

PROJET VELISUD

Groupe n°4



Introduction	3
Notre solution	4
Proposition de Valeur	5
Les Personas	6
Business Model Canva	8
La Stratégie	9
Roadmap	12
MVP	12
Les Financements	13
Chiffre d’Affaires	14

Bienvenue dans l'aventure du VELISUD. Laissez nous vous embarquer dans l'aventure innovante de la mobilité douce dans les stations balnéaires de la côte d'Azur.

Introduction

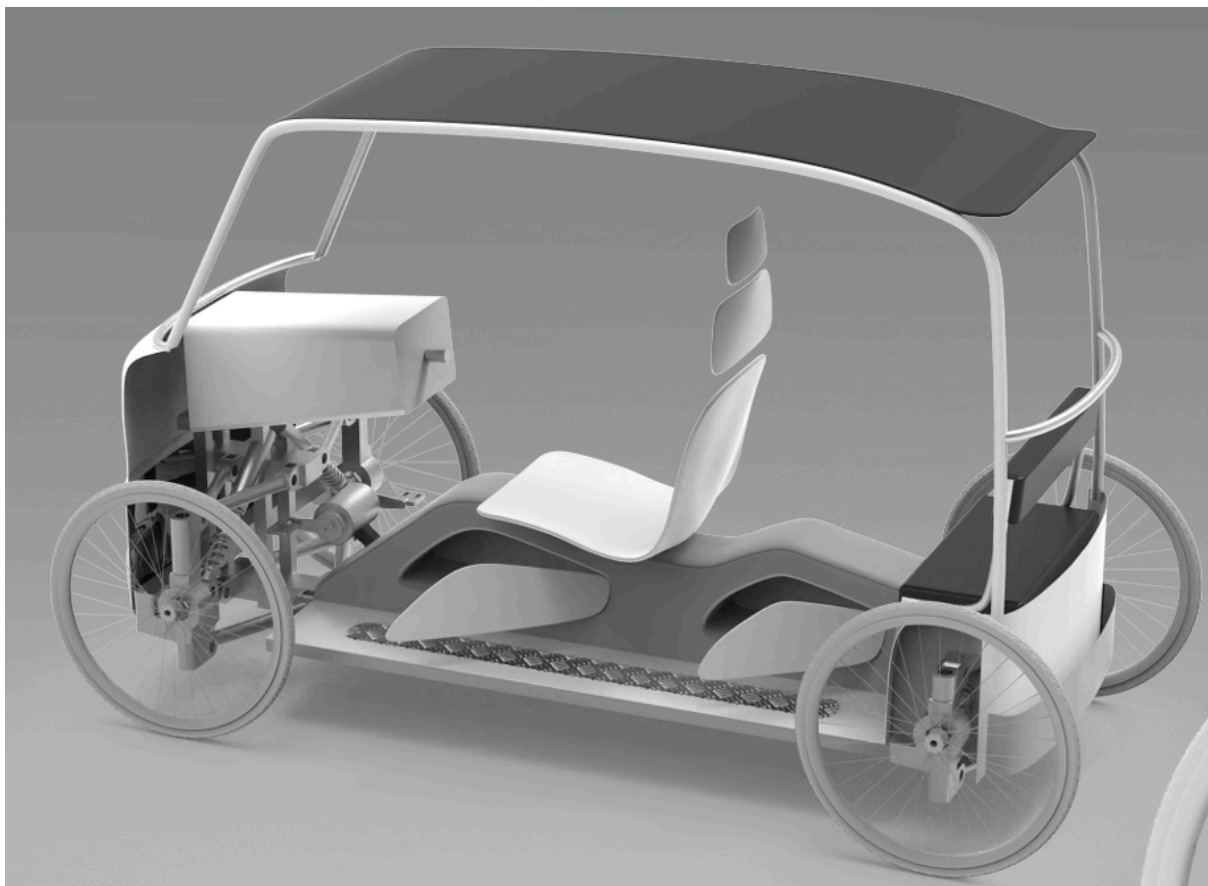
La région Sud est l'une des plus touristiques du monde. Ainsi, ses nombreuses villes ont accueilli au total 11.5 millions de vacanciers en 2024.

