PROJECTEURS

L'**éclairage indispensable**
pour **préparer votre projet**

crédits photo : Fotolia

Novembre 2018

Devenir wedding planner

AGENCE FRANCE ENTREPRENEUR

afecreation.fr

Devenir wedding planner

PROJECTEURS

Ce dossier a bénéficié des remarques et de la relecture de l'association Assocem.
www.assocem.org

AVERTISSEMENT IMPORTANT

• En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de l'AFE. Pour toute demande : www.afecreation.fr

AGENCE FRANCE ENTREPRENEUR

PROJECTEURS

EN BREF 4

1 | DÉFINITION DE LA PROFESSION 5

2 | ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ 7

3 | MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ 20

4 | ÉLÉMENTS FINANCIERS 21

5 | RÈGLES DE LA PROFESSION 23

6 | CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION 25

7 | BIBLIOGRAPHIE ET INFORMATION PRATIQUES 26

MISES EN GARDE

1. Dossier réalisé par l'AFE et certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, nous ne pouvons garantir les informations dans le temps et nous déclinons toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles.

2. Le dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise (ex. : les aides à la création d'entreprise ne sont pas traitées). Seules sont analysées les spécificités d'une profession (ex. : les aides pour l'édition de jeux vidéo). Ainsi, pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création (étude de marché, comptes prévisionnels, aides et financements, structure juridique, formalités, etc.), reportez-vous au site Internet de l'AFE : www.afecreation.fr

Tous droits réservés AGENCE FRANCE ENTREPRENEUR

EN BREF

En France, les mariages sont deux fois moins nombreux que dans les années 1970, mais le marché du mariage reste porteur avec des époux qui dépensent toujours plus, tandis que la profession de *wedding planner* (c'est-à-dire d'organisateur de mariages en français), importée des États-Unis au début des années 2000, continue de faire des adeptes et de se structurer, avec des formations nombreuses.

Mais les nouvelles "recrues" qui se mettent à leur compte (car il y a peu d'embauches dans ce domaine) exercent sur un marché de niche, auprès d'une clientèle de futurs mariés très occupés, généralement un peu plus âgés que les digital natives. Car la tendance générale est plutôt d'organiser soi-même son mariage (par goût, pour faire des économies, sans renoncer à la solennité et au "faste" de la cérémonie) avec, de plus en plus, l'aide de sites ou applications. Ceux-ci fourmillent d'idées, recensent un grand nombre de prestataires du mariage (traiteurs, salles de réception, coiffeurs, etc.) et rendent des services variés (création de faire-part, de listes de mariage, etc.).

Dans un contexte concurrentiel qui se densifie, les organisatrices de mariage – car il s'agit essentiellement de femmes – élaboreront avec les futurs mariés des cérémonies personnalisées, à la mise en scène soignée, pour offrir une belle fête aux mariés et à leurs invités.

Plusieurs nécessités pour exercer ce métier :

- Savoir communiquer et disposer d'un solide carnet d'adresses au démarrage. Beaucoup d'entreprises ont vu le jour et périclité faute de moyens de communication et de contacts suffisants.
- S'ouvrir à d'autres prestations que l'organisation de mariages (décoration de la salle de réception, cérémonie laïque, etc.).
- Se diversifier pour pallier la saisonnalité du métier (la plupart des mariages ont lieu entre avril et octobre).

CHIFFRES CLÉS

Nombre d'entreprises	Créations annuelles	Fermetures annuelles
Estimations : 900 à 1000 *wedding planners*, dont près de 200 en Île-de-France.	Plusieurs centaines.	Plusieurs centaines.

Source : Assocem

Autres chiffres clés

- 228 000 mariages en 2017, dont 7 000 entre personnes de même sexe ;
- en 2016, 191 537 Pacs et 232 725 mariages, soit quatre Pacs conclus pour cinq mariages célébrés ;
- une union sur cinq est un remariage.

Source : Mariages et pacs en 2017, Insee, 16/01/2018

Tous droits réservés

ACTIVITÉS

Définition

Pas de définition officielle, mais un objectif : un mariage de rêve pour les mariés

L'organisateur ou planificateur de mariages, le coach ou conseil spécialisé en organisation de mariages, ou encore *wedding planner* est une profession récente. L'objectif est de permettre aux futurs mariés et à leurs familles de sous-traiter la préparation et l'organisation du mariage, notamment la logistique : un mariage sur mesure qui décharge les mariés de tous les aspects fastidieux, avec à la clé des prestations différentes par événement !

L'organisateur aide à régler en principe tous les détails de l'événement :

- La réception : lieu, déroulement et horaires, traiteur, décoration, fleurs, animation musicale, vins et champagnes, confiseries, faire-part, photographe, vidéaste, voiture des mariés, soirée pour enterrer sa vie de célibataire, etc.
- La mode et la beauté : le WP joue un rôle de mise en relation avec des prestataires qu'il a sélectionnés (vendeurs de robes, coiffeurs, maquilleurs, etc.).

Mais des prestataires peuvent être consultés par les mariés sur des points ponctuels comme l'aide au choix d'un thème (pour la décoration), l'aide budgétaire ou autre.

Exemples de tâches pour y parvenir :

- se tenir au courant des dernières tendances du mariage (décoration, activités ou surprises pour les invités, prestations de traiteurs, etc.) ;
- prévoir un planning entre le premier rendez-vous et le jour du mariage ;
- préparer un budget prévisionnel ;
- chercher le lieu idéal pour le mariage en fonction des impératifs de budget et de distance ;
- trouver les meilleurs prestataires au meilleur rapport qualité/prix : traiteur, musiciens, photographe ;
- donner des conseils (morpho) à la future mariée pour le choix de sa robe (et éventuellement l'accompagner en boutique pour des essayages) ;
- imaginer un thème avec l'animation et la décoration adéquates ;
- planifier la journée du mariage et la coordination entre prestataires ;
- trouver des solutions aux imprévus de dernière minute ;
- organiser un brunch du lendemain.

