



BUBBLE DREAMS

# BUSINESS PLAN

---

## CONFIDENTIALITÉ

---

Ce document et les informations qu'il contient sont communiqués à titre strictement confidentiel dans le cadre d'une discussion exploratoire relative à Bubble dreams. Ces informations demeurent la propriété exclusive de Bubble dreams et ne peuvent être utilisées qu'aux fins d'évaluer une éventuelle opportunité d'investissement.

Toute reproduction, diffusion ou communication à des tiers, en tout ou partie, sans l'accord préalable écrit de Bubble dreams est interdite.

## DISCLAIMER

---

Les informations contenues dans ce document proviennent de sources jugées fiables ou ont été fournies par le porteur de projet.

Bien que Bubble dreams ait apporté le plus grand soin à leur préparation, elle ne garantit ni leur exactitude, ni leur exhaustivité, ni leur actualisation.

Ces informations sont fournies à titre indicatif et ne constituent en aucun cas un engagement contractuel de la part de Bubble dreams.

# Fiche Synthétique

FORME JURIDIQUE :

**SARL**

NUMÉRO DE SIREN :

**999 999 999**

RCS :

**Paris**

CAPITAL SOCIAL :

**30 000,00 €**

EMPRUNT :

**40 000,00 €**

RATIO D'ENDETTEMENT :

**1x**

## TABLE DE CAPITALISATION :

Noms associés	Actions détenus	% Détenion	% Vote	Rôles opérationnels
Marco Polo	30 000	100%	100%	Gérant

## RÉSUMÉ DU PROJET :

Sur la Côte d'Opale, à environ deux heures de Paris, la demande pour des micro-escapades nature progresse alors que l'offre d'hébergement reste majoritairement standardisée. En haute saison, la saturation des capacités renforce la compétition pour les nuitées et met en évidence le manque d'options réellement atypiques. Pour les couples urbains et les clients CSP+ en recherche de déconnexion, l'arbitrage est souvent le même : choisir un hôtel classique, moins immersif, ou renoncer au confort pour une expérience de plein air.

Bubble dreams répond à cet écart avec un gîte d'immersion nature proposant des nuitées en bulles transparentes offrant une vue à 360° sur le paysage et le ciel étoilé. L'expérience vise une sensation de plein air sans "camper", avec une offre simple et lisible à la nuitée (150€) ou au week-end (250€), complétée par un petit-déjeuner en option (15€ par personne). La promesse repose sur une expérience premium, intime et mémorable, soutenue par une exploitation structurée intégrant nettoyage et blanchisserie externalisés et la présence d'un réceptionniste/gardien de nuit.

## COMPTE DE RÉSULTAT

Indicateur	2026	2027	2028
Chiffre d'Affaires Total	107 955,00 €	168 525,00 €	190 525,00 €
Marge Brute	86 001,00 €	134 120,00 €	152 124,00 €
Charges d'Exploitation	-87 818,00 €	-93 295,00 €	-93 295,00 €
EBITDA	-1817,00 €	40 825,00 €	58 829,00 €
Résultat Net	-5 414,00 €	27 388,00 €	41 215,00 €

PARTIE 1

# Le Projet

---

## Objectif du Projet

---

Sur le terrain, l'hébergement disponible autour de la Côte d'Opale répond surtout à des attentes de séjour "classique", alors que de nombreux couples urbains recherchent un court séjour plus marquant, centré sur l'immersion et l'intimité. Les alternatives locales identifiées, principalement des hôtels et résidences, proposent du confort mais une expérience jugée peu différenciante, avec une immersion nature limitée et sans véritable "wow factor" lié au paysage ou au ciel nocturne. Dans le même temps, la pression en haute saison et la rareté d'hébergements offrant une immersion visuelle forte rendent l'accès à une expérience premium plus difficile, notamment pour une clientèle exigeante sur la fiabilité, la propreté et la promesse tenue.

