



PARTIE PIZZA

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 Partie Pizza. Ces informations demeurent la propriété exclusive de Partie Pizza 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 Partie Pizza 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 Partie Pizza 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 Partie Pizza.

Fiche Synthétique

FORME JURIDIQUE :

SARL

NUMÉRO DE SIREN :

999 999 999

RCS :

Lille

CAPITAL SOCIAL :

20 000,00 €

EMPRUNT :

40 000,00 €

RATIO D'ENDETTEMENT :

2.0x

TABLE DE CAPITALISATION :

Noms associés	Actions détenus	% Détenion	% Vote	Rôles opérationnels
Gino Pizza	0	0%	0%	Gérant et chef de salle
Gina Pizza	0	0%	0%	Gérante et cuisinière

RÉSUMÉ DU PROJET :

À Lille, la pizza reste un plat très apprécié, mais son format standard s'adapte mal aux contraintes du déjeuner. Une pizza entière est souvent trop copieuse pour une personne, ce qui crée un risque de gaspillage et pousse une partie des consommateurs à écarter ce choix le midi. Le frein est renforcé par la perception d'un prix trop élevé au regard de la quantité réellement souhaitée, dans un contexte où les arbitrages liés au pouvoir d'achat favorisent des repas rapides et au budget maîtrisé.

Partie Pizza répond à cet écart avec une offre centrée sur la pizza à la part, issue de grandes pizzas découpées, permettant de ne payer que la portion consommée. Le concept propose des parts à 4,5€ à 6€, des formules déjeuner pizza + boisson + dessert à 8€ à 10€, ainsi qu'un café à 2€. La promesse client repose sur une expérience comptoir ultra-rapide, une variété de recettes permettant de composer selon sa faim, et un format pensé pour le déjeuner, sur place ou à emporter.

COMPTE DE RÉSULTAT

Indicateur	2026	2027	2028
Chiffre d'Affaires Total	88 650,00 €	116 955,00 €	147 575,00 €
Marge Brute	73 054,00 €	96 385,00 €	120 567,00 €
Charges d'Exploitation	-67 920,00 €	-67 920,00 €	-67 920,00 €
EBITDA	5 134,00 €	28 465,00 €	52 647,00 €
Résultat Net	778,00 €	18 249,00 €	36 686,00 €

PARTIE 1

Le Projet

Objectif du Projet

Le constat terrain est clair : à l'heure du déjeuner, une large partie des actifs et étudiants n'a ni le temps d'attendre, ni l'envie de consommer une pizza entière. Dans l'offre actuelle, la pizza est majoritairement proposée en format complet, avec une expérience midi inégale et un parcours d'achat peu optimisé pour « une portion rapide ». Face aux alternatives très présentes à Lille (boulangeries, sandwicheries, restauration rapide), le format trop grand, le prix perçu comme élevé et le risque de gaspillage deviennent des freins concrets qui détournent des clients pourtant amateurs de pizza.

L'objectif de Partie Pizza est d'installer une réponse directe à ce besoin de flexibilité et de rapidité, en faisant de la vente à la part le cœur de l'offre. Le restaurant prépare de grandes pizzas, découpées et disponibles au comptoir pour servir vite, avec un choix de recettes permettant de prendre une ou plusieurs parts selon l'appétit. Les formules à 8€ à 10€ structurent un repas complet et lisible pour la pause déjeuner, tandis que l'achat à la part (4,5€ à 6€) abaisse la barrière du prix d'une pizza entière. Le projet vise ainsi à devenir une adresse de référence du midi à Lille, portée par la récurrence, l'emporter et les commandes groupées d'entreprises.

Équipe

G

Gino Pizza

Gérant et chef de salle

10 années de service en restauration. 2 années en tant que gérant d'un centre de profit en restauration

Profil:

Compétences spécifiques au secteur

Compétences en gestion

G

Gina Pizza

Gérante et cuisinière

5 années en tant que commis dans de grands restaurants italien. 2 années en tant que chef dans une brasserie italienne de renom

Profil:

Compétences spécifiques au secteur

Compétences en ressources humaines

Le Marché

Le marché de référence de la pizza en France est estimé à 2,85 Md€ (TAM), avec une croissance annoncée autour de 4%. Ce marché profond bénéficie d'une demande structurellement forte, mais il évolue sous plusieurs tensions et tendances : arbitrages de consommation liés à l'inflation, recherche de meilleur rapport qualité/prix, et « snackification » du déjeuner avec des attentes de rapidité et d'emporter. La digitalisation des commandes et l'influence croissante des plateformes renforcent également les logiques de praticité et de choix immédiat.