Sources diverses

Déroulement de l'activité

- Après un entretien destiné à cerner la personnalité des futurs mariés, l'organisateur va proposer des prestations assorties d'un cahier des charges et d'un devis, en relation avec les professionnels du secteur.
- Durée de la mission : le *wedding planner* accompagne les clients pendant un an ou plus, y compris parfois jusqu'au choix de la robe de mariée ; des choix sont faits 18 mois avant le "jour J" (les salles de réception se louent un an à l'avance, voire plus dans les grandes agglomérations), et pour les moins prévisibles, 3 mois avant.
- Il s'agit d'une activité saisonnière, car si la préparation du mariage s'étale sur de nombreux mois, la plupart des mariages ont lieu entre avril et octobre ! Pendant cette période, l'activité est intense. En effet, il faut à la fois finaliser les mariages de la saison, avec de nombreux déplacements à prévoir, des journées à rallonge… mais aussi commencer à organiser les mariages de la saison suivante. Le "jour J", il est de bon ton de rester dans les coulisses jusqu'à une heure avancée, tout du moins jusqu'à l'arrivée du dessert.

Tous droits réservés

- Ainsi, en dehors de la saison des mariages, l'activité reste dense puisqu'il faut organiser les mariages de la saison prochaine, en profiter pour actualiser son carnet de prestataires et s'atteler aux tâches administratives et comptables qui ont été délaissées durant la haute saison (communication, comptabilité, etc.).

Codes APE

Les codes APE les plus utilisés :

- 56.21Z : services des traiteurs (code a priori le plus utilisé)
- 96.09Z : autres services personnels nca, non communiqués par ailleurs
- 82.30Z : organisation de foires et salons

N. B. La nomenclature des codes APE en vigueur est à retrouver sur *le site de l'Insee*.

Tous droits réservés

LE MARCHÉ

Les mariages

Évolution du nombre de mariages

1972	1994	2000	2006	2012	2017
417 000	253 700	305 385	273 914	241 300	228 000

Source : Insee

Le nombre de mariages est en baisse depuis plus de 40 ans : après avoir culminé en 1972 avec 417 000 unions, le nombre de mariages en France n'a cessé de reculer dans les années 1990 avant de connaître un dernier sursaut en l'an 2000 ; depuis, la baisse s'est poursuivie, pour descendre en 2017 en dessous du niveau de 1994.
Selon le cabinet d'études Xerfi, le nombre de mariages devrait tomber à 220 000 en 2020.

7 000 mariages entre personnes de même sexe ont été célébrés en 2017 (avec autant de mariages de couples d'hommes que de mariages de couples de femmes).
N. B. Le mariage entre personnes de même sexe a été autorisé en France par la loi no 2013-404 du 17 mai 2013, ce qui a eu pour effet de relancer cette institution sur le moment : en 2014, 241 000 mariages ont été célébrés en France, dont 10 000 entre personnes de même sexe, soit 3 000 de plus qu'en 2017.

Source : Insee

Évolution du nombre de Pacs (pactes civils de solidarité)

- 40 000 couples ont choisi le Pacs en 2004, 60 000 en 2005, 205 500 en 2010 et 192 000 en 2016 (dont 7 000 Pacs conclus entre personnes de même sexe).

Source : Insee

N. B.
- Le Pacs a été créé en 1999, renforcé en 2006, et il est enregistré en mairie (et non plus au tribunal) depuis le 18 novembre 2016.

- Autant de clients potentiels pour les *wedding planners* ? Pas forcément, car les pacsés ne sont pas forcément en phase avec le modèle dominant du mariage et son univers (cérémonie, budget spécifique, etc.).

Pourquoi y a-t-il moins de mariages ?

- Il s'agit d'une évolution démographique : le nombre de personnes âgées de 25 à 40 ans va continuer à baisser pendant encore 6 à 7 ans.

- Le rapprochement du régime du Pacs (réputé comme étant plus souple et moins solennel) avec celui du mariage renforce l'attractivité du premier.

- L'allongement des études et le fait que le concubinage et les naissances hors mariage soient rentrés dans les mœurs font reculer le mariage.

Source : Xerfi

Tous droits réservés

Chiffre d'affaires du marché du mariage et coût de la noce

- Malgré le recul du nombre d'unions, le marché du mariage reste dynamique : en 2017, il aurait généré environ 3 milliards d'euros.

Source : "Le marché du mariage à l'horizon 2020", Xerfi, 22/02/2018

- Une noce moyenne coûte 13 000 euros pour 100 invités (50 % de ce budget étant consacrés à la location de la salle et aux frais de traiteur), selon Xerfi en 2017.

- Selon Sofinco, le coût moyen par mariage est de 8 666 € en 2017 pour 64 invités.

Source : "Les Français et leur budget mariage", Sofinoscope, février 2018

- Les sommes dédiées à un mariage haut de gamme atteignent en moyenne 20 000 euros et peuvent aller bien au-delà pour certains mariages luxueux, toujours selon Xerfi.

Les postes de dépenses, par ordre décroissant :

- le repas, le traiteur et la pièce montée ;
- le lieu du mariage/la salle de réception ;
- la lune de miel ;
- les tenues ;
- les alliances ;
- l'animation ;
- le photographe/le caméraman, les boissons et le vin d'honneur.

N. B.

- Pour maîtriser leur budget, les Français seraient prêts à faire des économies en priorité sur le photographe (45 %), les cadeaux pour les invités (35 %), l'hébergement pour soi (32 %) et la décoration (31 %).

- À l'inverse, certains postes sont sacralisés : seule une minorité serait prête à faire des économies sur le vin d'honneur (16 %), le repas, le traiteur ou la pièce montée (12 %), les alliances (11 %) et les boissons (8 %).

Source : "Les Français et leur budget mariage", Sofinoscope, avril 2018

Sources de financement du mariage :

Pour financer leurs dépenses nuptiales, la plupart des personnes interrogées évoquent l'épargne (85 %) et l'aide des proches (69 %). Mais les sources de financement du mariage se diversifient : 46 % d'entre eux pensent aux sponsors, 38 % au crédit, 34 % au financement participatif, où chaque invité paye une part du mariage.

Source : "Les Français et leur budget mariage", Sofinoscope, février 2018

Les organisateurs de mariages

Combien sont-ils ?

- Le nombre de *wedding planners* est difficile à estimer en l'absence de code NAF propre au métier.
- Il y aurait environ 900 organisateurs de mariages en France.

Source : Assocem

Tous droits réservés

Évolution du nombre d'organisateurs de mariages en France				
Janvier 2004	Janvier 2006	Janvier 2011	Janvier 2014	Janvier 2017
6	100	200	700	900

Estimations AFE et Assocem

Quel pourcentage de futurs mariés fait appel à leurs services ?

- Selon les sources les plus optimistes, les *wedding planners* sont sollicités par 10 à 15 % des futurs mariés.

Source : "Devenir wedding planner", Le Journal du Net, 26/07/2018

- D'autres estiment que les organisateurs de mariages sont sollicités par 5 % des futurs époux.

