



# ILLUSIONS GOURMANDES

✦ Rendre beau ce qui est bon ! ✦

**I - L'entreprise**

**II - Analyse & Stratégie Créasim**

**III - Stratégie communication**

**IV - Site web**



# I-L'entreprise

# Notre Histoire

## RENDRE BEAU CE QUI EST BON



### Une idée née d'un constat :

- L'alimentation impacte notre bien-être, cuisiner est devenu une corvée ou un luxe



### Notre problématique :

- Méconnaissance des produits
- Manque de temps
- Accès limité au "bien manger"



### Notre solution :

- Offrir des ateliers immersifs pour sublimer les produits locaux



### Notre promesse :

**"Bien plus qu'un cours de cuisine, une expérience magique et responsable"**





## Alice Hoedts

Fondatrice d'Illusions  
Gourmandes



## Lucie Raulo

Fondatrice  
d'Illusions Gourmandes



## Iris Boubennec

Fondatrice d'Illusions  
Gourmandes



## Ingrid Champain

Fondatrice d'Illusions  
Gourmandes



**4 concurrents indirect**



**Marché haute gamme**

15 personnes par cours, pour un atelier plus personnalisé et convivial



## ILLUSIONS GOURMANDES



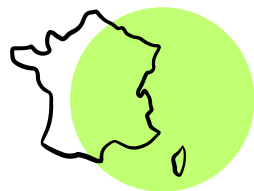
**Localisé en banlieue de Cesson-Sévigné**

Local de 60 m<sup>2</sup>



**Marque 100% Française**

Entreprise SASU



**Franchisation dans chaque région**

Faire découvrir le terroir, et la gastronomie Française



# Plateforme de marque

## Nos Valeurs

**La Créativité** : moment d'inspiration et d'imagination personnelle

**Le Partage** : rassembler et échanger avec ceux vibrent pour la cuisine

**L'Innovation** : réinventer les techniques et concepts qui vont au-delà de la cuisine traditionnelle

## Les Cibles

- **Passionnés** et à la recherche de vivre de nouvelles expériences immersives
- **Adultes actifs** (18-50 ans) **Couples / Amis / Touristes**
- **Résident** principalement dans la région de **Rennes et ses alentours**

## Notre Vision

“Re-connecter les gens à la cuisine, tout en leur permettant d’avoir le plaisir de pouvoir créer et partager leurs propres plats de manière saine.”

## Nos Engagements

- Cuisiner responsable,
- Consommer local,
- Rendre beau ce qui est bon



## Positionnement

**1ère période** : Moyenne Gamme

**2ème & 3ème période** : Haute Gamme



## Nos Missions

- Rendre **Beau** ce qui est **Bon**
- **Redonner** du **sens** à la cuisine
- Créer des **moments de partage**
- **Innover** et **Inspirer**



## Notre Personnalité

- **Chaleureux** et **Convivial**
- **Passionné** et **Engagé**
- **Innovant**

# Charte Graphique



Logo



Motifs



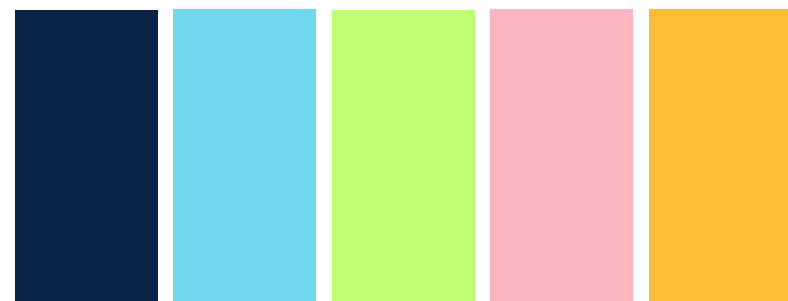
Déclinaisons Logo



Mochups



Couleurs



Typographies

**Avenir Next**  
Avenir Next  
Avenir Next  
Avenir Next  
Avenir Next  
Avenir Next  
Avenir Next  
Avenir Next

# II-Analyse & stratégie

**MSA****Cours du midi****15**  
**Participants****1h****23€****6cours/sem****24cours/mois****SSP****Cours du soir****15**  
**Participants****2h30****69€****3cours/sem****12cours/mois****WEP****Cours du WK****15**  
**Participants****2h30****99€****5cours/sem****20cours/mois**



## Chef

Cyrille Bergot

Il dirige la cuisine, crée les plats et supervise l'équipe

**Salaire :** 3500€/mois



## Commis

Quentin Sallafranque

Il assiste le chef, coordonne les préparations et veille au bon déroulement en cuisine

**Salaire :** 1800€/mois



## Assistante

Victoire Le Goff

Aide avec les tâches administratives et l'organisation

**Salaire :** 1800€/mois



## Chargée de communication

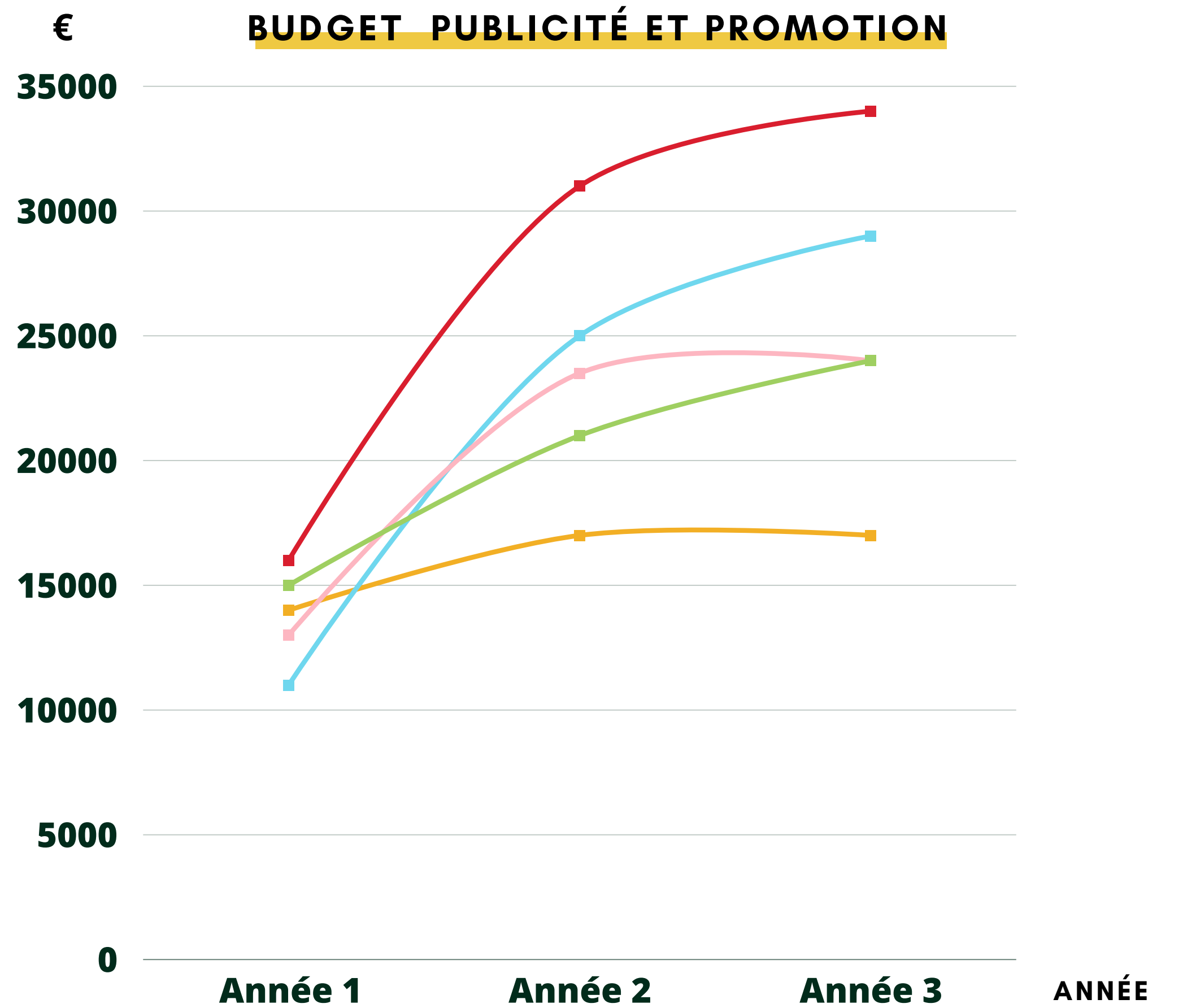
Léanne Pennec

Elle gère la communication (réseaux sociaux, photos, site web...) et les relations publiques

**Salaire :** 1800€/mois

## LEGENDE

- Entreprise 1
- Nous (Illusions Gourmandes)
- Entreprise 3
- Entreprise 4
- Entreprise 5





20000

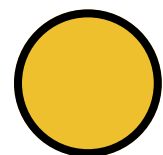
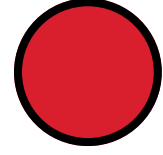
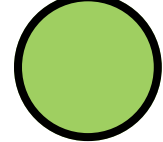
15000

