

Étude de marché - QYPYM

I - Taille et croissance du marché des sports

Nombre de pratiquants

Le nombre exact de pratiquants réguliers du Five en France n'est pas facilement disponible, mais c'est un sport très populaire, surtout dans les grandes villes. Les centres de Five sont souvent bien fréquentés, notamment par les jeunes adultes.

- Forte demande pour le football à 5 - 10/09/24 [\(source\)](#) :
“Avant l'été, **4 millions de Français avaient déjà joué au moins une fois au football à 5 au cours des 12 derniers mois**. Et selon une étude de la Fédération Française de Football et l'organisation Union Sport & Cycle, plus de 800 terrains dédiés à cette pratique ont été recensés dans l'Hexagone”,
“450.000 enfants ont ainsi été accueillis au total l'an dernier”
- L'essor du foot à 5 en France - 12/06/24 [\(source\)](#)

Croissance

La popularité du Five continue de croître, avec une augmentation notable du nombre de centres et de terrains disponibles. Les tournois et les ligues locales contribuent également à cette croissance + durant les heures de pointe (18-22h) il est dur de trouver des terrains libres

- Beaucoup de pratiquants - 11/06/24 [\(source\)](#) :
“**800 terrains dédiés à cette pratique ont été recensés dans l'Hexagone**”,
“Preuve de l'implantation de structures prévues pour le foot à 5, **78 % des joueurs déclarent que leur terrain de pratique se situe entre 15 et 30 minutes de leur domicile**”, “En décalage par rapport à la pratique compétitive du foot à 11, la majorité des personnes sondées (54 %) explique pratiquer le foot à 5 pour « prendre du plaisir » avant tout”, “Si la féminisation de la discipline progresse, elle reste relative par rapport au nombre total de pratiquants (94 % d'hommes, 6 % de femmes)”.

Démographie

Principalement pratiqué par des hommes âgés de 18 à 35 ans. Ce sport attire surtout des groupes d'amis et des collègues de travail cherchant à se divertir et à rester en forme.

- Parmi les disciplines qui attirent le plus - 10/09/2024 [\(source\)](#) :
“450.000 enfants ont ainsi été accueillis au total l'an dernier”
- De plus en plus de terrains en France - 11/06/24 [\(source\)](#) :
“Si la féminisation de la discipline progresse, elle reste relative par rapport au nombre total de pratiquants (**94 % d'hommes, 6 % de femmes**)”

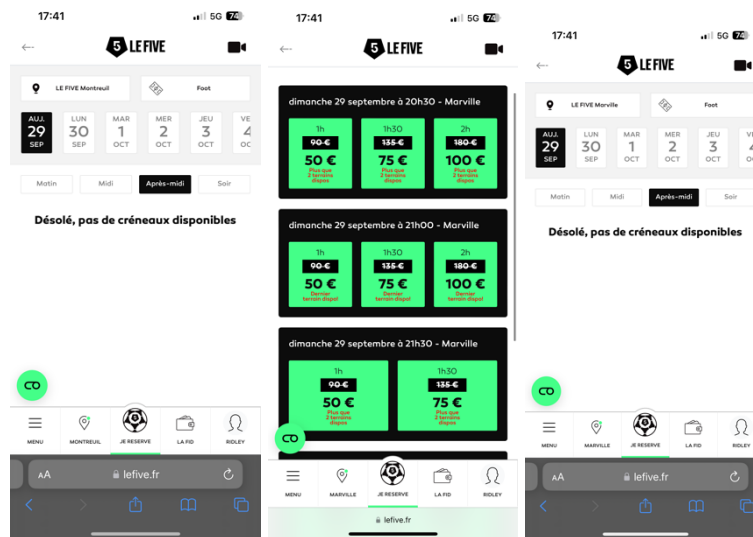
II - Comportements et besoins des joueurs

Fréquence de pratique

Nous n'avons pas trouvé de données pour ce point (point analysé dans notre questionnaire)

Difficultés rencontrées

Les principales barrières à la pratique du Five incluent la difficulté à trouver des partenaires réguliers (point analysé dans notre questionnaire) et le manque de terrains disponibles aux heures de pointe.



Motivations

Les joueurs de Five sont principalement motivés par le loisir et le plaisir de jouer avec des amis ou des collègues. La compétition amicale et le désir de rester en forme sont également des facteurs importants.