Source : "Le marché du mariage résiste à la crise", Les Échos, 13/02/2014

- L'Assocem estime que le pourcentage de mariages organisés avec un(e) *wedding planner* se situe entre 3 et 6 %.

Quel chiffre d'affaires réalisent-ils ?

En 2017, ils ont réalisé 25 millions d'euros de chiffre d'affaires. En 2020, ils devraient réaliser 30 à 40 millions d'euros de chiffre d'affaires dans un contexte de concurrence très forte et de recentrage sur les mariages d'exception.

Source : Xerfi

Où sont-ils installés ?

En moyenne, il y aurait environ 200 agences en Île-de-France, 100 en PACA, entre 30 et 50 dans les autres régions, sauf dans les régions comme le Limousin, la Franche-Comté, la Corse, la Bourgogne ou l'Auvergne où on atteint à peine 10 agences.

Source : Assocem

ÉVOLUTION DU SECTEUR

La grande tendance : c'est le *do it yourself* (sans *wedding planner* donc)

Les futurs mariés ont envie de mettre la main à la pâte (par goût pour les loisirs créatifs, par souci d'économie et parfois par volonté de lutter contre le gaspillage) pour la célébration de leur union, et bénéficient souvent de l'aide de leurs proches.

Internet leur facilite la tâche :

- les futurs mariés consultent des cours et tutoriels vidéo sur Internet, vont s'inspirer de blogs ou de sites Internet (tels Pinterest ou Instagram) pour la décoration de la salle de réception, la création du faire-part ;
- ils s'informent en ligne sur les services et les produits (traiteurs, robes de mariée, fleuristes, listes de mariage, etc.), et comparent les prix ;
- certaines plateformes Internet veulent permettre aux futurs mariés d'organiser toutes les étapes de leur mariage sur leur application.

Tous droits réservés

- Ces solutions digitales rencontrent un grand succès, surtout auprès des trentenaires "connectés" (les digital natives) qui communiquent et achètent sur Internet au moyen de leur smartphone.

Les réponses des *wedding planners* à cette évolution

Ils organisent des mariages à l'étranger (ou organisent en France des mariages de personnes étrangères rêvant d'un "mariage à la française")

Les *wedding planners* peuvent chercher à se différencier en organisant des mariages à l'étranger pouvant correspondre aux prestations suivantes :

- des conseils et un accompagnement ;
- des démarches administratives, transports, hébergement ;
- la recherche de prestataires ;
- la scénographie ;
- des repérages logistiques et/ou la coordination du jour J.

En France, certains territoires – comme le Périgord – attirent tout particulièrement de futurs mariés anglais, suisses, américains, espagnols, etc., en quête de décors insolites (type "conte de fées"), au point que certaines agences de *wedding planners* ne travaillent pratiquement qu'en langue étrangère (chez *Dentelle et Nœud pap*, agence de *wedding planner* périgourdine, près de 80 % des clients sont étrangers). Les cérémonies de mariage ont lieu dans des châteaux ou en pleine nature, comme au camping *Parenthèses imaginaires*.

Source : "La Dordogne, un nouveau paradis pour futurs mariés du monde entier", Sud-Ouest, 12/06/2018

Ils deviennent officiants de cérémonies laïques

Si le mariage religieux continue de faire des adeptes, les cérémonies laïques sont de plus en plus prisées (pour les mariés athées, agnostiques ou de confession religieuse différente). Excellents communicants, les wedding planners peuvent organiser ces cérémonies qui répondent à un besoin de solennité : "si beaucoup de mairies font des efforts, cela reste rapide et administratif", note Fabiola Plazanet, *wedding planner* et officiante de cérémonies laïques.

Selon Magaly Zarka, également *wedding planner* et officiante de cérémonies laïques, ce type de cérémonie est entièrement personnalisé, sans passage obligé, mais "on commence avec une introduction parlant des mariés, de leur rencontre et – pourquoi pas ? – de leur choix d'avoir organisé ce type de célébration. Ensuite, plusieurs invités prennent la parole ou lisent des textes. Puis viennent les vœux des mariés, l'échange des alliances pour sceller l'union, un rituel pour le symboliser, et le mot de la fin".

À lire : "*Comment organiser une cérémonie laïque ?*" Le Figaro Madame, 31/01/2017

Mademoiselle Dentelle (alias Fabiola Plazanet) propose différents tarifs pour sa participation à la cérémonie laïque :

- 400 € pour l'aide à la rédaction de la cérémonie seule ;
- 980 € pour l'aide à la rédaction de la cérémonie et la célébration de la cérémonie le jour J.

Ils ajustent leur offre au service du mariage

- Les *wedding planners* peuvent évoluer vers des tâches de *wedding designer*, ou décorateurs événementiels, plus orientées sur la scénographie à thème (exemples : bohème, vintage, années 20, mais aussi Star Wars, Game of Thrones, etc.), la décoration de table, l'art floral, etc.

N. B. Concernant la décoration du mariage en 2019, les styles de 2018 (le folk, les cabanes et le rapport à la nature) resteront présents en 2019 et fusionneront avec l'industriel et le rustique, tandis que le végétal

Tous droits réservés

s'invitera dans les hangars et bâtiments désaffectés, tagués, sous forme de murs végétaux et de touches de plantes grasses jusque sur le costume du marié. Pour résumer, c'est la tendance "ville à la campagne" ou "urbex" qui devrait séduire de plus en plus.

Sources : "*Tendance décoration mariages Printemps-été 2019*", site de l'école Jaëlys, et "*Les coups de cœur et les tendances de la professionnelle*", Le Bien public, 30/06/2018

- Ils proposent de la location de matériel (décoration de table, meubles, vaisselle, etc.) ou de robes de mariée…
- Ils peuvent organiser des demandes en mariage originales, comme le fait l'agence de *wedding planners* *Flovinno*, ou bien des "surprises de couple" ou la Saint-Valentin.
- D'autres misent sur les enterrements de vie de jeune fille qui se déroulent sur un week-end, en France ou à l'étranger, comme *Mademoiselle s'en mêle*, par exemple.
- Ils s'adaptent aux contraintes budgétaires des futurs mariés. Jeanne Boulard, *wedding planner* du collectif *Nabie dit oui*, témoigne : "un mariage coûte le prix que les mariés décident d'y investir. Tout va dépendre du nombre d'invités, mais on va vers des mariages plus intimistes, en petit comité. Le secteur se renouvelle sans cesse, il y a mille solutions pour faire des économies ! Par exemple, pour ne plus dépenser dans la papeterie, on envoie une invitation 100 % digitale avec Timberpost. Concernant le dîner, on fait appel à un food truck pour éviter les frais annexes de vaisselle, services… Côté musique, on peut préparer des playlists pour éviter le DJ. En déco, on préfère la location plutôt que de tout acheter x 150, et pour ne pas faire exploser le budget fleurs, on se concentre sur beaucoup de feuillages. Pour la robe, plein de super créateurs font des collabs avec de grandes enseignes, ou alors on part aux puces dénicher LE trésor !"

