

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SAS

Ancienneté de la société : Moins de 5 ans

Localisation du siège : Charente, Poitou-Charentes, France

Résumé général de l'activité

La première marque française d'hospitalité résidentielle structurée selon les standards hôteliers, positionnée sur le marché en forte croissance de la location saisonnière haut de gamme.

La société réinvente ce segment en y appliquant les codes de l'hôtellerie (classement, expérience client, revenue management, distribution), tout en conservant l'authenticité et l'intimité de maisons de caractère.

Elle opère à travers deux marques complémentaires :

- 1ère marque : équivalent 4-5 étoiles.
- 2e marque : équivalent 3 étoiles.

La société structure une offre aujourd'hui fragmentée et peu professionnalisée, en apportant des standards homogènes, une expérience client maîtrisée et une stratégie de valorisation des actifs immobiliers.

Le modèle repose sur un réseau de Property Managers affiliés, permettant un déploiement rapide à l'échelle nationale, avec une gestion locale de la relation client et des opérations. La société centralise la marque, les standards qualité, le revenue management, la distribution et les outils technologiques.

Chaque bien est exploité selon une charte hôtelière exigeante (équipements, linge, produits d'accueil, protocoles opérationnels), garantissant une expérience premium cohérente et différenciante sur le marché.

Côté propriétaires, la proposition de valeur repose sur :

- une gestion complète et professionnalisée,
- une optimisation des revenus via une stratégie tarifaire dynamique,
- une montée en gamme des biens grâce à des standards hôteliers,
- une distribution multicanale incluant une forte part de ventes directes.

Le modèle économique combine :

- commissions sur les revenus locatifs,
- frais d'affiliation des Property Managers,
- revenus récurrents liés aux outils et services.

L'entreprise se positionne à la croisée de plusieurs tendances structurelles : montée en gamme de la location saisonnière, recherche d'expériences authentiques, désintermédiation des plateformes et hybridation entre immobilier et hôtellerie.

L'ambition est de devenir une marque de référence de l'hospitalité résidentielle en Europe, en structurant un marché encore atomisé autour d'une vision premium, scalable et centrée sur l'expérience.

En plus

La société possède une ou plusieurs marques déposées à l'Inpi

A propos de la levée de fonds

Type d'opération : Renforcement des fonds propres

La levée de fonds de 350 000 € s'inscrit dans un moment clé du développement : le passage d'un modèle pilote validé à une organisation nationale scalable. Elle vise à sécuriser environ 18 mois de montée en charge, couvrant la structuration de l'équipe centrale et le déploiement des premiers hubs régionaux. L'opération est structurée sous forme d'une augmentation de capital, pour une ouverture d'environ 20 % du capital, impliquant une valorisation pré-money cible autour de 1,3 M€ à 1,5 M€. Le ticket d'entrée est fixé à partir de 25 000 €, avec un ciblage d'investisseurs Business Angels et partenaires sectoriels. La société est éligible au dispositif IR-PME, permettant aux investisseurs de bénéficier d'un avantage fiscal à l'entrée. Les fonds sont alloués selon une logique stratégique claire : structurer l'organisation (recrutements clés), accélérer le déploiement

Explication de la levée de fonds : national (notoriété et acquisition) et sécuriser l'exécution (trésorerie et outils opérationnels). Un financement bancaire complémentaire de 50 000 € permet de couvrir les besoins immédiats et les premiers investissements, renforçant la solidité financière de l'opération. La gouvernance proposée repose sur une approche légère et collaborative, incluant un comité stratégique et un reporting régulier, sans siège automatique au board afin de préserver l'agilité de la structure. L'horizon de sortie envisagé est de 5 à 7 ans, dans une logique de création de valeur progressive et de consolidation du marché, avec des perspectives de cession à un acteur hôtelier, une plateforme de distribution ou un fonds de capital-développement. L'objectif est de poser les bases d'un modèle scalable à l'échelle nationale, en sécurisant la qualité d'exécution et en construisant une marque forte dans un marché en structuration.

