères qui serviront de support de décoration.
- Des pots de plantes.
- Un porte-manteau.
- Un socle en bois à mi-hauteur humaine. Il servira de support de la tablette.
- Une télévision de 52 pouces de taille.
- Trois enceintes encastrées dans les cloisons au niveau de trois coins de la salle.
- Une tablette qui permettra aux utilisateurs de définir la musique, le volume, les lumières et les options que nous allons proposer.
- Une caméra Gopro encastrée au-dessus de la télévision. Elle permettra de filmer une partie de la séance Karaoké, au cas où l'utilisateur le souhaite.

2 - Moyens immatériels :

Logiciel :

Toutes les salles seront équipées d'une tablette fonctionnant avec un logiciel permettant l'accès aux morceaux et leur diffusion. Nous avons décidé de collaborer avec l'entreprise Blackjuice¹, car elle possède déjà une expérience dans ce domaine en ayant fourni un logiciel similaire à un Karaoké Box à Paris.

Au niveau du fonctionnement, le logiciel va répertorier toute la base de données de musiques Karaoké auquel on aura accès à travers nos fournisseurs. Cette base de données sera aussi triée et organisée par genre musical, par auteur, par album, et par années notamment. Le logiciel nous permettra dans un premier temps de donner accès à cette base de données à la salle réservée pendant le créneau concerné. Ensuite, cette base de données sera présentée via une application sur la tablette de la box, et sera aussi accessible sur téléphone (avec un code qui expire à la fin de la séance). L'utilisateur peut ainsi choisir son morceau, soit en effectuant une recherche du morceau, de l'auteur, de l'album, soit en parcourant l'application et en sélectionnant différents filtres (années, style musical, ...). L'application proposera aussi une multitude de playlist qu'on aura préparé au préalable.

Avec la même application, l'utilisateur pourra aussi régler le volume sonore. Mais nous prévoyons d'intégrer sur l'application de nouvelles fonctionnalités innovantes comme la possibilité de lancer un enregistrement vidéo, de modifier les jeux de lumières ou les couleurs mais aussi de passer sa commande. Enfin, nous prévoyons aussi d'intégrer au logiciel une base de données de jeux musicaux (blind test, just dance,...), qui seront ensuite disponibles sur l'application.

Base de données Karaoké :

Comme précisé, le logiciel reposera sur une base de données de musiques Karaoké. Nous choisissons de travailler avec Karafun Pro², qui nous fournira toute sa base de données de 35000 morceaux en nous facturant 5% de notre chiffre d'affaire annuel, avec des paiements répartis sur 12 mois.

3 - Ressources humaines :

Afin d'assurer le fonctionnement de L'enceinte Karaoké Box, nous avons trois activités principales : accueil/maintenance, service des boissons et service des repas.

Pour la première année, il est envisagé de gérer nous-mêmes toutes ces activités, les trois dirigeants adopteraient le régime TNS, pour avoir moins de charges à payer.

Ensuite, nous allons embaucher un employé qui travaillera en tant que barman. De ce fait, l'accueil/maintenance et le service des repas seront encore gérés par deux d'entre nous.

Enfin, au bout de la troisième année, il est prévu d'embaucher deux autres employés polyvalents. Cela nous libérera des tâches liées au fonctionnement de l'activité, dans le but d'investir notre temps dans l'ouverture d'un autre Karaoké box. Un comptable externe s'occupera de la gestion des comptes de manière mensuelle. Il sera payé en tant que prestataire d'entreprise.

¹ Société d'édition de logiciels applicatifs fondée par BOURRUT Fabien

² Base de données contenant 35 000 chansons Karaoké développée par Karafun

GESTION DE L'ÉTABLISSEMENT :



Entretien:

Les box seront nettoyées et inspectées après chaque passage de clients. Les parties communes seront nettoyées en fin de journée excepté les sanitaires qui le seront plus régulièrement. Tout l'établissement sera nettoyé de manière approfondie 1 fois par semaine. Il y aura un suivi du nettoyage afin d'avoir une trace sur ce qui a été fait. Les ordures seront sorties chaque fin de journée.

Livraison:

L'enceinte sera livrée par ses fournisseurs 2 fois par semaine (et plus pour les produits frais). Les dates de livraisons sont de préférence hors week-end et seront négociées avec le fournisseur pour optimiser le temps de travail.

Stockage:

Il y aura une gestion du stock des consommables à chaque fin de journée afin d'éviter un manque et d'anticiper les livraisons à venir. Ce mini inventaire sera enregistré pour les produits les plus essentiels à l'activité du bar et à l'entretien. Il servira aussi à surveiller la qualité des produits et le bon fonctionnement des moyens de stockage.

Maintenance:

La charge des micros dans les box sera surveillée entre les clients afin de pouvoir les changer si nécessaire. Les équipements des box seront vérifiés une fois par mois, tout comme des réglages sonores seront effectués.

FINANCEMENT : (TABLEUR EN ANNEXE 7)

Notre projet nécessite un fort investissement pour le lancer. Ayant un capital social de 22 000€, nous avons inévitablement besoin de financements externes. Nous les organisons comme suit:

Love Money	Concours	START'OC PROjet	Prêt Réseau Entreprendre	Prêt Créalia	Business Angels	Prêt bancaire
25 000€	20 000€	5 000€	29 000€	30 000€	48 000€	Au besoin

Avant la création: Love money et subvention:

- Capitaux associés: 2 Associés → 10 000€ 1 Associé → 5 000€
- Répartition dans le capital fondateur = $2 \times 5\,000 + 7\,000 = 17\,000\text{€}$. Ceci étant dans le but d'avoir un associé majoritaire, qui pourrait éventuellement prendre une décision en cas de désaccord.
- Le reste dans un compte courant: 8 000€.
- Participation à des concours : CRECE, Prix PEPITE etc...
- START'OC PROjet : subvention jusqu'à 5 000€ en cas de dépenses liées à un lancement commercial de minimum 8 000€.

Après création (moins d'un ans): Prêts et Business Angel :

En amont de l'achat du local nous avons besoin de fond pour son acquisition.

- Prêt d'honneur du réseau entrepreneur : 29 000€ en moyenne sur 5 ans avec un taux de 0% sous condition de créer 5 emplois sur 3 ans.
- Suite à l'acquisition de ce prêt, nous avons accès au prêt de Créalia, estimé à 30 000€ (légèrement supérieur au prêt minimum) sur 5 ans avec un taux 0%. Ce prêt nécessite d'être suivi par une structure membre du réseau régional des pépinières d'entreprises et incubateurs.
- Ces prêts d'honneur nous donnent de la crédibilité pour aller solliciter les business angels afin de financer le fond de commerce et le local. Nous estimons que 20% des parts de l'entreprise peuvent être vendues. Pour estimer ce montant nous avons considéré 80% du CA (environ 300 000€), ce qui représente une estimation de 240 000€ et donc un apport de 48 000€ de capitaux investisseurs.

