



EASY BEAUTY

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 Easy Beauty. Ces informations demeurent la propriété exclusive de Easy Beauty 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 Easy Beauty 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 Easy Beauty 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 Easy Beauty.

Fiche Synthétique

FORME JURIDIQUE :

SARL

NUMÉRO DE SIREN :

999 999 666

RCS :

Toulouse

CAPITAL SOCIAL :

150 000,00 €

EMPRUNT :

50 000,00 €

RATIO D'ENDETTEMENT :

0.3x

TABLE DE CAPITALISATION :

Noms associés	Actions détenus	% Détenion	% Vote	Rôles opérationnels
Marco Le Bello	15 000	10%	10%	Responsable administratif et comptable
Marie La Bella	135 000	90%	90%	CEO

RÉSUMÉ DU PROJET :

Easy Beauty s'inscrit dans le marché français de la beauté et du bien-être, en adressant un irritant très concret pour une large part de la clientèle : l'épilation mensuelle à la cire, jugée pénible, douloureuse, chronophage et coûteuse sur la durée. Dans un contexte où les consommateurs arbitrent davantage leurs dépenses et comparent les solutions disponibles, l'offre existante se partage entre des chaînes à l'expérience parfois perçue comme industrialisée, des acteurs médicaux plus chers et moins disponibles, et des solutions à domicile (IPL) aux résultats variables, qui renforcent l'exigence de réassurance.

Le projet vise l'ouverture d'une offre d'épilation laser à Toulouse, facturée à la prestation selon un catalogue clair, avec la possibilité de packs multi-séances et multi-zones. La promesse repose sur un parcours sécurisant et transparent : bilan initial avec évaluation personnalisée, protocoles adaptés au phototype et à la pilosité, séances rapides et planification flexible pour les actifs, suivi entre les séances et recommandations.

COMPTE DE RÉSULTAT

Indicateur	2027	2028	2029
Chiffre d'Affaires Total	461 910,00 €	699 675,00 €	787 925,00 €
Marge Brute	461 910,00 €	699 675,00 €	787 925,00 €
Charges d'Exploitation	-93 700,00 €	-93 700,00 €	-93 700,00 €
EBITDA	368 210,00 €	605 975,00 €	694 225,00 €
Résultat Net	258 094,00 €	437 338,00 €	503 526,00 €

PARTIE 1

Le Projet

Objectif du Projet

Sur le terrain, de nombreux clients vivent l'épilation comme une contrainte récurrente : la cire est douloureuse, prend du temps à chaque rendez-vous et son coût cumulé devient significatif au fil des années. Les alternatives rapides, comme le rasage, peuvent générer irritations et poils incarnés, tandis que l'IPL à domicile, plus accessible, impose une utilisation régulière avec une efficacité et une sécurité perçues comme inégales. Dans ce paysage, la concurrence locale combine réseaux spécialisés, centres laser esthétiques et acteurs médicaux, avec des points de friction récurrents : expérience parfois standardisée, visibilité digitale inégale, prix élevés ou disponibilités limitées.

L'objectif du projet Easy Beauty est de devenir une adresse de référence à Toulouse pour l'épilation laser, en répondant directement à ces attentes de durabilité, de confort et de clarté. Le concept propose un parcours structuré, du bilan initial au suivi, avec des protocoles adaptés à chaque profil et une organisation pensée pour des séances rapides et des créneaux compatibles avec des agendas chargés. La délivrance s'appuie sur un catalogue transparent par zones et des forfaits pour sécuriser l'engagement, tout en renforçant un positionnement d'expertise et de confiance fondé sur l'hygiène, la sécurité et l'explication des résultats attendus.

Équipe



Marco Le Bello

Responsable administratif et comptable

Marco a été comptable pendant 5 ans ou il a appris les bases de la gestion et des formalités administratives

Profil:

Compétences en gestion



Marie La Bella

CEO

Esthéticienne de formation, Marie a travaillé une dizaine d'années en institut de beauté et en centre d'épilation. Elle a eu l'occasion, de manipuler, d'encadrer et de former des collaboratrices.