Ces villes du littoral ne sont historiquement pas adaptées pour accueillir ce flux de vacanciers et les centre-ville se retrouvent alors saturés : parkings complets, bouchons. Dans nos études de terrain, nous avons noté que les vacanciers peuvent mettre jusqu'à 1 heure et demi pour réaliser le dernier kilomètre et trouver une place de parking. Pourtant, nombreux sont ceux qui prennent la voiture pour moins de 10 kilomètres (40%). Ce problème engendre un mécontentement considérable de la part des vacanciers. En effet, 90% des vacanciers reconnaissent ce problème dans les centre-ville comme étant une réelle contrainte durant leur séjour. De nombreuses villes ont tenté de résoudre ce problème par la mise en place de navettes mais encore une fois, le problème ne se résout pas : les centre-ville restent saturés, les navettes se retrouvent dans les mêmes bouchons, les vacanciers se retrouvent dépendants des navettes ce qui est synonyme de perte d'autonomie. Finalement, le succès des navettes n'a pas été au rendez-vous. Certains vacanciers penchent parfois pour le scooter ou le vélo mais les 2 roues, synonyme d'inconfort et d'insécurité, refroidissent une partie considérable des vacanciers.

Finalement, les vacanciers, la plupart véhiculés (70% d'après notre sondage), se retrouvent contraints dans leur déplacement sur leur périmètre de vacances.

Notre solution

Pour répondre à ce problème de mobilité sur le périmètre de vacances, nous avons imaginé un nouveau type de véhicule. Ce véhicule doit pouvoir répondre au besoin des vacanciers. Nous avons donc réalisé une maquette 3D du véhicule que nous souhaitons produire.



Ce véhicule est un 4 roues de 80 centimètres de largeur, suffisamment petit pour pouvoir emprunter les pistes cyclables. Une banquette à l'arrière permet d'embarquer un second passager ou des courses. Stocker des courses est un atout important pour la plupart des sondés. Ce véhicule est dans la catégorie Vélo à Assistance Electrique ce qui limite sa vitesse à 25 km/h. Il y a donc un pédalier et une assistance électrique importante pour que l'expérience soit adaptée même aux personnes les plus averses à l'activité. On retrouve des espaces de rangement qui se ferment à clef sous les jambes. Nous souhaitons proposer une autonomie de 80 kilomètres et une charge utile de 200 kg (deux personnes plus du chargement) pour un véhicule pesant dans les 150 kg.

Proposition de Valeur

Pour répondre aux besoins de **mobilité sur le périmètre de vacances**, le véhicule doit cocher de nombreuses cases.

Il doit être une garantie de **sécurité** : ses 4 roues donnent de l'équilibre à l'inverse de 2 roues et sa structure en fait un véhicule plus robuste en cas de collision. Pouvoir rouler sur les pistes cyclables en fait un véhicule sûr sur une portion conséquente des routes du sud. En effet, d'ici 2030, les pistes cyclables devraient passer de 1600 à 10 000 dans la région SUD d'après le vice-président en charge des transports et de la mobilité durable de la région SUD Jean-Pierre SERRUS.

Ce véhicule est également source de **confort** à l'inverse du vélo. En effet, le siège a été étudié de sorte à ce que la position soit confortable lors du pédalage, notamment au niveau de l'angle des genoux lors de la poussée.

Il offre également un **gain de temps**. En effet, l'utilisation des pistes cyclables permet de bénéficier des avantages du vélo sur les zones à forte densité en allant à une vitesse de centre-ville (25 km/h). Le gain de temps se fait également sur le temps de stationnement. Ce véhicule ayant les dimensions de celles des scooters, il peut se garer sur ses places souvent libres et gratuites.

L'**autonomie** est également un avantage de ce véhicule : contrairement aux transports en commun ou des solutions locales comme des services de tuk tuk, les futurs passagers ne seront ni contraints par l'horaire ni par la disponibilité de ces services.

Enfin, si ce véhicule peut être considéré comme pratique, il peut également avoir un caractère **ludique** et être **adapté pour des balades**. C'est ce qu'une personne sondée sur 3 a pensé en voyant notre maquette 3D. Cela permet notamment aux vacanciers non adeptes des vélos (ou non sportives) de pouvoir faire des balades le long des corniches (ou ailleurs!) et ainsi balayer une plus grande zone de découverte durant leurs vacances..

