# CERCLE WORLD

## Le réseau social qui manquait.

Une infrastructure commune pour transformer les communautés en relations et en opportunités.




**200 000 €** **PRE-SEED**

Marc Mauco · Fondateur

# Une communauté. Une plateforme. Un modèle à prouver.

Cercle DZ est le point de départ. Cercle World est la vision d’une infrastructure réutilisable.

**2 472**

inscrits uniques déclarés [S2]

**377 k**

abonnements sociaux déclarés [S1]

**200 k€**

financement recherché [S1]

**Thèse d’investissement.** Financer le passage d’un produit communautaire en production à une organisation capable de fidéliser, de vendre et de répliquer son modèle. L’intérêt initial est documenté ; la rentabilité et la duplication restent à démontrer.

**SOMMAIRE**


| | |
|---|---|
| Problème, produit et preuves visuelles | 03–08 |
| Traction, distribution et économie | 09–14 |
| Vision mondiale et réplication | 15–16 |
| Scénarios, capital et exécution | 17–21 |
| Positionnement, risques et diligence | 22–25 |


Lecture des preuves : données fournies par le fondateur, captures d’interface, estimations et hypothèses sont distinguées. Aucune valorisation n’est proposée. Sources détaillées p. 24.

# Passer de la connexion numérique à la rencontre utile.

La proposition : une communauté identifiable, des outils relationnels et des occasions de se rencontrer.

### 01 · Appartenance

Trouver des personnes partageant une culture, un parcours, une ambition ou un centre d’intérêt.

### 02 · Proximité

Découvrir des membres et des professionnels dans sa ville ou lors d’un déplacement.

### 03 · Opportunités

Transformer une discussion en rencontre, en recommandation ou en relation commerciale.

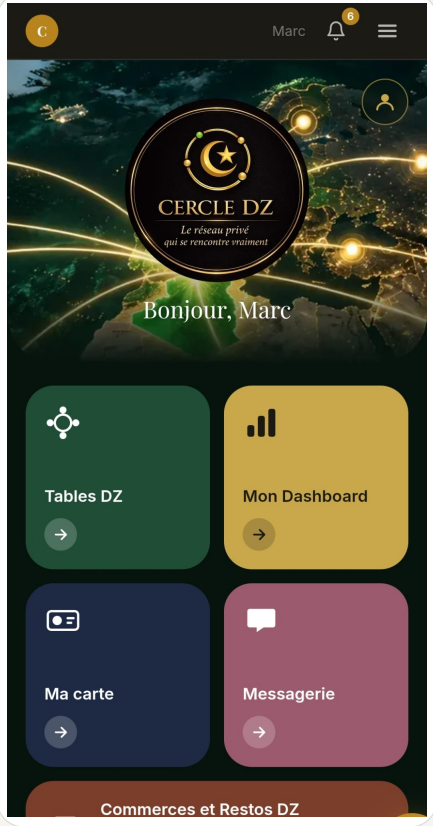
## Communauté → Interaction → Rencontre → Valeur

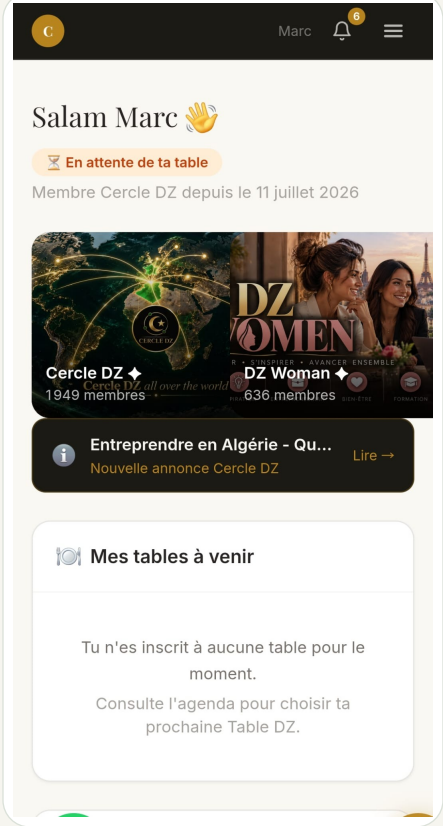
Cercle DZ réunit ces usages dans une même expérience. La valeur du modèle se mesurera par la répétition des usages et les revenus, au-delà du seul nombre d’inscrits.

Source : proposition stratégique formulée dans le mémorandum [S1]. Hypothèse d’usage ; aucune étude de marché indépendante fournie.

# Une application communautaire déjà matérialisée.

Captures originales fournies par le fondateur. Elles attestent des interfaces, pas d’un audit technique indépendant.




## Un point d’entrée commun

Accueil, tables, tableau de bord, carte membre, messagerie, commerces et accès aux communautés. L’expérience réunit des usages auparavant dispersés.