Profil:

Compétences spécifiques au secteur

Compétences en ressources humaines

Le Marché

Le projet se positionne sur le marché français des salons de beauté et bien-être / instituts de beauté, estimé à 3,75 Md€ en 2024, et porté par une dynamique de croissance annoncée à 10%. Les tendances de fond favorisent les prestations technologiques difficiles à reproduire en « DIY » et la montée des attentes en matière d'expérience, de transparence et de sécurité. En parallèle, la progression des solutions à domicile (IPL) et les arbitrages liés au pouvoir d'achat renforcent la pression sur les prix et déplacent la décision vers des acteurs capables de prouver leur expertise, leur hygiène et la fiabilité de leurs résultats.

Au sein de ce marché, le segment des prestations d'épilation « lumière/laser » représente un SAM estimé à 131 M€ en France. La substitution progressive de la cire vers des solutions plus durables soutient la demande, mais la concurrence et les substituts imposent une différenciation nette. Les facteurs clés de succès se concentrent sur la confiance, la pédagogie, l'adaptation des protocoles au phototype et à la pilosité, la qualité du suivi, ainsi que la capacité à offrir des séances rapides et une planification flexible, notamment pour les actifs et les profils sensibles.

À l'échelle de Toulouse, l'opportunité est cadrée par une approche capacité, avec un SOM visé de 0,48 M€ de chiffre d'affaires annuel à 3-5 ans, correspondant à environ 400 clients par an pour un panier moyen d'environ 1 200 €. Le contexte concurrentiel local (réseaux spécialisés, centres esthétiques, offre médicale) laisse une place à une expérience plus personnalisée et plus transparente que certains acteurs perçus comme standardisés, et plus accessible en disponibilité que des structures médicales. Easy Beauty s'inscrit dans cette fenêtre en proposant une offre structurée, lisible et orientée résultats, conçue pour capter une clientèle urbaine toulousaine attentive au confort, au gain de temps et à la sécurité.

Facteurs Clés du Marché

- Évolution du pouvoir d'achat et arbitrage des dépenses bien-être (sensibilité au prix, recherche de promotions/packs).
- Confiance et perception de sécurité (qualité du parcours, hygiène, encadrement, pédagogie).
- Pression concurrentielle locale (réseaux spécialisés, centres médico-esthétiques, instituts traditionnels).
- Intensité des substituts (IPL à domicile, rasage) et leur adoption par les consommateurs toulousains/occitans.

Les Produits

1. Maillot + Aisselles

Cette prestation combine l'épilation du maillot et des aisselles, deux zones essentielles pour une routine d'hygiène et de bien-être régulière. Elle répond à une demande forte de la clientèle recherchant des soins rapides, efficaces et accessibles.

2. Maillot + Aisselles + CIF

Cette prestation complète associe l'épilation du maillot, des aisselles et des cuisses intégrales, répondant à une demande de soins plus approfondis et à plus forte valeur ajoutée.

3. Maillot + Aisselles + CIF + 1/2 Jambes

Cette prestation complète haut de gamme regroupe l'épilation du maillot, des aisselles, des cuisses intégrales et des demi-jambes, offrant une prise en charge quasi globale des principales zones du corps en une seule séance. Elle répond à une demande de clientèle recherchant un résultat complet, homogène et durable, tout en optimisant son temps grâce à une prestation unique.

4. Maillot + Aisselles + CIF + Jambes complètes

Cette prestation très complète associe l'épilation du maillot, des aisselles, des cuisses intégrales et des jambes complètes, couvrant l'ensemble des principales zones inférieures du corps en une seule séance. Elle s'adresse à une clientèle exigeante recherchant un résultat global, homogène et durable, tout en optimisant son temps grâce à une prise en charge intégrale.

5. Maillot + CIF

Cette prestation associe l'épilation du maillot et des cuisses intégrales, offrant une prise en charge ciblée et homogène des zones supérieures des jambes. Elle répond à une demande de clientes souhaitant un résultat net et esthétique sur des zones visibles

6. Pattes + Menton + Lèvre supérieure + Intersourcils

Cette prestation regroupe l'épilation des principales zones du visage : pattes, menton, lèvre supérieure et intersourcils, offrant un résultat net, harmonieux et immédiatement visible. Elle répond à une demande fréquente d'entretien esthétique régulier, avec une forte récurrence de passage en institut.

7. Pattes + Menton + Lèvre supérieure + Intersourcils + Cou

Cette prestation complète regroupe l'épilation des principales zones du visage ainsi que du cou, permettant un résultat net, homogène et particulièrement soigné sur l'ensemble de la zone visage/cou. Elle s'adresse à une clientèle recherchant une finition esthétique globale, notamment pour les zones visibles, avec un rendu précis et durable. Réalisée avec des produits et techniques adaptés aux peaux sensibles, elle garantit confort, douceur et efficacité.

