

Dauphine
ALUMNI

CLUB
DAUPH'INVEST

PITCH

party

by Dauph'Invest

**Nom de l'entreprise : Superbeer****Adresse : 4 rue vanneau 34000****Montpellier****Site web: www.goxoa.co**

commerciale sport
+ 5 profils business et marketing

INNOVATION

(Aspects différenciant)

Positionnement : Première bière sans alcool délicieuse et fonctionnelle pour les sportifs

CONCURRENCE

Bière sans alcool traditionnelle : tourtel, heineken 0.0 etc.

Bière sans alcool "sportive": thrive beer, athletic brewing (absent en France)

MISSION - PROPOSITION DE VALEUR

(En une phrase maximum)

Des bières sans alcool délicieuses et fonctionnelles pour les sportifs

AVANTAGE CONCURRENTIEL

- Focalisation sur le moment post-sport
- Qualité gustative supérieure
- Distribution sur des segments délaissés ou inaccessibles
- Love-brand sans alcool

PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

- Évangélisation massive du produit : 100K dégustations
- Amplifier la notoriété avec un circuit international et une team athlète pro de 1er rang
- 3000 client sur l'e-commerce
- Distribution en masse sur des comptes nationaux : Monoprix, Franprix, Decathlon, Intersport, Carrefour

SECTEURS D'ACTIVITES

- ☐ Santé
- ☐ Transport
- ☐ Education
- ☒ Agro alimentaire
- ☐ Banque, Assurance
- ☐ Autre (à préciser)

- ☐ BtoB ☐ BtoC ☒ BtoBtoC

STADE DE DÉVELOPPEMENT

- ☐ Développement technologique
- ☐ 1^{er} produit, 1^{er} client
- ☒ Développement commercial
- ☒ Développement international

MARCHÉ & CLIENTS

- Bière sans alcool :
- monde : 22Mds€, 8% cagr
 - france : 600M€, 12% cagr

Bière après le sport sur les coureurs réguliers :

- europe : 800M€ // 90 millions coureurs
- france : 70M€ // 8M coureurs

1200 points de vente : sport, retail, bière
1000 clients en direct sur l'e-commerce

INFOS SOCIETE

Date de création : 10/10/2022

Structure juridique : SAS

Effectif : 8

Capital social : 71 347,70€

BESOIN EN FINANCEMENT

- Montant de la levée de fonds: 1M€ en deux phases de 500K€
- Ticket minimum: 10K€
- Utilisation des fonds mobilisés :
 - 500K€ marketing
 - 200K€ BFR
 - 100K€ logistique
 - Solde : Recrutement + Frais de levée
- Valorisation pre-money: 4M€
- Valorisation post-money: 5M€

FINANCEMENTS MOBILISES

- Levée de fonds : 525K€
- Concours ministère : NA
- Prêt d'honneur : 15K€ (initiative)
- BPI France : 10K€ (bourse french tech)

PARTENAIRES

- De Proefbrouwerij : producteur bière
- UTMB
- World Triathlon
- T100
- Triathlon Deauville
- ASO

ÉQUIPE

- Fondateur : Jonathan Dubois, ancien dauphinois, sportif, DAF Wedoogift scale-up 0 à 200 CA en 7 ans
- CMO : Marcelo Scandella, 25exp marketing, Directeur Marketing Latam Unilever
- Charlotte Puigrenier : 5 exp direction

CONTACT : M Jonathan Dubois
Tél : 06 65 60 64 96
e-mail: jonathan@goxoa.co

CA REALISE & PRÉVISIONS

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
CA	56K€	295K€	520K€	1,4M€	4,1M€	12M\$
Résultat d'exploitation	-108K€	-230K€	-250K€	-290K€	-155K€	+600K€
Trésorie fin d'année	63K€	188K€	100K€	400K€	2M€	1M€
Besoins financiers	0	245K€	270K€	1M€	3M€	0
Effectifs	3	8	8	10	15	30

Commentaires :

Les informations figurant sur ce document tiennent de la seule responsabilité du rédacteur.

