



evolufior

Votre **"software power"**



evolufleur
Votre "software power"

SAS au capital de 20 000€
RCS Antibes 829 943 026
7, rue des palmiers
06800 Cagnes-sur-Mer
www.evolufleur.fr

PRÉSENTATION SIMPLIFIÉE RELATIVE À UNE OPPORTUNITÉ D'INVESTISSEMENT

Avertissement : Ce document d'information est réalisé dans le cadre d'une opération de placement exclusivement réservée à des Investisseurs Qualifiés tels qu'ils sont définis par l'article L411-2 du Code Monétaire et Financier.

Warning : This offering Circular is part of a placement exclusively reserved to Certified Investors as defined in article L411-2 of the French « Code Monétaire et Financier ».



Table des matières

Introduction -----	4	Les avantages EVOLUFLOR -----	19
L'ADN EVOLUFLOR -----	5	La grille tarifaire -----	22
Historique -----	6	Le modèle économique -----	23
La dirigeante -----	7	Les axes de développements technologiques -----	24
Les compétences internes et externes --	9	Vision 2021-2022 -----	25
Les produits et services -----	11	Le SWOT -----	26
La proposition de valeur -----	12	Les forces de Porter -----	27
Le marché actuel et les cibles futures ----	13	Les données financières -----	28
Les clients -----	15	Les modalités de l'opération financière -----	29
La stratégie commerciale -----	16	L'usage des fonds -----	30
Les partenaires -----	17	EVOLUFLOR en 2025 -----	31
Les compétiteurs -----	18	Contacts -----	32



Introduction

EVOLUFLOR, c'est une jeune pousse innovante dédiée aux fleuristes qui commercialise des outils et des services verticaux. L'entreprise juxtapose le commerce physique et le digital. Autour de ses réponses sur-mesure aux besoins concrets des artisans, EVOLUFLOR construit une communauté de professionnels désireux de cumuler la réussite et la qualité de vie.

Près de 300 clients ont répondu favorablement aux démarches de prospection initiées par Béatrice CAULA, soit un chiffre d'affaires d'environ 380 000 euros. L'équipe continue la conquête vers des commerçants qui prouvent leur satisfaction par un taux de renouvellement de 95% des contrats, celui-ci assure une récurrence de revenus et ouvre des perspectives positives de croissance dans des conditions de grande sérénité.

Autour d'EVOLUFLOR, un splendide bouquet de compétences dégage un parfum épanouissant. Des conseils engagés et aussi des partenaires institutionnels tels que le Crédit Agricole, la BPI ou encore la Fédération Française des Artisans Fleuristes (FFAF) entourent cette activité florissante.

Aujourd'hui, la preuve du concept étant apportée, la proposition de valeur étant démontrée, le modèle économique étant clairement défini, une nouvelle phase de développements commerciaux et technologiques s'ouvre. C'est pour bâtir ce jardin d'Eden entrepreneurial que la société EVOLUFLOR souhaite se renforcer auprès d'associés qui partagent sa vision du business et ses valeurs humaines.

Si vous sentez bien ce que nous voulons faire, n'hésitez pas à nous contacter, nous serons heureux de vous présenter notre projet.

L'entreprise est comme la fleur, elle bourgeonne quand on l'arrose.

L'équipe d'EVOLUFLOR.



L'ADN EVOLUFLOR



L'ADN EVOLUFLOR : une communauté qui, grâce aux outils de digitalisation de l'entreprise proposés, rassemble les clients, les fleuristes, les producteurs et fournisseurs autour d'une vision moderne :

→ des circuits courts, → du partage équilibré de la valeur, → de l'amour de leurs métiers.

EVOLUFLOR contribue à la sauvegarde des artisans fleuristes qui deviennent le véritable pivot de la relation entre l'acheteur de fleurs et le producteur.

La société offre des solutions qui favorisent l'entrée des fleuristes, des horticulteurs et grossistes locaux dans le monde du digital tout en renforçant le lien humain nécessaire et indispensable pour bien vendre.

La caisse normée devient la pierre angulaire de plusieurs places de marchés : client / fleuristes + fleuristes / fournisseurs + producteur / grossiste qui rendent le pouvoir du digital aux artisans et aux producteurs, pour le bien des consommateurs .

La société est une entreprise militante et qui déploie une stratégie commerciale disruptive qui défend des valeurs, qui respecte l'humain et qui a pour effet de rapprocher et souder les professionnels d'une même filière entre eux.

EVOLUFLOR, par son approche centrée sur la vente et l'humain comme outils de digitalisation des TPE ainsi que par sa vision d'un socle commun d'outils digitaux pour toutes les entreprises de la filière, est un des projet les plus innovants et prometteurs de la période de changements majeurs dans laquelle nous rentrons.

Un volet valorisation des data collectées par les outils digitaux est d'ores et déjà présent dans la stratégie moyen-long terme d'EVOLUFLOR.