Les Personas



Persona
Couple de jeunes
Vacanciers

Key Attribute

Couple de jeunes cadres dynamiques citadins venus en train dans le sud

Short Description

Venus en train, leur appartement de location n'est pas en centre ville ou à la plage et ne sont pas à proximité de toutes commodités.

Needs

Besoin de mobilité pour tous types de déplacements : faire les courses, aller dans le centre-ville, à la plage, faire des activités.
Besoin d'espace de rangement pour faire des petites courses

Challenges

Le vélo n'est pas adapté à leurs besoins du quotidien durant les vacances. Ils ne souhaitent pas louer de voiture car ce n'est pas écologique. Quand bien même ils prendraient une voiture, ils ne pourraient pas se garer en ville

Opportunities

VeliSud leur permet de gagner cette mobilité que ne leur offrirait pas la voiture : pas de problème de déplacement pour rejoindre le centre-ville, pas de difficulté pour se garer dans la petite épicerie à quelques minutes de transport avec le VeliSud. Elle leur permet également d'avoir l'espace de stockage nécessaire à son quotidien que le vélo ne peut lui offrir



Persona
Couple de jeunes
Vacanciers

Key Attribute

Couple de jeunes cadres dynamiques fan de paysages mais pas de 2 roues

Short Description

Venus en voiture, ils sont fans des paysages, de la mer, ils aiment la liberté de pouvoir aller là où ils veulent, découvrir les endroits un peu cachés et un peu inaccessibles.

Needs

Besoin de découverte, de liberté sur leur lieu de vacances.
Besoin d'aventure

Challenges

La voiture ne leur offre pas cette liberté de déplacement. Ils ne peuvent jamais se garer là où ils souhaitent. Louer un scooter ou un vélo? Ce n'est pas très sécurisant, ils ont peur des 2 roues

Opportunities

Ils pourraient utiliser un véhicule innovant où ils pourraient se garer partout, passer partout, mais en gardant un sentiment de sécurité qu'offre un 4 roues.



Persona
Couple de Vacanciers
quinquagénaire

Key Attribute

Couple de cadres
quinquagénaires établis

Short Description

Ce n'est pas la première année que ce couple vient ici. Avec le temps, ils ont vu évoluer les difficultés de se déplacer en voiture sur leur lieu de vacances qui se situe à quelques kilomètres du centre-ville

Needs

Besoin utilitaire de mobilité pour rejoindre le centre-ville, la plage, et les autres lieux à forte densité