Dans ce cadre, le segment de la pizza vendue en restauration et hors domicile représente environ 800 M€ (SAM). La dynamique concurrentielle y est élevée, avec des chaînes, des indépendants et des acteurs de snacking, mais l'offre reste majoritairement structurée autour de la pizza entière. Pour capter le déjeuner urbain, les facteurs clés de succès sont la vitesse d'exécution au pic de midi, la clarté du prix, la capacité à servir des portions adaptées et la variété, tout en restant compétitif face aux formules déjeuner déjà ancrées.

L'opportunité ciblée par Partie Pizza se situe à Lille, sur le déjeuner en zones urbaines denses, avec un SOM estimé à 1,9 M€ à horizon 3 à 5 ans pour 1 à 3 points de vente. Le manque identifié porte sur la faible disponibilité d'une offre réellement pensée pour « 1 à 2 parts » rapides, limitant l'attente et le gaspillage. Le concept s'inscrit donc de façon cohérente dans une demande locale de repas pratiques, au budget maîtrisé, en s'adressant aux flux bureaux et étudiants, ainsi qu'aux besoins d'emporter et de commandes groupées.

Facteurs Clés du Marché

- Inflation et pouvoir d'achat : sensibilité accrue au prix et au format (formules, portions).
- Densité urbaine et flux piétons (bureaux, gares, campus) déterminant le potentiel de vente à midi.
- Intensité concurrentielle locale (pizzerias indépendantes, snacking, boulangeries, chaînes).
- Évolution des habitudes de déjeuner au travail (temps contraint, solutions rapides, emporter).

Les Produits

1. Formule Déjeuner

Disponible exclusivement le midi, cette formule comprend : Deux parts de pizza "slice" au choix, préparées quotidiennement avec des ingrédients frais Une boisson, permettant d'accompagner le repas selon les préférences du client Un dessert, apportant une touche finale gourmande Conçue pour être rapide à servir et facile à consommer, cette formule vise principalement les actifs, étudiants et clients de passage souhaitant déjeuner efficacement sans renoncer à la qualité. Elle constitue un produit d'appel stratégique, favorisant un flux régulier de clientèle sur la tranche horaire du déjeuner et permettant d'optimiser la rotation des ventes.

2. Sexy Margherita

La Sexy Margherita revisite l'un des grands classiques de la pizza italienne dans un esprit simple et authentique, fidèle à l'univers des pizzerias new-yorkaises. Cette recette repose sur l'équilibre de trois ingrédients emblématiques, une base de pulpe de tomate, apportant fraîcheur et légèreté, de la mozzarella fior di latte, pour une texture fondante et généreuse et des feuilles de basilic, ajoutées pour leur note aromatique et leur fraîcheur Cette pizza met en valeur la qualité des ingrédients et l'équilibre des saveurs, offrant une recette simple, efficace et intemporelle.

3. Vegano

La Vegano est une pizza pensée pour répondre à la demande croissante d'options végétariennes. Cette recette met en avant la fraîcheur et la simplicité des ingrédients, une base de pulpe de tomate, apportant équilibre et fraîcheur, des tomates cerises, pour une note légèrement sucrée et une texture juteuse, un pesto maison de câpres, offrant une touche aromatique et légèrement salée et du basilic frais, venant renforcer les notes végétales et méditerranéennes La Vegano permet ainsi d'élargir l'offre de la carte en proposant une alternative végétarienne attractive, adaptée à une clientèle de plus en plus attentive aux options sans viande.

