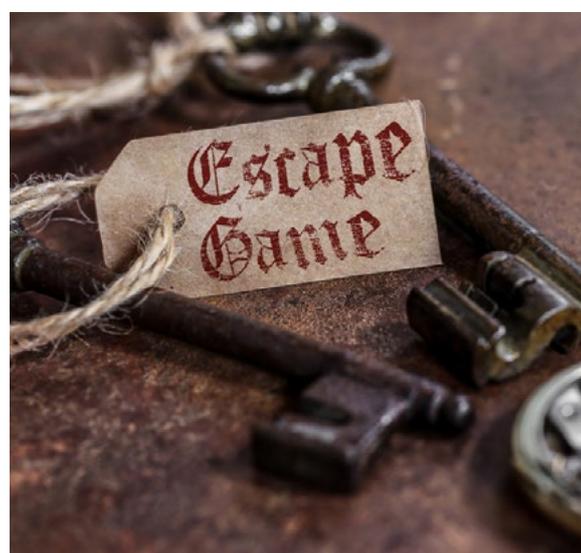


Escape Game : création, comptabilité, fiscalité, emploi des intervenants.... Ce qu'il faut savoir !

Les Escapes Games sont en plein essor. Après une timide arrivée en France en 2010, il y a aujourd'hui plus de 800 salles, essentiellement concentrées dans les grandes villes, et des réseaux de franchises commencent à s'organiser.

Mais, le créateur qui veut se lancer dans ces jeux d'évasions grandeur nature a-t-il conscience des problématiques de choix de structure, de business model, de fiscalité, de spécificités en matière RH... ?

C'est ce que nous allons découvrir dans cette nouvelle fiche expert.



I. Quelle structure choisir pour se lancer dans les Escapes Games ?

Il s'agit d'une activité commerciale. La forme sociétale sera donc la plus appropriée.

Reste à savoir qui de la Sarl ou la SAS l'emportera.

Si l'une ou l'autre de ces formes ne présentent aucune différence en matière de comptabilité et de fiscalité, elles se distinguent sur 2 points non négligeables :

- **Dans la SAS**, les actionnaires pourront plus facilement vendre leurs parts. Dans le cas de l'entrée d'un investisseur, il s'agira de faire signer à ce dernier un pacte d'actionnaire fixant les règles d'entrée et de sortie mais qui pourrait générer une distorsion entre « le pouvoir de l'argent et le pouvoir de direction ».

Un investisseur qui apporte beaucoup de cash pourra se retrouver avec un faible pourcentage de capital mais avec des dividendes supérieures à sa participation dans le capital. Cette règle est beaucoup plus complexe voire quasi impossible dans les Sarl.

- **Dans la Sarl**, les associés majoritaires, qui ont un mandat social de gérant, cotisent à l'Urssaf/SSI selon un taux moyen de 40 %. Dans la SAS, le Président et le Directeur Général sont salariés et cotisent selon un taux moyen de 65 %. Il est intéressant de garder un régime salarié pour une personne de plus de 50 ans, qui a été salariée toute sa vie, afin de maintenir son régime de cotisations à la retraite. Pour les autres, il est préférable de payer moins onéreux et de cotiser à des régimes facultatifs.

Il est possible de se mettre en Micro-Entrepreneur ou en Artiste Auteur, mais ces formes ne concernent que les créateurs des jeux, les graphistes....

II. Quel business model pour un Escape Game ?

Le marché est naissant et peu organisé, mais il commence à se structurer pour faire face aux énormes coûts de création et à l'essoufflement probable lorsque la majorité de la clientèle (qui à entre 25 et 45 ans) aura testé les différents concepts.

Voici quelques points qu'il faudra surveiller pour que votre activité réussisse :

- **La communication (réseaux sociaux, bouche à oreille)...** On choisit tel ou tel Escape Game car soit des amis l'ont recommandé, soit la toile fait le buzz autour d'un nouveau concept...
- **La fidélisation de la clientèle...** Lorsqu'un jeu a été réalisé, l'envie de recommencer une partie est en principe peu présente. Il faudra donc innover en permanence, relancer de nouveaux jeux, offrir des déclinaisons. Cette problématique est à l'origine des concentrations et organisations en réseaux de franchises, afin de mutualiser les coûts et faire « tourner » les jeux dans plusieurs salles ou de tester dans une salle avant de généraliser le concept dans le réseau. La fidélisation passera également par la constitution d'un fichier « clients qualifiés » (attention à la déclaration à la Cnil) afin de recontacter les joueurs chaque fois qu'une nouveauté ou un événement se passera dans votre lieu (Le Manoir de Paris organise des soirées à thème comme Halloween)
- **L'irrégularité de l'activité** est une problématique importante dans les RH. Les journées semblent longues et désertes quand les soirs et les week-ends sont surbookés. On pourrait imaginer des alternatives pour occuper la journée (team building d'entreprise) ou des contrats de travail spécifiques pour embaucher les animateurs selon les besoins.
- **L'élargissement de la clientèle...** Aujourd'hui l'Escape Game a une connotation de jeux pour jeunes, de jeux stressants du fait de l'enfermement dans des pièces, de lieux qui font peur. Pour élargir le public, il faudra penser à proposer des jeux différents, se démarquer, penser aux familles, aux enfants. C'est pour cela que la seconde vague de création de ce genre de jeux se concentre désormais sur les « in door game » qui sont ni plus ni moins que des chasses aux trésors, souvent dans des lieux prestigieux (Opéra de Paris et Montpellier, Louvre, Invalides...).
- Le succès réside dans **la qualité des énigmes et des décors**, mais cela a un coût... Benchmarkez la concurrence, observez à l'international pour être