Signature :



ELIOTT

Eliott (structure juridique CULTUREME)
 32 rue Saint-Maur, 75011 Paris
<https://www.eliott.app/>

MISSION - PROPOSITION DE VALEUR

Dans un contexte de baisse du niveau scolaire français et d'un soutien scolaire réservé à une minorité, Eliott a pour mission de rendre accessible au plus grand nombre d'élèves un accompagnement individualisé et personnalisé en capitalisant sur l'IA

SECTEURS D'ACTIVITES

- ☐ Santé
- ☐ Transport
- ☒ Education
- ☐ Agro alimentaire
- ☐ Banque, Assurance
- ☐ Autre (à préciser)
-
- ☒ BtoB ☒ BtoC ☒ BtoBtoC

STADE DE DÉVELOPPEMENT

- ☐ Développement technologique
- ☐ 1^{er} produit, 1^{er} client
- ☒ Développement commercial
- ☐ Développement international

INFOS SOCIETE

Date de création : 31/08/2023
 Structure juridique : SAS
 Effectif : 2 fondateurs
 Capital social : 2 000€

FINANCEMENTS MOBILISES

- Levées de fonds : 0€
- Concours ministère : 0€
- Prêt d'honneur : 0€
- BPI France : 30 000€ (BFT)

ÉQUIPE ET REPARTITION DU CAPITAL

Lancelot Gulian - CEO et co-fondateur

François-Emeric Chabanne - CTO et co-fondateur

DULAC HOLDING (président Lancelot Gulian) : 50% de CULTUREME
 FEC VENTURES (président François-Emeric Chabanne) : 50% de CULTUREME

INNOVATION

Eliott se distingue par une innovation pédagogique et technologique profonde, au croisement de l'intelligence artificielle générative et des sciences de l'éducation.

Contrairement aux outils éducatifs traditionnels ou aux chatbots généralistes, Eliott est un tuteur virtuel entièrement pensé pour l'apprentissage scolaire : il s'appuie sur les programmes officiels français, une base de ressources co-construite avec des enseignants, et une orchestration fine de l'IA permettant d'adapter chaque interaction au niveau, à la classe, au contexte et aux besoins spécifiques de l'élève.

L'innovation d'Eliott réside dans sa capacité à transformer les contenus scolaires de l'élève (cours, documents, exercices) en espaces de révision personnalisés, structurés et interactifs, combinant synthèses, fiches, flashcards, quiz et entraînements progressifs.

L'IA n'apporte pas des réponses toutes faites : elle guide le raisonnement pas à pas, favorise l'autonomie, la compréhension durable et l'appropriation des notions.

Cette approche permet un accompagnement individualisé à grande échelle, accessible à tous, tout en restant pédagogiquement responsable.

En intégrant à la fois les usages des élèves, les besoins des familles et les contraintes des enseignants et des établissements, Eliott propose une nouvelle génération d'outil éducatif, capable de devenir une référence de l'IA éducative, au service de la réussite scolaire et de l'égalité des chances.

AVANTAGE CONCURRENTIEL

L'avantage concurrentiel d'Eliott repose sur une combinaison rare entre adoption massive, spécialisation technologique et légitimité pédagogique. Là où la majorité des solutions d'IA éducative restent expérimentales ou cantonnées à un usage grand public, Eliott bénéficie d'une adoption réelle et continue par plus de 175 000 élèves et de familles, validant à la fois l'utilité du produit et sa valeur pédagogique.

Cette adoption est rendue possible par une IA profondément spécialisée pour l'éducation : Eliott ne repose pas sur un modèle générique, mais sur une orchestration d'IA entraînée et configurée spécifiquement pour les programmes scolaires, les niveaux, les matières et les situations d'apprentissage, avec une approche guidée qui favorise la

compréhension plutôt que la simple réponse.

Cette exigence pédagogique permet à Eliott d'être aujourd'hui l'un des très rares acteurs - et le seul positionné nativement sur l'IA générative - à pouvoir proposer une solution d'IA directement vendue et déployée au sein de plus de 10 établissements scolaires, dans le respect de leurs contraintes pédagogiques, opérationnelles et institutionnelles.

Grâce à cette double reconnaissance, par les familles comme par les établissements, Eliott s'impose progressivement comme une référence émergente de l'IA appliquée à l'éducation et à l'apprentissage, non pas comme un outil technologique de plus, mais comme un véritable standard pédagogique augmentant durablement l'enseignement et l'accompagnement des élèves.

MARCHÉ & CLIENTS

Eliott adresse un marché large et structuré, à l'intersection du B2C et du B2B éducatif, en ciblant à la fois les familles, les établissements scolaires et plus largement les acteurs de l'éducation.

Côté familles, Eliott s'est imposé comme une solution largement adoptée par les collégiens et lycéens, avec plus de 175 000 téléchargements depuis son lancement, une communauté active de plus de 42 000 utilisateurs mensuels et un engagement quotidien soutenu (environ 4 500 utilisateurs actifs par jour). Nous avons également des partenariats avec des associations de parents d'élèves et des CSE.