- “En décalage par rapport à la pratique compétitive du foot à 11, la majorité des personnes sondées (**54 %**) **explique pratiquer le foot à 5 pour « prendre du plaisir » avant tout.**“ ([source](#))

III - Analyse concurrentielle (applications concurrentes et leur positionnement)

Applications existantes

Concurrents directs :

- **Streetfoot (n'est plus très actif)** : Application mobile gratuite dédiée au football à 5, 7 ou 11 joueurs. Elle permet de rechercher des matchs autour de chez soi, de trouver de nouveaux partenaires de jeu et de créer son équipe
- **Playtomic** : Spécialisée dans les sports de raquette, cette application permet de réserver des terrains et de trouver des partenaires pour le padel
- **TEN'UP** : Trouver un club ou réserver un terrain pour joueur au tennis, padel, pickle ball ou beach tennis
- **Poteau (Krank club)** : Crée tes alertes - Reçois des invitations - Construis ton équipe - Joue au foot

Concurrents indirects :

- **Urban Sports Club** : Permet de réserver des terrains et de trouver des partenaires pour divers sports, y compris le Five
- **Anybuddy** : Startup qui propose la réservation de terrains de sport en 3 clics via son application ou son site internet, sans être membre ni licencié >

Fonctionnalités

	Réservation de terrains	Filtre par niveau	Organisation de matchs	Groupes de discussion	Exigences pour le match
Streetfoot	Oui	Non	Oui	Non	Non
Playtomic	Oui	Non	Oui	Non	Non
Urban Sports Club	Oui	Non	Oui	Non	Non
Anybuddy	Oui	Non	Oui	Non	Non
Ten'up	Oui	Oui	Oui	Non	Oui
Poteau	Non	Non	Oui	Non	Oui
Notre appli	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui

Lacunes à combler :

- Aucune des applications concurrentes ne propose de **filtre par niveau, de groupes de discussion ou de spécification des exigences pour le match**, ce qui sont des fonctionnalités uniques de notre application.

Modèle économique

1. **Streetfoot** : Publicité et partenariats avec des clubs.
2. **Playtomic** : Frais de réservation et partenariats avec des clubs.
3. **Urban Sports Club** : Abonnements mensuels/ annuels pour particuliers et entreprises afin d'accéder à divers sports, partenariats avec des lieux sportifs.
4. **Anybuddy** : Frais de réservation et partenariats avec des clubs.
5. **Ten'up** : Intégration de services payants pour les clubs partenaires via la réservation de terrains, l'inscription à des compétitions, et la gestion des

licences des joueurs, le tout soutenu par la Fédération Française de Tennis (FFT).

6. Poteau (Krank club) : Abonnement des utilisateurs (10€/mois)

Témoignages et avis utilisateurs

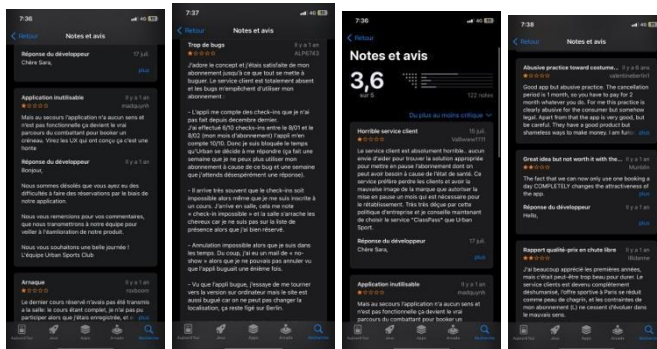
1. **Streetfoot** : Les utilisateurs apprécient la gratuité et la facilité de trouver des matchs, mais se plaignent parfois de bugs techniques.



2. **Playtomic** : Les utilisateurs aiment la facilité de réservation et la disponibilité des terrains, mais mentionnent un problème au niveau de l'UX de l'application.



3. **Urban Sports Club** : Les utilisateurs apprécient la diversité des sports disponibles, mais n'aiment pas le service client et la politique d'entreprise (ne permet pas aux utilisateurs de faire une pause sur l'abonnement, n'est pas flexible (payer même pendant la crise sanitaire, etc)), problème d'UX et de bugs

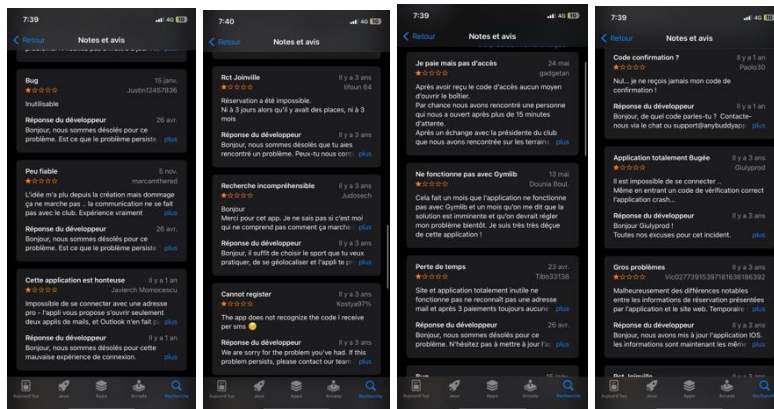


4. **Anybuddy** : Les utilisateurs aiment la simplicité de réservation sans être membre, mais notent des difficultés techniques occasionnelles, problèmes