4. NY Pepperoni !

La NY Pepperoni est une pizza emblématique inspirée des grandes pizzerias new-yorkaises. Cette recette se compose d'une base de pulpe de tomate, apportant fraîcheur et équilibre, de la mozzarella fior di latte, pour une texture fondante et filante, de tranches de chorizo, offrant une note légèrement épicée et gourmande et du poivre du moulin, qui vient relever subtilement l'ensemble

5. Messy Cheesy

Inspirée de l'esprit généreux des pizzas new-yorkaises, elle met à l'honneur une combinaison riche et fondante de fromages. Cette recette associe une base de crème de ricotta, apportant douceur et onctuosité, de la mozzarella fior di latte, pour une texture filante et fondante, u fromage de chèvre, qui ajoute une note de caractère et une touche de miel, venant équilibrer l'ensemble par une légère note sucrée

6. Cookie / Brownies

L'offre de desserts s'inscrit dans la continuité du concept de pizza new-yorkaise, en proposant des classiques simples, généreux et très appréciés. La sélection comprend : Cookies moelleux Brownies fondants Ces desserts, inspirés des standards de la street-food new-yorkaise, apportent une touche gourmande et réconfortante pour conclure le repas. Faciles à consommer sur place ou à emporter, ils permettent de compléter naturellement la formule déjeuner, tout en constituant un produit additionnel à forte marge contribuant à l'augmentation du panier moyen.

7. Boisson

La carte de boissons a été conçue pour accompagner naturellement l'offre de restauration et compléter l'expérience client. Elle propose une sélection simple et efficace comprenant : Eaux (plates ou pétillantes) Soft drinks Bières italiennes Vins italiens Cette sélection permet d'offrir des accords cohérents avec l'univers de la pizza tout en répondant aux différentes préférences des clients, qu'ils recherchent une boisson rafraîchissante ou un accompagnement plus gastronomique. La gamme volontairement courte facilite la gestion des stocks, optimise la rapidité de service et contribue à améliorer le panier moyen grâce à l'association naturelle boisson + repas.

Le Paysage Concurrentiel



Tagliazza

Acteur local identifié comme concurrent, potentiellement positionné sur un format pizza/snacking (selon l'implantation à Lille).

Forces: Connaissance du terrain local, trafic existant, offre snacking potentiellement déjà calibrée pour le midi.

Faiblesses: Différenciation limitée si l'offre n'est pas centrée sur la part et la rapidité; visibilité/standardisation variable.

Pizza Hut (Euralille)

Chaîne internationale présente dans une zone à fort trafic (centre commercial / gare).

Forces: Notoriété, capacité opérationnelle, menus standardisés, forte visibilité emplacement.

Faiblesses: Offre principalement pizza entière; parcours d'achat parfois moins optimisé pour "1 part rapide"; prix perçu plus élevé.

Pizzerias indépendantes

Marché très fragmenté de pizzerias locales (sur place, emporter, parfois livraison).

Forces: Proximité, image artisanale, recettes locales, fidélité de quartier.

Faiblesses: Format majoritairement pizza entière; vitesse et expérience midi inégales; dépendance au pic de production à la commande.

Acteurs snacking pizza locaux

Comptoirs/snacking pouvant proposer pizza, parts ou produits proches en centre-ville/campus.

Forces: Usage déjeuner installé, prix souvent compétitif, service rapide.

Faiblesses: Qualité/constance variable, offre parfois peu différenciante, expérience marque limitée.

Boulangeries & sandwicheries

Alternative majeure du déjeuner (formules 6–10€) très dense en centre-ville et quartiers bureaux.

Forces: Ultra-rapidité, habitudes ancrées, accessibilité, amplitude horaire, panier midi maîtrisé.

Faiblesses: Moins de différenciation sur l'offre "pizza chaude" et la variété de recettes; expérience moins "plaisir pizza".

Kebab / burger / sushi fast casual

Alternatives déjeuner courantes offrant un repas complet rapidement, à prix comparable.

Forces: Repas perçu comme complet et adapté au midi, forte disponibilité, rapidité.

Faiblesses: Moins aligné sur l'envie "pizza"; variabilité de qualité; peut être perçu comme plus lourd selon les offres.