Avec tous les entités qui nous ont soutenues jusque là nous pouvons espérer obtenir un prêt à court terme auprès de la banque pour financer les investissements matériels et immatériels restants.

ANALYSE FINANCIÈRE : (TABLEURS EN ANNEXE DE 8 À 12)

Compte de Résultats :

Sur le compte de Résultats, nous pouvons observer les flux et évolutions du patrimoine de l'entreprise. Le CA est croissant tout comme les charges, ce qui nous permet d'avoir une marge brute constante. Le CA est supérieur au point mort mais l'écart entre les deux diminue avec le temps du fait de l'embauche d'employés à la place des dirigeants.

La première année, nous sommes rentable à partir du huitième mois d'activité tandis qu'à la troisième année nous sommes rentable autour du neuvième mois.

La grande partie de nos charges sont les charges fixes et les charges de personnel, ce qui nous permet d'être plus constant. L'EBE est assez volumineux et nous permet d'envisager la réalisation d'investissements importants dans les années suivantes.

Le résultats net est fortement diminué lorsque l'on remplace un dirigeant au régime TNS par un salarié (non dirigeant), il faudra donc surveiller l'évolution du compte de résultat et prévoir si besoin une meilleure gestion des employés quand il n'y aura plus de dirigeants. Globalement on voit que l'entreprise est rentable, il reste à analyser la trésorerie pour connaître la faisabilité du projet.

Trésorerie :

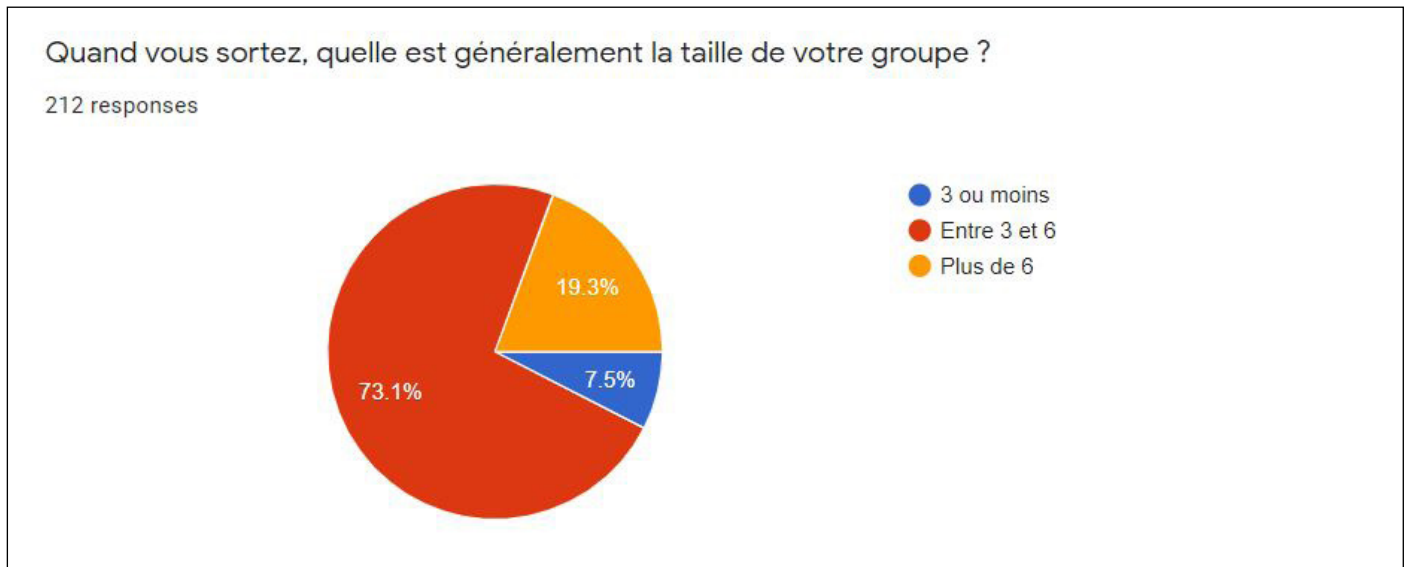
Notre trésorerie n'est jamais négative, ce qui rend le projet réalisable. Cependant elle est assez faible le premier trimestre de l'an un, pour éviter cela nous pouvons négocier des délais de paiement exceptionnellement plus long auprès des fournisseurs ou négocier un remboursement moins important du prêt bancaire les premiers mois.

On voit facilement que notre BFR (Besoin en Fond de Roulement) est bas si ce n'est négatif, ce qui est très positif car nous n'avons aucune avance d'argent à faire pour maintenir notre activité.