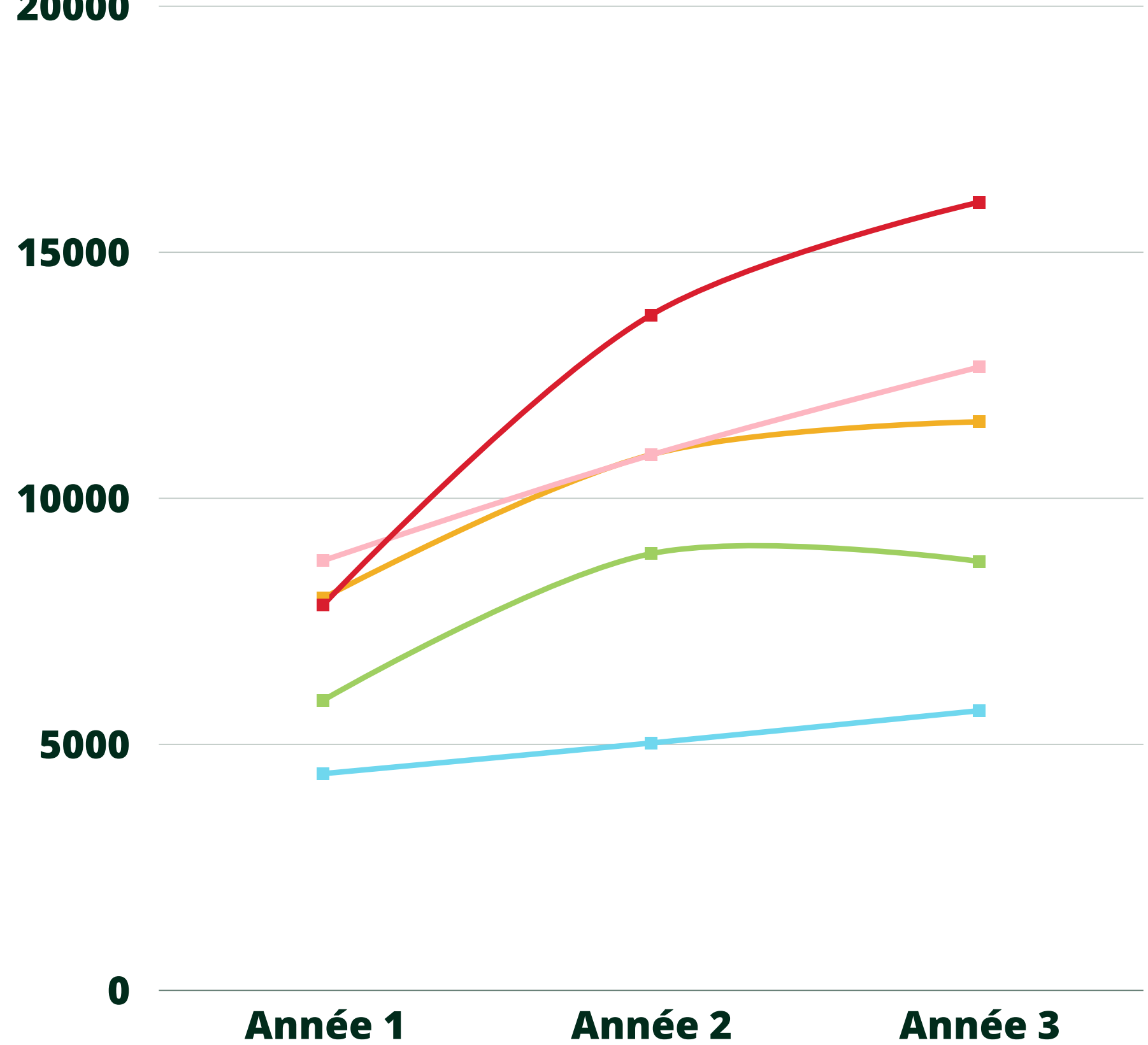
10000

5000

0

**LEGENDE**

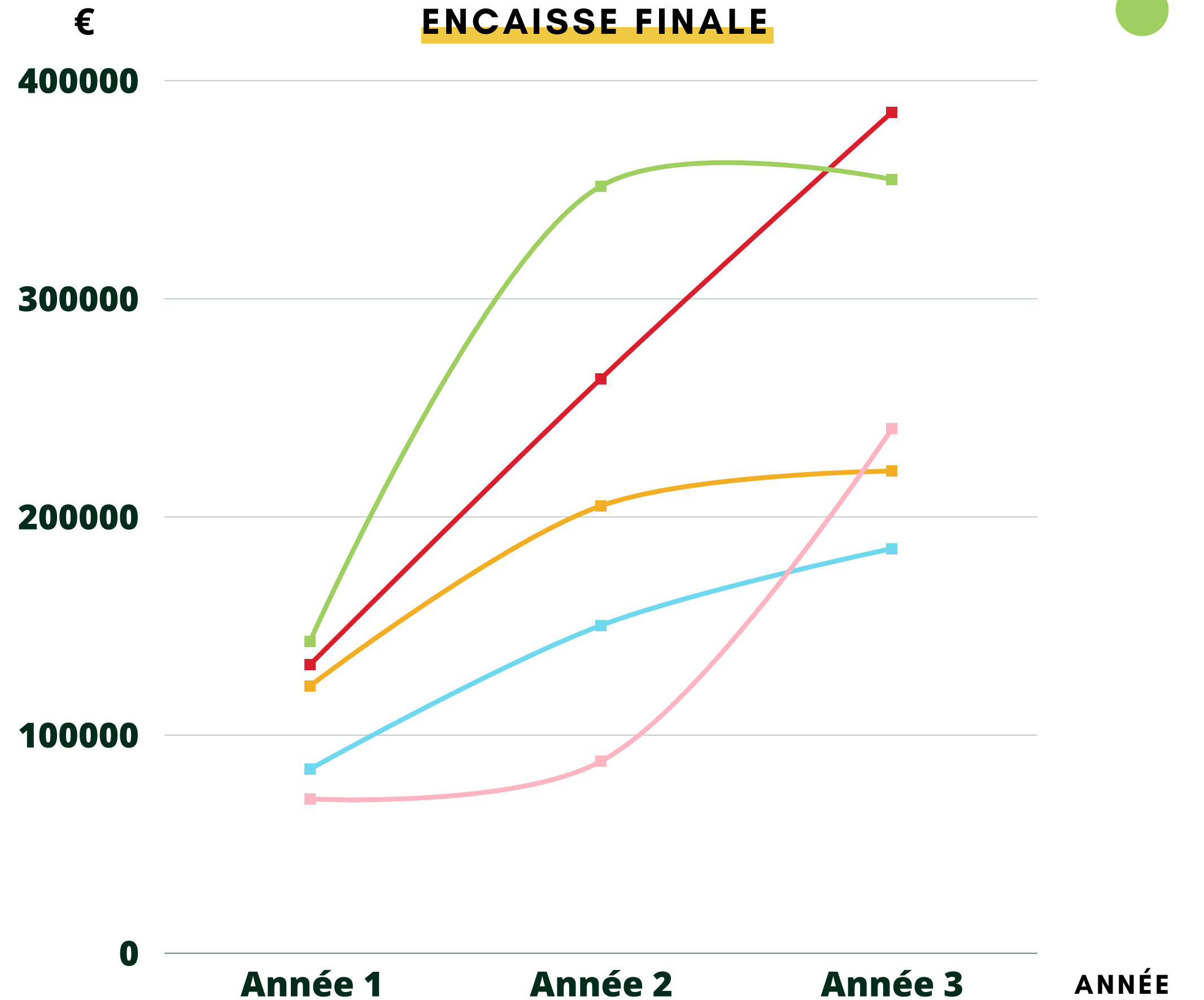
-  Entreprise 1
-  Nous (Illusions Gourmandes)
-  Entreprise 3
-  Entreprise 4
-  Entreprise 5

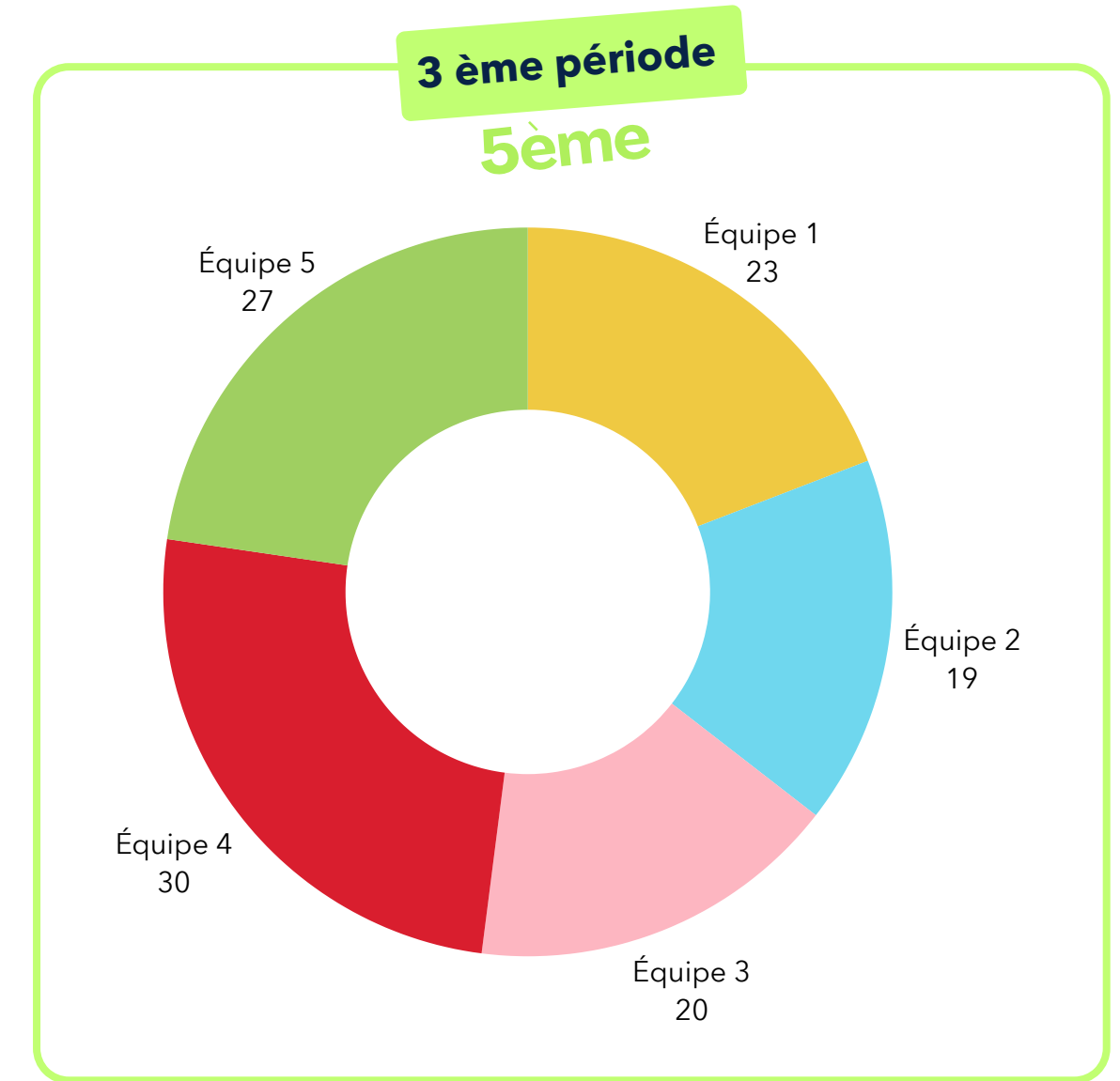
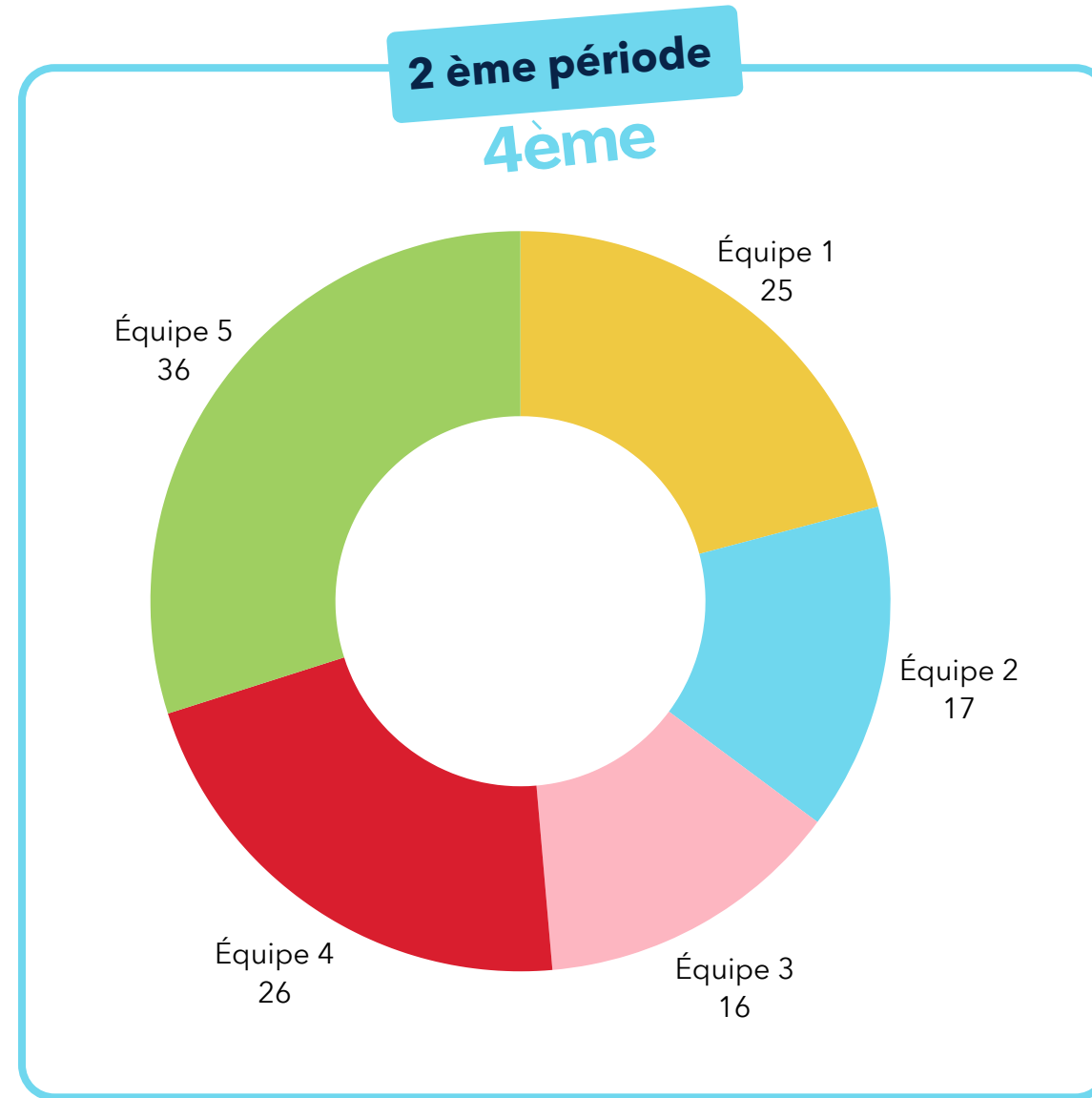
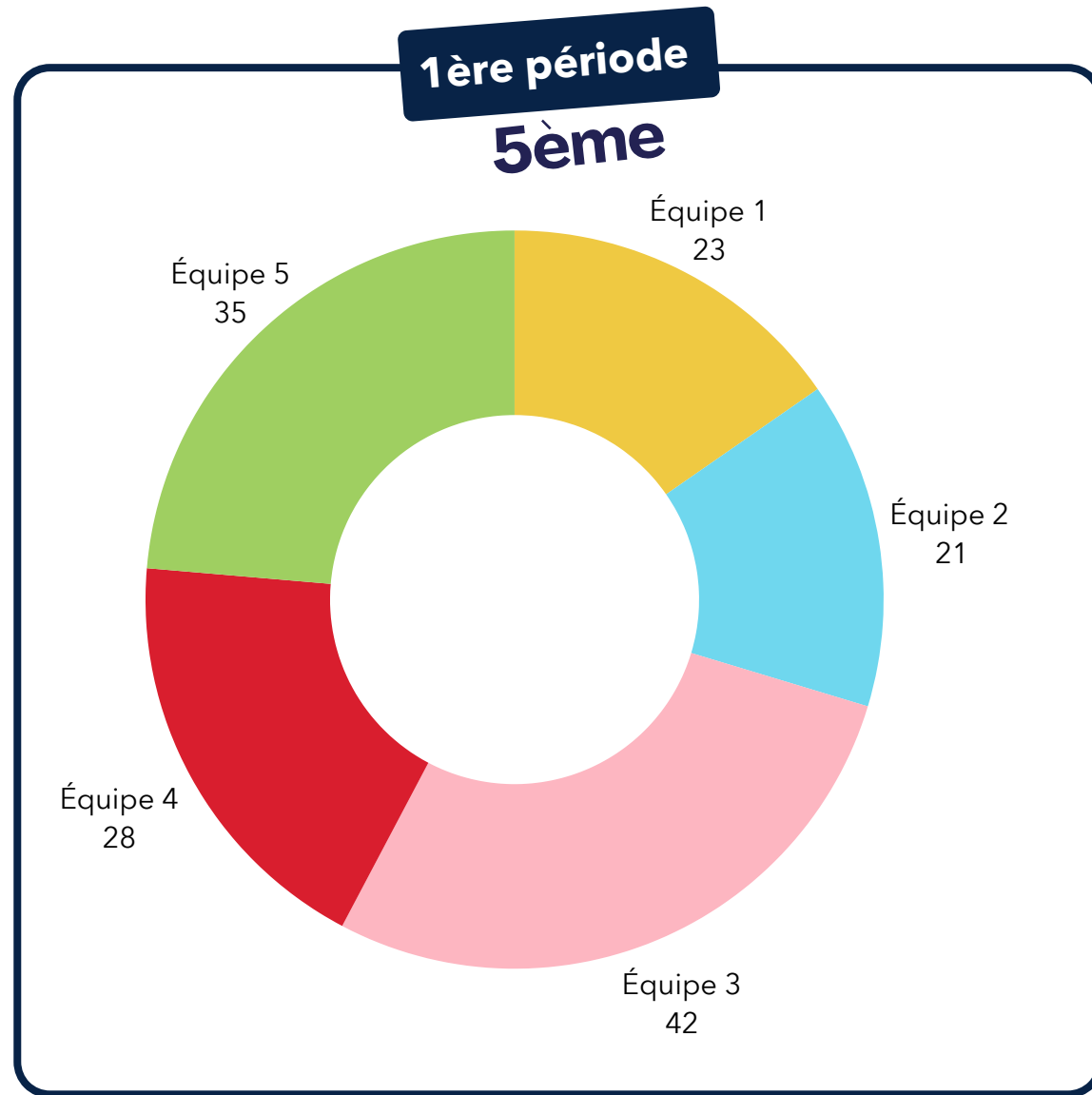