Historique

- ➔ Création d'EVOLUFLORE en 2017.
- ➔ Obtention d'un prêt de 10.000€ auprès de Initiative Côte d'Azur.
- ➔ Partenariat avec Force 7. EVOLUFLORE demande à Force 7 de développer un premier module spécifique pour les fleuristes. Commercialisation de la caisse normée NF525 avec ce premier module.
- ➔ Le Crédit Agricole accorde un prêt de 60.000€ à EVOLUFLORE pour démarrer l'activité et travailler sur la marque : charte de langage et charte graphique.
- ➔ En septembre 2017, au salon NOVAFLEURS à Tours, EVOLUFLORE fait signer 35 premiers clients.
- ➔ De mai à octobre 2017, EVOLUFLORE bénéficie de l'accompagnement de l'IRCE.
- ➔ En juin 2018, EVOLUFLORE intègre Le Village by CA Provence Côte d'Azur.
- ➔ Béatrice CAULA rencontre un conseil en stratégie de développement, Denis DEVILLE.
- ➔ En décembre 2019, EVOLUFLORE décide d'éditer sa propre caisse normée dont le développement est actuellement en cours.
- ➔ EVOLUFLORE obtient une subvention French Tech de 30.000€, un prêt de 30.000€ auprès d'Initiative Côte d'Azur et un prêt BPI de 100.000€. Ces subventions et prêts sont prévus pour l'investissement du développement de la caisse dont la propriété industrielle appartiendra à EVOLUFLORE.
- ➔ En décembre 2019, EVOLUFLORE intègre le RESEAU ENTREPRENDRE qui octroie un prêt de 35.000€.
- ➔ EVOLUFLORE compte aujourd'hui 304 clients.





La dirigeante

Béatrice CAULA - Présidente fondatrice d'Evoluflor

Béatrice CAULA, pianiste, a fait ses études au Lycée musical de Nice où elle a obtenu le baccalauréat D. Béatrice voulait être ingénieur du son, elle poursuit ses études, et obtient un DEUG en Physique puis une Licence Electronique - Electrotechnique - Automatisme ainsi qu'une Maîtrise en Science Technique de l'Ingénierie de l'Image et du Son.

Béatrice entre dans la vie professionnelle, elle devient assistante puis directrice de production audiovisuelle dans le documentaire, chez ON LINE PRODUCTIONS. Elle travaille successivement pour AGAT Films & Cie et au profit d'Emir Kusturica.

Fin 2003, Béatrice prend un virage et décide de racheter le magasin de fleurs de sa mère à Nice. En 2004, elle apprend le métier de fleuriste et obtient son CAP. Puis, elle se forme auprès des meilleurs ouvriers de France pour savoir travailler la fleur.

Béatrice gère le magasin, manage le personnel, met en place une stratégie de communication offensive pour aller chercher les clients, s'engage dans plusieurs associations de commerçants et dans différents réseaux de professionnels. Son magasin devient premier magasin Interflora des Alpes-Maritimes.

Béatrice devient Présidente de l'association des commerçants du quartier Libération de Nice, Trésorière pendant 10 ans de la Fédération des commerçants niçois, elle occupe un mandat au R.S.I pour défendre la protection sociale des indépendants, des commerçants et des artisans.

Alors que le chiffre d'affaires et la rentabilité du magasin se situent à un niveau très satisfaisant, Béatrice choisit de « numériser » son activité pour gagner du temps. Elle teste 12 caisses différentes de fournisseurs généralistes et elle n'identifie pas de solution dédiée au métier de fleuriste.



ON LINE PRODUCTIONS





La dirigeante

La dynamique commerçante décide alors de créer EVOLUFLOR. Elle rencontre un ingénieur développeur et se rapproche de la société Force 7 située à Montpellier. C'est le début de la société EVOLUFLOR. Béatrice vient de vendre son magasin pour se consacrer pleinement à son entreprise.



Mariée, mère de 2 filles, pianiste, Béatrice aime les gens et la nature, elle vit en famille et avec une bande d'amis d'enfance. Béatrice est une femme qui, pour réussir, écoute, apprend et travaille beaucoup.



Béatrice Caula, la dirigeante d'EVOLUFLOR, est désormais experte certifiée « outils et méthodes SB&Cie ». Cette société innovante, choisie par le Village by CA Sophia-Antipolis pour former leur propres équipes à accompagner les start-up et devenir le cœur de leur programme d'accélération, permet aux dirigeants de s'approprier 5 savoir-faire entrepreneuriaux critiques et de les déployer de façon autonome :

- ➔ Trouver et améliorer un modèle économique de croissance, basé sur l'humain et permettant de développer de très fortes barrières à l'entrée,
- ➔ Vendre en volume et en marge en alignant l'intégralité de l'entreprise sur l'humain et le marché,
- ➔ Maîtriser ses stratégies financières et financements,
- ➔ Penser et planifier l'accélération globale,
- ➔ Exécuter de façon fiable avec tous les outils nécessaires au pilotage d'entreprise et en sachant mobiliser des réseaux de qualité

Au vu de l'ambition de EVOLUFLOR, la dirigeante, persuadée d'une communauté de valeurs et de l'importance de transposer au monde de l'artisanat les savoir-faire développés par SB&Cie, a proposé à son fondateur, Denis Deville, de l'accompagner directement dans son projet. Ce qu'il a accepté avec enthousiasme au vu du très fort potentiel de croissance du projet et des valeurs portées par la dirigeante.