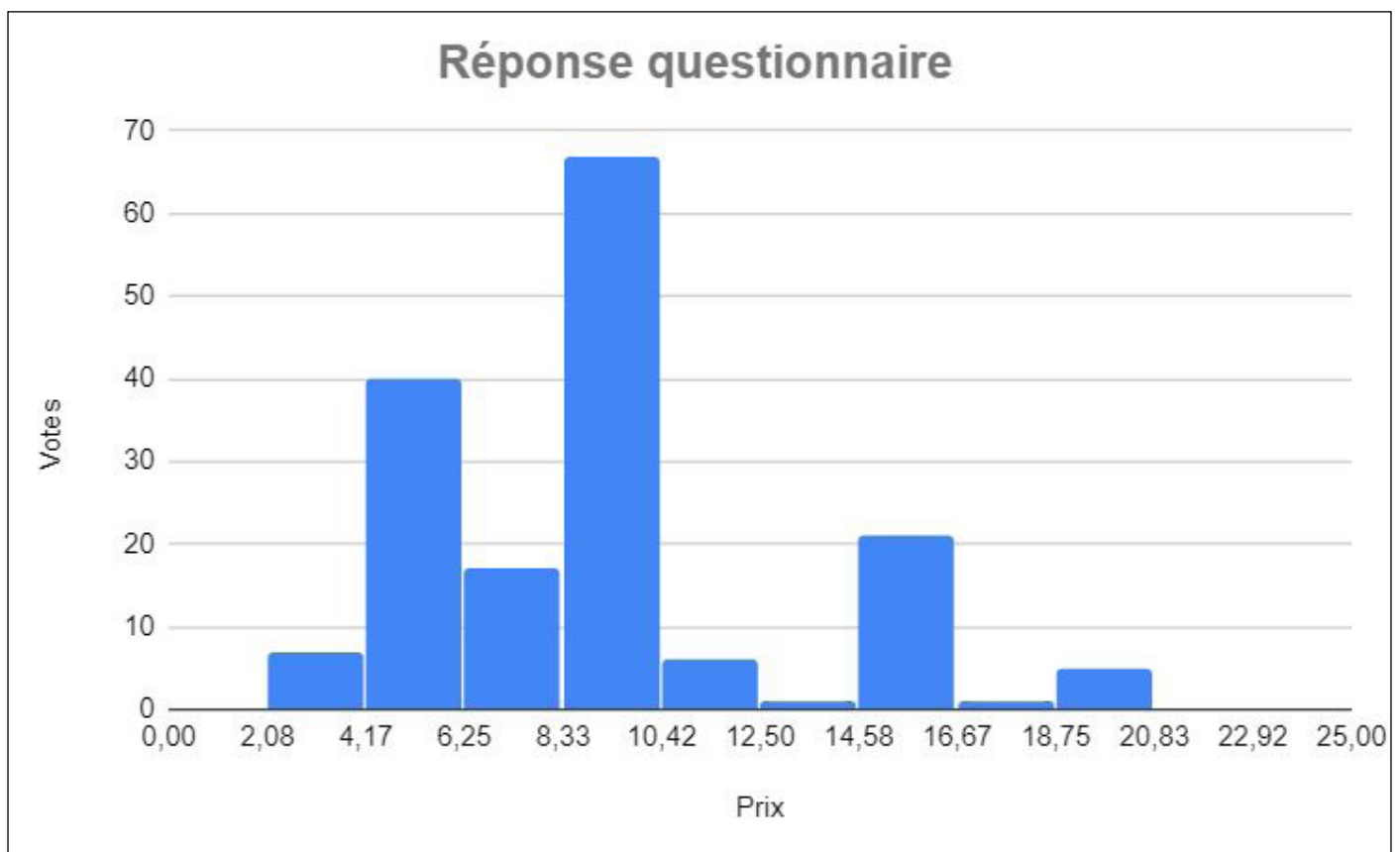
On précise également qu'en été nos décaissements sont supérieurs à nos encaissements, ce qui engendre la chute d'environ 40% de la trésorerie dans les mois de Juillet et Août. Ceci est dû au fait que la clientèle, majoritairement étudiante, a tendance à partir de Toulouse en été et que nous fermons l'établissement pendant un mois.

Plan de financement:

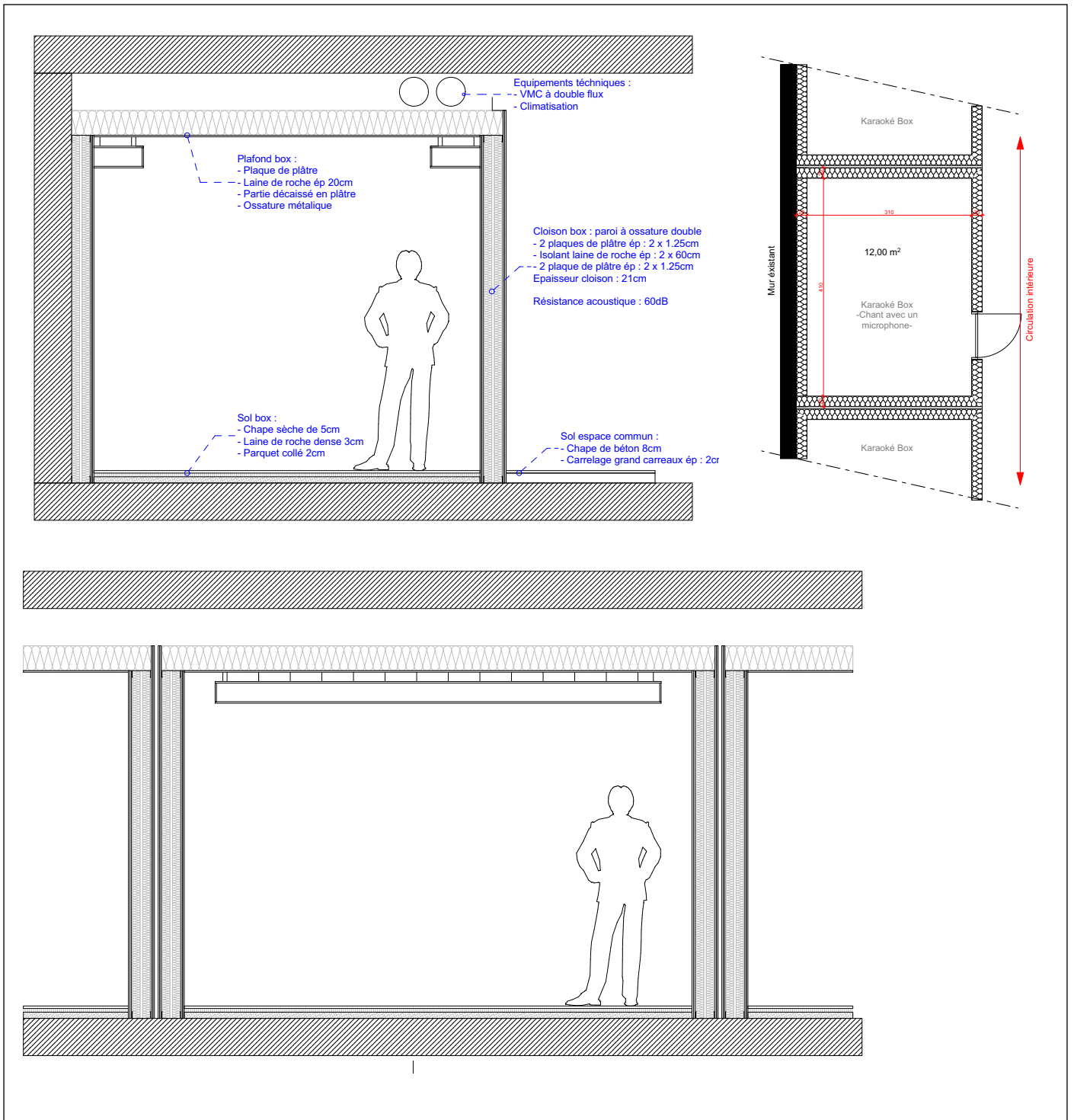
L'ensemble de nos investissements est concentré sur la première année. De ce fait, notre CAF (Capacité d'autofinancement) est rapidement positif. De façon logique, la majorité des financements apparaît dès la première année. Ayant un BFR négatif nous n'avons pas besoin de financement supplémentaire pour assurer l'activité de l'entreprise. L'EBE va nous être utile pour le financement des investissements nécessaire à l'ouverture d'autres Karaoké Box. Ces montants peuvent aussi nous donner l'accès à une éventuelle levée de fonds pour nous permettre d'accélérer le processus de mise en place d'un établissement.