## LEGENDE

- Entreprise 1
- Nous (Illusions Gourmandes)
- Entreprise 3
- Entreprise 4
- Entreprise 5



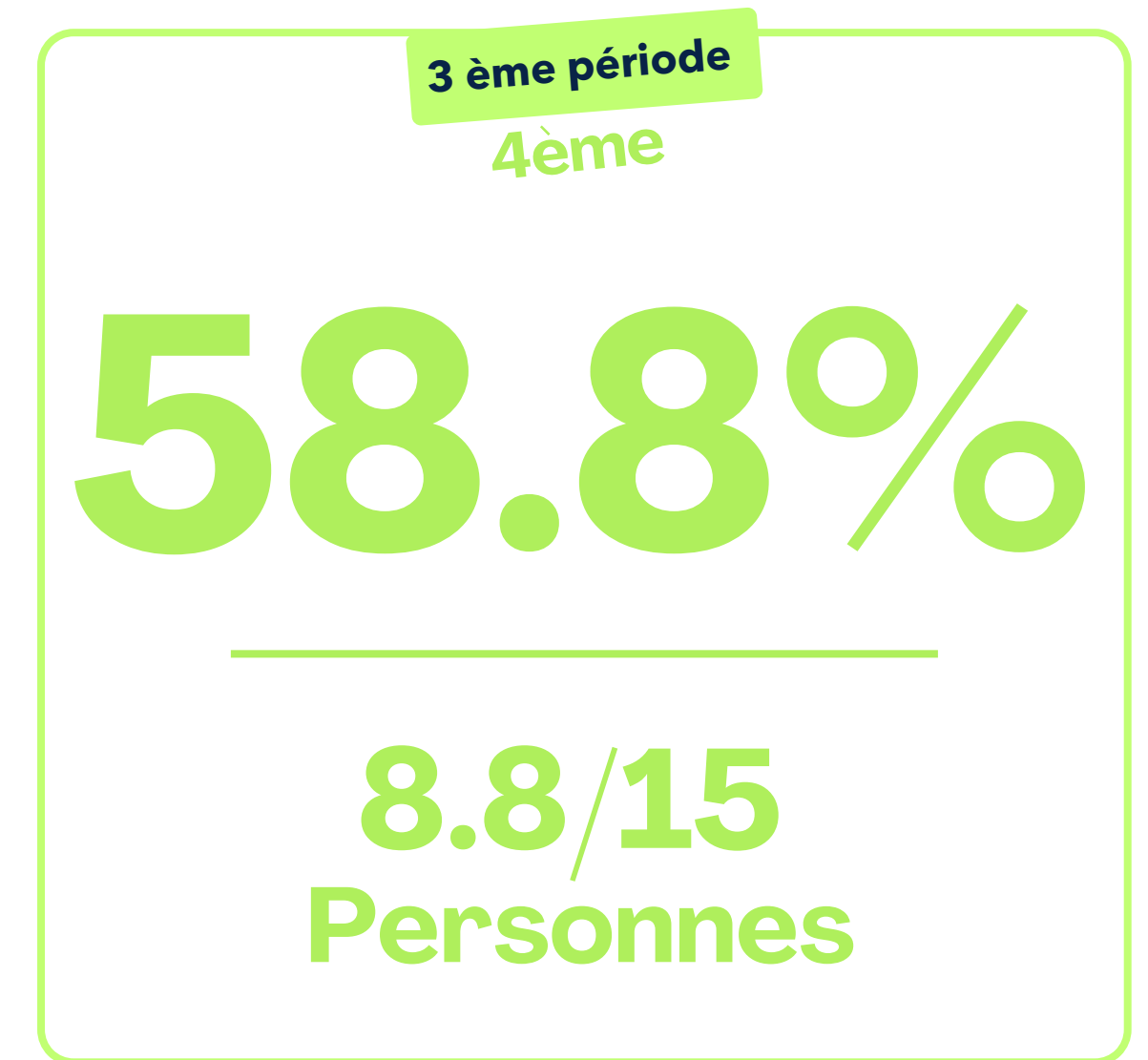
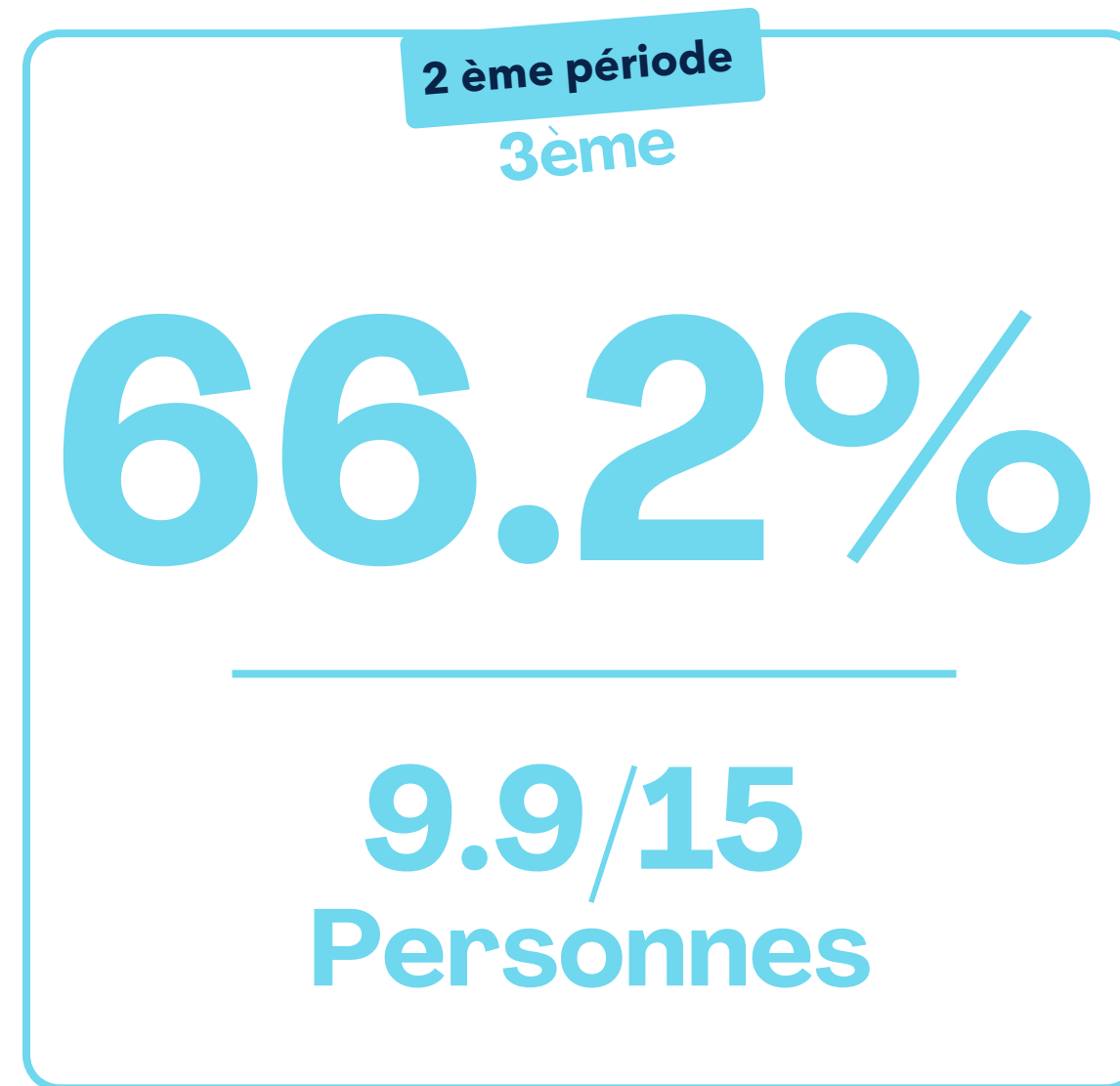
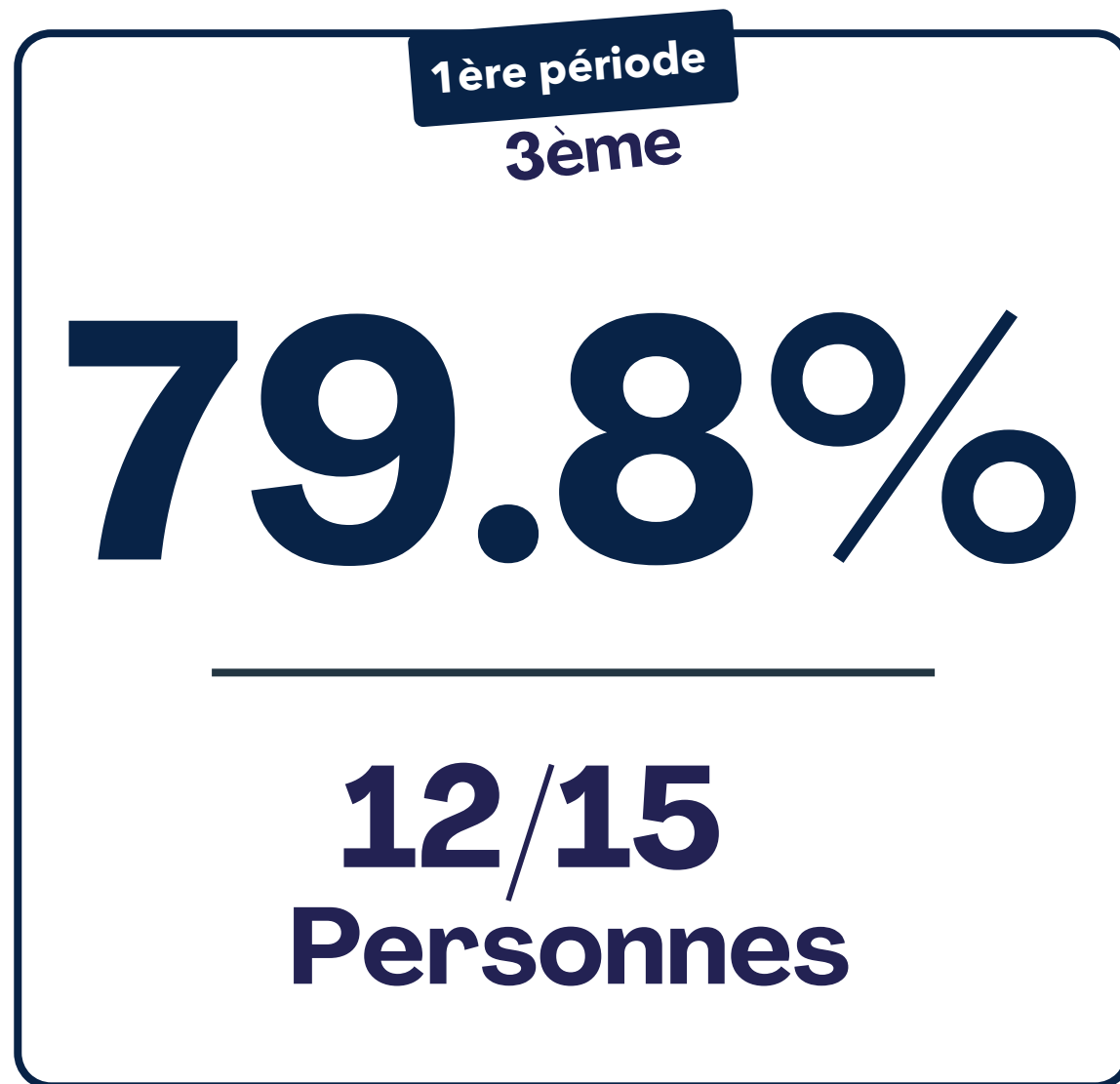