Ce marché B2C est déjà monétisé via un modèle d'abonnement, avec plus de 1 500 abonnés payants et un MRR de plus de 15 000 € (x4 depuis septembre 2025), validant la disposition des familles à payer pour une IA éducative fiable et responsable.

En parallèle, Eliott se déploie sur le marché des établissements scolaires privés, où la demande pour des outils d'IA pédagogiques encadrés est en forte croissance. La solution est aujourd'hui utilisée par 8 établissements clients pour un chiffre d'affaires B2B de 130 000 € sur l'année scolaire 2025-2026.

Plus de 20 établissements sont également en phase de test.

Cette double traction, grand public et établissements, positionne Eliott sur un marché éducatif à fort potentiel, avec une capacité rare à adresser l'ensemble de la chaîne de valeur de l'apprentissage, des élèves aux institutions, et à construire une

CONTACT : M GULIAN Lancelot
 Tél : 0666282690
 e-mail : lancelot@eliott.app

FICHE INFORMATION - ELIOTT

Date 12/12/2025

croissance durable fondée sur l'usage réel et la confiance pédagogique.

Nous développons également des partenariats stratégiques avec des acteurs structurants du secteur de l'éducation (éditeurs scolaires, acteurs du soutien scolaire, organismes de formation), permettant l'intégration de son IA éducative au cœur de dispositifs existants. Ces partenariats représentent déjà environ 50 000 € de chiffre d'affaires et constituent un levier de croissance différenciant, à forte valeur ajoutée, renforçant à la fois la diffusion de la solution, sa crédibilité institutionnelle et sa position de référence émergente de l'IA appliquée à l'éducation et à l'apprentissage.

PARTENAIRES

Eliott s'appuie sur un écosystème de partenaires solides et complémentaires, lui permettant d'accélérer son déploiement tout en renforçant sa légitimité pédagogique et institutionnelle. Sur le volet B2B2C, Eliott collabore avec des acteurs représentatifs des familles et des établissements, notamment l'APEL, ainsi qu'avec des établissements scolaires et des réseaux de chefs d'établissement, facilitant l'adoption de la solution au plus près des usages éducatifs réels.

Eliott est également membre actif des réseaux EdTech France et AFINEF, contribuant aux réflexions nationales sur l'intégration responsable de l'IA dans l'éducation et renforçant sa visibilité auprès des décideurs publics et privés du secteur.

Sur le plan technologique et de l'innovation, nous serons incubés au sein du programme Microsoft GenAI en janvier 2026, bénéficiant d'un accompagnement stratégique et technique de premier plan sur les sujets d'IA générative, de scalabilité et de sécurité.

La solution est par ailleurs engagée dans des partenariats institutionnels structurants avec l'Académie de Bordeaux et la Région académique de Bretagne, dans une logique d'expérimentation encadrée et de co-construction pédagogique avec les acteurs publics de l'éducation.

Eliott est également impliqué dans un projet financé par le fonds Interreg, aux côtés de plusieurs acteurs institutionnels européens, visant à développer des usages éducatifs innovants et responsables de l'intelligence artificielle.

Enfin, Eliott développe des partenariats éducatifs stratégiques avec des éditeurs de manuels scolaires, des éditeurs de solutions numériques éducatives et des

acteurs du soutien scolaire, afin d'intégrer son IA éducative au cœur de dispositifs existants et de contribuer à l'émergence d'un écosystème cohérent, au service de l'apprentissage, de la réussite scolaire et de l'égalité des chances.

CONCURRENCE

Sur le B2C, nos concurrents sont les app mobiles de révisions basées sur l'IA (Gauth, Knowunity, Parkeur, Baobab) et les modèles IA comme ChatGPT. Comme tout marché jeune, de nouveaux concurrents pourraient voir le jour mais le marché est très concurrentiel et certains ont déjà développé une image de marque forte et une reconnaissance de qualité.

Sur le B2B établissements scolaires, les seuls acteurs proches en France sont de petits chatbots créés par des enseignants (1cours1bot, Dinobot) ou des outils pas adaptés (Stewdy). Des acteurs comme Google Education, Khanmigo ou MagicSchool pourraient notamment tester ce marché, mais le sujet de souveraineté limitera leur développement.