Source : "Comment organiser son mariage kids friendly", Milk Magazine, 27/10/2017

- Etc.

Ils organisent d'autres événements

D'autres activités peuvent constituer une source de revenus supplémentaires :

- l'organisation de "*baby showers*" (ou fêtes prénatales), les baptêmes, les anniversaires, les goûters d'enfants, etc. ;
- l'organisation de soirées thématiques (par exemple : une soirée 100 % filles dans un hôtel, avec coiffure, maquillage flash, séances photo dans le cadre d'un "*moment cocooning*".

Source : Ouest-France, 13/09/2018) ;

- l'événementiel d'entreprise (organisation de portes ouvertes, lancement d'un produit, ventes privées, congrès, séminaires, conventions, réunions, galas, cocktails, dîners, incentives, *teambuilding*, expositions, mise en place de pavillons sur les salons, forums, arbres de Noël, etc.).

CLIENTÈLE

Principales caractéristiques des futurs mariés et symbolique du mariage

- L'âge des mariés continue de croître pour les personnes de sexes différents : en 2017, les hommes se marient en moyenne à 38,1 ans et les femmes à 35,6 ans.
- Pour les couples de même sexe, le constat est différent. L'ouverture mi-2013 du mariage aux conjoints de même sexe a entraîné un "effet de rattrapage" pour légaliser des unions qui auraient peut-être été

Tous droits réservés

conclues par un mariage plus tôt si cela avait été possible. Depuis, l'âge du mariage a diminué pour atteindre 44 ans chez les hommes et 39,1 ans chez les femmes en 2017.

Source : Insee

- "*Il y a 40 ans, le mariage relevait plus de l'injonction sociale. Aujourd'hui, c'est un choix, une fonction expressive du couple, dans une société individualiste exhortant à la "réalisation de soi"."*

Source : La passion du mariage, Florence Maillochon, 06/04/2016

- Le fait que les futurs époux sont généralement des trentenaires (chez les couples de même sexe ou de sexes différents) signifie souvent qu'ils sont plus indépendants financièrement, avec un budget "mariage" plus élevé pour une fête personnalisée : ils invitent plus de monde et accordent une importance toute particulière à l'expérience de leurs invités (avec animations et ateliers de type bar à cocktails, bar à tatouages, bar à fleurs, ateliers œnologie, photobook, etc., qui engendrent des frais supplémentaires).

Sources diverses

Les clients de l'organisateur de mariage

- Les couples de cadres ou CSP+, souvent trentenaires ou quadragénaires, disposant d'un budget d'au moins 20 000 euros pour 100 personnes (mais aussi des couples avec des ambitions plus modestes).
- Les étrangers qui rêvent d'un mariage à la française, dans un beau château.

N. B. Dans la majorité des cas, ce sont les mariés qui sont les interlocuteurs, et non pas les parents.

Pourquoi les couples font-ils appel à un *wedding planner* ?

- Ils n'ont pas le temps ni l'énergie pour organiser leur mariage (ils sont très pris par leur vie professionnelle et/ou familiale).
- Ils se sentent débordés à l'idée de gérer plus de 200 convives.
- Ils ne souhaitent pas solliciter leurs proches le jour J.
- Ils recherchent un lieu d'exception et une organisation parfaite.

Sources diverses

CONCURRENCE

Aux côtés de certaines entreprises (sociétés de l'événementiel se lançant dans le mariage, agences de conciergerie privées, traiteurs ou loueurs de salles), deux nouvelles formes de concurrence sont particulièrement menaçantes pour les *wedding planners* :

- le DIY (présenté plus haut) ;
- de nouveaux acteurs, issus de l'économie numérique et/ou de l'économie collaborative, proposant leurs services aux futurs mariés, sur fond de recherche de "bons plans" et d'essor du DIY.

Bref, la concurrence se diversifie, tandis qu'elle se densifie au sein même du métier de *wedding planner*.

Les nouveaux concurrents issus d'Internet et/ou de l'économie collaborative

L'exemple de Zankyou

Créée en 2008, la plateforme Internet espagnole Zankyou veut que les futurs époux puissent organiser en ligne toutes les étapes de leur mariage. Depuis leur smartphone, ceux-ci peuvent consulter des articles sur

Tous droits réservés

les tendances du mariage, bénéficier de conseils et d'une sélection sur mesure de prestataires de mariage dans leur région, créer leur liste de mariage (pouvant prendre la forme d'une cagnotte servant à financer le mariage), le site de leur mariage, gérer l'envoi d'invitations électroniques à tous leurs invités, gérer le plan de table, etc.

En France, 7 700 professionnels sont référencés, dont des *wedding planners*, des photographes, des traiteurs, etc.

Le site et l'application de Zankyou accueillent 6 millions de visiteurs uniques par mois dans 23 pays et 350 000 couples s'y enregistrent chaque année. À 80 %, l'audience est féminine et utilise les services de Zankyou sur son smartphone.

Source : "Zankyou, le pure player qui organise les mariages de A à Z", Le Journal du Net, 31/07/2017

Autres plateformes Internet et applications dédiées au mariage :

- *WedZem* : ce site propose une liste de mariage participative permettant aux futurs époux de financer leur mariage et aux invités de participer aux frais du mariage (coiffure, DJ, photographe, location de voiture ancienne, etc.).
- Petit mariage entre amis permet de créer un site gratuitement ainsi qu'une liste de mariage pour recevoir des dons de la part de ses invités.
- Promesse d'une vie, disponible sur smartphone, connecte mariés et invités et permet de partager toutes les informations essentielles pour le "jour J".
- La Belle et le Barbu permet de commander en ligne des costumes, accessoires, objets de décoration, de la papeterie, etc.

Les atouts de ces nouveaux entrants :

- Leur modèle d'intermédiation leur permet d'exploiter des effets de réseaux et d'attirer une grande variété de prestataires (à la recherche de visibilité) et un plus grand nombre de clients, et donc de générer des revenus croissants.
- Les tarifs sont peu élevés pour les futurs mariés.