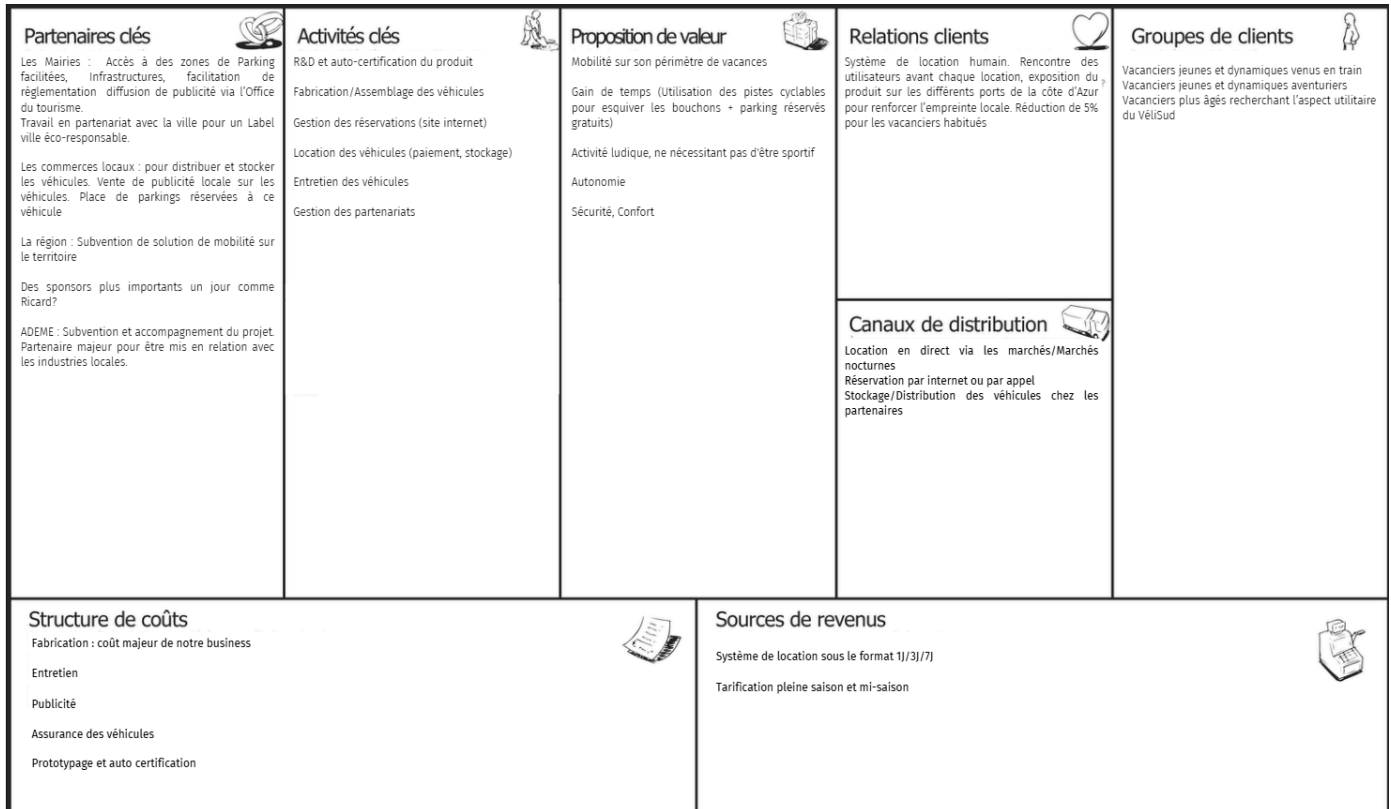
Challenges

Aux heures où ils aiment descendre sur le port (pour aller à la plage ou pour profiter de la soirée), il y a d'importants bouchons. Ils sont obligés de fermer les fenêtres, mettre la climatisation au maximum, c'est stressant. Ils perdent parfois une heure pour rejoindre le centre depuis leur maison de location qui se situe à quelques kilomètres. Hors de question de se mettre sur un vélo ou un scooter. Sécurité et confort !

Opportunities

Ils pourraient utiliser un VéliSud qui leur permettrait de rejoindre le centre-ville en moins de 20 minutes (parking compris). Ils pourraient embarquer avec eux quelques affaires pour leur sortie.

Business Model Canva



La Stratégie

Pour maximiser le profit et le chiffre d'affaires, il est important de mettre en place une stratégie globale de location.

Nous décidons de partir sur un système de location saisonnier et nous nous assurerons d'avoir un modèle rentable uniquement sur cette période saisonnière qui commencera en avril et finira en octobre. Les cinq mois hors saison pourront être un axe de réflexion plus tard, quand nous aurons du recul sur les durées de maintenance. Si cela est possible, il y aura une activité hivernale envisageable : transport solidaire, location à la mairie, aux maisons de retraite, aux familles locales...

Le modèle

Les vacanciers se projettent généralement sur la durée de leur séjour. Les besoins peuvent être découpés en plusieurs formats de durée. La location à la journée pour faire des balades ou pour louer 2 jours pour un week-end. La location sur 3 jours pour les week-end prolongés comme au mois de mai. La location à la semaine pour les séjours prolongés.

Nous partons donc sur 3 tarifications possibles :

- 1J → 40€
- 3J → 100€
- 7J → 210€

Ce tarif correspond aux tarifs de la pleine saison. Il y aura un tarif mi-saison avec une réduction de 20%. Notre sondage indique que 60% des vacanciers sont prêts à payer au moins 180€ pour une semaine de location dont 20% prêts à payer 210€.

La concurrence

Sur le marché il existe actuellement différents produits.

La course Tuk-Tuk : Elle coûte entre 5€ et 10€ la course dans des villes comme Sanary et Bandol. Ce service est contraint par le fait que l'on ne dispose pas

d'autonomie. On est dépendant des heures du service (de 10h à 22h) et de leur disponibilité

Le Vélo ou la trottinette électrique : Même tarif que notre produit au détail près que les vélos et les trottinettes électriques ne sont faits que pour un seul usager.