Les compétences internes et externes

Les compétences internes

COMMERCE

Patricia Neron



FINANCE & INTÉGRATION DES ARTISANS

Anne-Laure Curien



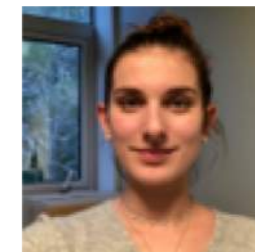
DIGITAL MARKETING

Hélène Janeca Rodrigues



ADMINISTRATION

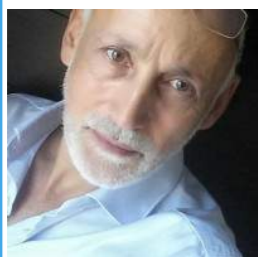
Julie Caula



Les compétences externes

DÉVELOPPEMENT BUSINESS ET STRATÉGIE

Denis Deville



CAISSES ENREGISTREUSES



SOLUTIONS CLIENTS



INFORMATIQUE

UX - UI

Hotline



CONCEPT INFORMATIQUE
solution à vos problèmes informatiques

DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE



Les artisans fleuristes sont co-concepteurs des solutions développées par EVOLUFLOR.



Les produits et services

1 - Un logiciel de gestion complet, dédié au métier de fleuriste, avec comme principales fonctions, déjà existantes, en cours de redéveloppement :



→ Prise de commande et encaissement



→ Gestion et suivi clients



→ Gestion et suivi de caisse



→ Centralisation des différents modes de ventes



→ Gestion des encaissements pour le compte des transmissions florales



→ Organisation des livraisons



→ Gestion de la chaîne de production



→ Export pour votre comptable

2 - Des matériels



→ Caisse tactile, avec tiroir caisse, certifiée NF525.

→ Imprimante étiquette.

3 - Des formations



→ Formations sur l'outil numérique.

EVOLUFLOR propose différents modules de formation à ses artisans-fleuristes.



Les produits et services

4 – Des services



➔ Paramétrages et installations.

EVOLUFLOR assiste ses clients dans l'installation et la paramétrage du matériel vendu.

5 - Une MarketPlace pour la communauté des professionnels de la filière horticole

Développement en cours



➔ La MarketPlace (application verticale : caisse, outils utiles au quotidien de l'artisan, ventes en ligne et inclusion des clients) contribue fortement à la notoriété de la société EVOLUFLOR. Elle permet d'établir un circuit court, de l'horticulteur au client final, en incluant les intermédiaires. Chaque maillon de la chaîne est créateur de richesses et est rémunéré à sa juste valeur.

La Market Place favorise, via un lien, la vente en ligne et les échanges commerciaux entre professionnels.

- Site de vente en ligne paramétrable depuis la caisse.
- Posts sur réseaux sociaux éditables depuis la caisse.
- Market place communautaire C to B to B to C et C to B to C.
- Intégration des horticulteurs et grossistes à la market place communautaire.
- Interfaçage avec des outils de emarketing.

6 - Une application Drive to Store

Développement en cours



➔ Ancrage local de la richesse et valorisation de l'humain.
Valorisation du commerce de proximité.

Il s'agit d'un outil digital qui permet aux fleuristes de vendre en format e-commerce tout en préservant la relation humaine avec leurs clients.



La proposition de valeur

EVOLUFLOR, pour un fleuriste, c'est :

L'extension de la conquête et de la fidélisation de la clientèle.



L'appartenance à une communauté de professionnels et l'élargissement de son réseau au cœur de son métier.

L'amélioration de la qualité de vie au travail.

L'optimisation de la gestion du temps.

L'utilisation confortable de technologies nouvelles et performantes.

La valorisation de l'ancrage local de leur commerce.

La gestion allégée des prises de commandes et des expéditions.



- Créer de la richesse et du bien-être pour les artisans en ramenant les clients digitaux dans les magasins.
- Humaniser l'achat digital en lui donnant du sens et un lien physique pour réancrer localement la richesse.



Le marché actuel et les cibles futures

13 000 artisans fleuristes
CA annuel 2 milliards d'euros



100 000 artisans fleuristes

Selon l'INSEE, le nombre d'entreprises a tendance à stagner ces trois dernières années. Malgré une baisse du volume d'achats de fleurs (hors secteur cosmétique), ces structures demeurent néanmoins pérennes, leur âge moyen est de 11,5 années.