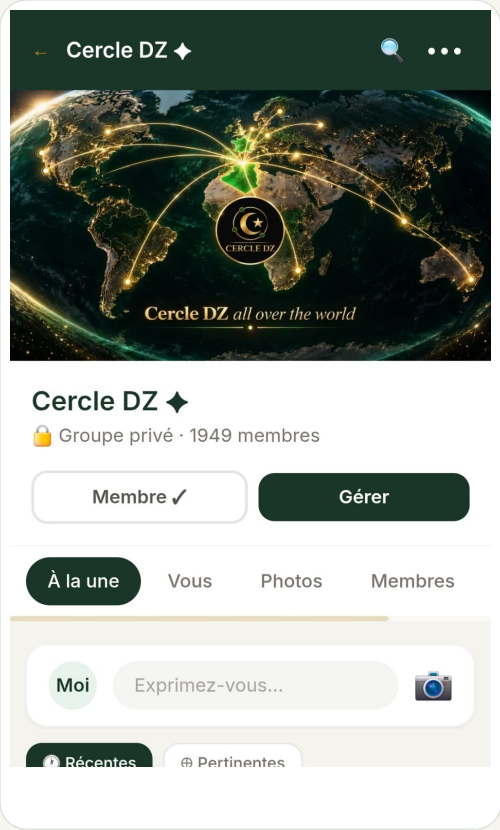
## Un parcours à instrumenter

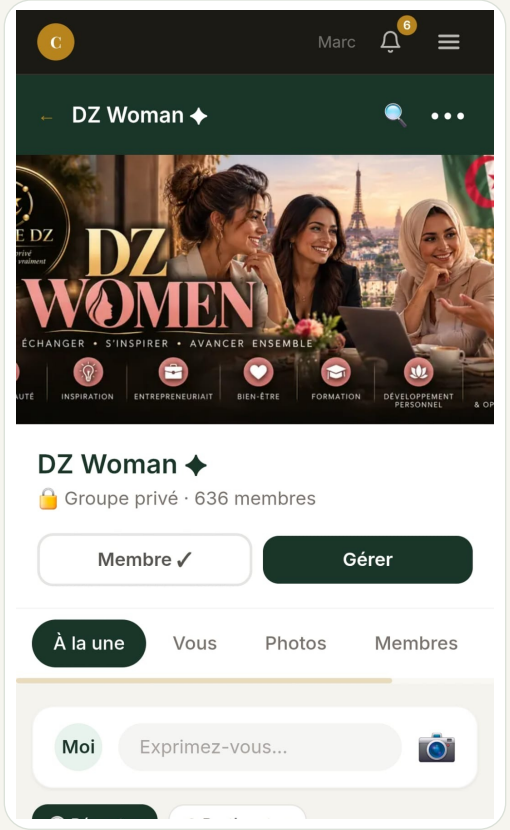
De l’inscription à la première interaction, puis à une rencontre ou à une formule payante. Priorité : mesurer activation, rétention à 30/60/90 jours et conversion par cohorte.

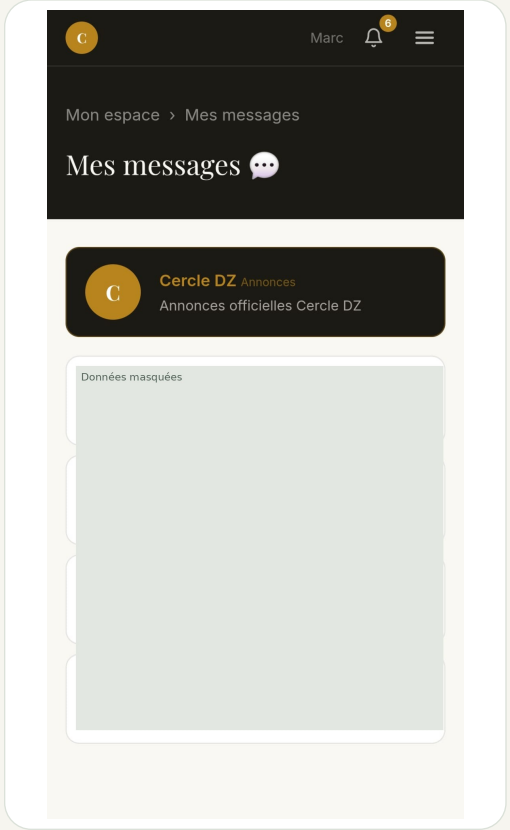
Sources : captures d’accueil [S3] ; description du produit [S1, S2]. Plateforme déclarée en production à app.cercle-dz.fr.

# Des espaces sociaux et une messagerie intégrée.

Groupes privés, fil de publications et conversations : créer des interactions avant et après les rencontres.




## Usage & confiance

Cercle DZ : 1 949 profils au statut « actif ».

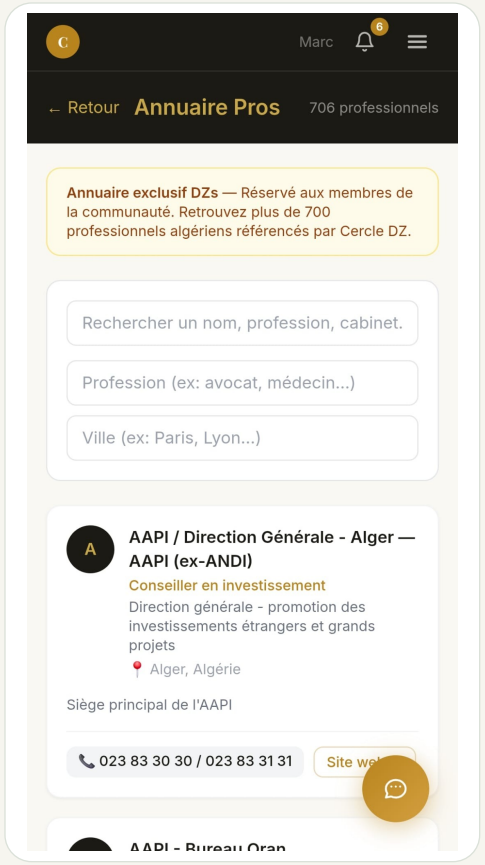
DZ Woman : 636 membres affichées.