L'objectif de Bubble dreams est de devenir une référence locale de l'insolite premium orienté romantisme et déconnexion, en proposant des bulles transparentes permettant de vivre la nature sans limite visuelle, avec confort et simplicité de réservation. Le concept est délivré via une commercialisation en direct sur site web et une diffusion sur Airbnb et Booking, afin de répondre aux usages de comparaison, de réservation rapide et de recherche d'avis. L'exploitation est pensée pour sécuriser l'expérience client, avec nettoyage et blanchisserie confiés à une société spécialisée et une présence de nuit pour l'accueil et la tranquillité. L'ambition est de capter une clientèle de micro-escapades et d'événementiel léger en ancrant l'établissement comme une destination cohérente avec le caractère préservé de la Côte d'Opale.

# Équipe

---



## Marco Polo

Gérant

Marco a une expérience de plus de 10 ans dans l'hôtellerie et l'hébergement insolite. Il a géré des centres de profits pour le compte de groupes internationaux et maîtrise la gestion d'équipe.

### Profil:

Compétences spécifiques au secteur

Compétences en gestion

Compétences en ressources humaines

## Le Marché

---

Le projet s'inscrit dans le marché français du glamping, estimé à 280 M€ de revenus annuels à l'horizon 2025, avec une dynamique de croissance annoncée à 7,7% de TCAC. Cette trajectoire est portée par la montée en gamme de l'hôtellerie de plein air, la recherche d'expériences mémorables et la progression des courts séjours nature, particulièrement depuis les grandes agglomérations. Dans le même temps, la distribution via les plateformes intensifie la concurrence et la bataille des avis, tandis que les contraintes environnementales et d'urbanisme freinent le déploiement d'offres nouvelles, créant une barrière à l'entrée pour les concepts conformes et bien intégrés.

À l'intérieur de ce marché, le sous-segment "expérience immersive/insolite" orienté couples, intimité et ciel étoilé représente un SAM de 70 M€. Ce segment valorise la différenciation, la qualité de l'expérience et la fiabilité opérationnelle, là où les offres plus généralistes et indifférenciées subissent davantage la comparaison par le prix. Les facteurs clés de succès sont la force du "wow effect" visuel, la promesse de confort sans compromis, la maîtrise de la saisonnalité et la capacité à générer rapidement des avis positifs via une distribution adaptée.

Localement, la Côte d'Opale combine accessibilité depuis Paris, attrait nature et contexte de saturation en haute saison, tout en restant préservée du tourisme de masse. L'offre concurrente identifiée est majoritairement hôtelière ou résidentielle, donc moins immersive et moins distinctive, ce qui renforce l'opportunité d'une proposition en bulles. Dans cette logique, le SOM visé de 0,3 - 0,5 M€ de chiffre d'affaires annuel à 3-5 ans, pour 1 sites et 5 à 10 bulles, s'aligne avec une montée en puissance progressive tenant compte de la saisonnalité, de la météo et du rythme de déploiement lié aux réglementations locales.

### Facteurs Clés du Marché

- Évolution des comportements de voyage (micro-escapades, recherche d'expériences mémorables proches des grandes villes)
- Saisonnalité, météo et qualité du ciel nocturne (impact direct sur l'attrait et l'occupation)
- Réglementations locales (urbanisme, zones protégées, assainissement) influençant le rythme de déploiement
- Niveau de concurrence locale (hôtels, locations courte durée, autres hébergements insolites) et intensité de la guerre des prix sur plateformes au démarrage (acquisition d'avis)

# Les Produits

---

## 1. Nuits

L'offre nuitée en chambre bulle propose une expérience d'hébergement immersive au cœur de la nature pour un tarif de 150€ / nuitée . Conçue pour offrir un moment hors du temps, la chambre bulle permet aux visiteurs de dormir sous les étoiles tout en bénéficiant du confort d'un hébergement de qualité. L'offre nuitée inclut l'accès privatif à la chambre bulle pour une nuit, permettant aux visiteurs de vivre une expérience singulière mêlant hébergement et immersion dans l'environnement naturel.