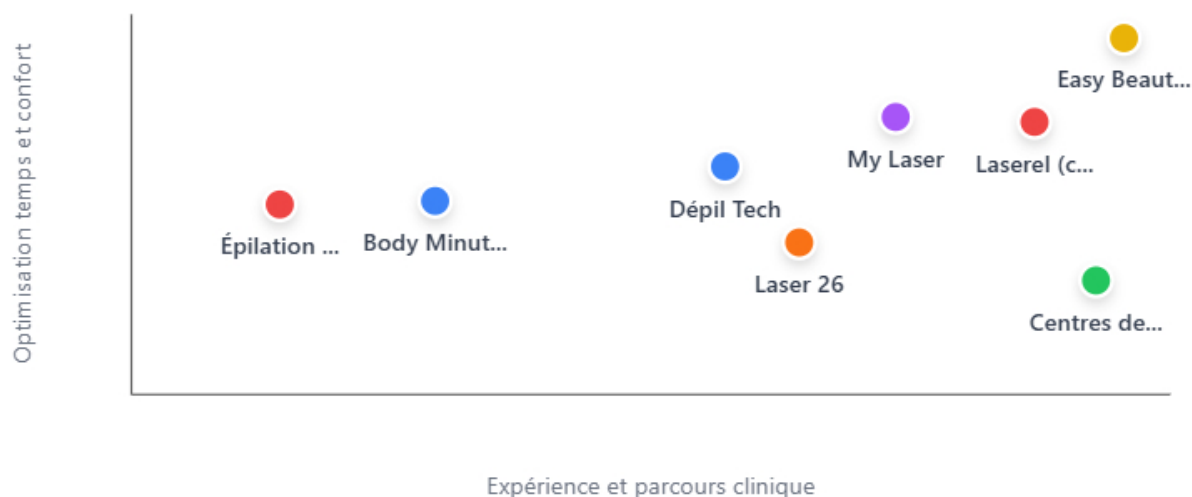
8. Maillot + aisselles + jambes complètes

Cette prestation complète associe l'épilation du maillot, des aisselles et des jambes complètes, couvrant les principales zones du corps en une seule séance pour un résultat homogène et durable. Elle répond à une forte demande de clientèle souhaitant une prise en charge globale

9. Maillot + aisselles + 1/2 jambes

Cette prestation associe l'épilation du maillot, des aisselles et des demi-jambes, offrant une prise en charge efficace des zones les plus demandées en entretien régulier. Elle répond à une clientèle recherchant un équilibre entre rapidité, efficacité et résultat esthétique, avec un temps de prestation optimisé

Le Paysage Concurrentiel



Dépil Tech

Réseau spécialisé en épilation durable/lumière avec forte présence nationale et offre packagée.

Forces: Notoriété, process standardisé, prix packagés, capacité marketing et acquisition multi-canal.

Faiblesses: Expérience parfois perçue comme industrialisée ; différenciation locale limitée ; confiance/qualité variable selon centres.

Laserel (centres laser esthétiques locaux)

Acteurs multi-villes ou centres locaux proposant des prestations laser sur une logique esthétique.

Forces: Ancrage local, offre souvent plus personnalisée, capacité à cibler des segments premium selon emplacement.

Faiblesses: Notoriété plus faible que les réseaux ; qualité perçue dépendante des équipes ; visibilité digitale inégale.

Centres de médecine esthétique / dermatologues (laser)

Acteurs médicaux proposant l'épilation laser dans un cadre médical ou para-médical.

Forces: Crédibilité et perception de sécurité élevées, gestion des cas complexes, confiance forte pour peaux sensibles.

Faiblesses: Prix souvent plus élevés, disponibilité plus limitée, expérience moins orientée "rapidité/commodité".

My Laser

Centres d'épilation laser avec grilles de tarifs et logique de forfaits.

Forces: Lisibilité des prix, approche packagée, offre orientée grand public, efficacité opérationnelle.

Faiblesses: Différenciation par l'expérience parfois limitée ; concurrence intense sur le prix ; dépendance aux avis.

Laser 26

Acteur de centre laser listé comme concurrent local/sectoriel (positionnement proche centres esthétiques).

Forces: Offre laser dédiée, proximité locale, proposition potentiellement claire sur l'épilation durable.