Les Clients

1 **Salarié tertiaire**

OBJECTIFS

- Manger en moins de 20 minutes
- Dépenser environ 8–12€
- Manger à sa faim sans excès

POINTS DE DOULEUR

- Pizza entière trop grande pour un midi
- Prix d'une pizza entière perçu comme élevé
- Incertitude sur le temps d'attente

COMPORTEMENT

Choisit des lieux habituels proches du bureau; très sensible aux formules et à la vitesse visible au comptoir; achète facilement si des parts prêtes sont disponibles.

2 **Étudiant**

OBJECTIFS

- Manger pour moins de 10€
- Avoir de la variété
- Pouvoir prendre 1 part (ou panacher)

POINTS DE DOULEUR

- Prix des restaurants
- Offres déjeuner peu adaptées à un petit budget
- Manque de promotions simples et lisibles

COMPORTEMENT

S'informe via réseaux sociaux; arbitre fortement au prix; privilégie les offres rapides et les bundles (part + boisson).

3 Client individuel (tous secteurs)

OBJECTIFS

- Avoir une portion adaptée
- Limiter le gaspillage
- Goûter plusieurs recettes

POINTS DE DOULEUR

- Formats trop grands
- Gaspillage si la pizza n'est pas finie
- Peu d'options flexibles dans les pizzerias

COMPORTEMENT

Achète 1 part ou 2 parts différentes; revient si la qualité est stable; sensible à la fraîcheur et à la lisibilité de l'offre.

4 Consommateur pressé

OBJECTIFS

- Retirer à l'heure
- Éviter l'attente
- Payer rapidement

POINTS DE DOULEUR

- Délais non tenus
- Erreurs de commande
- Offre difficile à comprendre en ligne

COMPORTEMENT

Précommande si l'expérience est simple; compare via avis et résultats locaux; exige une exécution fiable.

5 **Manager / chef de projet**

OBJECTIFS

- Nourrir un groupe rapidement
- Respecter un budget par personne
- Simplifier la logistique

POINTS DE DOULEUR

- Préférences alimentaires variées
- Organisation et ponctualité
- Besoin d'une offre standardisée

COMPORTEMENT

Commande des quantités pour un groupe si l'offre est claire (plateaux/packs) et fiable; fidélise si la ponctualité est au rendez-vous.

Stratégie d'Acquisition

La stratégie d'acquisition de Partie Pizza vise à générer une visibilité immédiate au lancement, tout en installant une préférence de marque sur la durée auprès des actifs, étudiants et clients pressés du midi. Dans un environnement lillois très concurrentiel sur le déjeuner, l'enjeu est de rendre le format « pizza à la part » rapidement identifiable, puis de transformer l'essai en récurrence grâce à la promesse de rapidité, de prix lisible et de portions adaptées.

En phase 1, l'acquisition s'appuie sur les réseaux sociaux pour annoncer l'ouverture, montrer concrètement l'offre de parts prêtes et les prix, et capter l'attention des clients à proximité. Les contenus mettent en avant la simplicité du choix, la variété des recettes et l'intérêt pratique pour une pause déjeuner courte, afin de déclencher les premiers essais et de créer un réflexe de passage.

En phase 1, une communication promotionnelle avec réduction d'ouverture est déployée vers les écoles à proximité. Cette action cible directement les étudiants et jeunes actifs sensibles au budget et à la flexibilité, en positionnant la part et la formule comme une alternative claire aux offres déjeuner classiques, et en favorisant un bouche-à-oreille rapide sur un périmètre concentré.

En phase 1, une communication promotionnelle avec réduction d'ouverture est également orientée vers les bureaux à proximité. L'objectif est de convertir les actifs en pause déjeuner en mettant l'accent sur le service comptoir ultra-rapide et sur la possibilité d'un repas complet via les formules à 8€ à 10€, avec une exécution compatible des contraintes de temps.

En phase 2, les réseaux sociaux prennent le relais pour entretenir la fréquence de visite et rappeler l'offre au quotidien. La communication renforce la mémorisation du concept, met en avant la variété des recettes et l'intérêt de composer selon sa faim, afin d'ancrer Partie Pizza comme une solution régulière du midi.