liés aux réservations et à la fiabilité des informations fournies par l'application. Par exemple, certains utilisateurs ont signalé des erreurs lors de la réservation, avec des confirmations qui n'ont jamais été reçues, ou bien des terrains qui n'existaient pas à l'adresse indiquée, entraînant une perte de temps et d'argent. D'autres critiques concernent des difficultés avec l'application de codes promotionnels ou des bugs lors des paiements, où les réductions n'étaient pas correctement appliquées

Ces avis montrent que bien que l'application soit globalement appréciée pour sa praticité, il existe encore des aspects à améliorer concernant la gestion des réservations et le support client.

> <https://justuseapp.com/fr/app/1159088112/anybuddy/reviews>



- Ten'up :** bugs fréquents (problèmes pour trouver ou rechercher des joueurs, difficultés avec certaines fonctionnalités comme la gestion des réservations de matchs et des calendriers). Certains se plaignent aussi de ne pas pouvoir accéder à des informations historiques sur les classements ou les palmarès, et l'application semble être trop souvent en maintenance.

Ces problèmes récurrents ont conduit certains utilisateurs à qualifier l'expérience d'utilisation de frustrante, surtout en raison du manque de fiabilité et de l'absence de certaines fonctionnalités attendues. >

<https://justuseapp.com/fr/app/1457871907/ten-up/reviews>

🗨 Par Lo schoenster



Quand l'application marche... elle est très utile

Sur le fond rien à dire, au contraire : app parfaite et plutôt fluide pour la recherche de partenaires ou de tournois. Mais pour ma part, expérience sur iPhone gâchée régulièrement par : déconnexions incessantes sans mémoire de l'identifiant (contrairement au site web); idem en cas de mises à jour; impossibilité d'accéder au classement sur l'app depuis mon iPhone (contrairement à mon amie sur Samsung ou au site web). Cette expérience négative est partagée par au moins deux personnes de mon entourage sur iPhone (iPhone récents, m'aj faites, nouvelles versions de Ten'Up systématiquement téléchargées!) dont un juge arbitre d'une tournée nîmoise obligé comme moi de privilégier le site web. Bugs signalés aux développeurs comme cela est proposé et mail de remerciement d'avoir signalé ces points😓😓 En espérant que cela finisse par s'améliorer

 Romain Sénéchal



★★★★ 14 avril 2024

Sans cesse des bugs depuis sa création, de toutes les applications que j'utilise, c'est de loin la plus instable. Fonction recherche trop simplifiée par rapport à la version navigateur. Je suis souvent obligé de passer par le navigateur pour une utilisation plus fluide... Elle est progressivement enrichie par de nouvelles fonctionnalités ce qui est un bon point.

25 personnes ont trouvé cet avis utile

Ce contenu vous a-t-il été utile ?

Fédération Française de Tennis

17 avril 2024

Bonjour, nous vous confirmons que nous essayons sans cesse de nous améliorer et nous espérons que les prochaines évolutions pourront vous satisfaire davantage. Bonne journée, l'Equipe TenUp

 paulo_94



★★★★ 7 mai 2024

De nombreux bugs (impossible d'accéder au palmarès par ex). App aussi très mal optimisée, la fonction de recherche de tournoi qui se réinitialise sans cesse par défaut... Les critères de recherche de tournoi sont faibles. Il faudrait ajouter la résine et le béton poreux et autres surfaces non précisées comme indépendantes et avoir l'option de les sélectionner ensemble ou non. Il faudrait pouvoir trouver des tournois en fonction de classements spécifiés et pas juste d'un classement limite Etc...

14 personnes ont trouvé cet avis utile

Ce contenu vous a-t-il été utile ?

🗨 Par castelnau81



Connection

il est pénible de devoir trop souvent rentrer ses identifiants

🗨 Par Stanistennis



Beaucoup de fonctions manquantes

Application moderne mais n'est pas encore au point.

- Beaucoup d'adhérents de club sont déçus par le système de réservation qui n'est pas pratique, il faut y laisser le tableau de réservation complet sous forme de grille comme avant et de pouvoir voir quels adhérents ont déjà réserver.