Faiblesses: Notoriété et maillage inférieurs à un réseau ; expérience dépendante de la structure et du personnel.

Body Minute (épilation à la cire)

Chaîne d'instituts orientée épilation et prestations rapides à prix accessibles.

Forces: Très accessible, prix perçus comme bas, maillage, rapidité de prise de RDV.

Faiblesses: Ne répond pas au besoin de "définitif", douleur/irritations persistantes, coût cumulé sur la durée.

Épilation à domicile (IPL/épilateurs à lumière, rasage)

Solutions d'auto-traitement à domicile (appareils IPL) et méthodes classiques (rasage).

Forces: Autonomie, coût initial contrôlé, usage à domicile, disponibilité immédiate.

Faiblesses: Résultats variables, contraintes d'utilisation régulière, limites de sécurité/efficacité, moins adapté aux cas complexes.

Les Clients

1 Cadre/manager avec agenda chargé

OBJECTIFS

- Réduire durablement le temps consacré à l'épilation
- Obtenir un résultat visible et stable
- Limiter douleur et irritations

POINTS DE DOULEUR

- Cire douloureuse et repousse régulière
- RDV contraignants et chronophages
- Coût cumulé annuel élevé

COMPORTEMENT

Compare via Google Maps/avis et réseaux sociaux, veut des créneaux tôt/tard, accepte un pack si le bénéfice est clair et le parcours rassurant.

2 Professionnel technique

OBJECTIFS

- Réduire une pilosité source d'inconfort (dos/nuque/torse)
- Discrétion et simplicité du parcours
- Comprendre les risques et résultats attendus

POINTS DE DOULEUR

- Gêne sociale liée à la pilosité
- Offres perçues comme peu adaptées aux hommes
- Crainte de douleur/effets secondaires

COMPORTEMENT

Décision rationnelle, lit les FAQ, attend transparence des prix et un parcours clair (bilan → plan → séances).

3 Étudiant ou début de carrière, budget limité

OBJECTIFS

- Accéder à une solution durable à prix acceptable
- Voir des résultats rapidement
- Éviter une mauvaise expérience

POINTS DE DOULEUR

- Prix perçu élevé
- Manque de confiance dans le choix du centre
- Forte sensibilité aux avis négatifs

COMPORTEMENT

Très influencé par Instagram/TikTok et les avis, compare les promotions et décide vite si la preuve sociale et la clarté des offres sont fortes.

4 Salarié recherchant confort au quotidien

OBJECTIFS

- Diminuer irritations et poils incarnés
- Réduire l'inflammation liée au rasage/cire
- Être accompagné avec un protocole sérieux

POINTS DE DOULEUR

- Inconfort chronique
- La cire/rasage aggravent la peau
- Manque de conseils fiables

COMPORTEMENT

Recherche une expertise et un suivi ; adhère aux recommandations si la confiance est établie dès le bilan.

5 **Décideur avec pouvoir d'achat élevé**

OBJECTIFS

- Sécurité et hygiène irréprochables
- Confort maximal
- Expérience fluide et qualitative

POINTS DE DOULEUR

- Méfiance envers le low-cost
- Crainte d'un protocole standardisé
- Manque de temps

COMPORTEMENT

Décide vite si signaux premium (accueil, clarté, matériel, suivi) et accepte un prix supérieur si le risque perçu est faible.

Stratégie d'Acquisition

La stratégie d'acquisition d'Easy Beauty vise un double objectif : générer rapidement de la visibilité au lancement à Toulouse, tout en installant une marque de confiance sur un marché où la sécurité, la transparence et la preuve sociale conditionnent fortement la décision, notamment face aux réseaux, à l'offre médicale et aux alternatives à domicile.

La presse locale constituera un levier de crédibilité, via des articles, interviews et annonces ciblées sur l'ouverture et le positionnement expertise. Cette prise de parole vise à rassurer les segments les plus sensibles à l'encadrement et à l'hygiène, comme les clients à peau sensible et la clientèle premium, en ancrant le centre dans un cadre local identifiable et en clarifiant l'approche : bilan initial, protocoles adaptés et suivi.

Les réseaux sociaux serviront à déclencher la demande et à construire la preuve sociale, par des contenus pédagogiques sur le parcours, des explications sur les attentes et contre-indications, ainsi que la mise en avant des retours clients et d'éléments avant/après lorsque cela est pertinent. Ce canal cible particulièrement les femmes actives et les jeunes adultes, fortement influencés par les avis et la qualité perçue de l'expérience, et permet de soutenir la vente à la séance comme l'engagement via des packs.