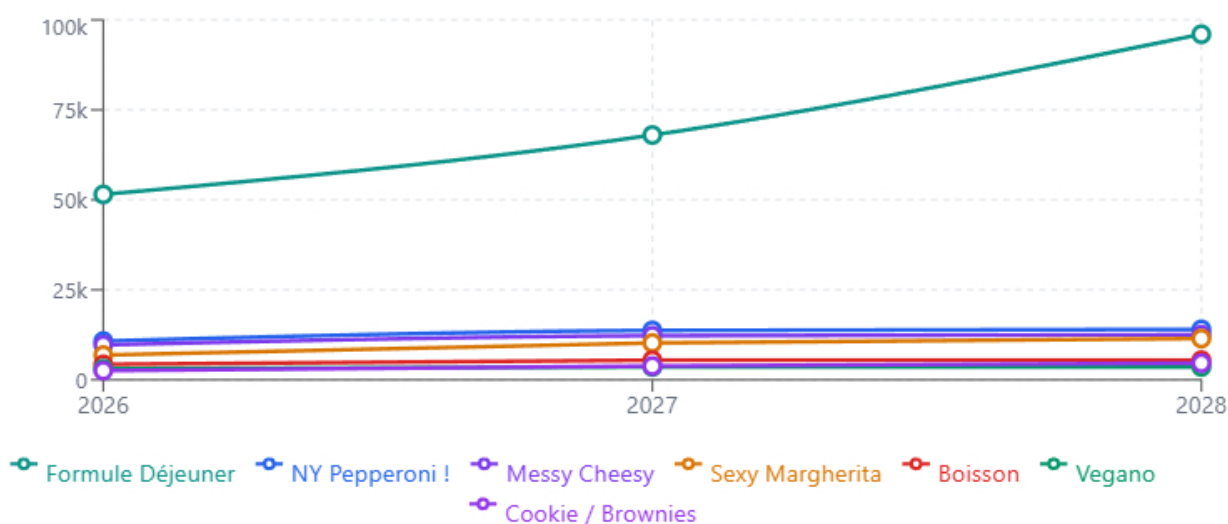
PARTIE 2

Prévisionnel Financier

Compte de Résultat

Indicateur	2026	2027	2028
Chiffre d'Affaires Total	88 650,00 €	116 955,00 €	147 575,00 €
Croissance CA %	—	31.9%	26.2%
Marge Brute	73 054,00 €	96 385,00 €	120 567,00 €
Taux de Marge Brute	82.4%	82.4%	81.7%
Charges d'Exploitation	-67 920,00 €	-67 920,00 €	-67 920,00 €
EBITDA	5 134,00 €	28 465,00 €	52 647,00 €
EBIT	1 763,00 €	25 094,00 €	49 276,00 €
Résultat Net	778,00 €	18 249,00 €	36 686,00 €