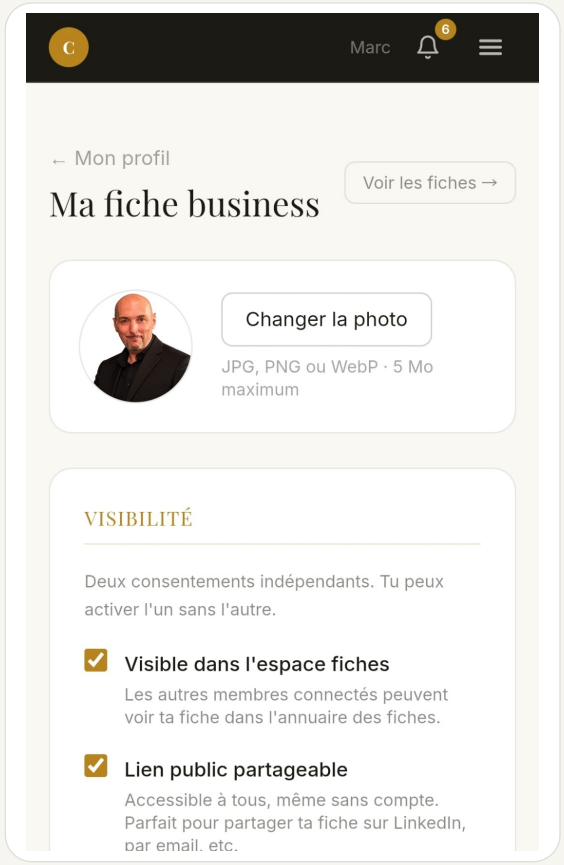
La capture de messagerie est anonymisée : identités, photos et extraits privés ont été masqués.

Sources : [S2, S3]. Statut « actif » dans la base ≠ utilisateur actif mensuel (MAU). Recadrages réalisés pour protéger les données personnelles.

# Des profils et des annuaires pour rendre le réseau utile.

La découverte de professionnels et la fiche Business soutiennent le développement d’une offre B2B.




### 706 professionnels référencés

L’annuaire affiche ce nombre dans la capture. Ce stock de fiches n’équivaut ni à 706 clients, ni à 706 contrats commerciaux.

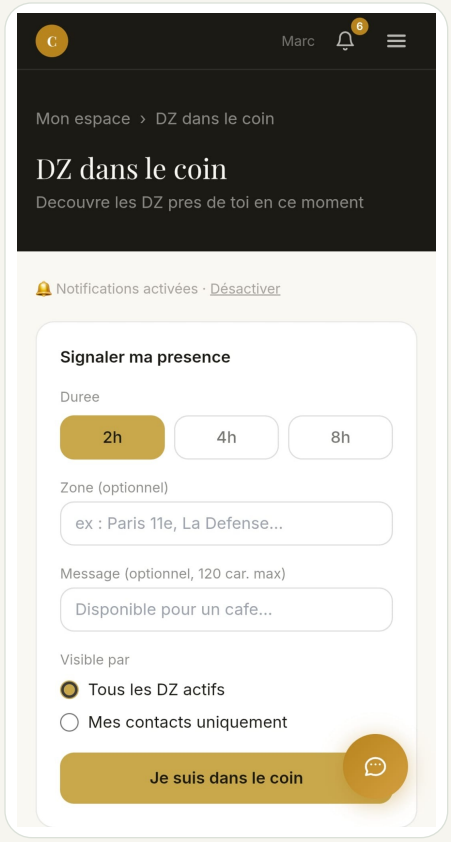
### Une vitrine partageable

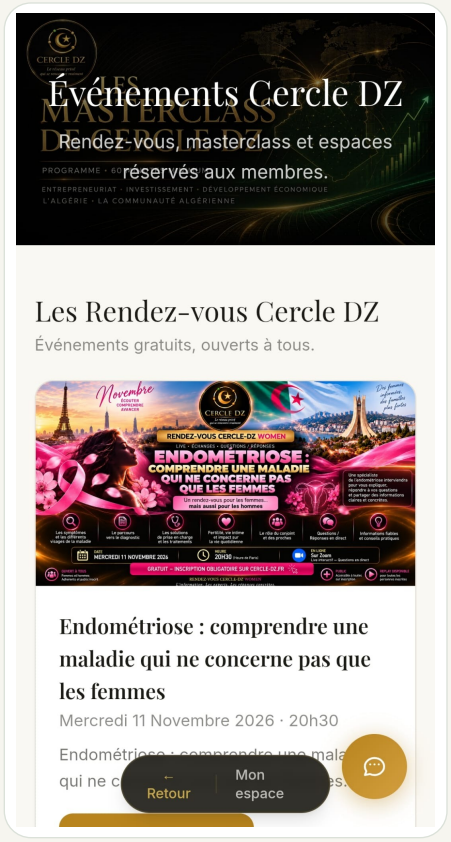
La fiche Business propose des consentements de visibilité distincts pour l’annuaire et le lien public. La distribution et les droits sur chaque fiche doivent être documentés.

Source : captures de l’annuaire professionnel et du profil du fondateur [S3]. Coordonnées institutionnelles visibles ; pas de données privées de tiers.

# Une expérience qui sort de l’écran.

Tables DZ, événements, masterclass et signalement de disponibilité locale.




## Les rencontres comme boucle d’activation

Déjeuners et dîners en petits groupes, rencontres professionnelles et sessions thématiques. La qualité dépend de la densité locale et de la fiabilité du remplissage.

## La proximité comme service

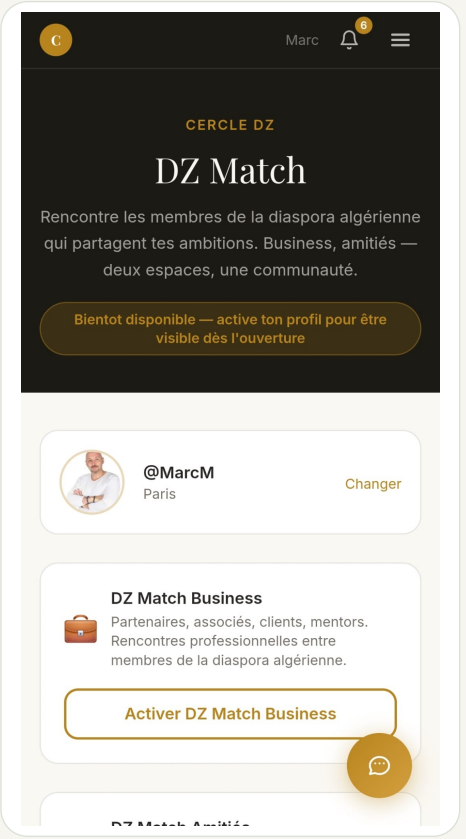
« DZ dans le coin » permet de signaler une présence limitée dans le temps, avec un choix de visibilité. La capture d’un événement illustre l’agenda ; elle ne prouve pas sa tenue.