En combinant crédibilité locale et visibilité récurrente, Easy Beauty construit une trajectoire cohérente : capter l'attention au lancement, convertir grâce à la réassurance et à la transparence, puis installer le centre comme une destination toulousaine durable pour l'épilation laser.

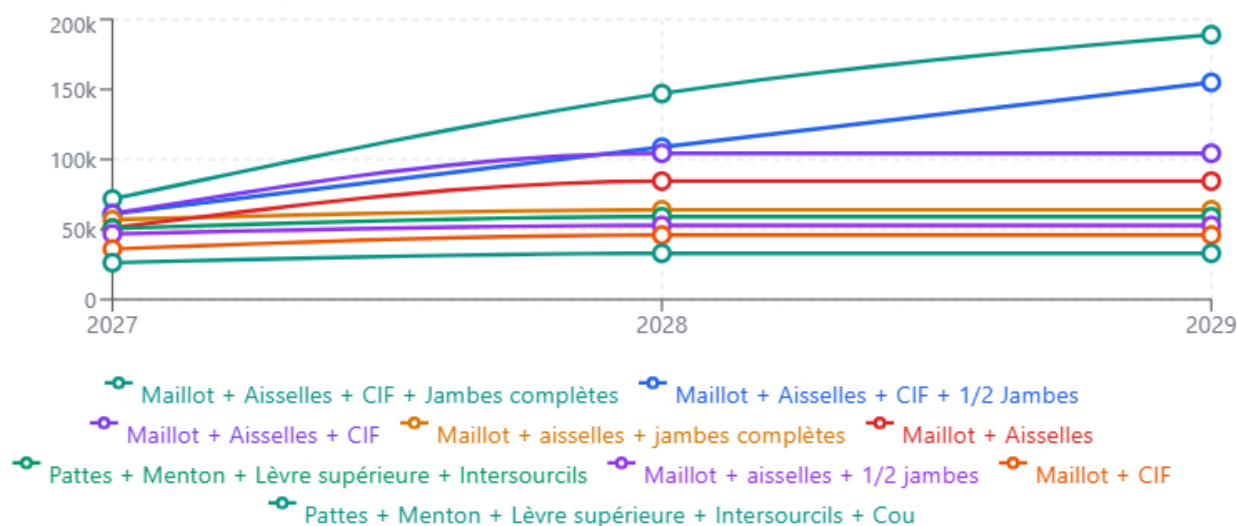
PARTIE 2

Prévisionnel Financier

Compte de Résultat

Indicateur	2027	2028	2029
Chiffre d'Affaires Total	461 910,00 €	699 675,00 €	787 925,00 €
<i>Croissance CA %</i>	—	51.5%	12.6%
Marge Brute	461 910,00 €	699 675,00 €	787 925,00 €
<i>Taux de Marge Brute</i>	100.0%	100.0%	100.0%
Charges d'Exploitation	-93 700,00 €	-93 700,00 €	-93 700,00 €
EBITDA	368 210,00 €	605 975,00 €	694 225,00 €
EBIT	345 353,00 €	583 118,00 €	671 368,00 €
Résultat Net	258 094,00 €	437 338,00 €	503 526,00 €