Annexe 1 : Résultats du questionnaire.



Annexe 2 : Résultats du questionnaire.



Annexe 3 : Dessins techniques d'un prototype de box.

ANNEXES :



Elément	Coût	Commentaire
Plancher bois Box	1 600,00 €	Chape sèche Fermacell - Laine de roche dense - Parquet collé
Faux-plafond Box	720,00 €	Plâtre - Isolant 20cm - Des parties décaissées
Cloison Box	2 800,00 €	2 plaques plâtres de chaque côté - Laine de roche 2x60mm - Ossature métallique
Porte box	500,00 €	
Installation électrique Box	1 100,00 €	
Matériel audio-visuel	980,00 €	Tv 500€, 3 enceintes encastrable 100€, 100€ micro, tablette 80 € + caméra
Mobiliers Box	1 375,00 €	Moyenne : 120€ pour assoir 1 pers, 280€ table basse, étagère décoration 2x50€, socle Ipad 115€, 250€ décoration (cadres, bougie, plantes, statuette, panier, tapis de porte, horloge, parfum d'ambiance), 30€ porte manteau,
Lumières box	525,00 €	125*3 pour les Leds, lampe 150 € (une grande + une petite)
Total une box	9075,00 €	
Total 5 box	45375,00 €	

Annexe 4 : Coûts estimatif d'une seule box.

Elément	Coût	Commentaire
Plancher parties communes	3 200,00 €	Chape béton - Carrelage
Faux-plafond parties communes	1 200,00 €	
Installation électrique commune	2 400,00 €	
VMC double flux TVA 5.5%	6 000,00 €	
Climatisation réversible	5 000,00 €	Multisplit : une dans chaque box
Cuisine	1 640,00 €	Plaque électrique 120€, four 300€, haute, 120€, 400€ frigo, 700€ frigo + congélateur pour boisson
Electroménager		Frigo, freezer, machine à café, plaque, four, hotte
Bar	5 000,00 €	1000€ comptoir avec évier et tireuse + 2x500 étagère derrière bar
Mobiliers	1 075,00 €	120€ tabouret x5, 150 € console, 300 € déco
Lumières	700,00 €	
Vitrine	3 000,00 €	
Total	30000,00 €	

Annexe 5 : Coûts estimatifs des parties communes.



Annexe 6 : Image de synthèse d'une salle de 5 personnes.

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
EMPLOIS (a)					
Variation du BFR	-2 923 €	-192 €	-106 €	3 €	
Investissement	169 480 €				
Investissement par apport en nature					
Investissement par crédit bail					
Remboursement des prêts bancaires	26 667 €	26 667 €	26 667 €		
Remboursement des comptes courants					
Remboursement des avances remboursables		10 796 €	11 796 €	11 796 €	11 796 €
CAF négative (hors subvention)					
TOTAL EMPLOIS	193 224 €	37 271 €	38 356 €	11 799 €	11 796 €
RESSOURCES (b)					
Capital fondateurs	17 000 €				
Capital investisseurs	48 000 €				
Apport en nature					
Comptes courants	8 000 €				
TOTAL (quasi) FONDS PROPRES	73 000 €				
Prêts bancaires CT	80 000 €				
Prêts bancaires MT/LT					
Crédit bail					
Avances et prêts remboursables	49 000 €				
Subvention	24 998 €				
CAF positive (hors subvention)	63 059 €	80 089 €	59 453 €	44 832 €	44 832 €
Dette IS	26 400 €	-28 884 €	-7 334 €	2 538 €	7 280 €
TOTAL RESSOURCES	316 457 €	51 205 €	52 119 €	47 370 €	52 113 €
Excédent période (b) - (a)	123 233 €	13 934 €	13 763 €	35 571 €	40 317 €
Excédent début période		123 233 €	137 167 €	150 930 €	186 501 €
EXCEDENT	123 233 €	137 167 €	150 930 €	186 501 €	226 818 €

Annexe 7 : Plan de financement.

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires (CA)	236 626 €	303 125 €	313 634 €	315 668 €	315 668 €
Achats et charges de production	18 708 €	23 981 €	24 822 €	24 984 €	24 984 €
Marge brute	217 919 €	279 144 €	288 812 €	290 684 €	290 684 €
	92,1%	92,1%	92,1%	92,1%	92,1%
Charges externes	93 976 €	103 380 €	104 530 €	104 738 €	104 738 €
Valeur ajoutée (VA)	123 942 €	175 764 €	184 283 €	185 947 €	185 947 €
	52,4%	58,0%	58,8%	58,9%	58,9%
Impôts et taxes	1 253 €	1 610 €	1 890 €	1 992 €	1 992 €
Subventions d'exploitation	24 998 €	- €	- €	- €	- €
Charges de personnel	32 400 €	69 318 €	108 011 €	132 304 €	132 304 €
Excédent brut d'exploitation (EBE)	115 287 €	104 836 €	74 382 €	51 651 €	51 651 €
	48,7%	34,6%	23,7%	16,4%	16,4%
Dotations aux amortissements	14 290 €	11 290 €	10 290 €	10 230 €	10 230 €
Résultat d'exploitation (REx)	100 997 €	93 546 €	64 092 €	41 421 €	41 421 €
	42,7%	30,9%	20,4%	13,1%	13,1%
Charges financières	830 €	830 €	830 €	- €	- €
Résultat courant	100 167 €	92 716 €	63 262 €	41 421 €	41 421 €
	42,3%	30,6%	20,2%	13,1%	13,1%
Reports déficitaires	- €	- €	- €	- €	- €
Impôts sur les sociétés (IS)	26 400 €	23 917 €	14 099 €	6 818 €	6 818 €
Résultat Net (RN)	73 767 €	68 799 €	49 163 €	34 602 €	34 602 €
	31,2%	22,7%	15,7%	11,0%	11,0%