Source : Xerfi

Quelques exemples de prestataires repérés dans la presse, au service du mariage… et des *wedding planners* ?

Être *wedding planner*, c'est aussi se tenir à l'affût des nouvelles idées et tendances, et de voir quelle(s) prestation(s) nouvelle(s) pourrai(en)t apporter un "plus" à la journée des mariés. Exemples d'activités nouvelles :

- Créée en 2016, l'entreprise *MyEditLab* réalise des films pour ses clients à partir de vidéos prises sur smartphone. Il s'agit de films d'anniversaires, de mariages, d'enterrements de vie de jeune fille, de vacances, mais aussi d'événements professionnels.
- Léonie Place, ancienne journaliste, est "scribeuse" à son compte en Bretagne. Elle raconte des histoires professionnelles et/ou personnelles en se rendant à divers événements, départs en retraite, anniversaires ou mariages. Dans ce dernier cas, elle décrit l'atmosphère de la fête, glane des anecdotes sur la vie des mariés… pour en faire un livre sur mesure qui complète le traditionnel album photo. Le prix de ses prestations varie de 2 500 à 10 000 euros hors taxes.

Source : "Scribeuse, celle qui écrit la vie des autres", France 2, 15/09/2018

Tous droits réservés

- En 2012, Lise Scherer a créé *Des clics photos*, une entreprise qui loue des appareils photo Polaroïd et vend des box (avec un appareil instantané, une pellicule et quelques cadeaux). Elle indique : "le Polaroïd est revenu en force, et en assistant à des mariages, j'ai compris qu'il y avait une vraie demande en la matière. Avec le numérique, il n'y a plus d'échanges d'images immédiats."

Source : Nouvelles publications économiques et juridiques, 12/01/2017

- *Cmondouble* fabrique des figurines en 3D à l'effigie des mariés pour décorer la pièce montée. Coût : à partir de 338 €.
- L'entreprise *Drone Owen vision* filme les mariages avec un drone.

PRINCIPALES ENTREPRISES

Quelques *wedding planners* (liste non exhaustive)

- *Com'une orchidée* (entreprise créée en 2006).
- *Ceremonize* (2009), *wedding planner* et formatrice.
- *Mon plus beau jour* (2004), "*wedding planner* et event designer", avec une "activité qui se partage à parts égales entre l'Europe et l'Amérique du Nord".
- *J'organise mon mariage*, *wedding planner*, organisme de formation et boutique d'accessoires de mariage.
- *Dites-moi oui* (2005)
- *Label' Émotion* (2008), franchise implantée en régions et à l'étranger (Suisse, Royaume-Uni).
- *D Day*, avec des agences à Lyon, Dijon, Rennes, Nantes.
- *WeDays* organise des mariages en région Aquitaine.
- *Daylove Event*
- *Weddzy*
- *Les Berlingottes*
- *MC2 Mon amour*
- Etc.

Le marché des *wedding planners* est-il saturé ?

Le fait que le nombre de *wedding planners* plafonne depuis plusieurs années semble indiquer une certaine saturation du secteur et une stagnation de la demande.

Ce n'est vraisemblablement pas par manque de connaissance de cette profession –présentée dans les magazines et sur les sites spécialisés – que les couples ne font pas plus appel à elle.

Cette saturation peut s'expliquer par le fait que l'attrait du métier est plus fort que le besoin des futurs mariés de faire appel à un professionnel pour organiser leur mariage (recherche de prestataires et coordination le jour J), d'autant que des solutions d'organisation en ligne gagnent en puissance et sont beaucoup moins onéreuses.

Ceci dit, chaque société d'organisation de mariages est différente et propose des services distincts. Avec

Tous droits réservés

un concept innovant répondant à une demande, un marché semblant saturé peut se transformer en opportunité de création d'entreprise.

Marion Maupin, *wedding planner* et formatrice, répond ceci : "cela ne sert à rien de s'entêter à proposer des services qui ne répondent à aucun besoin. Les mariés ont des besoins en décoration et des besoins émergents comme les cérémonies laïques. […] Il faut être à l'écoute des besoins des prospects pour créer ses propres débouchés."

Selon l'Assocem, le côté "chef d'entreprise" est souvent négligé. Certaines bonnes organisatrices de mariages arrêtent leur activité car cet aspect ne leur plaît pas (le démarchage, le travail commercial, etc.) ou par manque de financement leur permettant de mener des actions de communication.

POUR RÉSUMER…
LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR

Points forts	Points faibles
• Le WP connaît les prestataires, il a déjà fait les comparatifs (des traiteurs, des lieux, etc.). • Il représente un gain de temps, d'énergie, et permet parfois d'obtenir des ristournes auprès des fournisseurs, ce qu'il ne manquera pas de préciser à ses clients. • Il dispose d'une expertise en matière événementielle (il s'entoure de professionnels spécialistes de leur domaine : décoratrice, graphiste).	• C'est un marché de niche qui ne concerne que 3 à 6 % des mariages. • Le métier peut être perçu comme rigide et peu utile par les mariés qui auraient les moyens de faire appel à ses services. • La profession est fragmentée : la plupart des agences n'emploient pas de salariés.

Opportunités	Menaces
• Les cérémonies laïques. • La décoration du mariage. • La location de matériel et de robes. • L'organisation de mariages à l'étranger. • L'organisation de mariages de couples étrangers en France. • L'organisation d'événements privés et d'événements professionnels.	• Les plateformes Internet qui veulent devenir des *wedding planners* virtuels et la tendance du do it yourself lui font du tort. • La concurrence est féroce au sein du secteur du mariage et parmi les *wedding planners*.

Tous droits réservés

CONSEILS AUX CRÉATEURS

Comme pour toute création d'entreprise, il est difficile de vivre de l'activité rapidement. Il faut un solide réseau, un budget pour la communication, de la diplomatie et des amis qui acceptent de servir de premières références à l'occasion de leur mariage.

Aptitudes

- Sens de l'organisation et de l'écoute.
- Capacité à gérer une équipe de prestataires.
- Capacité à résister au stress.
- Sens relationnel et diplomatie à toute épreuve afin de gérer de petits conflits familiaux inévitables.
- Gestion budgétaire (pour définir le budget du mariage avec les futurs mariés… et le tenir avec rigueur).
- Connaissances juridiques, marketing et commerciales.
- Créativité, goût pour la décoration (capacité à créer une décoration florale, un plan de table…).
- Grande disponibilité pendant les temps libres des futurs mariés : les soirs et le week-end.
- Pratique des langues étrangères (il peut s'agir de conquérir un marché d'étrangers souhaitant se marier en France ou de Français résidant à l'étranger).