Sources : [S1, S2, S3]. Les mécanismes de matching et de notifications sont déclarés par le fondateur ; non testés dans le cadre de ce document.

# Séparer les fonctions visibles de la feuille de route.

Une lecture prudente de l’état du produit évite de confondre interface, usage et performance.

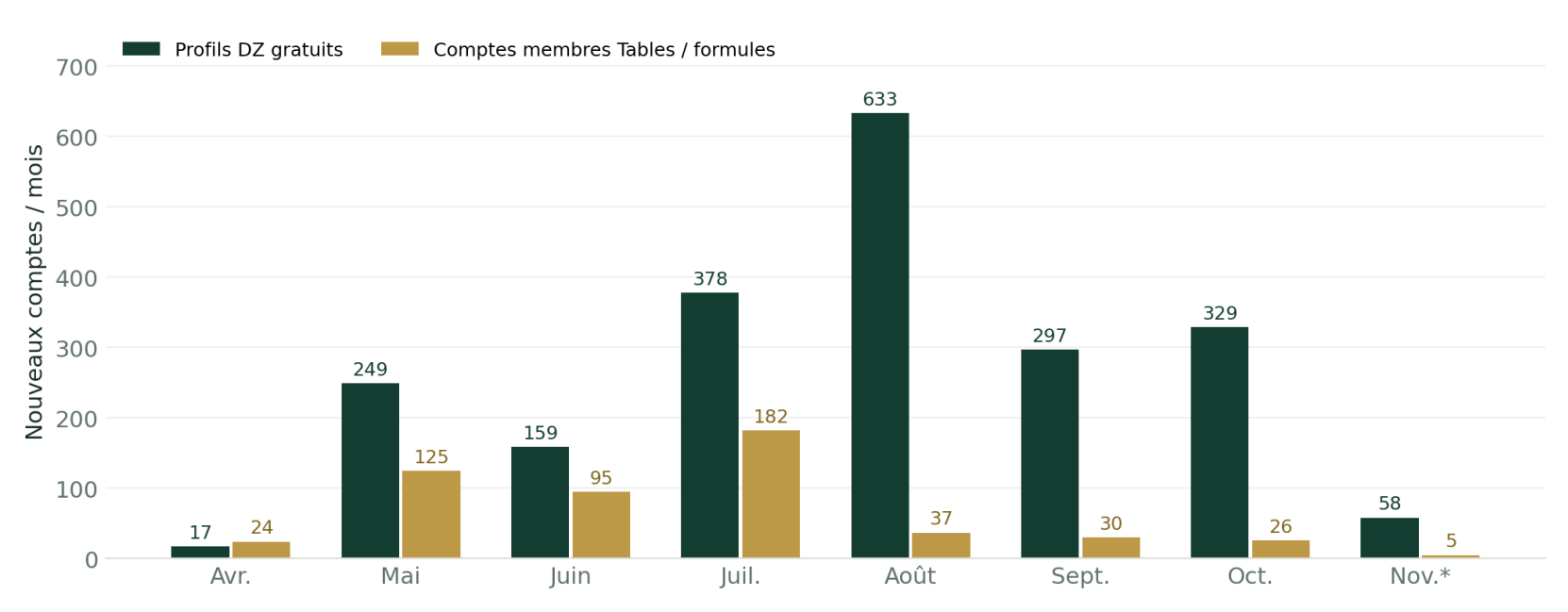
| Périmètre | État documenté | Limite de preuve |
|---|---|---|
| Fil, groupes, profils, messagerie, annuaires | Interfaces visibles dans les captures | Performance, sécurité et rétention non auditées |
| Tables, paiements et administration | En production selon le dossier source | Contrôles du matching et rapprochement Stripe à réaliser |
| DZ Match | Interface présente ; « bientôt disponible » | Pas de lancement commercial confirmé |
| Cercle DZ Business | Offre en lancement à 500 €/an | Aucune adhésion payante recensée dans S1/S2 |
| Cercle AFR / Cercle Engine | Préinscription / vision de licence | Réplication et modèle SaaS non démontrés |




Sources : matrice produit [S1, S2] et capture DZ Match [S3]. La présence d’un module n’est pas une preuve de revenus ou d’activité.

# Une base communautaire qui se développe.

Nouvelles inscriptions par mois · avril au 5 novembre 2026 · séries déclarées dans le dossier source.




### 2 472 personnes uniques

Chiffre global communiqué par le fondateur. Acquisition sans budget publicitaire déclaré.

### Deux séries distinctes

2 120 profils gratuits et 524 comptes membres. Les populations se recouvrent : elles ne doivent pas être additionnées en personnes uniques.

Source : tableau mensuel [S2]. * Novembre partiel : 5 premiers jours, non comparable aux mois complets. « Comptes membres » ne signifie pas abonnements payants. La série totalise 2 644 comptes, avec chevauchements à rapprocher du total unique.

# Le potentiel existe. L’activation reste le chantier central.

Les indicateurs documentent une première expérience ; leur définition et leur périmètre doivent être stabilisés.

**44**

tables réalisées

**175**

participations

**128**

participants distincts

**4,65/5**

48 avis de satisfaction

### 50 % de tables annulées

110 annulations sur 220 tables programmées. Les 44 tables réalisées ne couvrent pas le solde : 66 tables ont un statut à réconcilier.

Priorité : concentrer l’offre, comprendre les annulations et mieux remplir chaque rencontre.