La période économique vécue actuellement par les commerçants de proximité invitent ceux-ci à adapter et à digitaliser leurs méthodes de travail.

EVOLUFLOR a jusqu'ici adressé son offre de produits et services exclusivement aux fleuristes indépendants.



Des partenariats commerciaux pourront être mis en place ultérieurement auprès des quelques réseaux existants :



au nom de la **rose**



Dans le cadre de son expansion à venir, EVOLUFLOR projette de conquérir quelques positions commerciales dans des pays européens ciblés.

Les produits et services EVOLUFLOR sont aujourd'hui dédiés aux fleuristes. Demain, la société azurienne pourra proposer son offre à d'autres métiers artisanaux. En France, l'artisanat compte 1 200 000 entreprises qui ont généré 107 milliards d'euros de valeur ajoutée soit 9,0 % de la valeur ajoutée de l'ensemble des activités marchandes non agricoles et non financières.

EVOLUFLOR vise à étendre ses activités vers différentes filières de métier pour devenir référent spécialisé dans des niches économiques.



Les clients

Lors de ses deux premiers exercices, en cumulé, la société EVOLUFLOR a réalisé un chiffre d'affaires de **380 000€**.

A ce jour, **304** clients sont conquis et fidélisés.
Le taux de renouvellement est de **95%**.

Les fleuristes clients d'EVOLUFLOR sont essentiellement des professionnels indépendants, implantés dans toutes les régions de France.

- ➡ 1 client sur 2 souhaite bénéficier de la formation à l'usage de la caisse.
- ➡ 1 client sur 3 a recours au service de paramétrage et d'installation de l'outil commercialisé.
- ➡ 1 client sur 5 est intéressé par le projet de Marketplace.
- ➡ 1 client sur 7 opte pour la caisse tactile.

EVOLUFLOR construit son succès sur la facilitation du quotidien des fleuristes au travail.



La stratégie commerciale

L'approche des clients par EVOLUFLOR est basée sur l'ADN artisanal de la société : Béatrice CAULA est fleuriste. Plus encore, le personnel qui travaille pour EVOLUFLOR, en interne et en externe est formé au monde de la fleur.

La stratégie peut être qualifiée en trois termes : multi-canale, transversale et verticale.

1- EVOLUFLOR s'appuie sur l'entreprise CONVERS qui appelle les fleuristes.

En janvier 2020, 640 fleuristes ont été appelés, 414 contacts ont été établis, 46 rendez-vous de démonstration ont eu lieu, 34 ventes ont abouti.

Les résultats de de cette opération ne sont pas terminés puisque 229 contacts sont actifs, intégrés dans le pipeline commercial de la société.

La relation client avec ces prospects intéressés est entretenue par l'équipe d'EVOLUFLOR. Cette relation client est basée sur la confiance et sur l'écoute. L'outil salesbuilder permet de mesurer les différentes avancées dans la relation commerciale, et permet d'améliorer la qualité commerciale pour aboutir à la vente. Toute la stratégie de l'entreprise est basée sur cette relation client.

2- EVOLUFLOR prévoit de participer à des salons professionnels en 2021 :

- ➡ INTERFLORA à Paris en janvier,
- ➡ FLOREVENT à Bordeaux en mars,
- ➡ NOVAFLEUR à Tours.

Ces manifestations sont l'occasion de rencontres et de conclusion de contrats.



La stratégie commerciale

3- EVOLUFLOR met gratuitement à disposition des fleuristes un site de ventes en ligne générateur de nombreux contacts et de demandes de devis.

Autour de la communauté des professionnels qui fondent la stratégie d'ambassadeurs, les relations entretenues multiplient les opportunités d'affaires.

4- EVOLUFLOR élabore auprès de partenaires des manifestations de présentation des produits et des services aux fleuristes.

La présence sur le terrain à proximité des professionnels avec une prescription qualitative favorise les ventes.

5- EVOLUFLOR vise également l'ensemble de l'éco-système des fleuristes : les horticulteurs, les grossistes, les fournisseurs de matériels divers (cache-pots, mousse, meubles, etc, etc...).

La filière horticole est relativement peu exploitée par les acteurs généralistes.

EVOLUFLOR gère environ 150 appels par mois, actuellement 1432 prospects identifiés analysent l'offre émise, le cycle de décision commerciale est de l'ordre de 3 mois.

Une offre complète élaborée par une fleuriste pour les artisans de la fleur.

Un buzz positif créé par un retour de clients satisfaits. Un volume de ventes en progression.