La voiture de location premier prix : Le tarif à la semaine est de 180 euros sans l'essence, l'assurance et le parking

Le scooter : 50€/Jour

Nous sommes donc dans la fourchette basse des produits concurrents. Il y a donc une marge de manœuvre en termes de Chiffre d'affaires.

Les canaux de ventes

Dans une volonté de garder un business avec de l'humain, toutes les locations passeront par la remise en main propre du véhicule. Cela pourra se faire chez les magasins partenaires ou dans des zones définies telles que les gares ou autre. Il sera en revanche tout à fait possible de réserver au préalable en ligne sur notre futur **site internet** ou par **téléphone**. Cette volonté de remise en main propre est due à la valeur des véhicules. Cette valeur étant élevée, il est important de responsabiliser le conducteur sur sa conduite, de lui expliquer le fonctionnement du véhicule puis de lui donner des conseils tels que des visites à faire ou des zones de stationnement astucieuses. On ne vend pas une location de véhicule, on vend une expérience pour l'utilisateur. Il est indispensable qu'il ait le sentiment d'être privilégié pour le fidéliser.

La Communication

De la même manière, la présence sur les marchés diurnes et nocturnes permettent de donner de la visibilité directe au produit auprès des vacanciers qui pourront l'essayer. Puisque c'est un objet nouveau, il est important de laisser le futur utilisateur essayer le produit. En l'essayant, il se rendra compte du confort de pédalage dans la position assise et sera bien moins réticent à l'usage du produit. Un pitch bien huilé permettra de créer le besoin auprès de l'utilisateur.

Il sera possible de retrouver notre site internet grâce à des QR codes dans les magasins partenaires et dans les offices du tourisme.

Un communiqué de presse sera judicieux. En effet, nous visons une clientèle de cadre plus propice à écouter la radio ou lire des articles. Ce communiqué de presse peut possiblement sensibiliser les futurs vacanciers à ce produit. Quand ils le verront physiquement, ils seront intrigués par le véhicule.

Le dernier canal de publicité se fera par les maisons d'hôtes et les hôtels. En effet, ces derniers proposeront les VéliSud à leur vacanciers avec une promotion de 5% s'ils passent par eux. Si la transaction se fait, le propriétaire de la maison d'hôte ou l'hôtel touchera également 5% de commission sur la location. Cela permet de ne "payer de la publicité" que s'il y a transaction.

Les partenaires

Les partenaires occupent un rôle clef du projet.

Les **Mairies** seront clefs car le projet ne peut tout simplement pas se faire sans elles. La mairie peut nous offrir des places de parkings dédiés (ou nous donner le droit d'utiliser les places de scooters). Elle peut également faciliter l'utilisation des VéliSud avec des infrastructures adéquates et des réglementations plus souples. Enfin, elle peut diffuser de la publicité via l'Office du tourisme. En échange, nous pouvons être une vitrine pour elle si cela permet par exemple la création d'un label (ville éco-responsable?).

Les **commerces locaux** permettront de distribuer et de stocker les véhicules. On imagine également la possibilité de vendre de la publicité locale sur les véhicules. Enfin, les commerces aux emplacements stratégiques pourraient réserver des places à ce véhicule. A noter qu'une place de parking classique équivaut à **4 places de VéliSud**

La **région** peut également contribuer à notre projet grâce à des subventions de solution de mobilité sur le territoire.

L'**ADEME** peut aussi proposer des subventions (10 000€ sur la phase conception et 30 000€ sur la phase prototypages) et des accompagnements sur notre projet. Elle peut notamment donner des conseils sur la conception et nous mettre en contact avec des industriels locaux.

On pourra à terme réfléchir à des sponsors plus importants comme Ricard lorsque le projet sera plus développé. On imagine par exemple que nos véhicules pourraient être adaptés à des îles comme les Embiez.

Roadmap



MVP



Notre prototype sera notre MVP. Nous nous en servons comme produit d'exposition lors de l'été 2026 pour tester les besoins des clients potentiels et avoir leurs retours.