- C'est dommage d'avoir retiré la liste des adhérents de club. Pourquoi devoir créer un profil joueur pour faire partie de la liste des adhérents de club. Pensez aux personnes qui n'utilisent pas correctement les ordinateurs et les smartphones.

Comment peuvent-ils être contacter ? Ça serait bien de remettre la liste visible des adhérents pour chaque club.

- Au niveau recherches des tournois, ça serait bien de remettre la recherche par classement. Exemple : quand on est un joueur de seconde série, on tombe sur des tournois de 4ème séries, de 3ème séries ou autres.

Au début de "mon espace tennis" il y était et vous l'avez retiré avant que "mon espace tennis" disparaisse.

C'est une perte de temps lors des recherches. J'ai envoyé 2 mails à la FFT et ils m'ont répondu que ça allait être fait. On attends toujours ?

- Sur l'application on ne peut pas faire la simulation de classement.

Merci à vous de tenir compte de ces petits détails manquants et de faire le nécessaire qui pourront améliorer la convivialité de l'application.

👤 Par Végéta760621



Suggestion

Très bonne application digne de ce nom !

J'ai juste une suggestion à vous donner : est ce que bientôt on aura la possibilité de suivre l'évolution du tableau du tournoi auquel on participe ?

Merci de votre réponse

👤 Par Thomasbaclet



Très bien mais

Bonjour,

Serait il possible d'intégrer une simulation de point ou même voir où on en est dans les points par rapport à notre classement ?

Merci de votre réponse

6. Poteau (anciennement Krank Club) : La majorité des utilisateurs sont plutôt satisfaits de l’application surtout depuis ces dernières mises à jour mais de nombreux bugs persistent



Poteau
Notes et avis

Bonjour J'ai essayer de faire la mise à jour mais ça ne passe pas J'ai désinstallé l'application pour la réinstaller mais je n'arrive pas et le message qui sort sur play store est que l'application n'est pas compatible avec mon téléphone de marque Huawei ??

Ce contenu vous a-t-il été utile ? Oui Non

 f l

★ ★ ★ ★ ★ 26 février 2025

Après mise a jour l'application ne s'ouvre plus , des solutions ? Merci

Ce contenu vous a-t-il été utile ? Oui Non



Poteau
Notes et avis

4 mars 2025

Bonjour, est-ce que tu peux nous envoyer un message à contact@poteau.team avec ton nom sur l'application pour qu'on puisse enquêter et résoudre ton problème ? Merci beaucoup !

 Frawi Rand (Fa)

★ ★ ★ ★ ★ 20 janvier 2025

20/1/25 Qu'es ce que c'est lent p****, ergonomie à ****, bug, non mais je comprends pas pourquoi il n'y a pas de retour utilisateur, mauvaise foi ou aveugle? 0/5. Et déso mais il n'y a pas 76% de match gratuit. C'est 95% de match payant. Nous Payé ? No, cher ! Ancien commentaire : Déjà le foot en salle sont minimum 13€ maximum 22€ en ce moment fin 2024. Et tu voudrais nous prendre 10€ par mois. Rève ! Même à 3€ je ne m'abonne pas. On trouvera toujours le moyen. BUG MATIN MIDI ET SOIR AUSSI

Ce contenu vous a-t-il été utile ? Oui Non



Poteau
Notes et avis

8 février 2025

Hello Frawi, pas de problème si tu ne souhaites pas t'abonner : 74% des matchs la semaine dernière étaient ouverts à tous. Cela dit, peux-tu préciser les bugs que tu rencontres ? Merci pour ton aide !

 Alexandre ANIN ("zonzon1009")

★ ★ ★ ★ ★ 17 janvier 2025

Sur le papier c'est une très bonne application avec une bonne idée. Malheureusement en 2 mois d'utilisation je n'ai jamais pu rejoindre un match car a chaque fois ils nous demandent de payer un abonnement a 10€/mois

Ce contenu vous a-t-il été utile ? Oui Non



Poteau
Notes et avis

 yassine bouzidi

★ ★ ★ ★ ★ 25 décembre 2024

Il y a plus en plus de bugs récemment. Aujourd'hui, pour s'inscrire dans un match il faut un compte gold sinon c'est pas la peine de perdre votre temps (quasiment tous les matchs)

Ce contenu vous a-t-il été utile ? Oui Non



Poteau
Notes et avis

8 février 2025

Bonjour Yassine, quels bugs as-tu rencontré ? On va les régler illico

 Thomas B

★ ★ ★ ★ ★ 9 novembre 2024

Depuis la version 4, plus aucun match affiché et impossible de changer sa localisation ou poster ses matchs. Quasiment aucune fonctionnalité ne marche, l'application est inutilisable. Tout ça en ayant payer 10e. Honteux.