Formation

Il existe des formations payantes proposées par des organisateurs de mariages, ou des écoles privées qui dispensent des formations courtes (quelques mois au plus) pouvant être prises en charge par Pôle Emploi, le Fongecif, etc.

Il n'y a pas de diplôme reconnu ou agrée par l'État (on parle de certification), c'est pourquoi il faut être prudent quant au choix de son organisme de formation et se renseigner sur son sérieux et sa réputation.

En amont, il est souhaitable d'avoir suivi un cursus dans le domaine de l'événementiel ou de la communication.

Exemples d'organismes de formations

- *L'école Jaëlys* propose des formations *wedding and event planner* et *wedding planner* à Paris et Aix-en-Provence.
- *L'école du mariage* propose différentes formations (*wedding planner*, *wedding designer*, officiant de cérémonie, coiffure de mariage, etc.) à Paris et Toulouse.
- La *Wedding Academy* forme aux métiers de l'événementiel, du mariage et du design à Paris, Toulouse et à distance.
- *L'International Wedding Institute* forme à Paris, Lyon, Bruxelles et Luxembourg de futurs professionnels du mariage.
- Le Centre de formation et accompagnement à l'entrepreneurial (CFAE), dédié à l'événementiel, dispense une formation de "*Chargé de projet événementiel wedding planner, décorateur, officiant laïque*", à Massy (91).
- L'école Tunon et son *Bachelor RP et Événementiel* (dans différentes villes françaises et à Genève).
- L'agence de *wedding planner* *Laura Z Organisation* (Paris).
- L'agence de *wedding planner* *Perles d'émotion* (Paris).

Tous droits réservés

- L'école *J'organise mon mariage* propose différentes formations (*wedding planner*, officiant de cérémonie laïque, *wedding* déco, *wedding planner* à distance, carnet de tendances mariage, etc.) assurées par une *wedding planner*, à Enghein-les-Bains (95).

- L'agence My Special Event propose la formation à distance "*Organisateur de mariages*".

- L'*Assocem* propose une formation de huit modules sur dix journées plus une journée d'observation sur le terrain, le jour d'un vrai mariage ; ainsi que des formations de perfectionnement pour les agences souhaitant se diversifier (cérémonie laïque, événementiel d'entreprise, destination *wedding*, etc.). Les formations ont lieu à Paris et Nantes et sont animées par trois agences en activité.

Les moyens de promotion, en amont de la stratégie de communication sur Internet

Le nom de votre entreprise/agence

Les critères à prendre en compte :

- votre nom doit être disponible sur Internet en .fr et .com (à vérifier sur *https://www.ovh.com/fr*), et unique sur Google ;
- déposez le nom de votre société ou de votre marque auprès de *l'Inpi* ;
- il ne doit pas être trop long ;
- il doit être mémorisable.

Le logotype

- Il symbolise et véhicule votre concept auprès de vos potentiels clients.
- Il est primordial de penser à l'impact donné par votre logotype auprès de vos clients et fournisseurs.
- Il est recommandé de passer par un graphiste professionnel pour faire réaliser votre logotype.
- Attention à la qualité de votre logo, car il servira pour votre site Internet et vos cartes de visite.

Les cartes de visite

- L'utilité des cartes de visite est toujours d'actualité.
- Elles sont à distribuer dans un premier temps aux amis, à la famille, aux mairies près de chez vous, aux prestataires que vous avez démarchés, etc., puis à vos clients.
- Optez de préférence pour un graphiste professionnel.

Le site Internet et les réseaux sociaux

Qu'est-ce qu'un bon site Internet ?

- Un site au graphisme attrayant et réalisé par un professionnel, qui combine photos, avis et prix.
- Un site ergonomique, "mobile first" (adapté aux smartphones et tablettes).
- Un site avec les logos des réseaux sociaux renvoyant vers votre page Facebook, Instagram, etc.
- Un site bilingue (français/anglais) pour exposer ses prestations et premières références.
- Un site administrable.
- Un site optimisé pour le référencement naturel.
- Un site évolutif, régulièrement mis à jour selon les critères de Google et des internautes.
- Un site qui respecte les normes de sécurité HTTPS.
- Un site qui favorise la prise de contact.

Tous droits réservés

N. B. Si le site Internet est marchand, il demandera un investissement plus conséquent, ainsi qu'une logistique et un savoir-faire en matière d'achat et de gestion des stocks (voir *dossier "Projecteurs" AFE sur le e-commerce*).

Exemples d'outils (gratuits ou payants) pour faire son site Internet :

- *Jimdo*
- *Wix*
- *Squarespace*
- *Onokaa*
- *Appyourself*
- *Elloha*
- *Eviivo*

Ou utilisation d'un CMS comme WordPress, ou site créé par un freelance ou une agence.

Les réseaux sociaux indispensables

- Facebook
- Instagram
- Pinterest
- YouTube

L'Assocem recommande de ne pas être présent sur TOUS les réseaux sociaux, car il faudra les alimenter par la suite. Il faut se tourner vers les réseaux sociaux avec lesquels on a le plus d'affinités et le plus d'aisance. Sinon, cela s'en ressentira.

Le volet commercial à ne pas oublier

Le volet commercial est incontournable. L'investissement en démarchage commercial est peu onéreux, s'il est bien effectué, tandis que les retours peuvent être très intéressants :

Relations publiques

- Rencontrez régulièrement de nouveaux prestataires (traiteurs, pâtissiers, fleuristes, etc.), présentez-leur vos services afin qu'ils vous recommandent à leurs contacts.
- Représentez votre agence lors de salons professionnels (salons du mariage), mais attention, car la location d'un stand est onéreuse.

Relations avec la presse

- Contactez la presse féminine, la presse locale, la télé locale : rédigez un communiqué de presse (comprenant une seule information), un dossier de presse (avec l'historique de votre agence, les tendances du marché, des informations et des photos) pour que l'on parle de vous ; renseignez-vous sur les dates de bouclage des magazines pour envoyer votre support au bon moment.
- Contactez des blogueuses influentes et payez-les pour qu'elles parlent de vous.
- Contactez des sites Internet sur le mariage comme *https://www.mariage.com* pour écrire des reportages (et publireportages).
- Créez une page ou une rubrique "Presse" sur votre site Internet dans laquelle vous indiquerez les articles de presse parlant de vous.