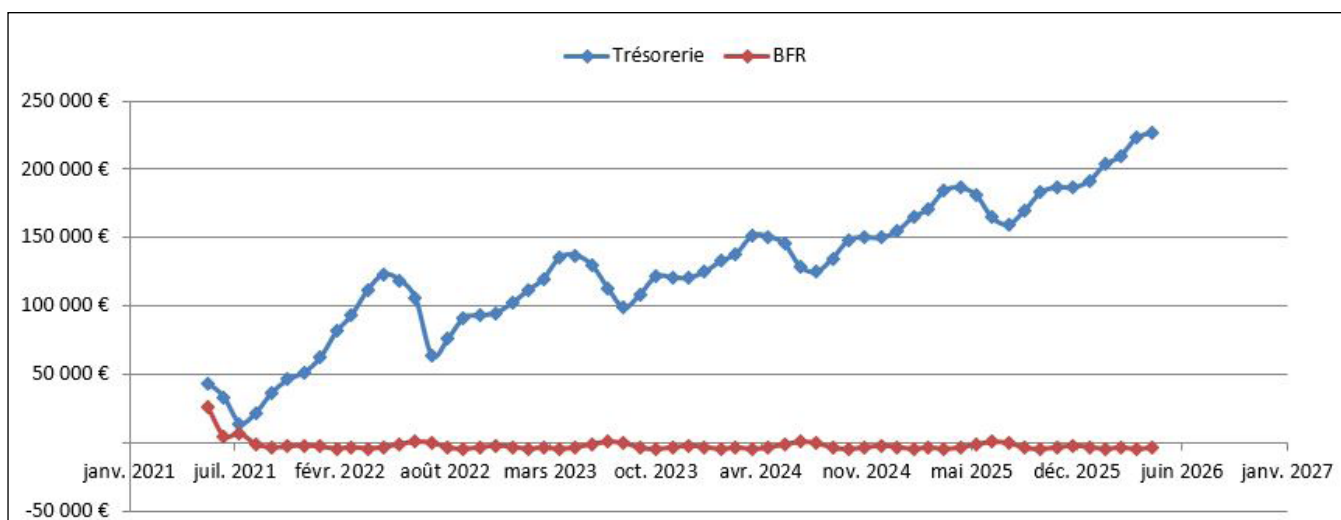
Annexe 8 : Comptes de résultats.

ANNEXES :

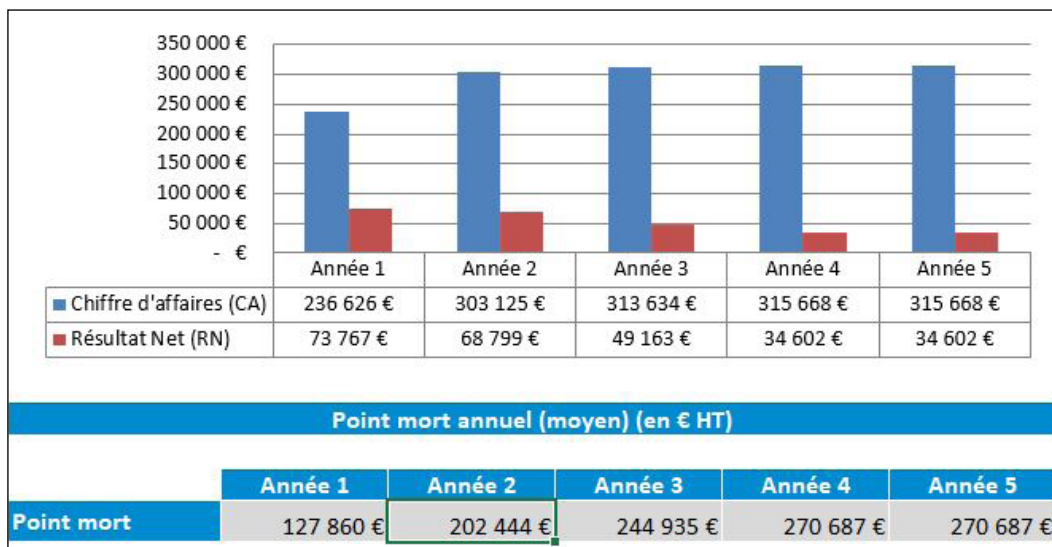


Année 1												
	juin 2021	juil. 2021	août 2021	sept. 2021	oct. 2021	nov. 2021	déc. 2021	janv. 2022	févr. 2022	mars 2022	avr. 2022	mai 2022
Solde de début de mois		43 875 €	33 682 €	14 314 €	22 258 €	36 748 €	46 278 €	51 391 €	62 406 €	81 534 €	93 153 €	111 790 €
Encaissements												
Exploitation												
Chiffre d'affaires encaissé				19 201 €	27 426 €	24 577 €	20 390 €	24 577 €	32 802 €	27 426 €	32 802 €	27 426 €
TVA encaissée				2 004 €	2 862 €	2 565 €	2 128 €	2 565 €	3 423 €	2 862 €	3 423 €	2 862 €
Remboursement TVA		25 755 €	5 195 €	6 631 €	2 519 €	1 923 €	1 983 €	2 008 €	1 871 €	1 938 €	2 068 €	2 003 €
Hors exploitation												
Capital fondateurs	17 000 €											
Capital investisseurs	48 000 €											
Prêts bancaires Court Terme	80 000 €											
Prêts bancaires Moyen/Long Terme												
Subventions (total)	21 500 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €
Start'OC projet	1 500 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €	318 €
CRECE	20 000 €											
Subvention 3												
Autres subventions												
Comptes courants (total)	8 000 €											
Compte courant 1	8 000 €											
Compte courant 2												
Compte courant 3												
Autres comptes courants												
Avances remboursables (total)	29 000 €		20 000 €									
Prêt reseau entreprendre	29 000 €											
prêt créalia			20 000 €									
Avances remboursables 3												
Autres avances remboursables												
Total des encaissements mensuels	203 500 €	26 073 €	25 513 €	28 154 €	33 125 €	29 383 €	24 819 €	29 468 €	38 414 €	32 543 €	38 611 €	32 608 €
Décaissements												
Exploitation												
Variation de stocks												
Achats et services décaissés					1 518 €	2 168 €	1 943 €	1 613 €	1 943 €	2 593 €	2 168 €	2 593 €
Autres charges externes	7 375 €	7 375 €	7 675 €	8 595 €	8 095 €	7 745 €	8 095 €	7 745 €	7 745 €	7 745 €	7 845 €	7 945 €
TVA décaissée	25 755 €	5 195 €	6 631 €	2 519 €	1 923 €	1 983 €	2 008 €	1 871 €	1 938 €	2 068 €	2 003 €	2 108 €
TVA reversée					2 004 €	2 862 €	2 565 €	2 128 €	2 565 €	3 423 €	2 862 €	3 423 €
Charges de personnel	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €	2 700 €
Impôts et taxes	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €	104 €
Hors exploitation												
Investissements	121 400 €	18 600 €	25 480 €	4 000 €								
Investissement par crédit bail												
Remboursement prêts bancaires CT	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €	2 291 €
Remboursement prêts bancaires MT/LT												
Remboursements comptes courants (total)												
Compte courant 1												
Compte courant 2												
Compte courant 3												
Autres comptes courants												
Remboursements avances remboursables (total)												
Prêt reseau entreprendre												
prêt créalia												
Avances remboursables 3												
Autres avances remboursables												
Total des décaissements mensuels	159 625 €	36 265 €	44 881 €	20 209 €	18 635 €	19 854 €	19 706 €	18 453 €	19 286 €	20 925 €	19 974 €	21 165 €
Solde de fin de mois	43 875 €	33 682 €	14 314 €	22 258 €	36 748 €	46 278 €	51 391 €	62 406 €	81 534 €	93 153 €	111 790 €	123 233 €

Annexe 9 : Trésorerie.