Ce contenu vous a-t-il été utile ? Oui Non



Poteau
Notes et avis

17 décembre 2024

Bonjour Thomas, rencontres-tu toujours le problème après avoir mis à jour ton appli ? On est vraiment désolé pour le désagrément, on espere que c'est réglé. Tiens-nous au

IV - Opportunités de marché

Segment de niche

Positionnement : Pour notre application nous allons chercher à nous différencier en mettant l'accent sur la convivialité, la facilité de création et d'organisation de sessions, ainsi que sur le niveau de compétence des joueurs. Contrairement à des plateformes plus généralistes, une mise en avant claire des niveaux de compétence, des filtres par sexe, âge, ou même objectifs sportifs (compétitif vs. loisir) pourrait attirer un public plus spécifique.

Pour établir nos choix concernant les fonctionnalités intégrées dans notre application, nous avons réalisé un questionnaire afin de connaître les préférences des potentiels utilisateurs de notre application (sportifs pratiquant le foot à 5 en salle).

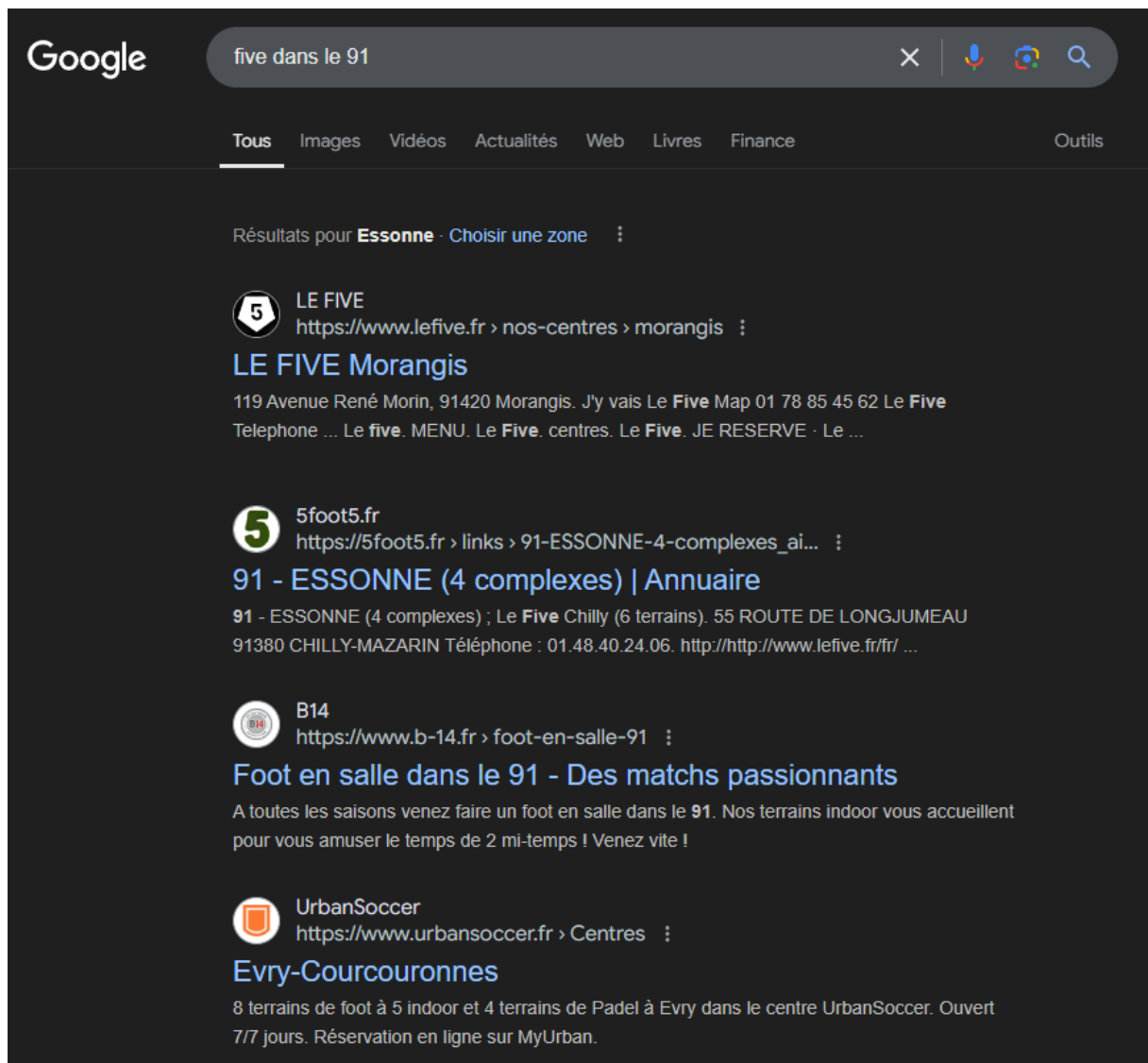
Valeur ajoutée :