Tous droits réservés

- Etc.

Quelques sites et conseils pour une étude de marché

La mairie, les organismes consulaires (CCI et CMA), les données Odil de l'Insee (*http://creation-entreprise.insee.fr*) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.

Le site du ministère de l'Action et des Comptes publics permet d'accéder aux seuils d'imposition par communes.

La consommation des ménages est analysée par l'Insee et grâce aux IDC (indices de disparité des dépenses de consommation). Et par *www.monemplacementcommercial.fr*.

Autre source d'information : *www.data.gouv.fr*.

Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le *pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France* (site François Mitterrand) permet d'accéder à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

Où vous installer ?

Concernant votre implantation, installez-vous en priorité en Île-de-France, dans les métropoles régionales dynamiques ou dans une ville à forte densité de résidences secondaires.

Tous droits réservés

ÉQUIPEMENTS - IMMOBILISATIONS - INVESTISSEMENTS DE DÉPART

Prévoir :

- Un budget principalement dédié au marketing et à la communication (voir plus haut dans la rubrique "Conseils aux créateurs").
- Un ordinateur, un smartphone, une connexion Internet, un appareil photo numérique, une imprimante.
- Une voiture personnelle.
- Un bureau (une pièce de son domicile) ou un *showroom* pour accueillir les clients et les rassurer. Vous pouvez vous déplacer chez eux, ce qui permet de mieux cerner leur personnalité, ou fixer un rendez-vous dans un hôtel proche de chez vous, côté salon/bar, et dans ce cas, un bureau à domicile suffira pour travailler.
- Du matériel de décoration : nappes, housses de chaises, objets de décoration, décorations de table, rallonges, vaisselle, mobilier, etc., et un lieu de stockage… si la personne souhaite proposer la décoration comme service.

N. B. Il faut prévoir à minima 5 000 € pour couvrir les frais de création graphique, le site Internet et quelques *prints* ; jusqu'à 10 000 € selon la qualité et la quantité des actions de communication souhaitées. *Source : Assocem*

Tous droits réservés

CHIFFRE D'AFFAIRES - FACTURATION

Facturation

Exemples d'honoraires (*Commune orchidée*) **pour :**

- un rendez-vous conseil (2 heures de rendez-vous, réponses aux questions des futurs mariés, recommandations, outils pour faciliter les démarches des futurs mariés) : à partir de 250 euros ;
- une scénographie (graphisme et édition, art floral, mise en lumière, accessoirisation, animation déco) : à partir de 600 euros ;
- une coordination du jour J (six rendez-vous conseil d'une heure, dont un sur site ; création d'outils pour le jour J ; coordination des prestataires ; présence d'un *wedding planner* et d'une assistante) : à partir de 1 600 euros ;
- une organisation partielle (conseils et accompagnement, scénographie, suivi organisationnel, coordination jour J) : à partir de 2 800 euros ;
- l'organisation complète du mariage (conseils et accompagnement, recherche de prestataires, scénographie, suivi organisationnel et budgétaire, coordination jour J) : à partir de 4 500 euros.

Différentes façons de se rémunérer :

- au forfait : à partir de 3 000 euros ;
- au pourcentage (entre 10 et 15 % du coût du mariage) ;
- ou bien un mix des deux avec un forfait de base et un pourcentage du budget global.

Acompte :

Un acompte de 30 % du budget global de la cérémonie est en général versé lors des premiers accords, un autre de 30 % pendant la préparation, et le solde de 40 % une semaine avant le mariage.

Besoins en fonds de roulement :

- Le *wedding planner* facture la totalité des prestations du mariage aux futurs mariés : il recherche, coordonne et gère toutes les prestations ; il sous-traite à des prestataires choisis avec les futurs mariés et constitue leur unique interlocuteur.
  Dans ce cas, **le besoin en fonds de roulement doit être prévu au départ** (environ 5 000 euros).
- Le *wedding planner* ne facture que ses honoraires : il recherche et coordonne les différentes prestations, mais laisse les mariés contracter directement avec les prestataires, en toute transparence, ce qui soulage d'autant la trésorerie ! Si le *wedding planner* bénéficie de réductions auprès de certains prestataires choisis, il en fait bénéficier directement ses clients.

Autres indicateurs :

- Il faut compter une dépense moyenne de 120 à 140 euros par invité (base 100 invités) dans le cadre d'un mariage organisé par les futurs époux contre une facture de 250 à 550 € pour un mariage organisé par un *wedding planner* (base 100 invités).
- Il faut réaliser 10 à 15 cérémonies par an pour que l'activité devienne rentable pour un solo.

N. B. Les prix doivent être fixés avant tout en fonction de ses charges et de la rémunération que l'on souhaite se dégager (chaque agence n'aura pas les mêmes charges), et en fonction des consœurs à côté pour ne pas casser les prix (sauf si les consœurs sous-facturent !).

Source : Assocem

Tous droits réservés

CHARGES D'EXPLOITATION

Principales charges

- Fournisseurs (salles, traiteurs, fleurs, musique, etc.) : ceci représente l'essentiel des charges à refacturer aux clients. Demandez un acompte qui servira à régler les prestataires... et à évaluer le sérieux de vos clients ! Vous pouvez également, comme de nombreux *wedding planners*, percevoir des honoraires pour votre prestation d'organisateur, tandis que les autres contrats sont établis directement au nom du client qui règle les fournisseurs en direct.
- Marketing et communication.
- Frais de déplacement.

FINANCEMENT - AIDES SPÉCIFIQUES

- Consultez le site de l'Agence France Entrepreneur (AFE) pour connaître les différentes formes de financement mobilisables en fonction de votre projet, de votre situation personnelle et de vos besoins. Vous retrouverez ces informations dans la rubrique "*Trouver des financements*".
- Pour découvrir les aides à la création/reprise d'entreprise, consultez la rubrique "*Les aides*" du site de l'AFE.
- Pour connaître les aides à la création d'entreprise pour les femmes, consultez *le site de l'AFE*.

Tous droits réservés

CONDITIONS D'INSTALLATION

Il n'y a pas de qualifications particulières ou d'autorisations à demander pour exercer l'activité.

RÈGLES ET USAGES DE L'ACTIVITÉ

Il n'existe pas de contraintes particulières, mais de la rigueur pour formaliser les relations entre le *wedding planner* et ses clients : un cahier des charges, puis un contrat de service avec devis et budget prévisionnel, un échéancier des paiements, etc.