### Des usages à mesurer par cohorte

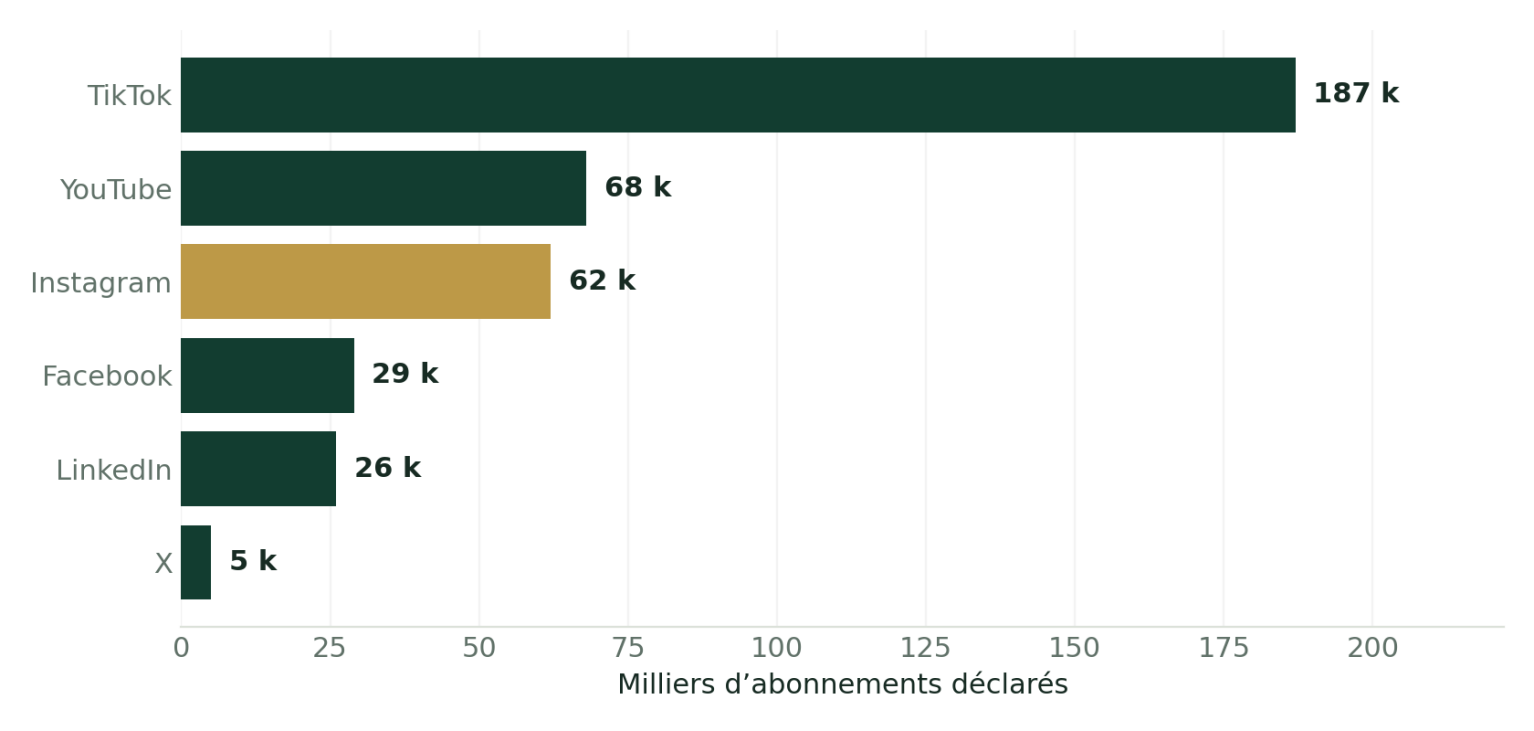
208 messages échangés sur les 30 derniers jours ; 130 restaurants référencés dans 11 villes.

MAU, fréquence d’usage, rétention et taux de renouvellement ne sont pas fournis. Le statut « actif » ne les remplace pas.

Source : indicateurs de production rapportés dans [S2], arrêtés au 5 novembre 2026. Satisfaction : échantillon d’avis ; représentativité non établie.

# Un canal de lancement déjà constitué.

Les abonnements sociaux constituent une audience potentielle, et non une base d’utilisateurs uniques de Cercle World.




### 377 000 abonnements

Total arithmétique sur six plateformes, d’après les chiffres déclarés dans le mémorandum. Chevauchements entre réseaux non déduits.

### Plus de 80 M de vues

Cumul historique déclaré par le fondateur, sans période homogène ni export analytique fourni ici.

À mesurer : audience → visites → inscriptions → actifs → payants.

Source : audience déclarative [S1]. Chiffres non audités ; aucune capture analytique des réseaux sociaux dans le lot d’images utilisé. Ni reach garanti, ni coût d’acquisition nul.

# Monétiser les usages, les professionnels et la visibilité.

Grille issue des documents fournis. Les prix affichés ne sont pas des revenus acquis.

| Moteur | Offres & tarifs de référence | Logique économique |
|---|---|---|
| B2C · membres et expériences | Profil gratuit ; Pass Table 7,50 € ; Découverte 9,90 €/mois ; Connect 12,90 €/mois ; Membership 15 €/mois ou 149 €/an | Entrée gratuite puis services payants. Mesurer la rétention et la contribution après coûts d’animation. |
| B2B · réseau professionnel | Cercle DZ Business : 500 €/an. Fiches Business, rencontres et groupes métiers. | Offre en lancement ; 0 adhésion payante recensée dans le dossier. Renouvellement à démontrer. |
| Publicité · entreprises | Premier annonceur : 50 €/mois déclaré. Propositions suivantes : 75 €/mois. | Visibilité dans l’application et prestations sur les réseaux du fondateur à suivre séparément. |

Options futures : événements, partenariats commerçants et licences Cercle Engine. Aucun revenu de licence n’est retenu dans les scénarios.