Notre différenciation repose sur :

- une IA spécialisée sur le programme, co-construite avec des enseignants
- une interface pensée pour l'apprentissage
- personnalisation des contenus à partir des cours
- une preuve d'usage massive (175 000 élèves)
- une crédibilité unique dans le monde éducatif français

PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

Les projets de développement d'Eliott s'inscrivent dans une roadmap technique et pédagogique ambitieuse, visant à renforcer à la fois la personnalisation des apprentissages, l'accessibilité de la solution et son déploiement à grande échelle.

À court et moyen terme, Eliott prévoit d'approfondir son moteur d'IA éducative spécialisée, en enrichissant l'orchestration des modèles afin d'affiner encore l'adaptation aux niveaux scolaires, aux matières, aux objectifs pédagogiques et aux profils d'apprentissage des élèves. Cette évolution s'accompagnera d'une structuration avancée des parcours pédagogiques, permettant de passer d'interactions ponctuelles à de véritables trajectoires d'apprentissage personnalisées, intégrant suivi des progrès, recommandations intelligentes et ajustement dynamique des contenus.

La roadmap inclut également des développements majeurs en matière d'accessibilité et d'inclusion, notamment à destination des élèves à besoins éducatifs particuliers (troubles DYS, difficultés de concentration, apprentissage par l'oral), avec des fonctionnalités vocales, des adaptations de formats et des interfaces pensées pour réduire les barrières à l'apprentissage. En parallèle, Eliott développera des outils dédiés aux enseignants et aux établissements, incluant des espaces de pilotage pédagogique, des indicateurs d'usage et de progression, ainsi que des fonctionnalités de déploiement et de supervision adaptées aux contraintes du cadre scolaire. Enfin, la feuille de route prévoit l'industrialisation de l'infrastructure IA afin de garantir performance, sécurité des données et conformité réglementaire, tout en préparant l'ouverture à de nouveaux marchés, notamment l'internationalisation progressive de la solution et son intégration au sein de dispositifs éducatifs partenaires.

BESOIN EN FINANCEMENT

- Montant de la levée de fonds : minimum 1,5 M€ (en discussion avec plusieurs fonds)
- Ticket minimum: 20k€
- Utilisation des fonds mobilisés :
 - Structuration de l'équipe et recrutement (designer, développeurs, CMO)
 - Frais marketing
 - CAPEX développement produit
 - CAPEX IA
 - Internationalisation
- Valorisation pre-money : >5 M€
- Valorisation post-money : >5,75 M€

KPI'S CLES

CA B2C 25-26e: 200 k€ min
1500 abonnements
175 000 téléchargements
5000 élèves / jour sur Eliott

CA établissements 25-26e : 130 k€ min.
8 établissements scolaires signés
20 en test

CA autres 25-26e : 50 k€
Editeur manuel scolaire
Acteur soutien scolaire

Total CA 25-26e : 380 k€

CONTACT : M GULIAN Lancelot
Tél : 0666282690
e-mail : lancelot@eliott.app

FICHE INFORMATION - ELIOTT

Date 12/12/2025

CA REALISE & PRÉVISIONS

Cloture août	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2028
CA	0	20 k€	380 k€	1,2 M€	2,6 M€	5 M€	10 M€
Résultat d'exploitation	-20 k€	-40 k€	50 k€	200 k€	700 k€	1,5 M€	4 M€
Trésorie fin d'année	30 k€	30 k€	1 M€	500 k€	800 k€	900 k€	2 M€
Besoins financiers	0	0	1,5 M€	0	0	0	0
Effectifs	2	2	2	10	15	18	25

Commentaires :

Ces projections ne basent sur une croissance forte sur le B2C financée par nos autres activités et par l'internationalisation.

Nous projetons la signature d'au moins 10 établissements scolaires par an.

Ce sont des projections qui tiennent compte d'une levée minimum de 1,5 M€, permettant de structurer l'équipe pour scaler les différentes activités.

Les informations figurant sur ce document tiennent de la seule responsabilité du rédacteur.