Annexe 10 : Trésorerie et BFR sur 5 ans.



Annexe 11 : Chiffre d'affaires et résultats prévisionnels

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
ACTIF					
ACTIFS IMMOBILISES					
Immobilisations (Brut)	169 480 €	169 480 €	169 480 €	169 480 €	169 480 €
Amortissements	14 290 €	25 580 €	35 870 €	46 100 €	56 330 €
Immobilisations (Net)	155 190 €	143 900 €	133 610 €	123 380 €	113 150 €
TOTAL ACTIFS IMMOBILISES	155 190 €	143 900 €	133 610 €	123 380 €	113 150 €
ACTIFS CIRCULANTS					
Stocks					
Créances clients					
Créances TVA	2 108 €	2 274 €	2 311 €	2 314 €	2 314 €
Trésorerie	123 233 €	137 167 €	150 930 €	186 501 €	226 818 €
TOTAL ACTIFS CIRCULANTS	125 341 €	139 441 €	153 241 €	188 815 €	229 132 €
TOTAL ACTIF	280 531 €	283 341 €	286 851 €	312 195 €	342 282 €
PASSIF					
CAPITAUX PROPRES					
Capital	65 000 €	65 000 €	65 000 €	65 000 €	65 000 €
Comptes courants	8 000 €	8 000 €	8 000 €	8 000 €	8 000 €
Réserves et Résultats	73 767 €	142 566 €	191 729 €	226 332 €	260 934 €
TOTAL CAPITAUX PROPRES	146 767 €	215 566 €	264 729 €	299 332 €	333 934 €
DETTES					
Prêts et avances	102 333 €	64 871 €	26 408 €	14 612 €	2 816 €
Dettes fournisseurs	2 168 €	2 323 €	2 385 €	2 385 €	2 385 €
Dettes TVA	2 862 €	3 065 €	3 147 €	3 147 €	3 147 €
Dettes fiscale	26 400 €	-2 484 €	-9 818 €	-7 280 €	
TOTAL DETTES	133 764 €	67 775 €	22 121 €	12 863 €	8 347 €
TOTAL PASSIF	280 531 €	283 341 €	286 851 €	312 195 €	342 282 €

Annexe 12 : Bilans.



Edition 2019 - 2020

FICHE D'ENGAGEMENT DU CANDIDAT

Compléter une fiche par candidat

Je soussigné(e), (prénom et NOM) **El Ghali Berrada**
né(e) le... **22/04/1997**... domicilié **10 Allée des Sciences Appliquées R2 1414 31400 Toulouse**
Etudiant à (nom de l'Etablissement) **INSA de Toulouse**

Candidat au Concours Régional des Etudiants Créateurs d'Entreprise (CRECE) - Edition 2019-2020

Pour (NOM du DOSSIER présenté) **L'Enceinte Karaké Box**

- certifie avoir pris connaissance du règlement du Concours disponible sur le site <http://www.crece.toulouse.cci.fr/> et en accepter les conditions ;

- précise :

- | | | |
|---|---|---|
| → avoir immatriculé mon entreprise | <input checked="" type="checkbox"/> NON | <input type="checkbox"/> OUI depuis le .../.../..... |
| → être (ou avoir été) hébergé en incubateur | <input checked="" type="checkbox"/> NON | <input type="checkbox"/> OUI depuis le .../.../..... |
| → être (ou avoir été) accompagné par un organisme extérieur | <input type="checkbox"/> NON | <input checked="" type="checkbox"/> OUI lequel Les Entrep Toulouse |

- m'engage à mentionner le nom du « Concours Régional des Etudiants Créateurs d'Entreprise » lors de toute sollicitation, et plus généralement lors de toute communication, quelle qu'elle soit, orale ou écrite, dans les médias, sur les réseaux sociaux, ou par toute autre moyen de communication, relative à ma participation au Concours, au dossier/projet présenté, ou au Concours lui-même, le tout en respectant les règles de confidentialité propres au Concours.

Fait à **Toulouse** le **29/05/2020**

(signature)



Edition 2019 - 2020

FICHE D'ENGAGEMENT DU CANDIDAT

Compléter une fiche par candidat

Je soussigné(e), (prénom et NOM) Alexandre DIMNET
né(e) le 08-12-1997 domicilié 1 Rue du château d'eau 31140 Aucamville
Etudiant à (nom de l'Etablissement) INSA Toulouse

Candidat au Concours Régional des Etudiants Créateurs d'Entreprise (CRECE) - Edition 2019-2020

Pour (NOM du DOSSIER présenté) L'Enceinte Karaoke Box

- certifie avoir pris connaissance du règlement du Concours disponible sur le site <http://www.crece.toulouse.cci.fr/> et en accepter les conditions ;

- précise :

- | | | |
|---|---|---|
| → avoir immatriculé mon entreprise | <input checked="" type="checkbox"/> NON | <input type="checkbox"/> OUI depuis le .../...../..... |
| → être (ou avoir été) hébergé en incubateur | <input checked="" type="checkbox"/> NON | <input type="checkbox"/> OUI depuis le .../...../..... |
| → être (ou avoir été) accompagné par un organisme extérieur | <input type="checkbox"/> NON | <input checked="" type="checkbox"/> OUI lequel Entrep.! |

- m'engage à mentionner le nom du « Concours Régional des Etudiants Créateurs d'Entreprise » lors de toute sollicitation, et plus généralement lors de toute communication, quelle qu'elle soit, orale ou écrite, dans les médias, sur les réseaux sociaux, ou par toute autre moyen de communication, relative à ma participation au Concours, au dossier/projet présenté, ou au Concours lui-même, le tout en respectant les règles de confidentialité propres au Concours.