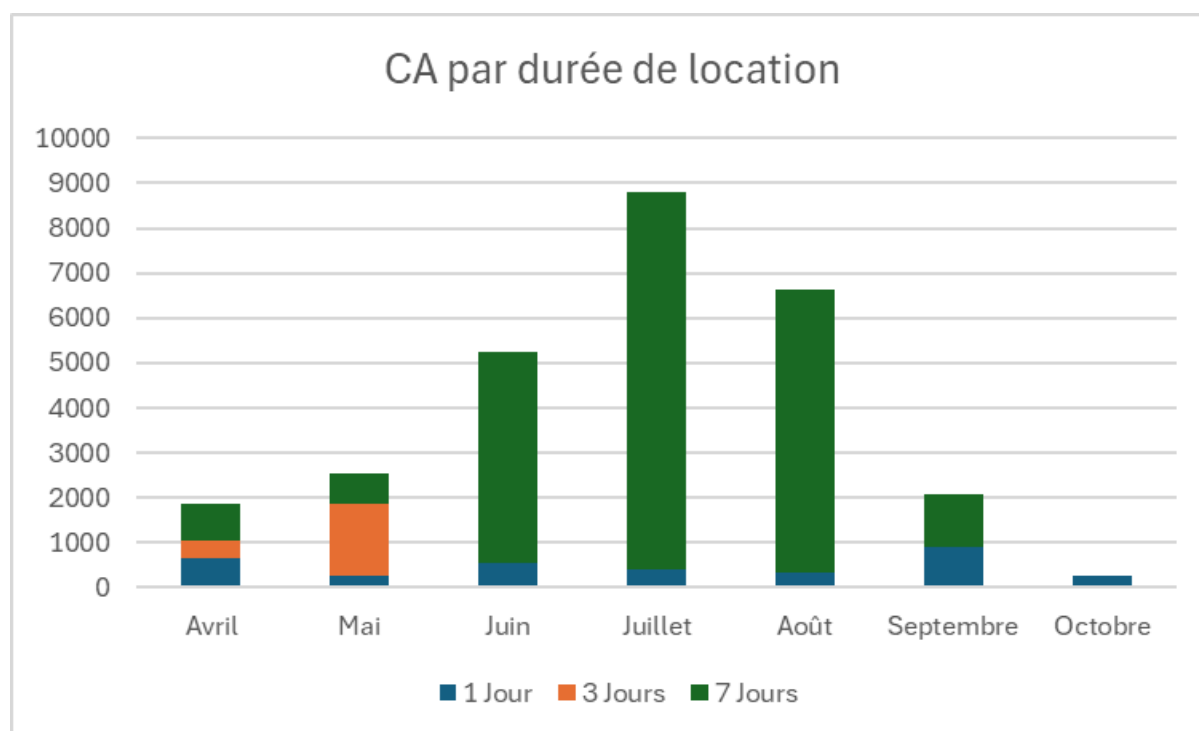
Les Financements

Afin de financer notre projet, nous pouvons compter sur différentes sources de financement. Nos besoins s'élèvent à 160 000€ au démarrage et un total de 360 000€ sur les 3 premières années.

En plus des subventions de la région et de l'ADEME, nous pouvons participer à des concours que propose par exemple le Crédit Agricole Alpes Provence avec CAAP Innov'Eco. Ces derniers réalisent aussi des prêts sur l'honneur. On pourra ajouter à ce financement les aides à la faisabilité de la BPI. Si nous parvenons à ces financements, nous pourrions alors contracter un prêt bancaire. Vous retrouverez en détail le calcul dans le fichier annexe (cf Prévisionnel financier)

Chiffre d'Affaires

Voici le chiffre d'affaires réalisé mois par mois la première année.
Vous trouverez en document annexe (cf plan de prévision de location) le détail du calcul des 27 000€ de chiffre d'affaires.



Le mois d'avril est l'ouverture de la saison. On attend quelques locations à la semaine, quelques week-end de 3 jours (lundi de Pâques) et quelques semaines de vacances.

Le mois de mai est propice à la location pour les week-end de 3 jours avec les nombreux ponts. On imagine un taux d'occupation à 50% pour ce mois. A partir de juin, on compte sur de nombreuses locations à la semaine et quelques locations pour le week-end. Le taux d'occupation se situerait autour de 80%. Enfin, à partir de mi septembre, on s'attend à des locations le week-end avec une faible fréquentation (Taux d'occupation 20%)

Avec un chiffre d'affaires de 27 000€ , on atteindra notre seuil de rentabilité au début de la quatrième saison. Si la première année est une réussite, nous élargirons la flotte à 30 véhicules pour atteindre un chiffre d'affaires de 110 000€ la troisième saison.