Signature :



CONTACT : M GULIAN Lancelot
Tél : 0666282690
e-mail : lancelot@eliott.app

FRED ALLARD

Atelier FRED ALLARD
10, avenue de Verdun - Nice
www.fred-allard.com

MISSION - PROPOSITION DE VALEUR

'TRANSFORMER L'ART EN UNE MAISON DE PARFUM DÉSIRABLE, STRUCTURÉE ET SCALABLE'

GAMME // Une collection de 5 parfums 'genderful', dans des flacons-oeuvres rechargeables et enregistrés (NFC)

PRIX // 450€ TTC Retail

DISTRIBUTION HYBRIDE // Direct (Galleries et E-boutique) & Indirect Ultra-Sélectif (concepts stores /parfumeries niche /hôtels 5*)

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- ☐ Santé
 - ☐ Transport
 - ☐ Education
 - ☐ Agro alimentaire
 - ☐ Banque, Assurance
 - ☒ Autre: Haute-Parfumerie Créateur
- ☐ BtoB ☒ BtoC ☒ BtoBtoC

STADE DE DÉVELOPPEMENT

- ☐ Développement technologique
- ☒ 1^{er} produit, 1^{er} client
- ☐ Développement commercial
- ☐ Développement international

INFOS SOCIÉTÉ

Date de création : 1er trimestre 2026 - en cours
Structure juridique : en cours de création
Effectif : 2
Capital social : en cours de finalisation (entre 100 000 et 250 000€)

FINANCEMENTS MOBILISÉS

- Levées de fonds : en cours - 2 M€
- Concours ministère : non
- Prêt d'honneur : non
- BPI France : en cours - Subvention innovation créative + French Touch Capital

ÉQUIPE ET RÉPARTITION DU CAPITAL

Fred Allard, co-fondateur, artiste et directeur de la création - 55%
Annabelle Cary, co-fondatrice et directrice générale - 45%

INNOVATION

Au-delà des fragrances, la promesse de faire partie d'un 'club d'amateurs'. Une expérience artistique multi-sensorielle grâce à **5 parfums exclusifs**, mêlant exceptionnel et irrévérence:

DESIGN OLFACTIF // Des signatures conçues comme ses œuvres: accumulations et clashes d'ingrédients, matières premières surdosées, mix & matchs 'régré-chic', contrastes provocateurs. **Le méthacrylate comme fil conducteur.**

DESIGN FLACON // Une création sculpturale, inspirée par les toutes premières compositions de l'artiste. Des flacons rechargeables et authentifiés (NFC), accessibles sur enregistrement, à collectionner comme objets d'art autant que produits parfumés.

AVANTAGE CONCURRENTIEL

1. L'IDENTITÉ et LA NOTORIÉTÉ DE L'ARTISTE

Top 5 des artistes contemporain français en CA direct - Son univers et son identité artistique incarnent un véritable état d'esprit 'Punk Paradise':

- une proposition esthétique immédiatement reconnaissable et différenciante dans le marché du parfum niche
- fédérant autour de valeurs humaines et de références lifestyle une audience de +90k followers, + de 1000 collectionneurs à travers le monde dont de nombreuses personnalités de la pop culture = base affinitaire de clients et KOL potentiels

2. L'EXPERTISE DE LA CO-FONDATRICE

20 ans d'expérience en brand management et marketing dans le luxe et la beauté (ex-L'Oréal, ex-LVMH) et son réseau de partenaires assurent la capacité opérationnelle en faisant dialoguer instinct créatif et excellence business

3. UNE OFFRE INNOVANTE

Propos olfactif, design flacons et business model : dans un segment qui s'uniformise, au-delà des produits, la promesse d'une expérience de marque

4. UNE DISTRIBUTION SINGULIÈRE

Galleries d'art et partenariats hôteliers, plus que des points de vente directs, de véritables lieux de vie, déjà existants, prêts à faire vivre l'expérience parfums

MARCHÉ & CLIENTS

Parfums de niche // marché mondial à ~ **4,3 Mds \$ en 2025** - CAGR à **+13,2 % jusqu'en 2033 (11,5 Mds \$)**

~ **15 % du marché total du parfum**

~ **70% des lancements en 2023**

Une attractivité immense et des investisseurs majeurs // Capital-Investissement dans la parfumerie de niche **+23% en 2024.**

CIBLE // High Net Worth Individuals, internationaux, en recherche d'exclusivité et d'expérience, amateurs de parfums rares, taste-makers, sensibles à l'art contemporain, adeptes du lifestyle 'Punk Paradise'

MARCHÉS PRIORITAIRES // Europe - Moyen-Orient - USA (phase 1) puis Asie et TR (phase 2) - focus top cities' destinations fréquentées par les HNWI: Paris, Londres, Monaco, St Tropez, Dubai, Milan, Gstaad, Madrid, Doha, Miami, NYC, Aspen, Las Vegas, Houston...