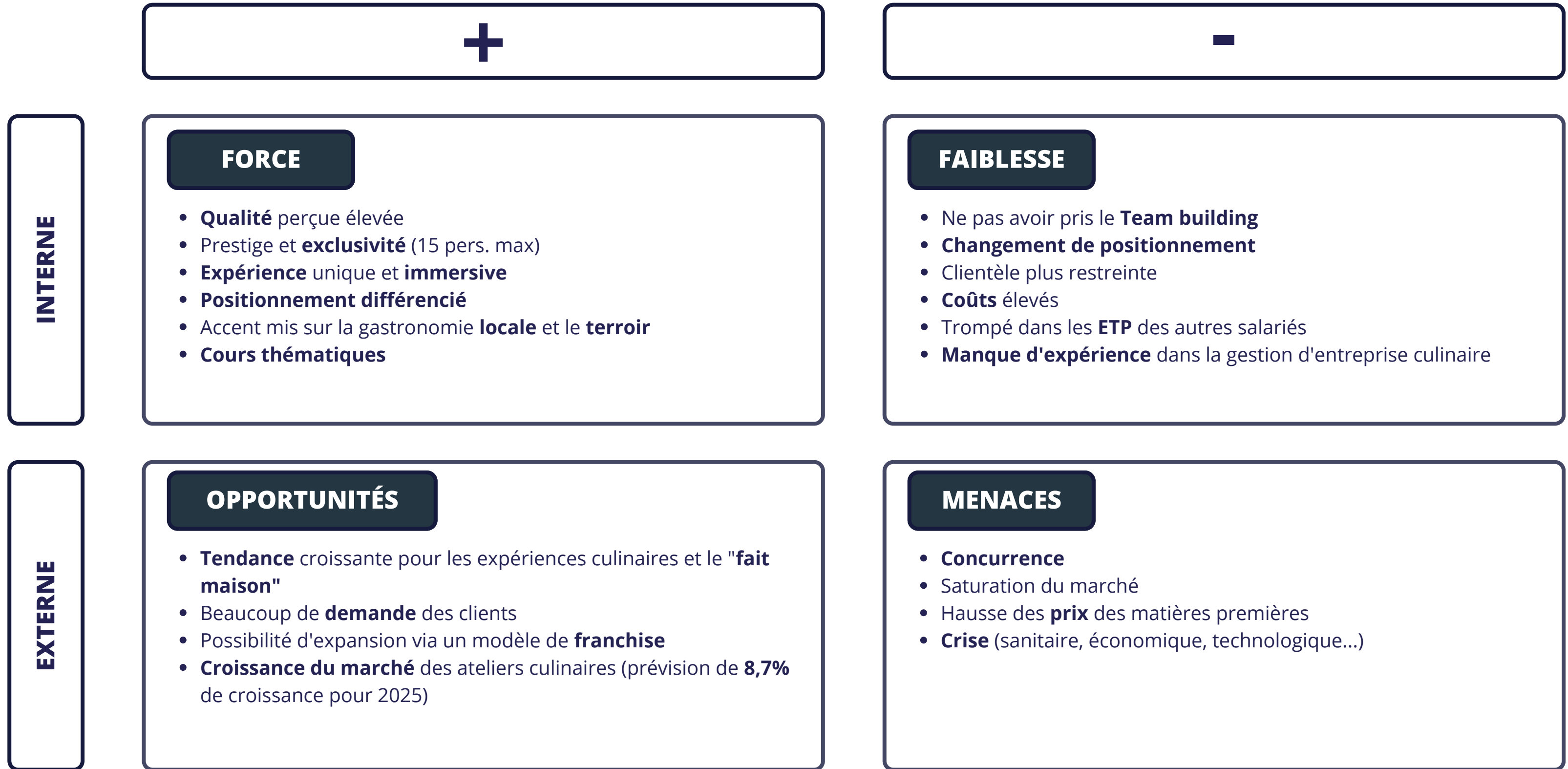
## LEGENDE

- Entreprise 1
- Nous (Illusions Gourmandes)
- Entreprise 3
- Entreprise 4
- Entreprise 5

**LES DONNÉES SONT EN POURCENTAGE**

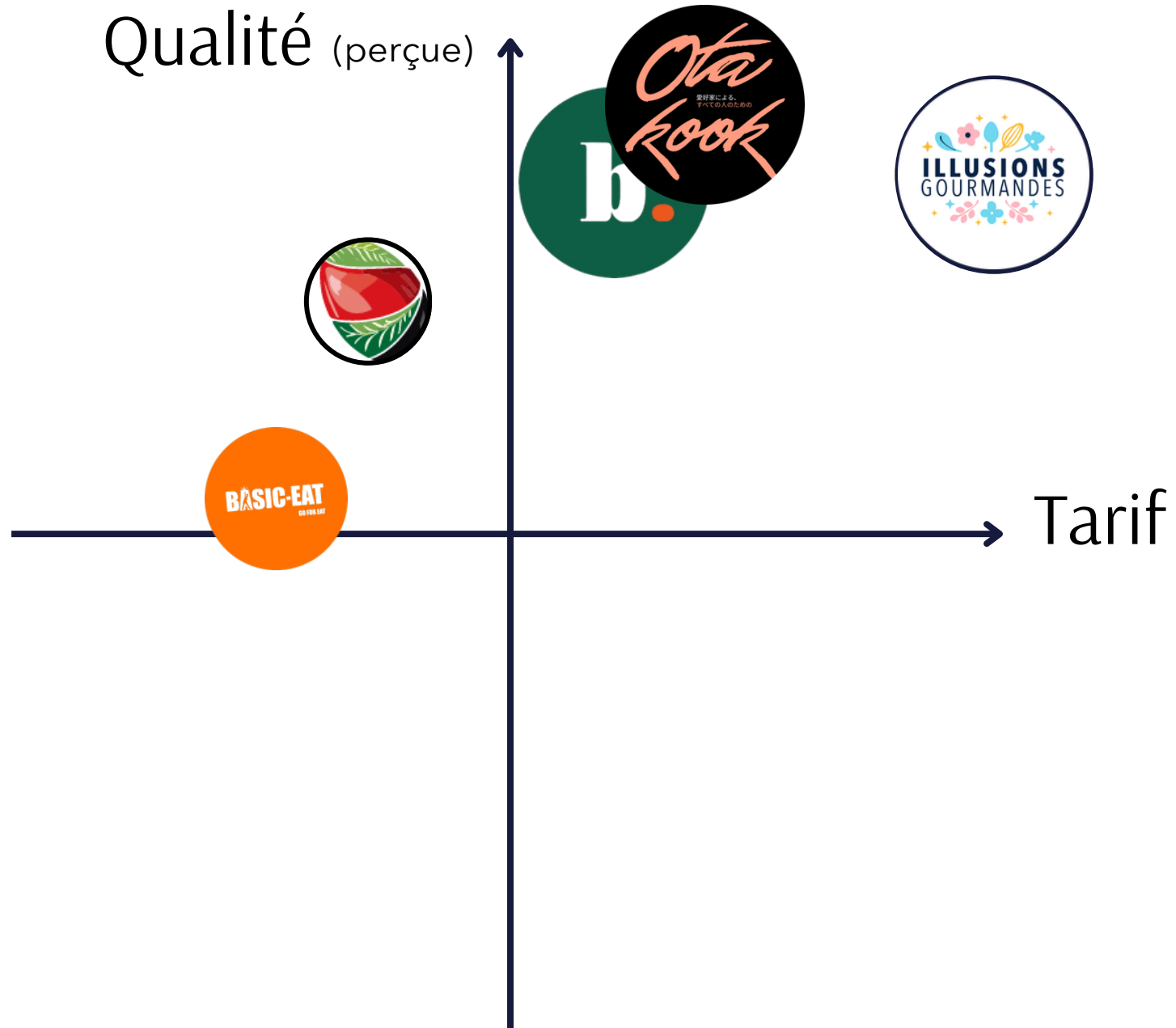
# Taux de remplissage







## Carte perceptuelle








(Période 3)

Entreprise					
Tarif (en €)	MSA-EMS : 14 WEP : 62	MSA-EMS : 23 MSR - SSP : 69 WEP : 99	MSA-EMS : 16 MSR - SSP : 46,40 WEP : 59,90	MSA-EMS : 19 MSR - SSP : 54 WEP : 73	MSA-EMS : 18 MSR - SSP : 55 WEP : 75
Qualité perçue (sur 10)	5,5	7,9	7,0	7,8	8,7
Positionnement	Axe 1	Axe 3	Axe 1	Axe 2	Axe 2
Part de marché	22,7%	19,4%	19,6%	30%	26,9%
Budget Communication (en €)	17 000	29 000	24 000	34 000	24 000

# **Avantage concurrentiel**



-  • **Niveau de la qualité de nos produits élevé (moyenne de 7,9/10)**
-  • **Bonne étude sur le positionnement + seul sur le marché (2ème & 3ème période)**
-  • **Pas de démissions de nos salairés (taux d'indice à plus de 110% du chef - 109% autres...)**
-  • **Performance Stable**
-  • **Avantage communication (note 4,75/5) moyenne de 2,90**



- 1 Être sincère et s'excuser
- 2 Nous sommes restées factuelles et avons procédé à une enquête
- 3 Call To Action, nous avons repris contact avec l'Assoconso pour leur présenter les résultats de l'enquête.

**2 email**

Monsieur OUTUPEUR,

Nous vous remercions de nous avoir contactés et prenons très au sérieux les préoccupations soulevées par votre association.

Nous sommes sincèrement navrés d'apprendre que plusieurs participants ont été victimes d'une intoxication alimentaire. Sachez que la sécurité et la satisfaction de nos clients sont au cœur de nos priorités.

Dès la réception de votre e-mail, nous avons immédiatement lancé une enquête interne pour identifier la cause possible de cette situation. Les mesures suivantes ont été mises en place sans délai :

- Vérification rigoureuse des produits alimentaires utilisés
- Contrôle des protocoles d'hygiène et de sécurité
- Suspension temporaire des prochains ateliers

Nous collaborerons activement avec les autorités compétentes pour clarifier cette situation et, si nécessaire, nous fournirons tous les documents relatifs à nos approvisionnements et à nos procédures sanitaires.

Par ailleurs, nous souhaiterions obtenir plus de détails concernant les symptômes, la chronologie des événements et les participants affectés afin de faciliter l'enquête.

Nous vous assurons que nous prenons toutes les mesures nécessaires pour résoudre cette situation et revenons vers vous dans les plus brefs délais.

Nous restons à votre disposition pour tout complément d'information et vous prions d'agréer nos solutions les plus sincères.

L'équipe Illusions Gourmandes

**Réseaux sociaux**

**COMMUNIQUE OFFICIEL**

**INFORMATION IMPORTANTE**

Nous tenons à présenter nos excuses les plus sincères aux personnes concernées. Nous prenons cet incident très au sérieux et mettons tout en œuvre pour qu'il ne se reproduise plus.

Suite à une enquête interne immédiate, il a été découvert qu'un lot de pommes contaminées par des résidus de pesticides, fourni par l'un de nos partenaires, est à l'origine du problème. La sécurité et la qualité de nos produits sont notre priorité absolue.

**Actions mises en place :**

- 📄 Achat du Scan EAT pour détecter la présence de pesticides et polluants sur nos produits.
- 📄 Retrait immédiat du lot concerné et vérification complète des stocks.
- 📄 Suspension de notre collaboration avec le fournisseur impliqué.
- 📄 Renforcement strict de nos contrôles qualité pour éviter toute récurrence.

Au quotidien, nous travaillons avec des partenaires locaux engagés, passionnés par leur métier, qui partagent nos valeurs de qualité et d'authenticité. Cela fait partie de notre engagement pour vous offrir des produits sûrs et responsables. Votre confiance compte énormément et nous tenons à vous apporter toute la transparence.