- Intégrer un système de filtre avancé (niveau, sexe, âge, localisation précise).
- Créer des groupes ou communautés autour d'intérêts communs (ex. équipes régulières, sessions pour débutants).
- Mettre en avant la convivialité par des interactions sociales : par exemple, des commentaires après match ou des récompenses de fidélité pour les participants réguliers.

Localisation géographique

Analyse de marché régional : Nous avons cherché à identifier les régions ou les villes où le Five sont en pleine expansion, mais où peu d'offres digitales existent. Il faut savoir que dans notre équipe, nous sommes tous situés en Île-de-France. Pour ne pas trop nous éparpiller et cadrer notre avancement, nous avons décidé de déployer et référencer sur l'application tous les centres sportifs permettant de pratiquer le Five et le Padel uniquement en Île-de-France, pour commencer.

Pour trouver les centres sportifs à insérer dans notre application pour l'organisation de matchs, nous avons utilisé des outils de recherche de mots-clés afin de connaître les tendances, en tapant des requêtes comme "Five dans le 91" et pour chaque département dans la barre de recherche Google.



Stratégie : Comme nous souhaitons commencer par lancer l'application pour les pratiquants de Five en Île de France, nous allons adapter notre marketing au local dans un premier temps en physique. Bien sûr, en parler aussi sur les réseaux sociaux en parallèle.

Tendances émergentes

- **Croissance du bien-être et fitness :** Le Five est de plus en plus populaire dans le cadre des tendances de fitness et de bien-être. En tant que loisirs sportifs, ils répondent à une demande croissante de sport « fun » et accessible. Nous souhaitons nous positionner comme une application non

seulement comme un outil d'organisation, mais aussi comme un contributeur à la santé et au bien-être des utilisateurs.

- **Tendances :**

- Intégration d'un volet de « suivi de performance » pour les utilisateurs et possibilité de partager le niveau et progression directement sur les réseaux sociaux.
- Ajouter des fonctionnalités liées au bien-être comme des conseils de récupération, de nutrition ou des challenges sportifs communautaires.
- Sur le long terme, nous pourrions essayer de collaborer avec des influenceurs fitness ou bien-être pour promouvoir l'aspect santé du Five.

V - Monétisation et partenariats

Potentiel de partenariat

Identification des partenaires potentiels : Nous allons chercher à établir des **partenariats stratégiques nous permettant de pouvoir financer et organiser des tournois avec des crashprices par exemple ou bien mettre en vente sur l'app des chaussures de five, gourdes etc.** Dans un premier temps nous allons référencer gratuitement tous les terrains (complexes sportifs comme l'entreprise Urban Soccer ou encore Five), dans un second temps nous chercherons à réaliser des partenariats avec les structures suivantes :

- **Clubs de sports urbains :** Dans les grandes villes comme **Paris, Lyon, Marseille**, les clubs de Five et de Padel sont très populaires. Devenir leur partenaire digital exclusif pour la gestion des réservations et l'organisation de matchs pourrait leur offrir une plus grande visibilité tout en simplifiant leur logistique.
- **Complexes multisports en périphérie :** De nombreux complexes situés en périphérie des villes cherchent à attirer des pratiquants réguliers. Ils peuvent devenir des **partenaires stratégiques** en intégrant leur système de réservation dans l'application. Ces partenariats pourraient offrir des créneaux d'utilisation exclusifs, des réductions pour les utilisateurs de votre plateforme, ou même des tournois co-organisés.

- **Négociation de deals exclusifs** : Proposer des **deals exclusifs** pour les terrains partenaires (réductions, priorités de réservation) ou des **événements sponsorisés** co-organisés avec les clubs partenaires.

Monétisation par les réservations

- **Commission sur les réservations** : Pour chaque réservation effectuée via l'application, prélever une **commission** sur la transaction (par exemple, 5-10 % du prix de la réservation). Cela représente un modèle de monétisation direct et transparent.
- **Offre de premium aux clubs** : Proposer des services supplémentaires aux clubs, comme une meilleure visibilité dans l'application, des fonctionnalités avancées pour gérer leurs réservations, ou des promotions sur leurs événements, en échange d'un abonnement premium.