Fait à Toulouse le 24/05/2020

(signature)



Edition 2019 - 2020

FICHE D'ENGAGEMENT DU CANDIDAT

Compléter une fiche par candidat

Je soussigné(e), (prénom et NOM) Youssef EL-KHOLFI
né(e) le 20/09/1997 domicilié 52 Allée Charles de Fitte 31300 Toulouse
Etudiant à (nom de l'Etablissement) Ecole Nationale Supérieur d'Architecture de Toulouse

Candidat au Concours Régional des Etudiants Créateurs d'Entreprise (CRECE) - Edition 2019-2020

Pour (NOM du DOSSIER présenté) L'Enceinte Karaoke Box

- certifie avoir pris connaissance du règlement du Concours disponible sur le site <http://www.crece.toulouse.cci.fr/> et en accepter les conditions ;

- précise :

→ avoir immatriculé mon entreprise	<input checked="" type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> OUI depuis le .../...../.....
→ être (ou avoir été) hébergé en incubateur	<input checked="" type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> OUI depuis le .../...../.....
→ être (ou avoir été) accompagné par un organisme extérieur	<input type="checkbox"/> NON	<input checked="" type="checkbox"/> OUI lequel .Les.Entrepreneur'

- m'engage à mentionner le nom du « Concours Régional des Etudiants Créateurs d'Entreprise » lors de toute sollicitation, et plus généralement lors de toute communication, quelle qu'elle soit, orale ou écrite, dans les médias, sur les réseaux sociaux, ou par toute autre moyen de communication, relative à ma participation au Concours, au dossier/projet présenté, ou au Concours lui-même, le tout en respectant les règles de confidentialité propres au Concours.

Fait à Toulouse le 22/05/2020

(signature)



NOM DOSSIER :

Edition 2019 - 2020

IDENTIFICATION DU CANDIDAT

Compléter une fiche par étudiant et joindre CV

1. Nom : **Berrada** Prénoms **El Ghali**

Date et lieu de naissance : **22/04/1997 à Casablanca**

2. Adresse personnelle : **10 Allée des sciences appliquées R2 1414**

Code Postal : **31400** Ville : **Toulouse**

N° Téléphone : **0783907745**

Adresse électronique : **ghallb@outlook.fr**

3. Formation (initiale et continue) :

- INSA de Toulouse spécialité Systèmes Embarqués 2015-2021
- Formation Les Entrep de Toulouse (Lauréat) Nov 2019-Mai 2020
- Universidad Nacional de Cordoba (Semestre d'échange) Mars 2019-Juillet 2019
- Collège/Lycée Louis Massignon jusqu'en 2015

4. Situation professionnelle et/ou statut :

Étudiant

5. Expérience professionnelle : *(résumé des principaux emplois occupés - durées - responsabilités exercées)* :

- Stage au LAAS : Réalisation d'une maquette pour le suivi de santé d'un système hétérogène Juin 2020-Septembre 2020
- Stage ouvrier dans un laboratoire pharmaceutique Novopharma Juin 2015-Juillet 2015



NOM DOSSIER : **L'Enceinte Karaoké Box**

Edition 2019 - 2020

IDENTIFICATION DU CANDIDAT

Compléter une fiche par étudiant et joindre CV

1. Nom : Dimnet Prénoms Alexandre

Date et lieu de naissance : 08/12/1997 à Valence (Drôme 26)

2. Adresse personnelle : 1 Rue du château d'eau

Code Postal : 31140 Ville : Aucamville

N° Téléphone : 0612452288

Adresse électronique : alexdimnet@gmail.com

3. Formation (initiale et continue) :

Diplômé du bac S, en 4ème année à l'INSA de Toulouse, Automatique-Electronique

4. Situation professionnelle et/ou statut :

Etudiant

5. Expérience professionnelle : (résumé des principaux emplois occupés - durées - responsabilités exercées) :

Magasinier-vendeur (2 mois et 3 mois): responsable des commandes clients, gestion de l'entrepot et du parc extérieur.



NOM DOSSIER : **L'Enceinte Karaoke Box**

Edition 2019 - 2020

IDENTIFICATION DU CANDIDAT

Compléter une fiche par étudiant et joindre CV

1. Nom : EL-KHOLFI Prénoms Youssef

Date et lieu de naissance : 20/09/1997 Maroc

2. Adresse personnelle : 52 Allée Charles de Fitte

Code Postal : 31300 Ville : Toulouse

N° Téléphone : 0660703354

Adresse électronique : elkholfi.gestion@gmail.com

3. Formation (initiale et continue) :

Master 1 Ecole Nationale Supérieur d'Architecture

4. Situation professionnelle et/ou statut :

Etudiant

5. Expérience professionnelle : (résumé des principaux emplois occupés - durées - responsabilités exercées) :

Rhizome Junior Entreprise : Chargé d'études - 2019/2020
- Gestion de la mission du premier contact client jusqu'au livrable.
- Estimation et élaboration du devis de la mission.

Bibliothèque ENSA Toulouse : Moniteur - 2018/2019



Contact

Number: +33 7 83 90 77 45

Email: egberrad@etud.insa-toulouse.fr

Address: 10 Allée des sciences appliquées R2 1414
31400 Toulouse

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/el-ghali-berrada-0386b814a/>

Compétences Professionnelles

Pack Office, Apple
MatLab, Simulink, LTSpice
C, C++, Python, ADA, Unix
Microcontrôleur, Keil
Electronique Analogique et Numérique
Leadership
Gestion de projets
Gestion de bénévolat

Langues

Arabe (Natif)
Français (Natif)
Anglais (Courant)
Espagnol (Courant)

Mes centres d'intérêts

Musique: Chant et Guitare (Participation à plus de 50 concerts)

Voyages: Planification, Organisation, Recherche de bons plans, autopstop

Sports: Football, Tennis

Création de Startup

Entreprenariat

Débats

Berrada El Ghali

Elève-ingénieur en 4ème année
Automatique/Electronique/Systèmes Embarqués à l'INSA de
Toulouse, à la recherche d'un stage en Software ou
Hardware pour la période de Juin à Septembre 2020.

Formation

2015-2021 Institut National des Sciences Appliquées de Toulouse

Génie Electrique et Informatique, en Automatique et Electronique

- A réalisé de nombreux projets en programmation informatique embarquée(C,C++,Python,Keil).
- A effectué des projets en électronique analogique et numérique.
- A appris à travailler en groupe.
- A appris à travailler dans des conditions de stress et à gérer un calendrier exigeant.

2019 Semestre d'échange à l'Universidad Nacional de Cordoba en Argentine

- A appris à s'adapter a des conditions totalement différentes (langue,culture,système éducatif).
- A amélioré mon espagnol.