📞 Contactez nous en DM ou à [contact@illusions-gourmandes.fr](mailto:contact@illusions-gourmandes.fr) pour toute information complémentaire.

Merci pour votre compréhension.

L'équipe Illusion Gourmande 🌟

**Post sur**

- Instagram
- Facebook
- X
- Communiqué de presse

**Conférence de presse**

**Communiqué de presse - Pitch**

Durée : 5min

Arguments :  
Je suis... les fondatrice de l'entreprise Illusion Gourmande

-> **Excuse dans un premier temps** : "Nous avons été informés d'un incident regrettable survenu lors de l'un de nos récents ateliers de cuisine, ayant conduit à des cas d'intoxication alimentaire parmi certains participants. Tout d'abord, nous tenons à exprimer notre sincère empathie envers les personnes concernées. Leur santé et leur bien-être sont notre priorité absolue.

En tant qu'entreprise engagée (rappeler les valeurs) dans la promotion de la gastronomie et des bonnes pratiques culinaires, cet événement est en total désaccord avec nos valeurs. Nous avons effectué une enquête interne et nous avons immédiatement pris les mesures suivantes :

- vérifier les produits
- contrôle protocole hygiène
- suspension temporaire ateliers

**après enquête interne**

- Achat scan scan EAT
- Retrait complet DU LOT
- Arrêt de la Collab
- RENFORCEMENT CONTRÔLE QUALITÉ

Depuis notre création, notre mission a toujours été de transmettre l'art de la cuisine dans un cadre convivial et de rendre la nourriture beau et bon. Cet événement isolé ne reflète en rien notre engagement constant envers l'expérience culinaire et la sécurité de nos clients.

Nous remercions nos participants pour leur confiance et leur compréhension en cette période délicate. Nous vous tiendrons informés des résultats de notre enquête et des actions correctives mises en place.

Pour toute question ou pour signaler un éventuel problème, nous vous invitons à contacter notre

**Alice qui a pris la parole :**

- S'excusait
- A parlé des faits
- Répétition valeurs
- Calme et sûr d'elle
- A parlé des solutions

# III-Communication



## 1ère période

- WEP = 6 000

**Communication ciblant les particuliers susceptibles de venir aux cours du week-end midi et soir**

---

- MSA = 5 000 (le max)

**Communication ciblant spécifiquement les actifs**

## 2ème période

- SSP = 8 000 (le max)

**Communication ciblant spécifiquement les personnes susceptibles de venir aux cours du soir en semaine**

---

- WEP = 12 000 (le max)

**Communication ciblant les particuliers susceptibles de venir aux cours du week-end midi et soir**

---

- MSA = 5 000 (le max)

**Communication ciblant spécifiquement les actifs**

## 3ème période

- SSP = 10 000 (+ du max)

**Communication ciblant spécifiquement les personnes susceptibles de venir aux cours du soir en semaine**

---

- WEP = 12 000 (le max)

**Communication ciblant les particuliers susceptibles de venir aux cours du week-end midi et soir**

---

- MSA = 7000 (+ du max)

**Communication ciblant spécifiquement les actifs**



**Sophie Leroy**

- 37 ans
- Mère de famille
- Peintre
- Salaire Annuel 62 000€

 **Vit à Paris**

« La cuisine, c'est quand les choses ont le goût de ce qu'elles sont. »  
Curnonsky

## BESOINS

Sophie **souhaite apporter une touche d'originalité à ses repas familiaux** tout en **enrichissant ses connaissances culinaires** et souhaite également de donner envie à ses enfants de manger ses plats avec un beau visuel. Elle aspire à vivre des expériences immersives dans l'univers de la gastronomie, où créativité et plaisir se mêlent, sans jamais tomber dans la monotonie

## Traits de personnalité

- **Créative**
- **Optimiste**
- **Souriante**
- **Curieuse d'apprendre**
- **Capacité à prendre des décisions**

## PERSONNALITE

Sophie est une maman de **deux enfants, âgés de 8 et 11 ans**. Elle a suivi des études dans une école d'art. **Passionnée par le design et le graphisme**, elle a su concilier ses études avec sa vie familiale.

C'est à la fin de son cursus scolaire qu'elle rencontre son mari, un manager expérimenté dans une entreprise où elle a travaillé quelques mois en stage en tant que peintre décorative. Leur collaboration professionnelle s'est rapidement transformée en une belle histoire d'amour. Après s'être mariés, ils ont fondé une famille et aujourd'hui, ils partagent une vie épanouie, où Sophie jongle entre sa carrière, ses passions et son rôle de maman.

## Frustrations








- Sophie **s'ennuie en cuisinant** donc cherche un peu de dynamisme et de créativité à travers ses repas.
- Elle veut **rendre ses repas plus beaux** pour donner envie à ses enfants de manger.
- Elle **cherche à préparer des repas originaux et amusants** pour rendre la cuisine plus ludique.

## PASSIONS

Sophie **aime cuisiner, prendre des photos de ses plats**, et créer des objets décoratifs pour sa maison. Elle aime aussi dessiner/peindre, prendre du temps pour soi, écrire et trouver des activités créatives à faire avec ses enfants.

# Plan de Communication

## Contenu ?

- **Réseaux sociaux** : instagram, pinterest, tiktok, facebook    
- **Site web + Blog** 
- Événements (par saison : Halloween, Noël...) 
- Chez nos partenaires 


## Quoi ?

### Photos :

- **Ateliers** : Participants en pleine immersion
- **Plats** : couleur, produit, texture, lumière
- **Local** : un lieu d'immersion complète, univers évolutif et adaptatif
- **Concours photo** avec système de récompense (ex: bons cadeaux)

 Source de motivation

### Podcast :

- Axé sur la **cuisine** et les sujets sociétaux  
 (rapport **alimentation**, problématiques, portraits inspirants, la cuisine local, les produits...)

### Vidéos :

- Présentation produit
- **Tutos** recettes

# Plan de Communication

## Quand ?


- Récurrence : **2 à 3 fois / semaine** & 1 à 2 fois à A+1
- Spécial pour les fêtes : Noël, Pâques, Épiphanie...
- Intervention particulière : anniversaires de nos participants

## Qui ?

- **Les participants potentiel d'être des ambassadeurs passifs**
  1. Moments "instagrammables".
  2. Hashtag dédié.
  3. Partages spontanés (UGC).
- Partenariats :
- **Producteurs locaux**
- Offices de tourisme et structures territoriales
- Collaborations **Artistes** : peintres (Sylvie GUEVEL), musiciens, designers...

## Pourquoi ?

- Développer notre **notoriété** (valorisation de la marque)
- Transmettre nos **valeurs, objectifs, engagements**
- **Fidélisation** de la clientèle + bons verbatims

→ Bouche-à-oreille 

# Objectifs SMART

## Spécifique

- Organiser **des pop-ups** créatifs et locaux dans **chaque région pendant un mois**
- Proposer des cours à un **tarif moyen de 99€** par personne
- Proposer **des menus adaptés aux spécialités locales** pour créer un sentiment d'appartenance

## Mesurable

- **Taux de remplissage** estimé à **60%**
- Objectif : **20 000 € de CA** par région
- **80 %** des participants laissent un avis via QR code ou formulaire

## Atteignable

- Utiliser **réseaux sociaux, influenceurs locaux, et publicités ciblées** pour attirer les clients

## Réaliste

- **Possible grâce à des villes < 50 000 hab.** et un plan marketing adapté
- **Basé sur un marché** où le prix fixe des cours sont à **99 €**
- Favoriser **une meilleure immersion culinaire** et l'attrait local

## Temporel

- **16 cours de cuisine /mois par région** sur **une année entière**
- Cours de cuisine **pendant le week-end** (2 cours le samedi et dimanche)

# Événement Pop-Up

Illusions Gourmandes propose chaque mois un pop-up culinaire immersif dans une région de France, mettant à l'honneur les produits locaux et la créativité en cuisine.



## Réseaux sociaux

### Publicités sur Réseaux Sociaux (Facebook, Instagram, TikTok)

- Campagnes géolocalisées pour toucher les habitants de la région
- Contenu : Vidéo, ateliers en action, témoignages clients

### Google Ads

- Ciblage sur des mots-clés locaux et spécifiques
- Publicité sur des sites ou événements régionaux

## Presse et Radio Régionales

### Annonces dans la Presse Locale

- Journaux et magazines régionaux (Ouest-France, La Voix du Nord, etc.)

### Publicité Radio

- Diffusion sur des radios locales (France Bleu, NRJ locales)

## Affichage Local

- Affiches dans les zones à forte affluence : marchés, gares, abribus

## Objectifs de l'évènement :

1

**Faire connaître au niveau national et régional**

2

**Attirer une clientèle locale en valorisant les produits régionaux**

3

**Créer une expérience immersive mémorable qui combine créativité et gastronomie**

# Événement Pop-Up



## Partenariats Locaux

### Collaboration avec Producteurs et Artisans Locaux

- Inviter des producteurs locaux à participer à l'événement (dégustations, animations)
- Co-création de recettes avec des chefs régionaux

### Partenariats avec Influenceurs Locaux

- Inviter des influenceurs en gastronomie ou lifestyle à tester les ateliers et partager leur expérience sur les réseaux sociaux

## Distribution

- Distribution de flyers et cartes postales dans les marchés et rues commerçantes
- Animation culinaire rapide dans des lieux publics pour attirer l'attention
- Distribution de goodies utiles (ex. tabliers ou carnets de recettes).

## Bouche-à-Oreille

## Community Management

### Création d'un Hashtag Dédié

- #IllusionsGourmandes pour encourager les partages

### Stories et Lives pendant les Événements

- Un direct des ateliers pour donner envie aux absents de s'inscrire aux prochaines sessions

### Jeu-Concours

- Gagnez une place pour l'atelier de votre région en partageant un post

## Calendrier

### J-30 à J-15 (1 mois avant l'événement)

- Lancer les campagnes digitales (réseaux sociaux, Google Ads)
- Diffusion des annonces presse et radio locales

### J-14 à J-7 (2 semaines avant)

- Distribution de flyers
- Publication régulière sur les réseaux sociaux (1 à 2 fois/semaine)

### Jour J (Événement)

- Live sur Instagram et Facebook
- Des témoignages et photos des participants

### J+7 (Post-événement)

- Partager les meilleurs moments de l'événement
- Fidélisation des participants (newsletter, invitation à d'autres ateliers)



# Calendrier des évènements

MOIS	RÉGION	PRODUITS LOCAUX MIS EN AVANT
Janvier	Nouvelle-Aquitaine (Bordeaux)	Huîtres d'Arcachon, bœuf de Bazas, foie gras, vins de Bordeaux, truffes du Périgord.
Février	Grand Est (Strasbourg)	Choucroute, flammekueche, vins blancs d'Alsace, quiches lorraines, fromages munster et comté.
Mars	Provence-Alpes-Côte d'Azur (Marseille)	Herbes de Provence, citrons de Menton, poissons de Méditerranée, huile d'olive, tapenade, vins rosés.
Avril	Auvergne-Rhône-Alpes (Lyon)	Fromages (Saint-Nectaire, bleu d'Auvergne), lentilles du Puy, charcuterie, poulet de Bresse, vins de Savoie.
Mai	Normandie (Rouen)	Fromages (camembert, livarot), pommes, cidre, calvados, crème fraîche, coquilles Saint-Jacques.
Juin	Pays de la Loire (Nantes)	Vins du Muscadet, sel de Guérande, poissons de Loire, rillettes du Mans, légumes de saison.