Modèle de revenus publicitaires

- **Publicité ciblée** : Intégrer des **publicités géolocalisées** dans l'application, proposant des offres spéciales ou des réductions sur des produits de sport (équipement, vêtements, accessoires), des abonnements en salles de sport ou encore des services liés au bien-être (kinés, nutritionnistes, etc.). Les annonceurs pourraient inclure des grandes marques comme **Nike, Adidas**, ou des marques spécialisées dans les sports de raquettes.
- **Sponsors pour les événements** : Les **sponsors** jouent un rôle clé en finançant l'événement ou en offrant des récompenses pour les participants. Par exemple, une marque de sport pourrait sponsoriser un tournoi de Five en local, en échange de visibilité sur l'application et sur le terrain.
- **Modèle Freemium avec publicités** : Offrir aux utilisateurs une version gratuite de l'application avec des **publicités intégrées**, tandis que les utilisateurs premium (payant un abonnement) pourraient bénéficier d'une expérience sans publicité, avec des fonctionnalités supplémentaires (réservation prioritaire, statistiques avancées sur leurs performances, etc.).
- **Contenus sponsorisés** : En plus des bannières publicitaires classiques, une présence de **contenus sponsorisés** dans l'application, comme des articles sur l'entraînement, des conseils nutritionnels, ou des vidéos de technique fournies par des partenaires commerciaux.

Engagement communautaire et réseau social

- **Valorisation de l'engagement utilisateur** : Le cœur de l'application repose sur l'engagement des utilisateurs, qui reviendront régulièrement pour organiser des matchs, interagir avec d'autres joueurs, ou suivre les compétitions locales. Les utilisateurs engagés sont plus enclins à adopter des produits et services liés à leurs activités sportives.
 - **Création d'un réseau social sportif** : En intégrant des fonctionnalités de réseau social dans l'application (par exemple, la possibilité de commenter les matchs, de noter les performances, ou de partager des photos), créer un espace où les joueurs peuvent interagir et se connecter. Cela peut attirer davantage d'utilisateurs et **augmenter le temps passé dans l'application**, rendant la plateforme plus attrayante pour les annonceurs.
 - **Classements et compétitions** : Mise en place d'un système de **classement** pour les joueurs ou les équipes, basé sur les résultats et leurs performances. Nous pourrions organiser aussi des **challenges mensuels** avec des récompenses sponsorisées. Cela incite les utilisateurs à être plus actifs et à revenir régulièrement sur l'application.

Fidélisation et monétisation long terme

- **Abonnements Premium pour les utilisateurs** : En plus de monétiser via la publicité, possibilité d'introduire des fonctionnalités payantes qui offrent une **meilleure expérience utilisateur**. Par exemple :
 - **Statistiques avancées** : Offrir un suivi détaillé des performances (nombre de matchs joués, évolution du niveau, classements locaux).
 - **Groupes privés et équipes régulières** : Les utilisateurs premium pourraient avoir la possibilité de créer des **équipes privées** ou d'accéder à des groupes exclusifs de joueurs de niveau similaire.
- **Fidélité à travers des récompenses** : Programme de fidélité où les utilisateurs accumulent des points ou des récompenses pour chaque réservation ou chaque match organisé. Ces points pourraient être échangés contre des **réductions sur les terrains**, des **cadeaux sponsorisés**, ou même des **abonnements gratuits à des terrains partenaires**. Cela incite à un engagement continu et rend les utilisateurs plus réceptifs aux offres partenaires.

En résumé, la **monétisation** de notre app peut être multi-canal, en combinant des **commissions sur les réservations**, des **revenus publicitaires ciblés**, des **offres premium**, et des **partenariats stratégiques avec les clubs et marques de sport**. Le succès repose sur notre capacité à créer une **communauté engagée** et à exploiter ces interactions pour attirer à la fois des utilisateurs réguliers et des annonceurs et sponsors prêts à investir dans cette audience.

VI - Projections financières

Prévision de croissance des utilisateurs et des réservations

Objectif pour les 6 premiers mois :

- Nombre d'utilisateurs : 1 000 utilisateurs inscrits sur l'application.
- Nombre de matchs réservés : Minimum 90 matchs organisés via l'application (soit 15 matchs par mois pendant 6 mois et 3/4 matchs par week-end.)

Évolution de la base d'utilisateurs (6 mois à 1 an)

- À partir des 1 000 premiers utilisateurs, grâce au bouche-à-oreille, aux actions marketing et à l'expérience utilisateur positive, nous aimerions atteindre entre 2 000 et 5 000 utilisateurs à la fin de la première année.