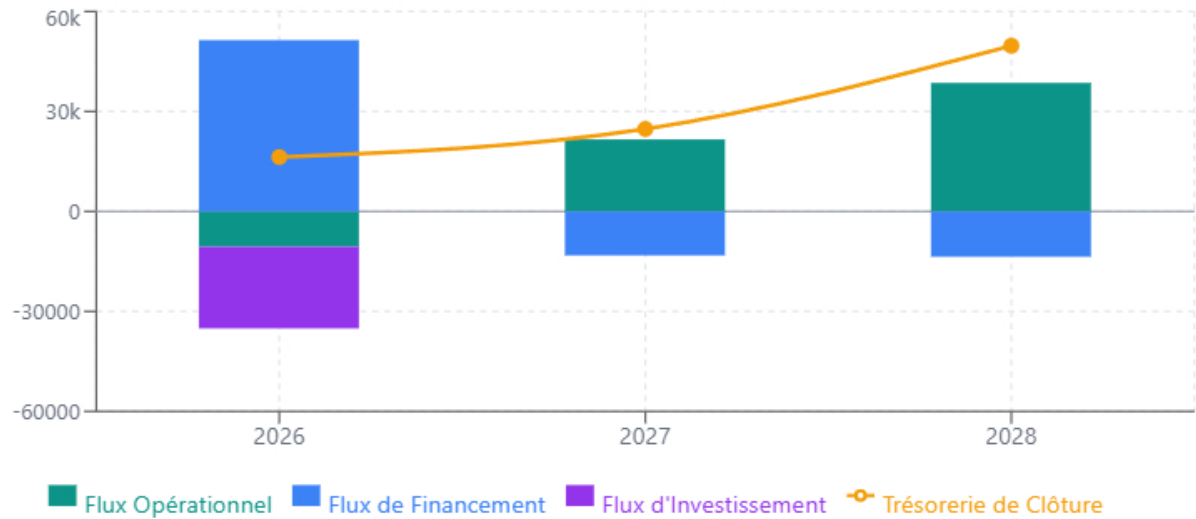
Évolution des Ventes par Produit



Les Dépenses

Catégorie	2026	2027	2028
Salaires	28 560,00 €	28 560,00 €	28 560,00 €
Loyer	17 400,00 €	17 400,00 €	17 400,00 €
Marketing	9 600,00 €	9 600,00 €	9 600,00 €
Électricité	4 800,00 €	4 800,00 €	4 800,00 €
Assurance	3 900,00 €	3 900,00 €	3 900,00 €
Services externes	2 400,00 €	2 400,00 €	2 400,00 €
Frais bancaires	780,00 €	780,00 €	780,00 €
Internet	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Téléphonie	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Total	67 920,00 €	67 920,00 €	67 920,00 €

Tableau de Flux de Trésorerie



Indicateur	2026	2027	2028
Trésorerie d'Ouverture	0,00 €	16 324,00 €	24 747,00 €
Flux Opérationnel	-10 596,00 €	21 620,00 €	38 574,00 €
Flux de Financement	51 419,00 €	-13 197,00 €	-13 598,00 €
Flux d'Investissement	-24 500,00 €	0,00 €	0,00 €
Trésorerie de Clôture	16 324,00 €	24 747,00 €	49 722,00 €

Tableau des emplois et ressources

Indicateur	2026	2027	2028
RESSOURCES			
Capital	20 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Emprunt	51 419,00 €	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 €	-8 423,00 €	-26 459,00 €
Autofinancement	4 149,00 €	21 620,00 €	40 058,00 €
Sous-total	75 569,00 €	13 197,00 €	13 598,00 €
Total ressources	75 569,00 €	13 197,00 €	13 598,00 €
Solde de trésorerie	16 324,00 €	24 747,00 €	49 722,00 €
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT			
Résultat de l'exercice	778,00 €	18 249,00 €	36 686,00 €
+ Dotations aux amortissements	3 371,00 €	3 371,00 €	3 371,00 €
- 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	4 149,00 €	21 620,00 €	40 058,00 €
Capacité d'autofinancement (CAF)	4 149,00 €	21 620,00 €	40 058,00 €
- Remboursement d'emprunts	8 581,00 €	13 197,00 €	13 598,00 €
Autofinancement net	-4 431,00 €	8 423,00 €	26 459,00 €

Bilan

Indicateur	2026	2027	2028
ACTIF			
Immobilisations	21 129,00 €	17 757,00 €	14 386,00 €
Stocks	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Créances clients	20 061,00 €	20 061,00 €	21 987,00 €
Autres créances	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash	16 324,00 €	24 747,00 €	49 722,00 €
Actif Circulant	36 385,00 €	44 808,00 €	71 709,00 €
TOTAL ACTIF	57 513,00 €	62 565,00 €	86 095,00 €
PASSIF			
Capital social	20 000,00 €	20 000,00 €	20 000,00 €
Résultat de l'exercice	778,00 €	18 249,00 €	36 686,00 €
Réserves	0,00 €	778,00 €	19 027,00 €
Capitaux Propres	20 778,00 €	39 027,00 €	75 713,00 €
Emprunts bancaires	31 419,00 €	18 222,00 €	4 624,00 €
Dettes fournisseurs	2 419,00 €	2 419,00 €	2 693,00 €
Dettes fiscales et sociales	2 897,00 €	2 897,00 €	3 065,00 €
Autres dettes	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Passif Circulant	5 316,00 €	5 316,00 €	5 758,00 €
TOTAL PASSIF	57 513,00 €	62 565,00 €	86 095,00 €