## 2. Formule Weekend

La formule week-end propose une expérience immersive prolongée au sein de la chambre bulle, permettant aux visiteurs de profiter pleinement d'un séjour en pleine nature. Cette offre inclut deux nuitées consécutives en chambre bulle au tarif préférentiel de 250 € pour le séjour. La formule week-end s'adresse particulièrement aux couples et aux voyageurs en quête d'une parenthèse nature, souhaitant s'accorder un moment de déconnexion et d'évasion sur plusieurs jours.

## 3. Petit Déjeuner

L'offre petit-déjeuner propose aux visiteurs une expérience gourmande mettant à l'honneur les produits du terroir et les savoir-faire artisanaux locaux. Conçue dans une démarche de qualité et de valorisation du territoire, cette formule privilégie un approvisionnement exclusivement en circuit court, auprès d'artisans et de producteurs locaux.

## Le Paysage Concurrentiel



### Hotel L'atlantc Wimereux

Hôtel sur la Côte d'Opale, alternative classique pour un week-end mer/nature avec services hôteliers.

**Forces:** Confort hôtelier, fiabilité du service, localisation reconnue pour les courts séjours.

**Faiblesses:** Expérience moins différenciante et moins immersive (pas de "wow factor" nature/étoiles), offre perçue comme standardisée.

### Hotel de La matelote Boulogne sur mer

Hôtel urbain/littoral à Boulogne-sur-Mer, orienté séjour pratique et confort.

**Forces:** Prestation hôtelière structurée, accessibilité, rassurant pour une clientèle exigeante.

**Faiblesses:** Moins d'immersion nature et d'isolement, expérience moins mémorable que de l'insolite en pleine nature.

## Le Paysage Concurrentiel (suite)

---

### **Le Westmister le touquet Paris Plage**

Hôtel haut de gamme au Touquet, référence premium de la zone.

**Forces:** Prestige, service haut niveau, expérience luxe et restauration potentiellement forte.

**Faiblesses:** Positionnement plus "hôtel" que "nature immersive", moins d'originalité expérientielle type glamping.

### **Evancy La Marina Boulogne-sur-Mer**

Résidence/appart-hôtel, orientée autonomie et séjour pratique (souvent famille/groupes).

**Forces:** Flexibilité, capacité, solution économique/pratique pour séjours courts.

**Faiblesses:** Peu de services premium et faible dimension expérientielle immersive.

### **Hôtel M<sup>onsieur</sup> Georges Boulogne sur mer**

Hôtel local, alternative classique pour courts séjours et tourisme régional.

**Forces:** Simplicité, accessibilité, offre connue et compréhensible pour le client.

**Faiblesses:** Standardisation, faible différenciation, immersion nature limitée.

### **The Stay Well Boulogne sur mer**

Hébergement local orienté séjour court, alternative au gîte/hôtel selon l'offre.

**Forces:** Praticité, réponse à une demande de nuitées sur la zone.

**Faiblesses:** Moins orienté expérience immersive et romantique, concurrence élevée avec offres similaires.

# Les Clients

---

## 1 Cadre urbain en micro-escapade

Responsable marketing / cadre en grande métropole

### OBJECTIFS

- S'offrir une coupure rapide sans long trajet
- Vivre une expérience mémorable à partager
- Réserver rapidement avec des garanties (avis, photos fiables, annulation)

### POINTS DE DOULEUR

- Offres insolites inégales (propreté, promesse vs réalité)
- Manque d'intimité dans certains hébergements nature
- Difficulté à identifier le "vrai premium" parmi trop de choix

### COMPORTEMENT

Compare plusieurs options, lit intensivement les avis, réserve sur mobile, sensible aux packs (petit-déjeuner).

## 2 Couple CSP+ en quête de déconnexion

Dirigeant de PME / cadre supérieur

### OBJECTIFS

- Déconnecter sans logistique complexe
- Avoir du confort hôtelier en pleine nature
- Organiser une surprise romantique

### POINTS DE DOULEUR

- Ne veut pas "camper" (froid/bruit/sanitaires)
- Exige une expérience fiable (service, literie, chauffage/ventilation)
- Disponibilités limitées en haute saison

### COMPORTEMENT

Prêt à payer plus pour une promesse claire, arbitrage rapide, recherche de qualité et simplicité.