Les partenaires



FÉDÉRATION FRANÇAISE
DES ARTISANS
FLEURISTES

La société EVOLUFLOR est née à partir de l'expérience d'une fleuriste qui a auparavant travaillé dans une autre filière professionnelle. Béatrice CAULA a délibérément opté en faveur d'une stratégie de coopération multi-niveaux auprès d'acteurs qui travaillent sur des thématiques complémentaires.

L'implication de ces partenaires est essentielle dans les domaines commerciaux, technologiques, juridiques et financiers. Dans le cadre de l'élaboration et de la mise en œuvre du plan de développement de l'entreprise EVOLUFLOR, ces liens ont permis de contourner des obstacles humains, organisationnels ou encore réglementaires.

EVOLUFLOR a réussi à intégrer des réseaux et à travailler en partenariat pour renforcer ses compétences internes, pour bien coordonner les premières actions, pour étendre ses activités, pour mieux promouvoir ses produits et ses services, pour fidéliser et unir les artisans fleuristes et pour imposer sa marque.

Dans les phases de croissance à venir, cette stratégie de travail en mode collaboratif auprès de partenaires et de fournisseurs sera renforcée par le management.



Les compétiteurs

Le quotidien
des artisans


E-commerce

Transmission
florale

Tâches

- prise de commande
- Gestion produits/stocks
- Production
- Plannings
- Facturation
- Livraison ...

Encaissement

 Site internet du fleuriste
« Artisanal » sans visibilité et non « drive to store »

FLOOM

Experts du digital qui
font de l'intégration
métier (UK / USA)

 bimedia

123 fleurs
nos fleuristes ont du talent !

 Interflora
 L'AGITATEUR FLORAL
L'ARTISAN DE LA LIVRAISON FLORALE

Les clients des fleuristes sont récupérés par les chaînes de transmissions florales qui ont tendance à verrouiller la présence digitale des artisans en occupant le terrain de la vente en ligne.

Ces chaînes sont des apporteurs d'affaires couteux pour les fleuristes et pour certains concurrents des artisans (fabrication).

Fleuracompta

 FLORANEXT
 LOBILOO

USA principalement.
Logiciels de gestion
de production pour
événementiel.

 FIDUCIAL
INFORMATIQUE
 HIBOUTIK
Logiciel de caisse gratuit
 CASHMAG
 LEO2 NF

Les outils à leur disposition

CAISSE (généraliste)

Outil gestion métier

MarketPlace

Nouveaux outils
numériques de
« drive to store »



Les avantages EVOLUFLOR

TECHNIQUES

- Caisse normée NF525 pour la V1 actuelle et LNE pour la V2 en construction.
- Logiciel développé pour Android et ios : mobilité possible.
- Mode offline et online pour ne pas bloquer l'artisan en cas de panne internet dans son magasin.
- Site internet relié à la caisse (en cours) : la commande arrivera directement dans la caisse pour le règlement, et dans l'espace gestion métier pour la fabrication et le suivi de la commande.
- Les sites internet des fleuristes (donc, les boutiques des fleuristes) communiqueront entre eux pour que les commandes soient toujours honorées et les clients des fleuristes toujours satisfaits (chaque fleuriste deviendra une market place physique).
- Export des ventes pour le comptable : il pourra l'importer directement dans son logiciel de comptabilité.
- Branchement de l'écosystème du fleuriste : fournisseurs, livreurs, chaînes de transmissions florales... Pilotage du magasin depuis l'outil unique d'EVOLUFLOR.





Les avantages EVOLUFLOR

CLIENTS

- EVOLUFLOR permet à l'artisan d'intégrer son quotidien dans la caisse (prise de commandes, livraisons, gestion des abonnements clients, gestion et organisation de la fabrication des commandes, gestion de la facturation liée à l'état de la commande).
 - Amélioration de la qualité du travail, de la gestion du temps de l'artisan.
 - Le développement pour appareil mobile permet à l'artisan de travailler en dehors de son magasin : marchés de Noël, bancs sur le marché, devant les cimetières pour la Toussaint etc....
 - Site internet relié à la caisse : l'artisan a la possibilité d'étendre sa boutique et de « sortir » de son magasin pour aller chercher des clients. C'est la première étape de l'ancrage local et de la sauvegarde du commerce de proximité.
 - Meilleure organisation pour la fabrication des commandes et les livraisons : on apprend au fleuriste à mieux s'organiser et donc à gagner du temps.
- L'automatisation de la gestion améliore la qualité de vie au travail du fleuriste qui peut ainsi mettre à profit son gain de temps pour une meilleure écoute de ses clients, plus de disponibilité donc donner une meilleure expérience à son client.
- EVOLUFLOR aide le fleuriste à optimiser ses savoir-faire de fleuriste (il aura plus le temps de se former et de créer), ses compétences marketings et son basculement sur les outils numériques, ses techniques managériales, sa relation client et l'expérience client « physique » en prenant le temps de lui apporter du conseil, de la disponibilité et de la créativité.
 - EVOLUFLOR n'est pas qu'un outil technique : nous apprenons au fleuriste à être actif dans sa numérisation et à utiliser des outils numériques existants qui peuvent l'aider dans sa prospection et dans sa communication (bonne utilisation des réseaux sociaux, utilisation du fichier client, paramétrage de son site internet de vente en ligne). Il ne subit pas sa numérisation mais en devient acteur, à son rythme.