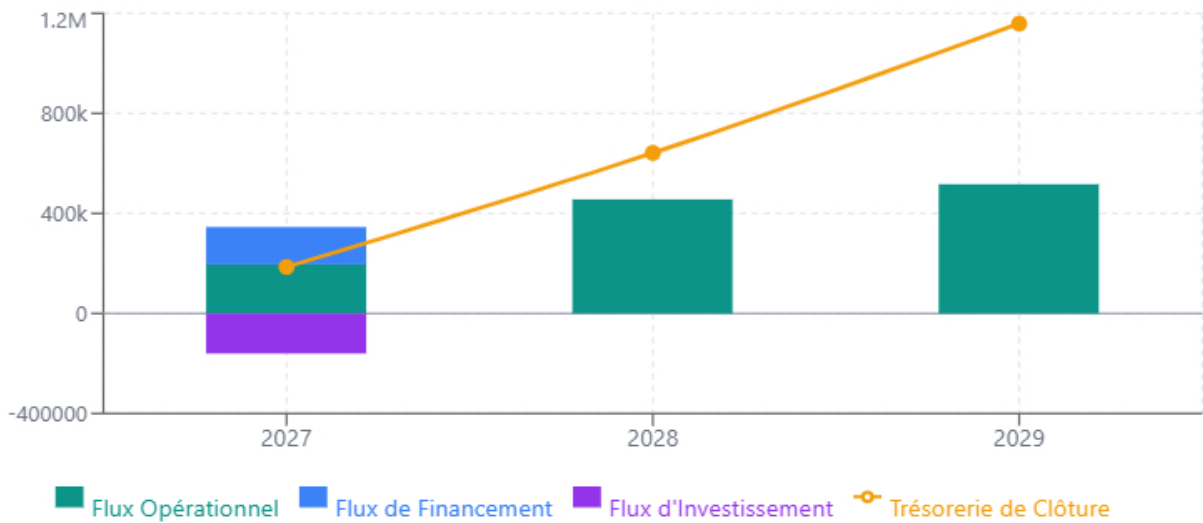
Évolution des Ventes par Produit



Les Dépenses

Catégorie	2027	2028	2029
Salaires	32 760,00 €	32 760,00 €	32 760,00 €
Marketing	24 000,00 €	24 000,00 €	24 000,00 €
Loyer	19 200,00 €	19 200,00 €	19 200,00 €
Fournitures	7 800,00 €	7 800,00 €	7 800,00 €
Électricité	4 660,00 €	4 660,00 €	4 660,00 €
Services externes	3 360,00 €	3 360,00 €	3 360,00 €
Assurance	1 320,00 €	1 320,00 €	1 320,00 €
Internet	420,00 €	420,00 €	420,00 €
Téléphonie	180,00 €	180,00 €	180,00 €
Total	93 700,00 €	93 700,00 €	93 700,00 €

Tableau de Flux de Trésorerie



Indicateur	2027	2028	2029
Trésorerie d'Ouverture	0,00 €	185 780,00 €	641 975,00 €
Flux Opérationnel	195 780,00 €	456 196,00 €	516 783,00 €
Flux de Financement	150 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Flux d'Investissement	-160 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Trésorerie de Clôture	185 780,00 €	641 975,00 €	1 158 759,00 €

Tableau des emplois et ressources

Indicateur	2027	2028	2029
RESSOURCES			
Capital	150 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Emprunt	50 000,00 €	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 €	-460 196,00 €	-526 383,00 €
Autofinancement	280 951,00 €	460 196,00 €	526 383,00 €
Sous-total	480 951,00 €	0,00 €	-0,00 €
Total ressources	480 951,00 €	0,00 €	-0,00 €
Solde de trésorerie	185 780,00 €	641 975,00 €	1 158 759,00 €

CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT			
Résultat de l'exercice	258 094,00 €	437 338,00 €	503 526,00 €
+ Dotations aux amortissements	22 857,00 €	22 857,00 €	22 857,00 €
- 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 €
Sous-total	280 951,00 €	460 196,00 €	526 383,00 €
Capacité d'autofinancement (CAF)	280 951,00 €	460 196,00 €	526 383,00 €
- Remboursement d'emprunts	50 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Autofinancement net	230 951,00 €	460 196,00 €	526 383,00 €

Bilan

Indicateur	2027	2028	2029
ACTIF			
Immobilisations	137 143,00 €	114 286,00 €	91 429,00 €
Stocks	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Créances clients	97 200,00 €	101 700,00 €	112 500,00 €
Autres créances	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash	185 780,00 €	641 975,00 €	1 158 759,00 €
Actif Circulant	282 980,00 €	743 675,00 €	1 271 259,00 €
TOTAL ACTIF	420 123,00 €	857 961,00 €	1 362 687,00 €
PASSIF			
Capital social	150 000,00 €	150 000,00 €	150 000,00 €
Résultat de l'exercice	258 094,00 €	437 338,00 €	503 526,00 €
Réserves	0,00 €	258 094,00 €	695 433,00 €
Capitaux Propres	408 094,00 €	845 433,00 €	1 348 959,00 €
Emprunts bancaires	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Dettes fournisseurs	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Dettes fiscales et sociales	12 029,00 €	12 529,00 €	13 729,00 €
Autres dettes	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Passif Circulant	12 029,00 €	12 529,00 €	13 729,00 €
TOTAL PASSIF	420 123,00 €	857 961,00 €	1 362 687,00 €