### 3 **Amateur d'outdoor et d'astronomie**

Chef de produit / ingénieur passionné de nature

#### OBJECTIFS

- Dormir sous les étoiles confortablement
- Choisir un spot avec bonne visibilité du ciel
- Vivre une expérience différenciante

#### POINTS DE DOULEUR

- Risque météo/nuages et déception
- Pollution lumineuse réduisant l'intérêt
- Questionnement sur l'impact environnemental

#### COMPORTEMENT

Cherche des informations précises, réserve parfois hors haute saison si l'expérience ciel est meilleure.

### 4 **Organisateur d'événements privés**

Organisateur (particulier ou professionnel)

#### OBJECTIFS

- Créer un moment signature (demande, anniversaire)
- Accéder à des options de personnalisation
- Limiter les imprévus (organisation, horaires, support)

#### POINTS DE DOULEUR

- Peu d'options événementielles dans l'insolite
- Contraintes de voisinage/bruit/horaires
- Conditions d'annulation parfois floues

#### COMPORTEMENT

Achète des packs, attend une forte réactivité, peut demander privatisation.

## Stratégie d'Acquisition

---

La stratégie d'acquisition de Bubble dreams vise à sécuriser un remplissage rapide au lancement tout en construisant, dans la durée, une marque associée à l'immersion nature premium et à l'intimité. Elle s'adresse en priorité aux couples urbains de 25–45 ans et aux CSP+ en recherche de micro-escapades, pour lesquels les avis, la qualité perçue et la simplicité de réservation déterminent fortement la conversion.

Phase 1 : l'ouverture des réservations s'appuie sur le site web en direct et sur la diffusion via Airbnb et Booking afin de capter immédiatement les flux de recherche "insolite" et de répondre aux habitudes de comparaison. Une politique de prix attractive au lancement est prévue pour accélérer la génération des premiers séjours et des premiers avis, puis un retour rapide aux tarifs cibles permet de réancrer l'offre sur son positionnement premium. Cette séquence soutient la crédibilité de l'établissement auprès d'une clientèle exigeante et réduit la barrière à la réservation liée au manque d'historique.

Phase 1 : des actions médias sur les réseaux sociaux, avec une campagne plus importante la première année, visent à rendre visible l'expérience à 360° et le ciel étoilé, éléments les plus différenciants du concept. Le contenu met en avant l'usage "surprise romantique" et les courts séjours, en cohérence avec la demande d'expériences mémorables et partageables.

Phase 2 : des actions médias annuelles sur les réseaux sociaux prennent le relais pour entretenir la notoriété, soutenir la demande hors pics et installer Bubble dreams comme une destination récurrente. L'ensemble forme un parcours progressif, allant de la visibilité et de la preuve par les avis au démarrage, à la consolidation d'une marque locale durablement associée à l'insolite premium sur la Côte d'Opale.