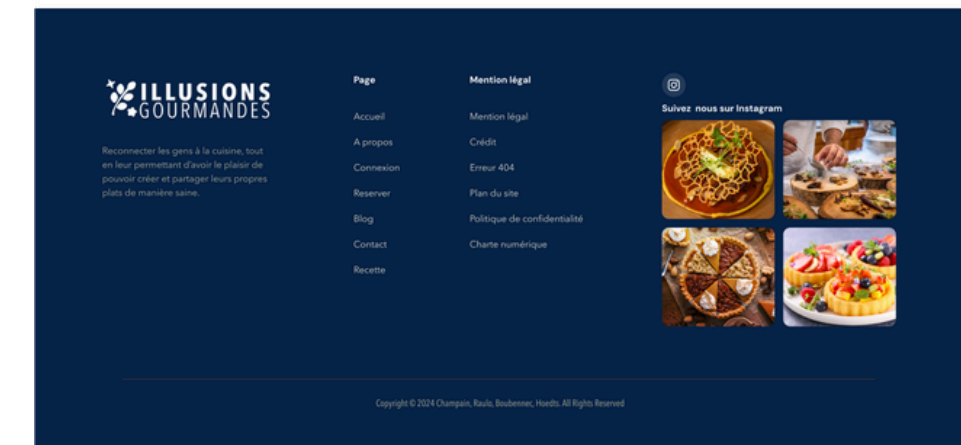
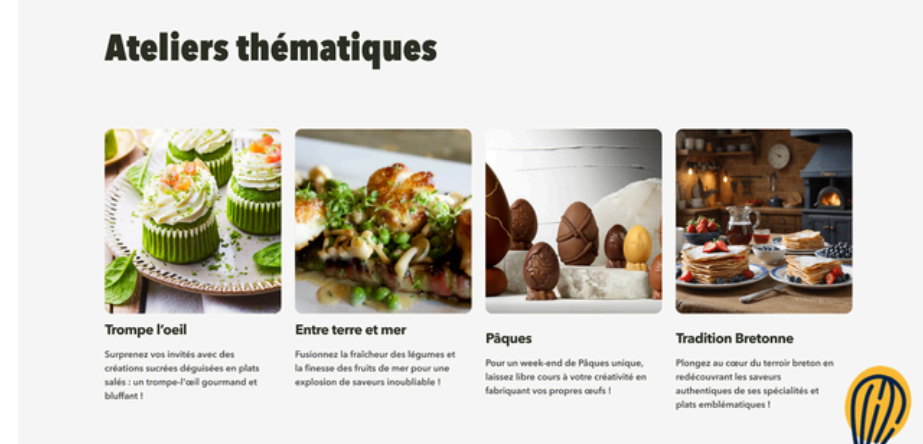
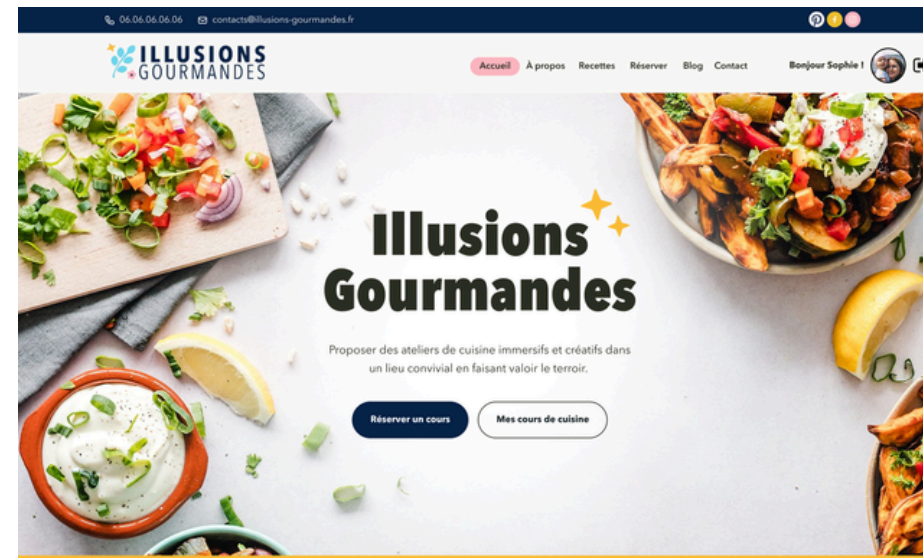
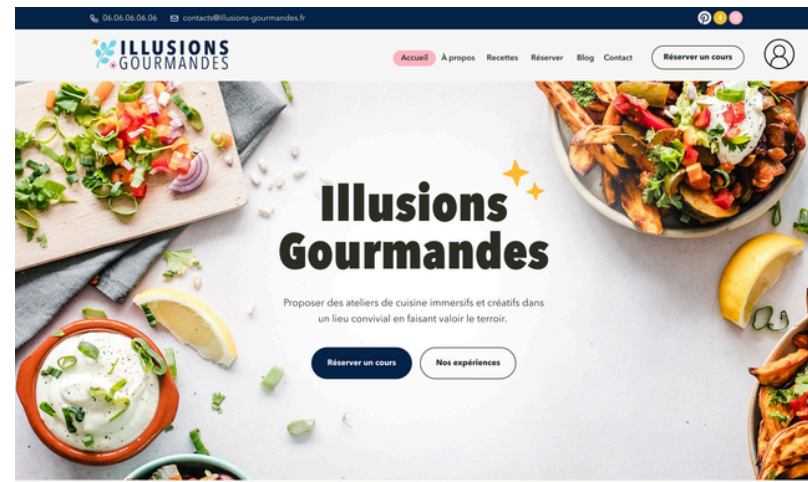
# Calendrier des évènements

MOIS	RÉGION	PRODUITS LOCAUX MIS EN AVANT
Juillet	Occitanie (Toulouse)	Cassoulet, fruits d'été (pêches, abricots), vins du Languedoc, huiles d'olive, fromages des Pyrénées.
Août	Corse (Ajaccio)	Fromages corses, figues, miel du maquis, brocciu, charcuterie locale (coppa, lonzu), vins insulaires.
Septembre	Bourgogne-Franche-Comté (Dijon)	Escargots, bœuf bourguignon, vins de Bourgogne, fromages (comté, morbier), moutarde de Dijon.
Octobre	Centre-Val de Loire (Tours)	Champignons (girolles, cèpes), vins de la Loire, rillons, rillettes de Tours, tartes aux pommes.
Novembre	Hauts-de-France (Lille)	Carbonnade flamande, maroilles, bières artisanales, endives, plats mijotés.
Décembre	Île-de-France (Paris)	Pâtisseries (macarons, éclairs, opéra), champignons de Paris, brie, recettes festives avec des produits locaux.

# IV - SITE WEB

# Maquette

# ILLUSIONS GOURMANDES



ILLUSIONS GOURMANDES

Accueil À propos Recettes Réserver Blog Contact Réserver un cours

## À propos de nous


Illusions Gourmandes, fondée en 2020 par Lucie Raou, Ingrid Champain, Alice Heedts et Iris Boubennec, propose des ateliers immersifs et créatifs qui reconnectent les gens à la cuisine dans un esprit de partage et de convivialité. En sublimant le terroir, nous réinventons la cuisine comme un art alliant créativité, responsabilité et innovation, pour transformer chaque plat en une œuvre belle et mémorable. Parce qu'un repas, c'est plus qu'un moment de plaisir : c'est un lien, une émotion, une histoire à partager.

4  
Fondatrices


2020  
Fondée en

SASU  
Entreprise


100%  
de satisfaction




### L'équipe Illusions Gourmandes




Alice Heedts  
Fondatrice, FR



Lucie Raou  
Fondatrice, FR



Iris Boubennec  
Fondatrice, FR



Ingrid Champain  
Fondatrice, FR

### Ateliers thématiques



**Trompe l'oeil**  
Surprenez vos invités avec des créations sucrées dignes de plats salés : un trompe l'œil gourmand et bluffant !



**Entre terre et mer**  
Faites-vous la fête avec des légumes et la fraîcheur des fruits de mer pour une explosion de saveurs inoubliable !



**Pâques**  
Pour un week-end de Pâques unique, laissez libre cours à votre créativité en fabriquant vos propres œufs !



**Tradition Bretonne**  
Plongez au cœur du terroir breton en redécouvrant les saveurs authentiques de ses spécialités et plats emblématiques !

ILLUSIONS GOURMANDES

Accueil À propos Recettes Réserver Blog Contact Bonjour Sophie !

# VOS RECETTES


Venez redécouvrir vos délicieuses recettes, astuces et conseils pour une expérience culinaire inoubliable !

Vos recettes apparaîtront dès que votre cours de cuisine se termine.


Toutes
Sucrée
Salée
Végétarienne
Diabétique




18 Décembre, 2024  
**Tartelette fruitée**  
Préparez à légèreté de notre tartelette fruitée, un vrai régal !




12 Novembre, 2024  
**Tarte Multi-saveurs**  
Découvrez notre tarte multi-saveurs, un mélange irrésistible de délices !




8 Décembre, 2024  
**Martine Tomato**  
Une entrée de tomates fraîches aux saveurs méditerranéennes, un début de repas savoureux et coloré !



2 Décembre, 2024  
**Butterscotch Cake**  
Préparez un gâteau moelleux avec une généreuse touche de caramel butterscotch, pour un dessert doux et savoureux.




26 Novembre, 2024  
**Ragout au citrouille !**  
Un ragout de citrouille doux et épicé, parfait pour réchauffer vos soirées d'automne. Prêt à le savourer ?



21 Novembre, 2024  
**Chocolate Icecream**  
Made with eggs, lettuce, salt, oil and other ingredients.



15 Novembre, 2024  
**Burgi'Pik**  
Un burger juteux, piquant et savoureux et plein de caractère, pour un vrai régal !



9 Novembre, 2024  
**Go Apéro !**  
Des bouchées apéro gourmandes, idéales pour commencer la soirée en beauté !

EN SAVOIR +

ILLUSIONS GOURMANDES

Accueil À propos Recettes Réserver Blog Contact Bonjour Sophie !

## VOTRE RECETTE DE BOEUF BOURGUIGNON



### Bœuf bourguignon en tartelettes croustillantes

Surprenez vos invités avec cette recette sucrée qui imite à la perfection des œufs au plat ! Un dessert original, facile à réaliser, et absolument délicieux.

#### Ingrédients pour 6 personnes

- 1,5kg Gîte (et paleron de boeuf)
- 300g Pâte Brisée en bloc (Francine)
- 1Bouteille de vin rouge corsé
- 150g Gros lardons
- 1Gros oignon
- 2Carottes
- 2gousses Ail
- 3cuil. à soupe Vinaigre
- 3cuil. à soupe Farine
- 25g Beurre
- 4cuil. à soupe Huile d'olive
- 1cuil. à soupe Fond de veau
- 2Clous de girofle
- 1Bouquet garni
- Sel
- Poivre

#### Étapes de préparation

1. La veille, coupez la viande en gros cubes de 50 g. Faites-les mariner 12 h au réfrigérateur avec le vin, le vinaigre, les oignons émincés, 2 cuil. d'huile, le bouquet garni, les carottes coupées en rondelles épaisses, l'ail écrasé, les clous de girofle et du poivre.
2. Le jour même, récupérez les cubes de viande et essuyez-les. Dans une grande cocotte, chauffez le reste d'huile et le beurre et faites-les dorer avec les lardons. Ajoutez les légumes et aromates bien égouttés et faites revenir 5 min.
3. Saupoudrez le contenu de la casserole avec la farine et le fond de veau. Mélangez 3 min. Versez le vin de la marinade, salez, poivrez. Couvrez et laissez mijoter sur feu très doux, 3h.
4. Étalez la pâte et garnissez-en 6 moules à tartelettes assez grands (12 cm Ø). Piquez le fond et les bords. Placez au réfrigérateur.
5. Préchauffez le four à 180 °C (th. 6). Recouvrez les fonds de tarte de papier cuisson et de haricots secs. Enfouez pour 15 min. Retirez le papier et le lestage et poursuivez la cuisson 5 min. Démoulez sur des assiettes, garnissez de bœuf et d'un peu de sauce. Décorez de roquette ou de cerfeuil et servez chaud.

ILLUSIONS GOURMANDES

Reconnecter les gens à la cuisine, tout en leur permettant d'avoir le plaisir de pouvoir créer et partager leurs propres plats de manière saine.


Page

- Accueil
- À propos
- Connexion
- Réserver
- Blog
- Contact
- Recette

Mention légale

- Mention légale
- Crédit
- Erreur 404
- Plan du site
- Politique de confidentialité
- Charte numérique

Suivez nous sur Instagram



Copyright © 2024 Champain, Raou, Boubennec, Heedts. All Rights Reserved

ILLUSIONS GOURMANDES

Reconnecter les gens à la cuisine, tout en leur permettant d'avoir le plaisir de pouvoir créer et partager leurs propres plats de manière saine.


Page

- Accueil
- À propos
- Recette
- Réserver
- Blog
- Connexion
- Contact

Mention légale

- Mention légale
- Crédit
- Erreur 404
- Plan du site
- Politique de confidentialité
- Charte numérique

Suivez nous sur Instagram



Copyright © 2024 Champain, Raou, Boubennec, Heedts. All Rights Reserved

06.06.06.06 | contacts@illusions-gourmandes.fr

ILLUSIONS GOURMANDES

Accueil À propos Recettes Réserver Blog Contact Réserver un cours

## NOTRE BLOG

Bienvenue sur notre blog culinaire, où astuces, recettes et inspirations gourmandes se rencontrent pour éveiller vos papilles !

18 Décembre 2024  
Maîtrisez l'art du sushi en quelques étapes simples

11 Décembre 2024  
Les secrets d'un chef pâtissier : devenez un pro de la pâtisserie

4 Décembre 2024  
Guide ultime pour des frites croustillantes à l'air fryer

27 Novembre 2024  
Tenders maison : la recette qui va conquérir vos papilles

20 Novembre 2024  
Comment réussir son fondant à tous les coups !

13 Novembre 2024  
Secrets et astuces pour préparer un burger parfait

6 Novembre 2024  
7 recettes irrésistibles de cheesecake à essayer

30 Octobre 2024  
Les 5 meilleures pizzerias à visiter absolument

23 Octobre 2024  
Top 5 des gadgets de cuisine

16 Octobre 2024  
Comment préparer des wraps sans gluten

9 Octobre 2024  
Vous n'avez jamais goûté ? Alors foncez !

2 Octobre 2024  
Top 20 des desserts simples et rapides

ILLUSIONS GOURMANDES

Reconnecter les gens à la cuisine, tout en leur permettant d'avoir le plaisir de pouvoir créer et partager leurs propres plats de manière saine.