PARTENAIRES

1. LA MAISON DE PARFUMS

ROBERTET collabore sur le projet depuis 2024 et assure le développement des 1ères créations olfactives

2. LE FLACONNAGE

Plusieurs verriers parmi les plus prestigieux de la 'Glass Valley' en France ont manifesté leur intérêt: **Brosse et De Masnières**

3. LE CAPOT ET LA POMPE

Les fournisseurs de capots et pompes les plus innovants et plébiscités de la parfumerie sont déjà en contact avec Atelier Fred Allard : **Aptar, Albéa, TNT & Technicaps**

4. LE COFFRET

Les fournisseurs privilégiés du segment sont en cours de consultation sur la création du packaging secondaire: **Draeger, Keenpac et Desjardins**

5. LA FABRICATION & LE CONDITIONNEMENT

Les façonniers privilégiés de la niche sont également en consultation sur le projet: **CPC et STEPHID**

6. LES ÉQUIPES SUPPORT DE L'ATELIER FRED ALLARD (BU ART)

Pour assurer les fonctions juridiques, administratives, comptables et financières, les équipes existantes sont mobilisées jusqu'à 50% de leur temps jusqu'en 2028. La collaboration avec le directeur des opérations ainsi que la mutualisation des équipes chargées de la création de contenu sera également mise en place à fin 2026.

7. LA DIRECTION COMMERCIALE EXTERNALISÉE

Pour assurer l'ambition de curation et d'ouverture de 100 portes en 3 ans, 2 expertes ont été identifiées et sont intéressées pour intégrer le projet en tant que consultante externe.

PROFIL 1: 25 ans d'expérience secteur beauté-parfums, très grande maîtrise des réseaux de distribution niche à l'international

PROFIL 2: 15 ans d'expérience distribution mode/lifestyle, a dirigé l'expansion commerciale d'une grande maison de lunetterie

CONCURRENCE

Haute-Parfumerie de créateur // Niche d'exception // Parfumerie confidentielle:

- Tom Ford - Francis Kurkdjian - Kylian - Céline - Balenciaga - Marc-Antoine Barrois - Matière Première, BDK...

PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

Atelier Fred Allard, un développement exponentiel axé sur 2 dimensions:

1. LE PRODUIT

- Extension gamme PARFUMS: 1 nouveau jus/an
- Introduction gamme BOUGIE: 5 références + recharges dès la 2e année
- Des collabs exclusives sous format DROP (personnalités ami.e.s de l'artiste)

2. LA DISTRIBUTION

- Ouverture 40 TOP DOORS 2027/2028 - Focus Europe, MEA, USA
- Déploiement international via e-boutique et retail dès la 2e année
- Objectif: 100 portes en 3 ans dont 5 Galeries Fred Allard (vente directe)
- Des expériences parfums inédites au travers de l'ouvertures de 'suites Fred Allard' dans plusieurs palaces partenaires

BESOIN EN FINANCEMENT

- Montant de la levée de fonds: 2M€
- Ticket minimum: 100 000€
- Utilisation des fonds mobilisés :

Des investissements concentrés sur la construction de la marque (création de l'innovation produit et de l'expérience marque), la production et le marketing:

- Développement du flacon et du coffret (design et dossier technique, prototypes, moules verre, moules capot, outillage packaging)
- Création du Merchandising & retail design (présentoirs, échantillons, mouillettes incluant les outils e-commerce)
- Achats des matières premières, des semis-finis et financement de la production
- Création de l'écosystème e-commerce dédié et activation communauté/ CRM
- Création des contenus pour digital/retail/RP, événements, RP pour maximiser l'impact du lancement
- Media boost pour garantir l'émergence / visibilité des contenus et le ciblage optimal
- Ressources humaines complémentaires: direction commerciale externalisée, pôle logistique, assistant marketing

- Valorisation pre-money: 10-15 M€
- Valorisation post-money: 12-17 M€

KPI'S CLES

- 2 gamme de produits : parfums puis bougies
- 5 fragrances différentes
- 3 réseaux de distribution (direct via galerie et eshop, doors et agent)
- CA 12 M Eur en 2030
- %EBITDA / CA 38%
- Besoin de financement 2.0 M Eur

CA REALISE & PRÉVISIONS

BU PARFUM	2026	2027	2028	2029	2030
CA	-	0,4 M€	2,5 M€	7,7 M€	12 M€
Résultat d'exploitation	-370 K€	-784 K€	-55 K€	2,38 M€	4,57 M€
Trésorerie fin d'année	-0,39 M€	-1,45 M€	-1,21 M€	1,56 M€	7,34 M€
Besoins financiers	0,5 M€	1,5 M€			
Effectifs	2	7	16	16	16