PARTIE 2

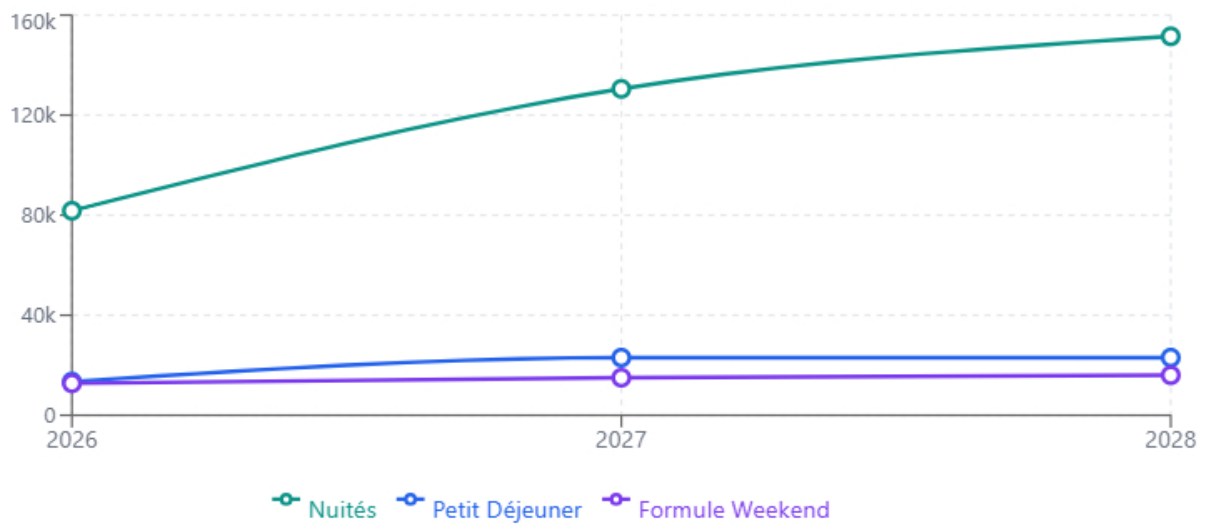
# Prévisionnel Financier

---

## Compte de Résultat

Indicateur	2026	2027	2028
Chiffre d'Affaires Total	107 955,00 €	168 525,00 €	190 525,00 €
Croissance CA %	—	56.1%	13.1%
Marge Brute	86 001,00 €	134 120,00 €	152 124,00 €
Taux de Marge Brute	79.7%	79.6%	79.8%
Charges d'Exploitation	-87 818,00 €	-93 295,00 €	-93 295,00 €
EBITDA	-1 817,00 €	40 825,00 €	58 829,00 €
EBIT	-4 397,00 €	37 225,00 €	55 229,00 €
Résultat Net	-5 414,00 €	27 388,00 €	41 215,00 €

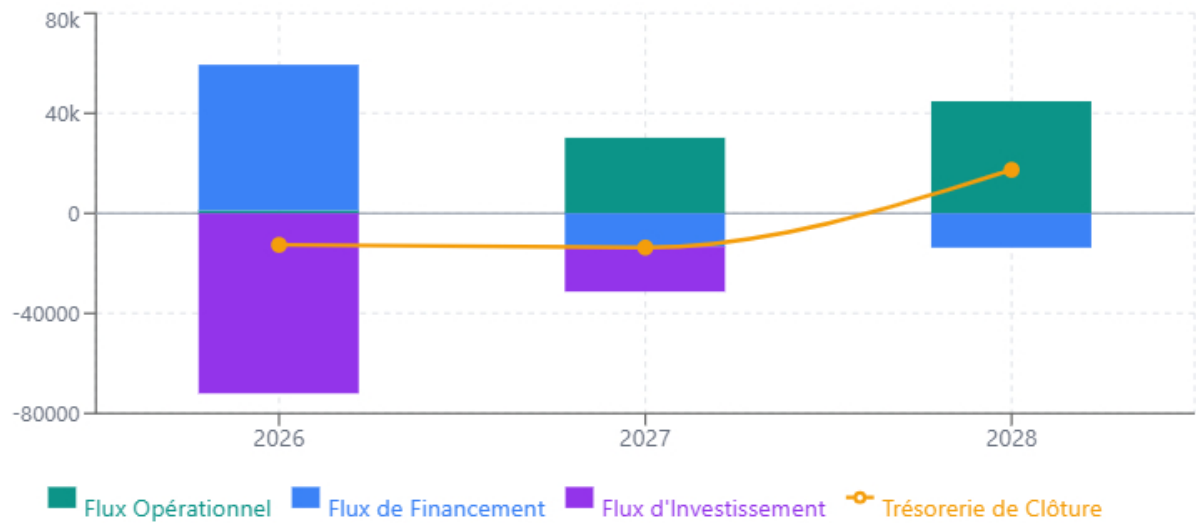
## Évolution des Ventes par Produit



## Les Dépenses

Catégorie	2026	2027	2028
Salaires	35 500,00 €	42 600,00 €	42 600,00 €
Marketing	28 200,00 €	28 200,00 €	28 200,00 €
Commissions des plateformes (Airbnb/Booking)	18 343,00 €	16 720,00 €	16 720,00 €
Assurance	2 640,00 €	2 640,00 €	2 640,00 €
Électricité	1 995,00 €	1 995,00 €	1 995,00 €
Frais bancaires	720,00 €	720,00 €	720,00 €
Internet	420,00 €	420,00 €	420,00 €
<b>Total</b>	<b>87 818,00 €</b>	<b>93 295,00 €</b>	<b>93 295,00 €</b>