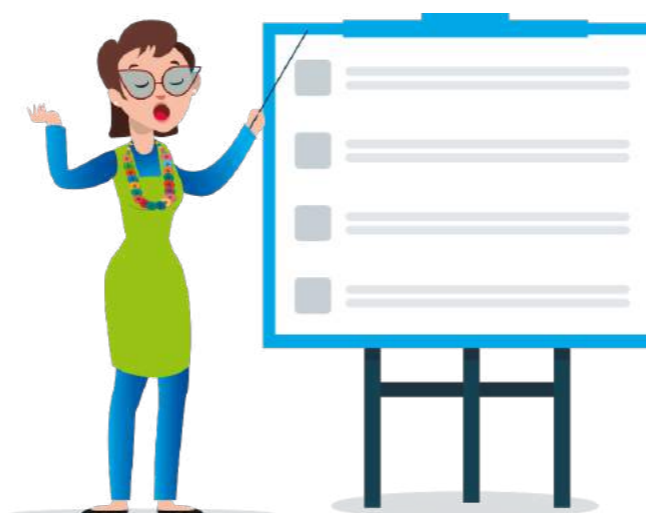


Les avantages EVOLUFLOR

CE QUI FAIT LE SUCCÈS D'EVOLUFLOR

- Évangélisation des fleuristes au numérique.
- Empathie envers les fleuristes : site de vente en ligne « offert » aux fleuristes
- Écoute de ses clients : tout est basé sur la relation client et l'analyse de leurs demandes : road map technique, cahier des charges, prix, ...
- Co-construction de l'outil : aucune décision de spécifications n'est prise sans l'aval d'un groupe de 20 fleuristes qui sont intéressés par l'avancement de l'outil technique : ils ont l'impression que l'outil est fait pour eux.

La dirigeante d'EVOLUFLOR connaît très bien l'écosystème des fleuristes : FAFF, chaînes de transmissions florales, fournisseurs de fleuristes, fleuristes, meilleurs ouvriers de France, formateurs, organismes de formation. Elle est très impliquée dans le club des fournisseurs fleuristes et à la fédération nationale. Béatrice baigne au cœur de ses clients et se positionne en tant que fleuriste quand elle leur parle, elle est comme eux.





La grille tarifaire

Abonnement annuel			Vente unique		
Logiciel gestion métier	Market Place	Drive to store	Matériel	Formation	Services
+ Caisse normée + Gestion de productions & des livraisons + Gestion des abonnements + Module de fidélité simple + Regroupement écosystème	+ Lien de vente en ligne + e-marketing + Market Place entre les fleuristes	Outil digital permettant la dématérialisation du client tout en préservant le lien humain avec son fleuriste	Caisse tactile	Formation sur l'outil numérique	Paramétrages et installations
360 €/an + transactionnel* (0,1% du CA des fleuristes réalisé grâce aux outils EVOLUFLOR)			1 839 €	200 €	180 €
Tous les clients	1/5 client (prévisionnel)	1/10 client (prévisionnel)	1/7 client (validé par la réalité actuelle)	1/2 client (validé par la réalité actuelle)	1/3 client (validé par la réalité actuelle)
* Le transactionnel sera disponible en : ➡ 2021 sur livraisons, Market Place et formations métier ➡ 2022 sur le « Drive to store »					



Le modèle économique





Les axes de développements technologiques

EVOLUFLOR s'engage dans les mois à venir dans une démarche innovante pour renforcer son offre vers les artisans et afin d'assurer sa propre autonomie économique.

Des recrutements de développeurs et une collaboration avec une entreprise extérieure sont prévus à cet effet.

- Une caisse EVOLUFLOR est en cours de développement.
- Un outil de gestion spécifique au métier de fleuriste sera proposé, il intégrera l'ensemble des phases du travail de ces commerçants, de la prise de commande jusqu'à la livraison.
- EVOLUFLOR a mis en place récemment l'accès à des sites internet gratuits pour les fleuristes. Cette démarche a rencontré un réel succès. En seulement 3 semaines, plus d'une centaine de site a été livrée et cela a provoqué de nombreuses opportunités d'affaires. Dans la poursuite de cette logique, EVOLUFLOR proposera un lien entre les sites internet créés et l'outil de gestion métier commercialisé.
- L'outil de gestion métier constitue une base solide pour la MarketPlace. Avec EVOLUFLOR, chaque fleuriste deviendra une Marketplace, les technologies développées ont aussi pour objectif la valorisation des producteurs et des artisans. Ces outils viseront aussi à sensibiliser le consommateur au soutien aux commerces locaux. EVOLUFLOR veut se situer au cœur d'une logique de circuit court, du producteur au consommateur en intégrant le commerçant, une nouvelle forme de business équitable et éthique qui ne néglige par l'Homme et son environnement.