Page

- Accueil
- À propos
- Connexion
- Réserver
- Blog
- Contact
- Recette

Mention légale

- Mention légale
- Crédit
- Erreur 404
- Plan du site
- Politique de confidentialité
- Charte numérique

Suivez nous sur Instagram

Copyright © 2024 Champain, Raulo, Boubenec, Hoedt. All Rights Reserved

06.06.06.06 | contacts@illusions-gourmandes.fr

ILLUSIONS GOURMANDES

Accueil À propos Recettes Réserver Blog Contact Réserver un cours

## RESERVEZ VOTRE COURS

Choisissez l'atelier de votre choix et réservez directement sur le formulaire. Les places sont limitées, alors n'attendez plus pour vivre une expérience culinaire unique !

Date: 19/12/2024 | Heure: 12:30

Nom: Votre nom | Prénom: Votre prénom

Choix du cours: Cours du soir, du midi...

Email: Votre adresse email

Nombre de personne: 1 Personne

Réserver le cours

ILLUSIONS GOURMANDES

Reconnecter les gens à la cuisine, tout en leur permettant d'avoir le plaisir de pouvoir créer et partager leurs propres plats de manière saine.

Page

- Accueil
- À propos
- Recettes
- Réserver
- Blog
- Connexion
- Contact

Mention légale

- Mention légale
- Crédit
- Erreur 404
- Plan du site
- Politique de confidentialité
- Charte numérique

Suivez nous sur Instagram

Copyright © 2024 Champain, Raulo, Boubenec, Hoedt. All Rights Reserved

06.06.06.06 | contacts@illusions-gourmandes.fr

ILLUSIONS GOURMANDES

Accueil À propos Recettes Réserver Blog Contact Réserver un cours

## CONTACTEZ NOUS

Pour toute question, n'hésitez pas à nous contacter. Illusions Gourmandes, votre partenaire pour des cours de cuisine savoureux !

Nom: Votre nom | Prénom: Votre prénom

Email: Votre adresse email | Numéro de téléphone: XXX-XX-XX-XX-XX

Objet: Sujet du mail

Message: Votre message

Envoyer

Appelez-nous : 06.06.06.06.06

Horaires : Lundi - Vendredi : 10:30 - 21:30  
Samedi - Dimanche : 9am - 10pm

Notre localisation : 35000, Rennes

ILLUSIONS GOURMANDES

Reconnecter les gens à la cuisine, tout en leur permettant d'avoir le plaisir de pouvoir créer et partager leurs propres plats de manière saine.

Page

- Accueil
- À propos
- Connexion
- Réserver
- Blog
- Contact
- Recette

Mention légale

- Mention légale
- Crédit
- Erreur 404
- Plan du site
- Politique de confidentialité
- Charte numérique

Suivez nous sur Instagram

Copyright © 2024 Champain, Raulo, Boubenec, Hoedt. All Rights Reserved

# Annexes

# Moodboard







# Exemples de posts Réseaux



# Exemples de posts Réseaux



# Exemples de posts Réseaux



# Gestion de crise



**Illusions Gourmandes**  
Dans vos cuisines

**ILLUSIONS GOURMANDES**  
**COMMUNIQUÉ OFFICIEL**

**INFORMATION IMPORTANTE**

Nous tenons à présenter nos excuses les plus sincères aux personnes concernées. Nous prenons cet incident très au sérieux et mettons tout en œuvre pour qu'il ne se reproduise plus.

Suite à une enquête interne immédiate, il a été découvert qu'un lot de pommes contaminées par des résidus de pesticides, fourni par l'un de nos partenaires, est à l'origine du problème. La sécurité et la qualité de nos produits sont notre priorité absolue.

Actions mises en place :

- ✓ Achat du Scan EAT pour détecter la présence de pesticides et polluants sur nos produits.
- ✓ Retrait immédiat du lot concerné et vérification complète des stocks.
- ✓ Suspension de notre collaboration avec le fournisseur impliqué.
- ✓ Renforcement strict de nos contrôles qualité pour éviter toute récurrence.

Au quotidien, nous travaillons avec des partenaires locaux engagés, passionnés par leur métier, qui partagent nos valeurs de qualité et d'authenticité. Cela fait partie de notre engagement pour vous offrir des produits sûrs et responsables. Votre confiance compte énormément et nous tenons à vous apporter toute la transparence.

Contactez-nous en DM ou à [contacts@illusions-gourmandes.fr](mailto:contacts@illusions-gourmandes.fr) pour toute information complémentaire.

Merci pour votre compréhension.

L'équipe Illusion Gourmande

12:00 PM, Dec 16, 2024 · Twitter

6 Retweets 14 Likes

**Blog**

---

**COMMUNIQUÉ OFFICIEL - INCIDENT PRODUIT**

Chez **Illusions Gourmandes**, nous plaçons la sécurité et la satisfaction de nos clients au cœur de nos priorités. Nous avons pris connaissance d'un incident lors de l'un de nos ateliers de cuisine, impliquant un **lot de pommes contaminé par des résidus de pesticides**, fourni par l'un de nos partenaires.

Nous comprenons la gravité de la situation et présentons nos **excuses les plus sincères** aux personnes concernées. Dès la réception de cette alerte, nous avons immédiatement réagi avec une enquête interne rigoureuse pour identifier la cause exacte du problème.

**Actions mises en place :**

- **Achat du Scan EAT** pour détecter la présence de pesticides et polluants sur nos produits.
- **Retrait immédiat** du lot concerné et vérification complète des stocks.
- **Suspension de notre collaboration** avec le fournisseur impliqué.
- Renforcement strict de nos **contrôles qualité** pour éviter toute récurrence.

**Un engagement quotidien pour la qualité**

Au quotidien, nous travaillons avec des partenaires locaux engagés, passionnés par leur métier, qui partagent nos valeurs de qualité et d'authenticité. Cela fait partie de notre engagement pour vous offrir des produits sûrs et responsables. Votre confiance compte énormément et nous tenons à vous apporter toute la transparence.

📧 **Pour toute question ou information complémentaire**, vous pouvez nous contacter à : [contacts@illusions-gourmandes.fr](mailto:contacts@illusions-gourmandes.fr) ou en message privé sur nos réseaux sociaux.

Nous remercions nos clients pour leur compréhension et leur soutien continu.

Merci pour votre compréhension.

L'équipe Illusion Gourmande

COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL			
CHARGES		PRODUITS	
1- Achats matières 1ères	17 235	15- CA H.T Particuliers	152 428
2- Variation de stock	-1 002	16- CA H.T. Team Building	0
3- Location	10 800	17- Produits financiers	0
4- Maintenance	0		
5- Formation & Etudes	4 350	18- Total produits	152 428
6- Autres frais	14 049		
7- Représentant	0	19- Résultats avant impôt	12 948
8- Pub&Com	11 000		
9- Personnel & Charges	72 249	Impôts sur les sociétés (IS)	1 942
10- Heures supp.	0		
11- Frais financiers	600	20- Résultat après impôts	11 006
12- Dot. Amortissement	10 200		
		Taux de marge (ru. 19/18)	8,5%
13- Total charges	139 481		
BILAN PREVISIONNEL			
ACTIF		PASSIF	
21 Valeurs immobilisées	57 800	27- Capital social	50 000
22- Stock de matières	1 002	28- Réserves	11 006
23- Client Team Building	0	29- Déficit cumulé	0
24- Autres créances	0	30- Situation nette	61 006
25- Banque	55 964	31- Dettes moyen terme	40 714
26- Total de l'Actif	114 766	32- Fournisseurs	1 747
		33- Dettes fiscales et sociales	11 299
		34- Banque	0
		35- Total du Passif	114 766

TRESORERIE PREVISIONNELLE			
ENCAISSEMENTS		DECAISSEMENTS	
36- TRESORERIE INITIALE	0		
37- Ventes encaissées	177 884	43- Fournisseurs	16 436
38- Produits financiers	0	44- Frais payés	113 807
39- Augmentation de capital	50 000	45- Achats immobilisation	68 000
40- Dettes moyen terme	45 000	46- Remboursement emprunt	4 286
41- Cession Immobilisations	0	47- Impôt payé (IS & TVA)	14 392
42- Total encaissements	272 884	48- Total décaissements	216 920
		49- Trésorerie finale	55 964

<b>Données en jaune à renseigner à partir des résultats de la période 1 : Feuilles de résultats et Trésorerie Mensuelle.</b>	Stock initial P2 (22- Stock matières P1) =	0
	49- Trésorerie finale positive P1 =	84 391
	49- Trésorerie finale négative P1 =	0
	15- Ventes Particuliers P1 =	189 522
	16- Ventes CA Team Building P1 =	0
	Charges sociales salariés P1 T4 =	7 401
	19- Résultat avant impôts P1 =	39 937
	20- Résultat après impôts P1 =	33 710
	31- Dettes moyen terme fin P1	0
	Prêt Taux zéro P1	15 000
	Montant restant dû emprunt bancaire P1 =	-15 000
	32- Fournisseurs	2 299
Trésor. Mensuelle, TVA due Décembre P1 =	1 956	
23- Clients Team Building P1	0	
28- Réserves P1 =	33 710	
29- Déficit P1 =	0	

COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL			
CHARGES		PRODUITS	
1- Achats matières 1ères	26 782	15- CA H.T Particuliers	218 434
2- Variation de stock	-1 303	16- CA H.T. Team Building	0
3- Location	10 800	17- Produits financiers	1 688
4- Maintenance	6 000		
5- Formation & Etudes	4 750	<b>18- Total produits</b>	<b>220 121</b>
6- Autres frais	7 869		
7- Représentant	0	<b>19- Résultats avant impôt</b>	<b>20 044</b>
8- Pub&Com	25 000		
9- Personnel & Charges	110 280	Impôts sur les sociétés (IS)	3 007
10- Heures supp.	0		
11- Frais financiers	-300	<b>20- Résultat après impôts</b>	<b>17 037</b>
12- Dot. Amortissement	10 200		
		Taux de marge (ru. 19/18)	9,1%
<b>13- Total charges</b>	<b>200 077</b>		
BILAN PREVISIONNEL			
ACTIF		PASSIF	
21 Valeurs immobilisées	47 600	27- Capital social	50 000
22- Stock de matières	1 303	28- Réserves	50 747
23- Client Team Building	0	29- Déficit cumulé	0
24- Autres créances	0	<b>30- Situation nette</b>	<b>100 747</b>
25- Banque	106 434	31- Dettes moyen terme	-4 286
<b>26- Total de l'Actif</b>	<b>155 337</b>	32- Fournisseurs	2 355
		33- Dettes fiscales et sociales	15 924
		34- Banque	0
		<b>35- Total du Passif</b>	<b>114 740</b>

TRESORERIE PREVISIONNELLE			
ENCAISSEMENTS		DECAISSEMENTS	
36- TRESORERIE INITIALE	84 391		
37- Ventes encaissées	254 912	43- Fournisseurs	28 199
38- Produits financiers	1 688	44- Frais payés	171 722
39- Augmentation de capital	0	45- Achats immobilisation	0
40- Dettes moyen terme	0	46- Remboursement emprunt	4 286
41- Cession Immobilisations	0	47- Impôt payé (IS & TVA)	30 350
<b>42- Total encaissements</b>	<b>256 600</b>	<b>48- Total décaissements</b>	<b>234 557</b>
		<b>49- Trésorerie finale</b>	<b>106 434</b>

<p><b>Données en jaune à renseigner à partir des résultats de la période 2: Feuilles de résultats et Trésorerie Mensuelle.</b></p>	Stock initial P3 (22- Stock matières P2) =	35 189
	49- Trésorerie finale positive P2 =	150 270
	49- Trésorerie finale négative P2 =	0
	15- Ventes Particuliers P2 =	275 901
	16- Ventes CA Team Building P2 =	0
	Charges sociales salariés P2 T4 =	11 112
	19- Résultat avant impôts P2 =	62 135
	20- Résultat après impôts P2 =	49 693
	31- Dettes moyen terme fin P2	36 429
	Prêt Taux zéro P1	15 000
	Prêt Taux zéro P2	0
	Montant restant dû emprunt bancaire P2 =	21 429
	32- Fournisseurs	3 094
	Trésor. Mensuelle, TVA due Décembre P2 =	2 015
23- Clients Team Building P2	0	
28- Réserves P2 =	83 403	
29- Déficit P2 =	0	