Sources : [S1, S2]. Prix tels que communiqués ; traitement de TVA et reconnaissance comptable à confirmer dans le modèle financier final.

# Un premier intérêt annonceur, encore à transformer.

Le dossier distingue explicitement les engagements déclarés des propositions en cours.

### 1 annonceur engagé

50 €/mois selon les sources. La réalité de l’encaissement, la durée du contrat et le renouvellement doivent être rapprochés des pièces justificatives.

### 3 propositions commerciales

Propositions à 75 €/mois. Elles ne sont pas présentées comme des contrats signés et ne sont pas incluses dans les revenus actuels.

### Un mix média à clarifier

Présence Cercle DZ + contenus sociaux du fondateur. Exemple discuté : un Reel tous les deux mois et deux Stories mensuelles, à contractualiser.

| Publicité dans l’application | Prestations éditoriales / influence |
|---|---|
| Inventaire d’espaces, ciblage, impressions et clics à instrumenter. | Temps de production, diffusion sur comptes personnels et droits à encadrer. |
| Objectif : une offre réplicable, avec renouvellement mesurable. | Objectif : isoler la marge d’une prestation dépendant de ressources humaines. |

Source : compléments commerciaux [S1] et premier annonceur rapporté dans [S2]. Aucun contrat supplémentaire ni revenu publicitaire non documenté n’est supposé.

# Une monétisation initiale, à rapprocher des encaissements.

Les données ci-dessous sont des estimations des sources, pas des comptes certifiés ni un export Stripe vérifié.

**≈ 400 € / mois**

Revenu récurrent estimé dans S2, incluant le premier annonceur. Il n’est pas ajouté une seconde fois.

**331 Pass Table**

Achats cumulés déclarés. L’ordre de grandeur de 2 500 € de ventes reste à rapprocher des remboursements.

**25 abonnements**

16 Membership, 6 Connect et 3 autres selon S2. Paiements, gratuités et tarifs annuels à réconcilier.

**Lecture correcte.** 25 / 2 472 ≈ 1,0 % : ratio instantané entre stocks, pas taux de conversion par cohorte. 331 × 7,50 € = 2 482,50 € est un calcul théorique brut, pas un chiffre d’affaires encaissé validé.

**Historique des revenus.** Aucun tableau mensuel vérifié n’est fourni. Il serait trompeur de dessiner une courbe de revenus réalisés. Le graphique p. 18 montre uniquement des trajectoires illustratives, avec hypothèses explicites.

Sources : [S1, S2]. Ni montant net de taxes, ni résultat, ni trésorerie disponible ne peuvent être déduits de ces estimations.

# Cercle World : une identité, plusieurs appartenances.

Infographie redessinée à partir du mind map original. Les extensions ci-dessous sont une vision, pas des communautés toutes ouvertes.

**CERCLE WORLD**

One Member · One Cercle ID

### IDENTITY

Cercle DZ
Africa / AFR
Liban · Italie
Canada

### BUSINESS

Invest · Tech · IA
Legal · Executive
Real Estate · Startup
Founder · Cluster
Nomade · Coach

### LIFE

Voyage · 50+ · Students
Women · Fashion
Couple · Sport
Entrepreneur · Single
Parents · Health · Food
Culture · Next Gen (18–30)

### CITY

Dubai · Los Angeles
London · City
Paris · New York
Montréal

Sources : mind map manuscrit [S4], stratégie [S1]. Cercle DZ est le pilote existant ; AFR est envisagé ensuite. Chaque cercle exige acquisition, animation, modération et validation économique.

# Faire de Cercle AFR un test, puis décider d’industrialiser.

Le réemploi du logiciel est une hypothèse de productivité. La demande et le coût de chaque communauté restent spécifiques.

### 01 · Cercle DZ

Stabiliser le produit, mesurer les cohortes et formaliser le coût d’exploitation du premier cercle.

### 02 · Pilote Cercle AFR

Présence Instagram et parcours de préinscription rapportés. Pas de base de revenus démontrée.

### 03 · Cercle Engine

Hypothèse de licence à des organisations. Prix, support, sécurité et volonté de payer à tester.

**Socle mutualisable envisagé :** identité membre, profils, groupes, messagerie, événements, paiement et administration.

Conditions avant réplication : droits sur le code, séparation des communautés et permissions, coûts d’infrastructure, sauvegardes, support et mesure de la rétention.

Sources : [S1, S2, S4]. Stack déclarée : Next.js, Vercel, PostgreSQL/Neon, Stripe ; architecture et portabilité non auditées.

# Trois portefeuilles hypothétiques à douze mois.

Simulation commerciale à M+12, pas prévision validée. Volumes à atteindre, non clientèle acquise.

| Hypothèse / composante | Prudent | Central | Ambitieux |
|---|---|---|---|
| Membership à 15 €/mois | 75 × 15 = 1 125 € | 150 × 15 = 2 250 € | 300 × 15 = 4 500 € |
| Connect à 12,90 €/mois | 20 × 12,90 = 258 € | 60 × 12,90 = 774 € | 120 × 12,90 = 1 548 € |
| Business à 500 €/an ÷ 12 | 5 → 208 € | 20 → 833 € | 50 → 2 083 € |
| Annonceurs à 75 €/mois | 10 × 75 = 750 € | 30 × 75 = 2 250 € | 60 × 75 = 4 500 € |
| Total mensuel équivalent | 2 341 € | 6 107 € | 12 631 € |