2015 Baccalauréat Scientifique de l'enseignement supérieur au Lycée Louis Massignon de Casablanca, Maroc

Spécialité Mathématiques et Option Internationale Langue et Littérature Étrangère (Arabe)

Expérience Professionnelle

2019-2020 Programme Les Entrep'

Lauréat de la région Toulouse

- A été porteur de projet
- A effectué un processus de brainstorming et recherche d'innovations sur mon projet
- A effectué une étude de marché
- A élaboré un Business Plan complet

2018 Les 48h pour faire vivre des idées

Prix Coup de Coeur du jury

- A appris de nombreuses techniques et méthodes d'émergence, de mise en valeur et de présentation d'idées.
- A créé un prototype.
- A collaboré avec un groupe aux compétences variées.
- A pitcher pendant 5min devant un jury de professionnels.

2016 Stage au Laboratoire Pharmaceutique Novopharma, Maroc

- A acquis de nombreuses compétences ouvrières en production, conditionnement, stockage.

Implication Associative

2015-Présent Bénévole aux restos de coeur avec l'association Les Enfoiros

Responsable des collectes de denrées au sein du campus (2018-2019)

- A appris à gérer et manager un groupe de bénévoles.
- A participé aux prises de décisions au sein de l'association.
- A appris à gérer un calendrier exigeant et des deadlines.

2018 Tuteur pour des lycéens défavorisés

Dispositif Cordée de la Réussite au sein de l'INSA

- A appris à gérer un groupe de profils différents.

Alexandre Dimnet

Elève-ingénieur INSA (Bac+4)

Automatique-Electronique, Systèmes Embarqués

A propos de moi

Mon projet de double diplôme m'incite à effectuer un stage rémunéré de 2,5 à 6 mois (juin-novembre). Je cherche un stage dans le domaine qui me passionne : l'automatique et les systèmes embarqués, orienté plus software que hardware. Je suis impatient de mettre mes compétences techniques et/ou managériales au profit d'un projet qui me plait.



Formation

2018-2020

INSA, Toulouse France

4^{ème} année AE-SE (Automatique-Electronique, Systèmes Embarqués)
Réseaux (création module Ethernet en VHDL), Automatique avancé (système non linéaire, temps réel), Electronique de puissance, μ contrôleur (ARM, NXP)

2017-2018

INSA, Toulouse France

Passerelle Toulouse Tech – Echange Médecine
Equivalent à deux années de CPGE MPSI

2015-2017

Université Paul Sabatier, Toulouse France

Première Année Communes aux Etudes de Sante (PACES)
-Chimie, Statistiques, Sciences sociales humaines
-Méthodes d'organisation, endurance au travail, autonomie

2015

Baccalauréat Scientifique S

Lycée Annonciation, Seilh France
Option: Mathématiques

Expérience

2019-2020

NXP Cup EMEA 2020

Préparation à la compétition internationale de voiture autonome (Développement et amélioration des systèmes embarqués de la voiture, travail en équipe, architecture de code)

Lauréat les Entrep 2020 occitanie

Certification et lauréat d'Occitanie du programme entrepreneurial « Les Entrep 2020 » simulation de création d'entreprise sur 6 mois (équipe de 4 personnes, business plan, étude de marché, analyse des besoins clients, Lean Startup...)

1 mois

Hands On Peru, Trujillo Pérou 2019

Volontaire

-Travaux d'équipe, construction de 6 salles de bain (des fondations aux finitions)
-Prévention et mission social auprès d'enfants

3 mois

Bernard Pages, Toulouse France 2017

Magasinier/vendeur

-Travail d'équipe, gestion de l'entreposage de marchandises, organisation
-Conseil clients, techniques de ventes



Contact

+336 12 45 22 88

dimnet@etud.insa-toulouse.fr

1 Rue du château d'eau,
Aucamville 31140

Permis B

22 ans

Compétences

Anglais 800 TOEIC



Espagnol bases



Matlab (Simulink)



SQL



Langage C, C++, java



Python 3



Projets

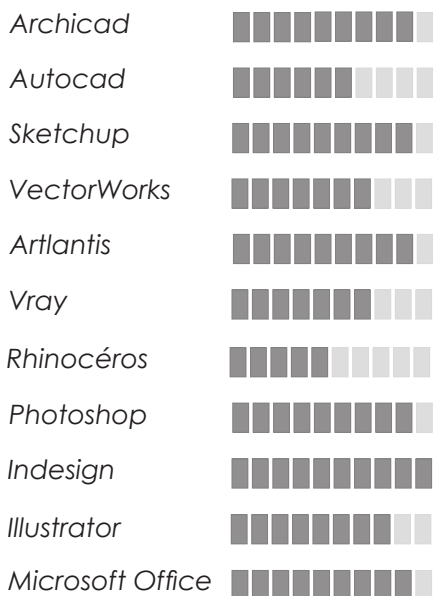
- Régulation de couple sur un moteur de trottinette:
Asservissement de couple sur un moteur à courant continu commandé à l'aide d'un Hacheur
- Contrôle automatique d'un voilier de modélisme:
Programmation en langage C des périphériques du STM32 sur Keil : Timer, GPIOs, USART, ADC



EL-KHOLFI YOUSSEF

COMPÉTENCES

Logiciels



Langues



Français — Bilingue
 Arabe — Maternelle
 Anglais — Courant

LOISIRS

Voyages : Maroc - France - Espagne - Italie - Suisse



Sports : Football - Rugby - Natation - Musculation.



Art : Musique - Théâtre - Dessin - Photographie.



STAGE ETUDIANT ARCHITECTURE

Ambitieux



52 Allées Charles de Fittes
31300 Toulouse

Sociable



20/09/1997

Responsable



+33660703354

Méthodique



elkholfi.gestion@gmail.com

EXPÉRIENCES



○ Chargé d'études – Rhizome Toulouse

2019-2020

- Gestion de la mission du premier contact client jusqu'au livrable, dans le cadre des projets de Rhizome Junior Entreprise.
- Estimation et Elaboration du devis de la mission.

○ Moniteur – Bibliothèque Ensa Toulouse

2018-2019

○ Stage – Agence Urbaine de Tanger

Juillet 2018

- Comprendre la réglementation urbanistique et architecturale de toute construction au Maroc.
- Suivi de la pré-instruction de projets en phase PC.
- Elaboration du plan de redressement d'un quartier sous-équipé.

○ Stage ouvrier – EL KARKRI ARCHITECTS

Juillet 2016

- Observation et mise en œuvre des tâches ouvrières au sein d'un chantier de construction d'un ensemble de villas.
- Contrôle de la conformité du chantier au plans d'exécutions de l'architecte.

FORMATION



○ Master 1 – Architecture

2019-2020

- Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Toulouse

○ LesEntrep - Création d'entreprise

2019-2020

- Un programme d'entraînement terrain à la création d'entreprise

○ Licence – Architecture

2015-2019

- Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Toulouse

○ Baccalauréat S – Physique chimie

2014-2015

- Groupe scolaire High-Tech