Revenus projetés (6 deuxièmes mois)

Pour nos débuts, la monétisation sera plus modeste, car l'accent sera mis sur l'acquisition d'utilisateurs et la validation du concept. Voici les principales sources de revenus initiales :

Commissions sur les réservations

- **Hypothèse :**
 - Négociation d'une commission de **10 %** sur chaque réservation de terrain avec les complexes référencés sur notre app.
 - Tarif moyen d'une réservation : **90 €** (5-10 joueurs, coût partagé).
 - Objectif : **90 matchs réservés sur 6 mois**.
- **Calcul :**
 - $90 \text{ matchs} \times 90 \text{ €} \times 10 \% = \mathbf{810 \text{ € de revenus sur les réservations.}}$

Prévision pour les 12 premiers mois

A. Croissance des utilisateurs et des réservations

- **Utilisateurs :**
 - **1 000 utilisateurs** en 6 mois → **3 000 utilisateurs** à la fin de l'année (estimation).
- **Réservations :**
 - Si le taux de réservation augmente avec le temps, nous aimerions atteindre **350 matchs réservés** sur 12 mois.

B. Revenus projetés pour 12 mois

- **Commissions sur réservations :**
 - $350 \text{ matchs} \times 90 \text{ €} \times 10 \% = \mathbf{3\ 150 \text{ €}}$.
- **Abonnements Premium** (lancement en fin d'année) :
 - Hypothèse : Conversion de 5 % des utilisateurs à 0.99 €/mois x 3 derniers mois = **445.5 €**.
- **Revenus totaux sur 12 mois :**
 - Commissions : **3 150 €**
 - Abonnements : **445.5 €**
 - **Total : 3 695.5 €**

Analyse du seuil de rentabilité

Coûts fixes :

- Hébergement, maintenance, et support technique : **20 €/mois**, soit **240 €/an**.
- Nom de domaine à 0.21€ sur GoDaddy.

Total des coûts pour l'année 1 :

- **18 400 €** (développement + marketing + maintenance).

Analyse :

- Revenus projetés (15 750 €) ne couvrent pas encore entièrement les coûts (18 400 €) à la fin de la première année. Cependant, l'écart est réduit et la **rentabilité pourrait être atteinte dès l'année 2**, grâce à une croissance plus rapide des utilisateurs et des réservations.

Viabilité financière :

Hypothèses et projections (Juin 2025 – Juin 2026)

- **Utilisateurs actifs estimés en juin 2026** : 2 000
- **Abonnés premium estimés** : 4% des utilisateurs actifs
- **Tarif premium** : 2,99€/mois
- **Réservations** : 20% des utilisateurs actifs
- **Commission par session** : 8€
- **Événements** : 10 par an, avec un gain net de 400€ par événement

Résultat net

- **Résultat avant impôt** : 11 145.09 € - 7 200,00 € = 3 945.09 €
- **Impôts (SAS à 20%)** : 789.02 €
- **Marge nette prévisionnelle** : 3 156.08 €

Lien vers le [Plan financier prévisionnel QYPYM](#) !

NAME

Léa



Devise

“ Je joue pour me détendre, pas pour me prendre la tête. ”

Contexte

Léa mène une vie bien remplie entre son travail et ses loisirs. Elle pratique le sport pour se détresser et s'amuser, sans recherche de performance. Curieuse, elle aime tester de nouvelles activités, et le Five et le Paddle l'attirent par leur aspect ludique et social. Elle ne fait pas partie d'une équipe fixe, ce qui la pousse à chercher des solutions flexibles pour rejoindre des matchs à la dernière minute.

Motivations

- **Se maintenir en forme** sans contrainte d'engagement régulier
- **Se divertir et se socialiser** en rencontrant de nouvelles personnes
- **Profiter de la flexibilité** en rejoignant des matchs de dernière minute

Frustrations

- **Difficulté à trouver des matchs au dernier moment** sans avoir à organiser elle-même une partie
- **Applications trop rigides** qui demandent de réserver ou de planifier trop à l'avance
- **Absence de joueurs de dernière minute** (no-shows) qui perturbent le bon déroulement des matchs

Démographie

Female 32 years

Paris

Married

Cadre

Environ 2800€ par mois

Objectifs

- **Accéder facilement à des matchs en cours** et pouvoir y participer rapidement
- **Utiliser une application intuitive et rapide** pour rejoindre des parties en quelques clics
- **Rencontrer de nouveaux partenaires de jeu** sans avoir à créer ou rejoindre une équipe fixe

Canaux



Facebook



Instagram



WhatsApp



Telegram