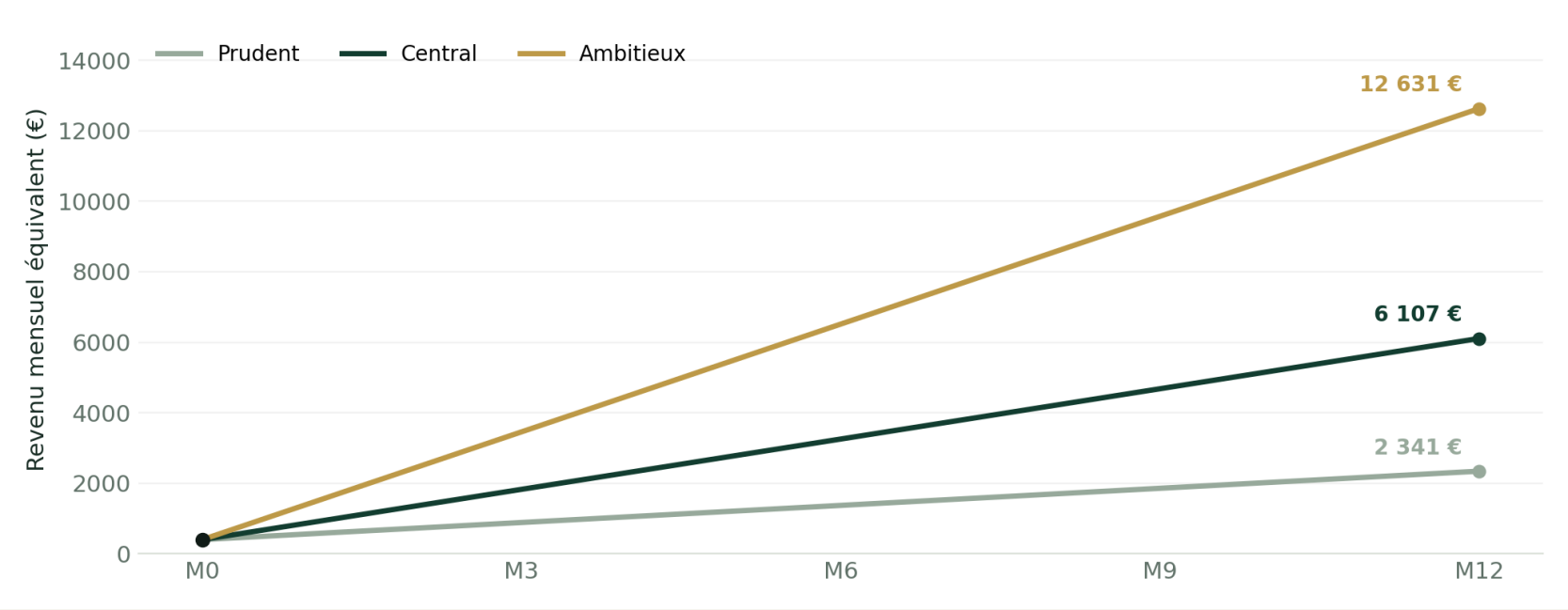
**Convention.** Business est mensualisé pour comparer les composantes, sans supposer d’encaissement mensuel. Les totaux sont arrondis après calcul. Les offres sont supposées distinctes, sans cumul de revenus pour un même service.

**Non inclus.** Événementiel et licences Engine ; réductions annuelles, churn, impayés, remboursements, taxes, coûts et marge. Aucun ARR contractuel ni bénéfice n’est déduit de ces scénarios.

Source : hypothèses de simulation [S1]. Calculs recomposés : 2 341,33 € / 6 107,33 € / 12 631,33 €. Tous les volumes commerciaux sont hypothétiques.

# Évolution hypothétique du revenu mensuel équivalent.

Trois interpolations linéaires entre une base indicative de 400 €/mois et les portefeuilles hypothétiques de M+12.




## HYPOTHÈSES

M0 = estimation source d’environ 400 €, non rapprochée des encaissements.

M1 à M11 = interpolation mathématique ; aucune mesure réelle.

M12 = scénario de la page 17.

La progression régulière est une convention visuelle, pas une promesse.

Calcul : R(m) = 400 + [R(M12) − 400] × m / 12. La courbe ne mesure ni revenus cumulés, ni cash-flow, ni profit. Aucune série historique de revenus n’a été inventée.

# Un capital affecté à des preuves économiques.

Allocation indicative sur douze mois retenue dans le mémorandum. Dépenses et devis à confirmer avant engagement.




| Allocation proposée | Budget | Part |
|---|---|---|
| Équipe communauté, ventes et annonceurs | 70 000 € | 35 % |
| Acquisition, contenus et conversion | 30 000 € | 15 % |
| Produit, analytics et fiabilité | 40 000 € | 20 % |
| Pilote Cercle AFR | 20 000 € | 10 % |
| Juridique, opérations et réserve | 40 000 € | 20 % |

Source : allocation [S1], plus récente que S2. 200 000 € / 12 = 16 667 € de budget moyen théorique par mois ; ce ratio ne démontre pas une durée de trésorerie. Aucune recette future n’est intégrée à cette allocation.

# Une feuille de route conditionnée aux résultats.

Le calendrier est indicatif. Le passage d’une étape à l’autre dépend des preuves obtenues et de la trésorerie.

### T1 · Mesurer & monétiser

Rapprocher Stripe et comptabilité.
Installer analytics et cohortes.
Réduire les annulations.
Tester les offres et le parcours payant.

### T2 · Structurer

Renforcer communauté et ventes.
Standardiser l’animation.
Documenter les contrats et la marge.
Développer les canaux propres.

### T3 · Préparer le pilote

Stabiliser le socle technique.
Documenter les coûts par cercle.
Vérifier droits, permissions et sécurité.
Préparer Cercle AFR.

### T4 · Tester & décider

Lancer un pilote limité si justifié.
Comparer activation et rétention.
Mesurer acquisition et coût du support.
Décider extension ou ajustement.

Gates de décision : données financières réconciliées → processus reproductibles → coût par cercle mesuré → réplication validée.

Source : feuille de route [S1]. Aucun objectif chiffré de revenus ou d’expansion ne constitue un engagement contractuel.