# Compte résultat

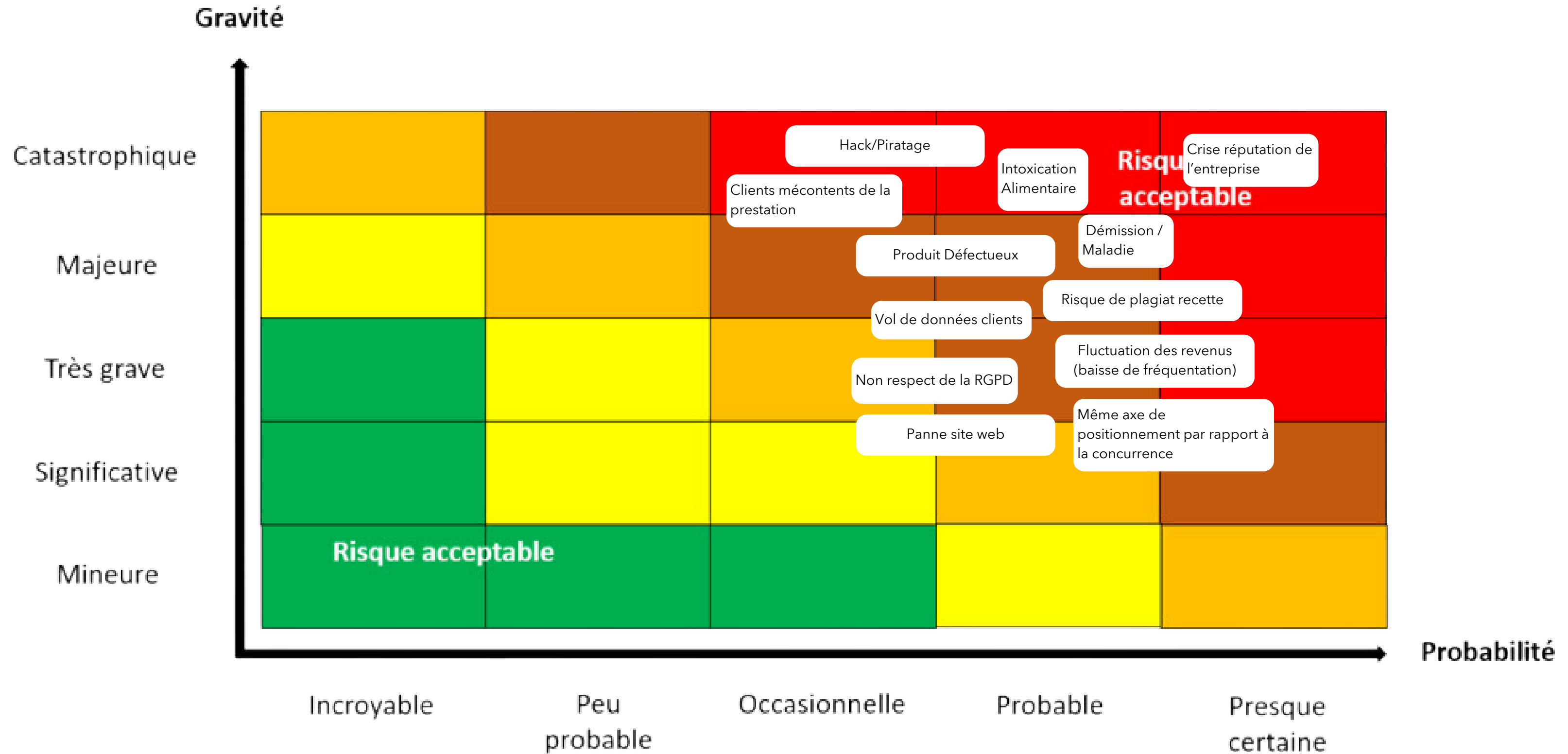
P3

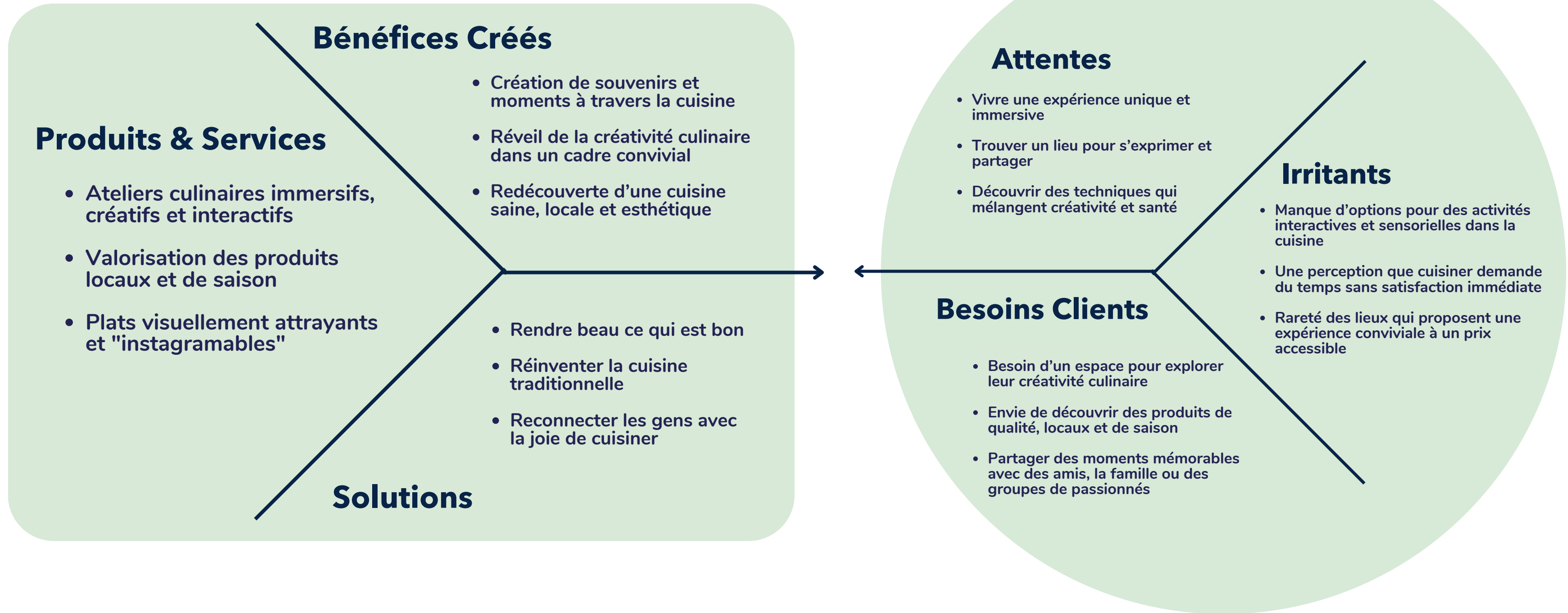
COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL			
CHARGES		PRODUITS	
1- Achats matières 1ères	43 306	15- CA H.T Particuliers	301 503
2- Variation de stock	33 390	16- CA H.T. Team Building	0
3- Location	10 800	17- Produits financiers	3 005
4- Maintenance	6 000		
5- Formation & Etudes	5 650	<b>18- Total produits</b>	<b>304 508</b>
6- Autres frais	9 530		
7- Représentant	0	<b>19- Résultats avant impôt</b>	<b>7 587</b>
8- Pub&Com	29 000		
9- Personnel & Charges	149 046	Impôts sur les sociétés (IS)	1 138
10- Heures supp.	0		
11- Frais financiers	0	<b>20- Résultat après impôts</b>	<b>6 449</b>
12- Dot. Amortissement	10 200		
		Taux de marge (ru. 19/18)	2,5%
<b>13- Total charges</b>	<b>296 921</b>		
BILAN PREVISIONNEL			
ACTIF		PASSIF	
21 Valeurs immobilisées	37 400	27- Capital social	50 000
22- Stock de matières	1 799	28- Réserves	89 852
23- Client Team Building	0	29- Déficit cumulé	0
24- Autres créances	0	<b>30- Situation nette</b>	<b>139 852</b>
25- Banque	175 007	31- Dettes moyen terme	17 143
<b>26- Total de l'Actif</b>	<b>214 206</b>	32- Fournisseurs	3 807
		33- Dettes fiscales et sociales	18 839
		34- Banque	0
		<b>35- Total du Passif</b>	<b>179 641</b>

TRESORERIE PREVISIONNELLE			
36- TRESORERIE INITIALE		150 270	
ENCAISSEMENTS		DECAISSEMENTS	
37- Ventes encaissées	351 854	43- Fournisseurs	44 974
38- Produits financiers	3 005	44- Frais payés	218 613
39- Augmentation de capital	0	45- Achats immobilisation	0
40- Dettes moyen terme	0	46- Remboursement emprunt	19 286
41- Cession Immobilisations	0	47- Impôt payé (IS & TVA)	47 249
<b>42- Total encaissements</b>	<b>354 859</b>	<b>48- Total décaissements</b>	<b>330 122</b>
		<b>49- Trésorerie finale</b>	<b>175 007</b>

<p><b>Données en jaune à renseigner à partir des résultats de la période 3: Feuilles de résultats et Trésorerie Mensuelle.</b></p>	Stock initial P4 (22- Stock matières P3) =	220
	49- Trésorerie finale positive P3 =	185 444
	49- Trésorerie finale négative P3 =	0
	15- Ventes Particuliers P3 =	310 562
	16- Ventes CA Team Building P3 =	0
	Charges sociales salariés P3 T4 =	14 770
	19- Résultat avant impôts P3 =	52 612
	20- Résultat après impôts P3 =	42 836
	31- Dettes moyen terme fin P3	0
	Prêt Taux zéro P2	0
	Prêt Taux zéro P3	0
	Montant restant dû emprunt bancaire P3 =	0

# Tableau des risques





# Business Model

Business plan - <https://docs.google.com/document/d/1gFb899i5XTXBtL14k3JzK2wAvaT8TPCp/edit?usp=sharing&oid=102066990953169972362&rtpof=true&sd=true>

## 8 Partenaires-clés

- **Producteurs locaux** (Le pré de la rivière, Le Rheu Maraichers)
- **Office de tourisme**
- **Collaborations Artistes** : peintres, musiciens, designers...

## 7 Activités clés

- **Atelier de cuisine créatif**
- **Organisation d'ateliers** : planification, approvisionnement et animation.
- **Recherche et développement** : création de nouvelles recettes et illusions culinaires.
- **Marketing visuel** : shooting photo, création de contenu pour réseaux sociaux.
- **Expériences uniques** : mise en scène (éclairages, thèmes, musique) pour une ambiance immersive

## 6 Ressources clés

Personnel :

- **Assistant** (RH + site web réservation en ligne...)
- **Chef cuisinier**
- **Commis de cuisine** (acheter les légumes au marché)
- **Chargée de communication** (réseaux sociaux, photo...)

- Local équipé pour **10-15 participants**
- Plateforme de **réservation en ligne**
- Partenariats avec **producteurs locaux**

## 2 Propositions de valeur

- **Les sens à l'état culinaire**
- **Expérience immersive** conviviale et éducative pour tous
- **Ateliers culinaires créatifs et interactifs**, valorisant **produits locaux et de saison**
- **Plats visuellement attrayants, "instagramables"**
- **Regard différent**, prendre le temps de la cuisine
- Récupérer avec les mains, composer avec vos doigts et déguster ensemble !

## 4 Relations avec les clients

- **Personnalisation** : possibilité de choisir des thèmes (nature, saison, desserts trompe-l'œil).
- **Communauté** : création d'un hashtag spécifique pour que les participants partagent leurs créations.
- **Accompagnement** : un chef pédagogue et charismatique pour guider et encourager.
- **Ateliers souvenirs** : les participants repartent avec une fiche recette et des photos professionnelles de leurs plats.
- **Manger sur place tous ensemble**

## 3 Canaux

- **Site web**
- **Partenariats locaux** : marchés, offices de tourisme
- **Réseaux sociaux**
- **Magazine (local)**: Offres cadeaux (bons)
- **Événements** : salons..

## 1 Segments de clientèle

- **Passionnés à la recherche de vivre de nouvelles expériences immersives**
- **Adultes actifs (18-50 ans)**
- **Couples / amis**
- **Touristes**

## 9 Structure de coûts

- Location du local / stockage
- Produits : ingrédients...
- Matériel : outils, ustensiles et accessoires de cuisine
- Maintenance : électricité, eau, internet, déplacement
- Salaires, juridique, formation

Marketing : Budget publicité / promotion + matériel audiovisuel (photographie)

## 5 Flux de revenus

- **Cours de cuisine**
- **Offre fidélité**
- **Produits locaux des partenaires**
- **Fiches recettes**
- **À long terme** : ateliers personnalisés, monétisation réseaux sociaux, blogs...



✦ Rendre beau ce qui est bon ! ✦

## **R5.Strat-UX.06 – Webmarketing – Ateliers de Cuisine – 2024**

*Iris Boubennec, Lucie Raulo, Alice Hoedts & Ingrid Champain.*

MMI BUT3