Montant recherché : 350 k€
Participation proposée : Minoritaire

Eléments chiffrés

En k€/année	2024	2025	2026	2027
CA			45	750
Marge brute			15	200
EBE			-100	-45
Résultat exploitation			-150	-80
Résultat net			-150	-200
Nb. de personnes			3	3

Autres chiffres

Fonds propres : 35 k€

Intitule_dettes : 20 k€

Trésorerie nette : 9 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Le marché de la location saisonnière connaît une transformation profonde, marquée par une montée en gamme et une professionnalisation accélérée. Depuis la crise sanitaire, les attentes des voyageurs se rapprochent des standards de l'hôtellerie : qualité de service, constance, équipements irréprochables et expérience globale deviennent essentiels. Dans le même temps, le marché reste très fragmenté, avec plusieurs milliers d'acteurs et des niveaux de qualité hétérogènes. D'autres acteurs ont structuré une offre haut de gamme en s'appuyant sur une forte capacité de distribution et une sélection de biens premium. Leur modèle reste toutefois principalement centré sur la commercialisation et la promesse de marque. À l'inverse, les conciergeries locales assurent l'exploitation opérationnelle, mais avec des standards variables et difficilement reproductibles à grande échelle. Cette organisation crée une dissociation entre la vente de l'expérience et son exécution réelle. Parallèlement, le secteur évolue vers une logique de parahôtellerie : la valeur ne repose plus uniquement sur le bien, mais sur l'expérience globale et les services associés. Cette mutation renforce le besoin d'acteurs capables de garantir une qualité homogène, de piloter la performance des biens et d'apporter une véritable structuration. Dans ce contexte, l'entreprise se positionne comme un opérateur d'hospitalité résidentielle, en intégrant l'ensemble de la chaîne de valeur : distribution, standardisation hôtelière, pilotage des Property Managers et optimisation du revenu. Là où le marché juxtapose les fonctions, la société les unifie au sein d'un modèle cohérent, scalable et centré sur l'expérience.

Concurrence

Le marché est aujourd'hui structuré autour de plusieurs types d'acteurs, sans qu'aucun ne couvre l'ensemble de la chaîne de valeur. Des plateformes haut de gamme se positionnent sur la sélection de biens d'exception et la distribution internationale, avec une forte puissance de marque. Leur modèle reste toutefois principalement centré sur la commercialisation, avec une dépendance à des opérateurs locaux pour l'exécution. À l'inverse, les conciergeries locales assurent la gestion opérationnelle des biens, mais avec des niveaux de qualité et de structuration très variables, souvent difficiles à standardiser à grande échelle. Enfin, l'hôtellerie traditionnelle propose un cadre structuré et des standards élevés, mais ne répond pas à la demande croissante d'intimité, de flexibilité et d'expériences résidentielles. Dans ce paysage, la cible se distingue par un modèle intégré de hospitalité résidentielle, combinant les standards de l'hôtellerie, la puissance de distribution et un réseau structuré de Property Managers, permettant de garantir une expérience homogène et scalable.

Points forts / faibles

Points forts

La société combine un modèle asset-light et scalable avec une approche hôtelière structurée, permettant de maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur.

Cette intégration garantit une expérience homogène, optimise la performance des biens et génère une amélioration progressive des marges.

Porté par un effet réseau et une expansion rapide, le modèle repose sur des revenus récurrents et une forte capacité de croissance.

Points faibles

Le modèle nécessite une phase initiale d'investissement avant l'atteinte de la rentabilité, liée à la structuration du réseau et au déploiement territorial.

La qualité de l'expérience repose sur un réseau de Property Managers, impliquant des enjeux de formation, de standardisation et de contrôle qualité.

Le développement dépend également de la capacité à structurer et animer ce réseau à l'échelle nationale.

Enfin, dans un marché en pleine structuration, la différenciation et la construction de marque constituent des leviers clés à activer dans la durée.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Compléments, spécificités

Le prévisionnel traduit une phase de lancement en 2026 (CA ~45 k€), suivie d'une forte montée en puissance dès 2027 (CA ~750 k€), portée par le déploiement du réseau de Property Managers et l'augmentation du parc de maisons.

Le modèle atteint son point mort en 2028 avec un chiffre d'affaires supérieur à 2,7 M€ et une première rentabilité nette (~74 k€), puis poursuit sa croissance avec un objectif de plus de 5 M€ de chiffre d'affaires à horizon 2029.

La structure asset-light et le modèle commission-based permettent une amélioration progressive des marges, notamment grâce à l'amortissement des investissements initiaux et à l'effet d'échelle.

Profil d'investisseur

Personne physique ou morale

Complément sur l'investisseur

L'entreprise privilégie des investisseurs partenaires, sensibles aux univers de l'hospitalité, du tourisme et de l'immobilier et partageant une vision entrepreneuriale et long terme.

Au-delà de l'apport financier, la société recherche des profils capables de contribuer au développement du projet par leur expérience, leur réseau ou leur capacité d'accompagnement stratégique.

La levée est ouverte à des Business Angels, investisseurs privés et family offices, dans une logique de co-construction.