N. B.

- L'organisateur ne peut réserver un hôtel, car il jouerait alors le rôle d'un agent de voyages, métier réglementé.
- En cas de démarchage à domicile, tenir compte du droit de rétractation.
- Ne pas oublier les assurances liées à l'organisation d'un événement. Il existe des prestataires spécialisés (il est difficile de faire de la publicité pour une compagnie plutôt qu'une autre, mais les assureurs qui s'intéressent au mariage sont présents dans les salons professionnels).
- L'agence, indépendamment de tout événement, doit contracter une responsabilité civile professionnelle.

STATUT

Pour pouvoir organiser des mariages, l'activité est le plus souvent exercée sous la forme commerciale, ce qui permet de facturer à la fois les honoraires, mais aussi les prestations commerciales des fournisseurs du mariage.

Il est plutôt rare que cette activité soit exercée sous forme de profession libérale, car elle serait limitée à du conseil.

Rappel

Le cadre de ce dossier ne permet pas d'évoquer en détail les différentes structures juridiques, le calcul des cotisations sociales, etc. Retrouvez les aspects juridiques, sociaux et fiscaux de la création d'entreprise *sur le site de l'AFE*.

ORGANISMES SOCIAUX

En fonction de la forme juridique choisie, le *wedding planner* relève :

de la sécurité sociale des indépendants (ex-RSI) ;

ou du régime social des salariés.

Vous serez rattaché au régime des indépendants si vous exercez en EI, en Eurl ou si vous êtes gérant majoritaire de Sarl.

Dans les autres cas, vous serez rattaché au régime général des salariés.

À noter : depuis le 1er janvier 2018, la gestion de la protection sociale des indépendants est progressivement confiée au régime général, sur une période de deux ans.

Tous droits réservés

STRUCTURE JURIDIQUE

La plupart des créateurs optent pour une structure juridique simple et facile à gérer : entreprise individuelle, Eurl ou Sarl.

D'autres préfèrent démarrer l'activité à plusieurs pour se répartir les fonctions et les sources de financement de la structure.

Pour en savoir plus, consultez *le site de l'AFE* et l'infographie "*Quel statut juridique choisir ?*" sur le site de l'AFE.

Tous droits réservés

ORGANISMES PROFESSIONNELS

Assocem, l'association des organisateurs de mariages ou *wedding planners* de France.

L'Assocem a été créée en 2011 par deux *wedding planners*. Objectif : organiser la profession, présenter un réseau dynamique d'organisateurs de mariages solides et sérieux qui respectent la charte de déontologie, et être une source d'information, notamment auprès des futurs mariés et des personnes qui souhaitent se renseigner sur le métier. L'association est dynamique et elle est présente sur plusieurs régions de France : afterworks mensuels réservés aux membres, séminaire annuel ouvert à tout *wedding planner*…

Tous droits réservés

7 | BIBLIOGRAPHIE ET INFORMATION PRATIQUES

Le mariage est toujours aussi populaire : il inspire des émissions TV, magazines et blogs, tandis que plusieurs dizaines de salons ont lieu chaque année partout en France.

OUVRAGES ET ÉTUDES

"*Le marché du mariage à l'horizon 2020*", Xerfi, 2018.

REVUES, ANNUAIRES, SITES ET BLOGS

Revues grand public

- OuiMag, le mariage autrement et son blog : *http://www.ouimag.fr*.
- Marions-nous ! : *https://www.lesitedumariage.com/mariage/marions-nous/magazine-abonnement.aspx*.
- Mariée, et son site Internet : *https://www.mariee.fr*.
- Rubrique de Marie Claire : *http://www.marieclaire.fr/mariage,20011.asp2*.
- Rubrique "Mariage" du Figaro : *http://madame.lefigaro.fr/mariage*.

Sites Internet, annuaires de prestataires, listes de mariage, etc. (autres que ceux déjà cités)

Il est difficile de les citer tous, tant les sites sont nombreux autour du mariage.

En voici quelques-uns :

- *www.mariage.fr*
- *https://www.mariages.net*
- *www.1001mariages.fr*
- *www.festimariage.com*
- *https://www.lesitedumariage.com/*
- *https://mariage.cam*
- *https://www.mariageserein.fr*
- *https://www.secretdemariage.com*
- *https://www.1001salles.com/*
- *www.abcsalles.com/*
- *http://www.chrono-mariage.fr*
- *http://www.annuaire-de-mariage.fr*
- *https://www.wedden.fr*
- *https://www.ameliste.fr*
- *https://lamarieeencolere.com*
- https://www.relations-publiques.pro/rubriques/mariage-2 (communiqués de presse relatifs au mariage)

Tous droits réservés

Quelques blogs et chaînes YouTube

- *https://www.mademoiselle-dentelle.fr* (blog d'une *wedding planner*)
- *http://www.wedding-entrepreneur.com* (blog d'une *wedding planner* et formatrice)
- *http://leblogdefiancee.com*
- http://www.lafianceedupanda.com
- *https://www.queenforaday.fr*
- *https://withalovelikethat.fr*
- *https://www.unbeaujour.fr*
- *https://www.donnemoitamain.fr*
- *Chaîne YouTube d'Élodie Bansard* (*wedding planner*)

N. B. Les nouvelles idées viennent souvent des États-Unis où 85 % des mariés font appel à des *wedding planners*, *selon le Journal du Net*. Consultez les blogs et comptes Facebook, Instagram et Pinterest des *wedding planners* américains pour connaître les nouvelles tendances en matière de mariage.

SALONS

Événement professionnel

Séminaire annuel organisé par l'Assocem et ouvert à toutes les agences de *wedding planners*. Généralement organisé en novembre de chaque année.

Nombreux salons partout en France

- *Calendrier 2018-2019* sur le site Evous.fr.

Exemples

- *Salon du mariage* de Paris, Nice, etc.
- *Les coulisses du mariage* à Paris.
- *Festival Andy* à Paris (par le collectif Nabie dit oui).
- *Le salon du mariage* de Lille.
- *Les grands salons du mariage* de Nancy, Metz, Strasbourg.
- Etc.

Tous droits réservés

ISBN : 978-2-84079-718-0 (PDF)
Référence AFE : SPC.16
Code APE : Divers
Date d'actualisation : Novembre 2018

14, rue Delambre
75682 Paris cedex 14
Tél. : (33) 01.42.18.58.58
Télécopie : (33) 01.42.18.58.00
Internet : www.afecreation.fr