EVOLUFLOR, DES TECHNOLOGIES AU SERVICE DES ARTISANS,
EN FAVEUR D'UN COMMERCE À EFFETS POSITIFS.



Vision 2021-2022

Les premiers mois de l'activité d'EVOLUFLOR ont été consacrés au début de la commercialisation (plus de 300 clients) d'une caisse et d'un logiciel métier. Cette phase valide la pertinence de la proposition de la société orientée vers les fleuristes.

La période 2021-2022 se résume en deux mots : accélération commerciale et nouveaux développements technologiques.

Des recrutements de vendeurs et de développeurs sont programmés, la stratégie consiste à prendre une place reconnue dans une niche constituée d'environ 15000 professionnels de la fleur.

A partir de cette future position forte, la globalisation de l'offre, intégrant des services à forte valeur ajoutée pour les artisans, s'impose avec une évidence certaine puisqu'elle répond à un besoin exprimé par les prospects et par les clients existants. La présence sur le terrain, la capacité d'écoute et l'agilité d'EVOLUFLOR favorisent le déploiement des relations commerciales.

La volonté c'est de semer partout en France autour de la marque EVOLUFLOR qui va gagner en notoriété et qui va profiter d'un buzz favorable. L'ADN commercial et artisanal d'EVOLUFLOR permet d'avancer rapidement tout en maîtrisant cette croissance raisonnée.

Le concept est scalable, la montée en charge ne nécessite pas de nombreux changements et des moyens colossaux, et l'augmentation des volumes de ventes renforce la rentabilité de l'exploitation d'EVOLUFLOR.

La phase suivante visera à emporter auprès d'EVOLUFLOR d'autres métiers de l'artisanat ou/et du commerce de proximité à dimension humaine. En restant sur un modèle de développements adaptés, en faisant toujours appel à un expert et à une communauté propre à chacun des métiers adressés, EVOLUFLOR dupliquera verticalement sa stratégie de croissance.



SWOT

FORCES

- Dimension humaine propre aux commerces de proximité et aux entreprises artisanales.
- Solutions dédiées au métier adressé en besoin de numérisation.
- Gain de productivité et simplicité à l'usage du matériel à l'usage.
- Rôle d'apporteur de clients.

FAIBLESSES

- Quantité de ressources disponibles.

OPPORTUNITÉS

- Extension d'activité vers des fleuristes européens.
- Extension d'activité vers d'autres niches de métiers.

MENACES

- Concurrence d'acteurs généralistes « low-cost ».

Analyse réalisée en collaboration auprès de Denis DEVILLE





Les forces de Porter

Produits de substitution

Depuis le 1er janvier 2018, la loi de finances 2016 oblige les professionnels commerçants et artisans assujettis à la TVA d'être équipés d'un système d'encaissement, d'une caisse enregistreuse ou d'un logiciel de caisse certifié NF525 ou LNE.

Pouvoir de négociation des clients

EVOLUFLOR s'adresse principalement à des commerçants indépendants qui recherchent davantage la qualité du produit qu'un prix.

Concurrence intra-sectorielle

Il existe des compétiteurs actifs qui commercialisent des caisses et des logiciels mais aucun acteur n'offre une solution dédiée aux fleuristes, il s'agit principalement de généralistes. EVOLUFLOR a vocation à adresser son offre à des niches de métiers artisanaux. EVOLUFLOR est une Market Place verticale qui part de la caisse, organe central chez un commerçant

Pouvoir de négociation des fournisseurs

A ce jour, la société EVOLUFLOR est fortement dépendante de l'un de ses fournisseurs, mais l'internalisation d'un plan de développement technologique est prévue.

Menace de nouveaux entrants

Il existe une réelle barrière à l'entrée technologique, pour vendre il faut un produit. L'évangélisation au numérique, le communautarisme, l'identification à la marque EVOLUFLOR portée par une dirigeante fleuriste contribuent aussi à protéger EVOLUFLOR de l'éventuelle arrivée de nouveaux acteurs.



Les données financières

PRINCIPAUX SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION

	Prévisionnel					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
CA (€)	273 504	1 600 286	2 529 243	3 606 857	4 601 357	5 595 857
EBE (€)	-314 310	-99 372	382 139	1 078 782	1 910 058	2 706 736
REX (€)	-320 310	-111 372	360 139	1 050 782	1 880 058	2 676 736
RN (€)	-328 310	-131 372	340 139	804 782	1 398 058	1 995 536

Dans le fichier excel joint, vous trouverez un Business Plan qui présente les principales hypothèses qui ont conduit à la réalisation de ce BP, un compte de résultat prévisionnel, les emprunts en cours et un plan de financement.



