

BUSINESS PLAN — SOLÉA

Boutique de produits beauté européens inspirée de la chaîne espagnole Tramontana

“La belleza europea accesible en Venezuela”

1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Présentation du projet

SOLÉA est une boutique spécialisée dans la vente de produits de beauté, cosmétiques, parfums, accessoires et petits appareils inspirés de la sélection proposée par la chaîne espagnole Tramontana.

Le concept repose sur :

- des produits européens modernes,
- un excellent rapport qualité/prix,
- une forte identité visuelle,
- une expérience boutique premium accessible,
- et un investissement initial maîtrisé.

Le projet débutera par une boutique pilote située dans un centre commercial premium à Caracas, avec une sélection ciblée de produits issus de l'univers Tramontana :

- body mist,
- parfums,
- accessoires beauté,
- appareils capillaires,
- coffrets cadeaux,
- produits lifestyle.

SOLÉA ambitionne de devenir :

une référence de la beauté européenne accessible au Venezuela.

2. LE CONCEPT

Une boutique inspirée de l'univers Tramontana

Le projet consiste à sélectionner et proposer au Venezuela les produits les plus attractifs de la chaîne espagnole Tramontana, reconnue pour :

- ses prix accessibles,
- ses produits tendances,
- ses packagings modernes,
- et son excellent rapport qualité/prix.

SOLÉA ne sera pas un supermarché, mais une boutique spécialisée et élégante inspirée de cet univers.

Positionnement

Le concept se situe entre :

- boutique beauté moderne,
 - concept store européen,
 - et boutique lifestyle méditerranéenne.
-

3. POURQUOI CE CONCEPT PEUT FONCTIONNER AU VENEZUELA

Marché très orienté beauté

Le Venezuela reste un marché fortement lié :

- à l'esthétique,
 - au parfum,
 - à l'image,
 - aux produits beauté,
 - et aux tendances internationales.
-

Opportunité commerciale

Le marché local se divise souvent entre :

- produits low-cost sans image forte,
- ou marques premium trop coûteuses.

SOLÉA se positionne parfaitement entre les deux :

qualité européenne + prix accessibles.

Force des produits Tramontana

Les produits sélectionnés possèdent :

- des packagings modernes,
 - une forte valeur perçue,
 - un style européen attractif,
 - et des prix d'achat compétitifs.
-

4. GAMMES DE PRODUITS

A. Cosmétique & parfums

Produits principaux :

- body mist,
 - eaux de toilette,
 - parfums,
 - coffrets cadeaux,
 - lotions,
 - soins corps,
 - gels douche,
 - produits glow.
-

B. Accessoires beauté

- trousse,
 - accessoires cheveux,
 - petits produits lifestyle,
 - produits cadeaux.
-

C. Beauty Tech

- sèche-cheveux,
 - brosses chauffantes,
 - fers,
 - appareils LED,
 - tondeuses,
 - accessoires capillaires.
-

5. CLIENTÈLE CIBLE

Client principal

Femmes 15–45 ans

Recherche :

- produits tendances,
 - esthétique moderne,
 - prix accessibles,
 - produits Instagrammables,
 - cadeaux.
-

Client secondaire

Hommes

- parfums,
 - accessoires,
 - appareils,
 - cadeaux.
-

6. POSITIONNEMENT COMMERCIAL

ADN de marque

SOLÉA représente :

- l'élégance européenne,
 - la modernité espagnole,
 - la beauté accessible,
 - et le lifestyle méditerranéen.
-

Positionnement stratégique

“Affordable European Beauty”

Objectif :

proposer une expérience boutique premium,
sans les prix des grandes marques de luxe.

7. EMBLACEMENT IDÉAL

Centres commerciaux ciblés

Caracas

- Sambil
 - Tolón
 - CCCT
 - Líder
 - El Recreo
-

Surface idéale

20 à 40 m²

Boutique compacte :

- rentable,
- moderne,
- forte valeur visuelle.

8. INVESTISSEMENT INITIAL

Poste	Budget estimatif
Local + caution	3 000 – 8 000 €
Travaux légers	2 000 – 5 000 €
Mobilier boutique	2 000 – 4 000 €
Premier stock	8 000 – 20 000 €
Import/logistique	2 000 – 5 000 €
Communication lancement	1 000 – 3 000 €
Divers & sécurité	2 000 €

TOTAL ESTIMÉ

18 000 € à 45 000 €

9. MODÈLE ÉCONOMIQUE

Marges intéressantes

Exemple :

Produit	Prix Espagne	Vente Venezuela
Body Mist	3 €	8–12 \$
Coffret parfum	5 €	15–20 \$
Brosse chauffante	12 €	30–45 \$

Rentabilité

Le modèle repose sur :

- achats impulsifs,
 - rotation rapide,
 - faible surface,
 - forte valeur perçue.
-

10. STRATÉGIE D'IMPORTATION

Approvisionnement Espagne

Le projet prévoit :

- sourcing produits Tramontana,
 - achats directs,
 - consolidation logistique,
 - import régulier vers le Venezuela.
-

Logistique

Phase initiale

Transport aérien.

Phase développement

Transport maritime partiel selon volumes.

11. STRATÉGIE MARKETING

Réseaux sociaux centraux

- Instagram
 - TikTok
 - WhatsApp Business
-

Contenu principal

- nouveautés Espagne,
 - produits tendances,
 - vidéos boutique,
 - unboxing,
 - ambiance européenne,
 - influenceuses.
-

12. PRÉVISIONS FINANCIÈRES

Objectif boutique pilote

CA mensuel cible :

8 000 \$ à 25 000 \$

Marge moyenne estimée

45 % à 65 %

Avantages du modèle

- faible structure,
 - petit local,
 - stock compact,
 - forte rentabilité au m².
-

13. PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Phase 1

Boutique pilote Caracas.

Phase 2

Développement digital.

Phase 3

Import plus large.

Phase 4

E-commerce.

Phase 5

Expansion nationale.

14. CONCLUSION

SOLÉA représente un projet :

- moderne,
- accessible,
- scalable,
- parfaitement adapté au marché vénézuélien.

Le concept combine :

- produits européens inspirés de la chaîne espagnole Tramontana,
- forte image visuelle,
- prix accessibles,
- et expérience boutique premium.

Le projet est conçu pour démarrer avec un investissement raisonnable, tout en offrant un fort potentiel de croissance à moyen terme.