Commentaires :

1/ Le projet sera lancé en 2027 (première commercialisation), il nous semble pertinent de présenter le prévisionnel de CA jusqu'en 2030 (tableau ci-dessus)

2/ Comme éclairage, il nous paraît important de communiquer quelques données clés liées à l'artiste Fred Allard:

Fred Allard est un artiste contemporain néo-pop, portraitiste et plasticien. En mixant pop-culture et luxe, show off et introspection, **Fred Allard célèbre le mélange des genres** et les paradoxes qui caractérisent nos sociétés dans des œuvres en 3 dimensions, audacieuses et saisissantes.

Ses références & obsessions: le pouvoir des objets et des marques, la régression, le graphisme, la culture street, le luxe, la pop culture...

Son concept-phare: l'inclusion & le 'Vide ton Sac', qui réinvente le portrait et fusionne art, mode et luxe.

Son mantra: "Punk Paradise" où l'art de célébrer le mélange des genres, la transgression des codes, le mariage d'univers opposés.

Fred Allard est un artiste-entrepreneur:

Au sein de son atelier familial, dirigé par son fils Raphaël, il imagine et crée des œuvres uniques, faites à la main. Ce cadre intime et artisanal reflète une transmission de savoir-faire et une passion partagée, incarnant des valeurs profondément humaines.

Dans un marché de l'art en constante évolution, et fort de ses anciennes expériences d'entrepreneur, Fred Allard se positionne comme une marque, avec une distribution directe au travers de ses Galeries (la première a été inaugurée en plein cœur du carré d'or niçois en 2024, projets d'ouverture à Monaco, Paris, St Tropez et Miami entre 2026 et 2030)), dirigées par sa fille Estelle, et des ventes Wholesale au travers d'un réseau mondial de près de 30 galeries le représentant (Eden Fine Art, Bartoux).

Présent sur la scène artistique internationale depuis 2011, **Fred Allard** s'impose comme l'un des artistes contemporains français les plus désirables:

- **Top 5 des artistes contemporains français en CA direct**
- **Top 50 mondial en revenus constants (hors second marché)**

// Pop up & lieux iconiques

Paris (Royal Monceau, Lutetia), Courchevel, Saint-Tropez, Mykonos, Dubaï, New York, Las Vegas, Londres

// Résidences & collaborations prestigieuses

- Artiste officiel AMFAR
- Hôtel Eden Roc – Antibes
- Hôtel Anantara – Nice
- Bagatelle – Miami
- La Petite Maison – Nice
- Printemps Paris – Suite Augustine (350 m² dédiés aux VIC)

Fred Allard est un actif culturel:

// Structure de gamme & valeur des œuvres

Une segmentation claire, comparable à un portefeuille produits

- "Minaudière" : env. 6 000 €
- "Tableaux" : env. 16 000 €
- "It Bag" (iconique) : env. 20 000 €
- "Vide ton sac" : env. 60 000 €
- "Monumentales" : jusqu'à 270 000 €

// Digital Drops: sold out en -48H

// Art Basel Miami - 2025

- Ventes sur 5 jours : > 350 000 €
- Panier moyen : 30 000 €
- Intentions d'achat suivies : >150 000 €

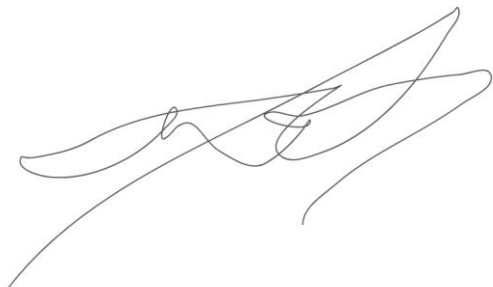
Fred Allard est un artiste d'influence et portraitiste des personnalités:

Au cœur de la Galerie se trouve le salon "**Vide ton Sac**" où Fred reçoit les personnalités qui souhaitent transformer leur histoire en œuvre d'art. Parmi les **personnalités qui ont partagé ce moment avec Fred**, on retrouve Charles Leclerc, Neymar, Artus, Fabio Quartararo, Sébastien Ogier, Nikola Karabatic, Raphaël Varane, Romain Ntamak...

Fred possède également une grande audience avec près de 100 000 followers cumulés sur ses réseaux et une base active de plus de 1000 collectionneurs du monde entier.