Les modalités de l'opération financière

COMPOSITION ACTUELLE DE L'ACTIONNARIAT

La société EVOLUFLOR est une SAS au capital de 20 000€ divisé en 2 000 actions d'un nominal de 10 € réparti ainsi : Béatrice CAULA prévoit une cession de 100 actions au profit de Denis DEVILLE.

Béatrice CAULA : 70%

SARL MILIJU : 30%

VALORISATION

Année	EBE prévisionnels	EBE prévisionnels pondérés	
2020	-314 k€	Coefficient 1	-314 k€
2021	-99 k€	Coefficient 0,9	-89 k€
2022	382 k€	Coefficient 0,7	267 k€
2023	1 078 k€	Coefficient 0,5	539 k€
2024	1 910 k€	Coefficient 0,4	764 k€
2025	2 706 k€	Coefficient 0,3	812 k€
EBE moyen pondéré			330 k€
Multiple EBE sectoriel : 6			
Valorisation théorique			1 979 k€

Valorisation prémoney souhaitée par le management : 1 800 k€

OPÉRATION FINANCIÈRE ENVISAGÉE

Augmentation de capital : 450 k€ par émission de 500 actions nouvelles au prix unitaire de 900€, prime d'émission incluse.

Emprunt BPI (ou bancaire) post levée de fonds de 225k€.



L'usage des fonds

EVOLUFLOR rencontre un marché clairement ciblé et parfaitement identifié qui répond très favorablement aux initiatives commerciales réalisées aujourd'hui avec des moyens limités.

EVOLUFLOR intensifiera dans quelques semaines ses actions vers de nouveaux prospects afin de récolter une clientèle de plus en plus étendue via une force commerciale renforcée.

EVOLUFLOR veut aussi baser son succès sur une offre pertinente de produits et de services vers les commerçants, satisfaire leurs besoins journaliers et les fidéliser. C'est le développement technologique, additionné à la présence sur le terrain, qui permettra de réussir cet objectif.

Le besoin financier est évalué à 675 k€, l'usage des fonds, sur la période de croissance durant laquelle l'entreprise ne peut pas s'autofinancer, se décompose en trois enveloppes ainsi :

Force Commerciale - 225 k€ - 33%

en raison d'un cycle commercial estimé à 90 jours et de recrutements au début de l'année 2021

Développement technologique - 315 k€ - 47%

en raison de l'arrivée d'un directeur technologique, de deux développeurs et d'une collaboration avec un partenaire spécialisé en création d'outils digitaux.

BFR - 135 k€ - 20%

en raison de l'augmentation du volume d'affaires sur la période 2020-2021 et de délais de paiement d'environ 30 jours.

A partir de 2022, EVOLUFLOR peut autofinancer la croissance de ses activités.



EVOLUFLOR en 2025

EVOLUFLOR s'adresse aujourd'hui aux fleuristes. La jeune société démontre actuellement une forte capacité d'évolution, y compris dans une période sanitaire et économique particulièrement troublée.

L'entreprise s'adressera plus généralement à quelques niches de commerçants et d'artisans, en proposant des solutions sur-mesure.

L'objectif économique est d'atteindre un volume d'affaires représentant plus de 5 M€.

Le ticket d'entrée est basé sur une valorisation pré-money de 1,8 M€. La valeur d'entreprise à l'horizon 2025 est de 5 M€ (CA supérieur à 5M€, EBITDA prévisionnel 812k€, multiple sectoriel de 6). Le multiple proposé pour l'investisseur est de 2,7 en cinq ans.

Des fleuristes souhaitent participer à l'aventure EVOLUFLOR en rejoignant, sous la forme de regroupement sous une seule et même holding, la capital de la société azurienne.

Au terme des cinq années de la croissance, il sera proposé aux investisseurs une clause de sortie par un rachat des actionnaires professionnels de la fleur et du commerce. La seconde option réside dans une réduction de capital rendue possible par la performance économique réalisée par EVOLUFLOR.

EVOLUFLOR, une société constituée par une fleuriste, pour et avec les fleuristes.



Contacts



evoluflor

Béatrice CAULA
Fondatrice
7, rue des Palmiers
06800 Cagnes-sur-Mer
06 20 45 33 88
beatrice.caula@evoluflor.fr



Laurent GUIBERT
Conseil en Développement Économique
123, avenue Sainte Marguerite
06200 Nice
06 18 86 40 52
laurent.guibert@kapitalium.fr



SB&Cie

Sales Builder & Compagnie

Denis DEVILLE
Président de SB&Cie
1116, chemin de Vallauris
06410 Biot - Sophia-Antipolis
07 60 82 61 83
denis.deville@salesbuilder.online



evolufior

Votre **"software power"**