# Marc Mauco : l’expérience, puis l’organisation.

Fondateur et opérateur principal de Cercle DZ ; les ressources de la levée doivent réduire la dépendance à une seule personne.



**Marc Mauco**
Fondateur
Entrepreneur & consultant

## Un parcours international

Environ 25 à 30 ans d’expérience entrepreneuriale et commerciale déclarée, en France, en Algérie et dans plusieurs environnements internationaux.

## Une capacité de lancement

Conception, développement et lancement sur moyens propres selon le fondateur. Une audience personnelle mobilisable pour les premiers marchés.

## La prochaine capacité à construire

Documentation produit, délégation opérationnelle, responsabilité commerciale, modération et suivi financier. La société destinataire de l’investissement, la propriété intellectuelle et la table de capitalisation restent à confirmer avant souscription.

Sources : présentation du fondateur [S1, S2] ; portrait extrait de sa propre fiche Business [S3]. Aucun recrutement effectué ni organigramme constitué n’est supposé.

# Une intégration différenciante à démontrer.

Le projet se positionne à la rencontre des communautés numériques, du networking et des rencontres physiques.

| Famille d’alternatives à étudier | Besoin comparé | Test pour Cercle World |
|---|---|---|
| Réseaux généralistes : Facebook, LinkedIn | Audience, groupes, visibilité professionnelle | Une communauté spécialisée produit-elle plus d’interactions utiles ? |
| Rencontres : Meetup, Timeleft, InterNations | Événements, proximité, appartenance | La densité locale et le remplissage sont-ils suffisants ? |
| Outils communautaires : Circle et équivalents | Espaces privés, administration, outils partagés | Le coût de réplication et la qualité de l’expérience sont-ils compétitifs ? |

### Marché accessible : à documenter

Aucun TAM, SAM ou SOM chiffré n’est retenu faute de source robuste et de périmètre commercial validé.

### Avantage défendable : à construire

Densité locale, rétention, données consenties, marque, relations commerciales et efficacité de déploiement.

Source : pistes concurrentielles [S1]. Cette carte de besoins n’est pas un benchmark vérifié des fonctionnalités ou des prix actuels des plateformes citées.

# Les risques qui déterminent la valeur du prochain tour.

Un projet de pré-amorçage : adoption, économie et industrialisation restent à démontrer.

| Risque | Signal / limite actuelle | Réponse proposée |
|---|---|---|
| Conversion et rétention | 25 abonnements déclarés ; cohortes inconnues | Instrumenter les parcours, tester les offres, suivre churn et réachat. |
| Fiabilité des rencontres | 110 annulations sur 220 tables programmées | Concentrer l'offre et analyser les causes ; piloter le remplissage. |
| Dépendance au fondateur | Produit, acquisition et commercial centralisés | Documenter, déléguer et séparer canaux personnels / actifs de société. |
| Expansion prématurée | Réplication économique non prouvée | Limiter le pilote AFR ; budget et décisions conditionnés aux résultats. |
| Données, modération et sécurité | Profils, messagerie et proximité | Audit des permissions, consentements, modération et sauvegardes. |
| Juridique et financement | Véhicule, actifs, droits et dilution à définir | Vérifier propriété du code, contrats, structure et gouvernance. |
| Exécution commerciale et trésorerie | Coûts et budget d'exploitation incomplets | Prévisionnel de trésorerie mensuel et marge par activité. |

Sources : risques [S1, S2]. Les activités potentielles d'investissement / immobilier exigent une vérification réglementaire distincte avant lancement.

# Un dossier traçable, une vérification à poursuivre.

Les chiffres repris sont attribués à leurs documents d’origine. Ils ne font pas l’objet d’une certification indépendante.

**S1 · Mémorandum rédactionnel**
« Markdown collé.md », 6 novembre 2026. Vision, audience déclarée, scénarios et allocation retenue de 200 000 €.

**S2 · Dossier de production rapporté**
« Cercle-DZ-point-complet-levee-de-fonds.md », 5 novembre 2026. Traction, séries mensuelles, produit et estimations économiques.

**S3 · Captures originales**
Images de l’application transmises le 6 novembre. Compteurs visibles, parcours et états d’interface ; données privées masquées ou recadrées.

**S4 · Mind map du fondateur**
Photographie « 11.13.08(1).jpeg ». Infographie reconstituée ; idées de cercles, non preuve de lancement.

## PIÈCES À RÉUNIR AVANT SOUSCRIPTION

1. Exports Stripe, factures, remboursements, revenus mensuels et comptes.

2. Définitions des comptes uniques, payants, actifs et cohortes ; statuts des 220 tables.

3. Exports analytiques des réseaux sociaux et attribution d’acquisition.

4. Structure juridique, cap table, propriété du code et contrats annonceurs.

5. Prévisionnel de trésorerie, coûts, masse salariale et marge par activité.

6. Audit sécurité / données, étude de marché et termes d’investissement.

Arbitrages éditoriaux : allocation S1 retenue face à la version S2 ; DZ Match annoncé « bientôt disponible » ; pas de cumul DZ + Woman ; aucune valorisation ou dilution inventée.

# Le monde est fait de Cercles. Connectons-les.

## Cercle DZ est le premier cercle.
## Cercle World est la vision.

**200 000 €**

Pour prouver la récurrence, professionnaliser l’exécution et tester une deuxième communauté.

**Échange investisseurs**
Marc Mauco · Fondateur
mam@lifesolution.fr
Démonstration : app.cercle-dz.fr

Véhicule juridique, instrument, valorisation, dilution et droits des investisseurs à définir. Aucun engagement de financement n’est présenté comme acquis.

Document d’information confidentiel, sans offre publique de titres ni promesse de rendement. Projet à risque élevé, pouvant entraîner la perte totale du capital. Les scénarios sont hypothétiques.