Les informations figurant sur ce document tiennent de la seule responsabilité du rédacteur.

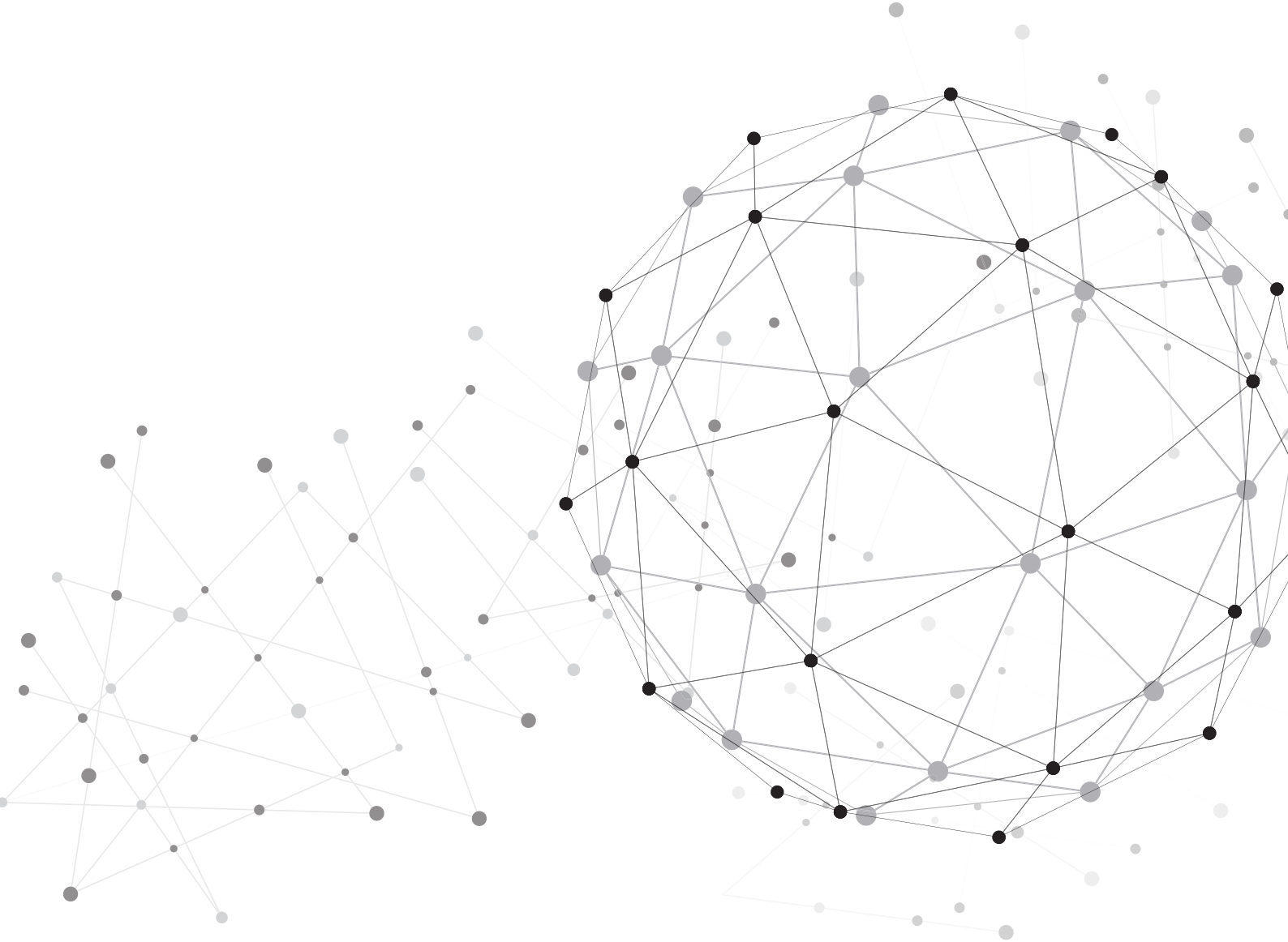
Signature : Annabelle CARY

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Annabelle Cary', written in a cursive style.

CONTACT: Mme Annabelle CARY

Tél: 06 61 63 46 30

email: annabellecary@yahoo.fr / annabelle@fred-allard.com



dauphine-alumni.org

Club Dauph'Invest - Dauphine Alumni
dauphinvest@dauphine-alumni.org

TON RÉSEAU DAUPHINOIS SUR TON MOBILE !