## Tableau de Flux de Trésorerie



Indicateur	2026	2027	2028
Trésorerie d'Ouverture	0,00 €	-12 608,00 €	-13 692,00 €
Flux Opérationnel	1 210,00 €	30 210,00 €	44 815,00 €
Flux de Financement	58 182,00 €	-13 293,00 €	-13 725,00 €
Flux d'Investissement	-72 000,00 €	-18 000,00 €	0,00 €
Trésorerie de Clôture	-12 608,00 €	-13 692,00 €	17 398,00 €

## Tableau des emplois et ressources

Indicateur	2026	2027	2028
<b>RESSOURCES</b>			
Capital	30 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Emprunt	58 182,00 €	0,00 €	0,00 €
Apport en compte courant	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Subventions	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Variation du BFR	0,00 €	306,00 €	-31 089,00 €
Autofinancement	-2 834,00 €	30 988,00 €	44 815,00 €
<b>Sous-total</b>	<b>85 348,00 €</b>	<b>31 293,00 €</b>	<b>13 725,00 €</b>
<b>Total ressources</b>	<b>85 348,00 €</b>	<b>31 293,00 €</b>	<b>13 725,00 €</b>
Solde de trésorerie	-12 608,00 €	-13 692,00 €	17 398,00 €

<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>			
Résultat de l'exercice	-5 414,00 €	27 388,00 €	41 215,00 €
+ Dotations aux amortissements	2 580,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €
- Reprises sur subventions (non décaissables)	0,00 €	0,00 €	0,00 €
+ Valeur nette comptable des cessions d'actifs	0,00 €	0,00 €	0,00 €
- Produits de cession des éléments d'actifs	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Sous-total</b>	<b>-2 834,00 €</b>	<b>30 988,00 €</b>	<b>44 815,00 €</b>
<b>Capacité d'autofinancement (CAF)</b>	<b>-2 834,00 €</b>	<b>30 988,00 €</b>	<b>44 815,00 €</b>
- Remboursement d'emprunts	11 818,00 €	13 293,00 €	13 725,00 €
<b>Autofinancement net</b>	<b>-14 652,00 €</b>	<b>17 694,00 €</b>	<b>31 089,00 €</b>

## Bilan

Indicateur	2026	2027	2028
<b>ACTIF</b>			
<b>Immobilisations</b>	<b>69 420,00 €</b>	<b>83 820,00 €</b>	<b>80 220,00 €</b>
Stocks	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Créances clients	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Autres créances	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash	-12 608,00 €	-13 692,00 €	17 398,00 €
<b>Actif Circulant</b>	<b>-12 608,00 €</b>	<b>-13 692,00 €</b>	<b>17 398,00 €</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>56 812,00 €</b>	<b>70 128,00 €</b>	<b>97 618,00 €</b>
<b>PASSIF</b>			
Capital social	30 000,00 €	30 000,00 €	30 000,00 €
Résultat de l'exercice	-5 414,00 €	27 388,00 €	41 215,00 €
Réserves	0,00 €	-5 414,00 €	21 974,00 €
<b>Capitaux Propres</b>	<b>24 586,00 €</b>	<b>51 974,00 €</b>	<b>93 189,00 €</b>
Emprunts bancaires	28 182,00 €	14 889,00 €	1 164,00 €
Dettes fournisseurs	1 471,00 €	1 018,00 €	1 018,00 €
Dettes fiscales et sociales	2 572,00 €	2 248,00 €	2 248,00 €
Autres dettes	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Passif Circulant</b>	<b>4 044,00 €</b>	<b>3 266,00 €</b>	<b>3 266,00 €</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>56 812,00 €</b>	<b>70 128,00 €</b>	<b>97 618,00 €</b>