précurseur, mais attention à votre budget et vos marges.

- **Faire durer le plaisir ...** Une partie d'Escape Game dure entre 1 et 2 heures et ensuite il faut réorganiser le lieu. Ce dernier est souvent petit (rare sont les parties à plus de 6/7 joueurs). Prévoyez un avant et un après, pour générer consommations, photos souvenir, goodies... Ces petits plus sont souvent surfacturés et apportent un complément de rémunération non négligeable.
- Pour aller plus vite et dépenser moins d'argent à la conception et la réalisation des jeux, pourquoi ne pas **rejoindre un de ces nouveaux réseaux** (Escape hunt, Escape yourself, Prisoners, Get out) ? Mais vos marges seront moindres car il faudra rémunérer le franchiseur.



III. Comment préparer et lancer son activité d'Escape Game ?

Lancer une activité d'Escape Game nécessite en moyenne un apport initial de 100 000 euros. Mais si l'activité tourne à plein régime, avec des frais généraux relativement faibles, une belle marge peut être dégagée.

Il s'agira alors de procéder par étapes :

- **Faire, préalablement au lancement, une étude de marché :** connaître le secteur, les besoins, la clientèle potentielle, la concurrence locale, les attraits locaux qui pourraient donner lieu à des thèmes (une vieille histoire de fantôme local !), observer les dernières tendances ;
- **Trouver le bon lieu :** le loyer de celui-ci sera un des coûts les plus importants de votre activité. Il conditionnera également, par sa configuration et son emplacement, votre succès ou votre échec. Attention, vous recevrez du public en nombre. Vous devrez donc respecter beaucoup de réglementations de sécurité et d'accessibilité (ERP et PMR) ;

- **Rédigez votre business plan** : vous avez un lieu en tête, un budget loyer et assurances, des devis pour les travaux, des idées de coûts de mise en place des jeux... Il est temps de dresser votre business plan afin de déterminer le point mort (à partir de quel chiffre d'affaires les charges sont couvertes) et fixer les objectifs de nombre de joueurs pour « faire tourner la boutique ». Tant que votre business plan ne sera pas à l'équilibre ou semblera irréaliste sur les objectifs à atteindre, ne vous lancez pas. Réfléchissez, revoyez votre business model. Ce prévisionnel pourra également servir pour contacter les banques et chercher du financement (pas facile avec ce genre d'activité) ou pour trouver des investisseurs et les inviter à mettre la main à la poche pour faire partie de l'aventure.
- **Tous les points précédents affichent des signaux verts ? C'est bon, vous pouvez y aller.** Autant que le fond (tout ceci vous rend euphorique), soignez la forme : faites des contrats, des accords par écrit... Pensez aux assurances responsabilité civile et n'oubliez pas la communication sinon vous attendrez le client !



IV. Quelles sont les zones sensibles en matière de RH et de fiscalité ?

Avant de parler des RH, je voudrais évoquer les auteurs. Attention aux relations financières que vous entretenez avec eux et aux contrats relatifs à la cession de leurs droits sur les jeux : une mauvaise utilisation pourrait vous nuire financièrement et/ou entraîner une procédure judiciaire.

Concernant les salariés, la première problématique sera les horaires. Beaucoup d'Escapes Games ne sont pas ouverts durant la journée, seulement le soir et le week-end. Des étudiants sont donc souvent recrutés. Il faudra faire attention dans les contrats, aux horaires, aux poses, aux heures supplémentaires demandées en cas d'affluence.

Certains techniciens, pour la fabrication des décors, viendront du monde du cinéma et voudront être payés en intermittent du spectacle. Cette pratique est, selon moi, douteuse : d'une part, l'escape n'est pas une activité, au sens juridique, de spectacles ; d'autre part, le code NAF ne s'y prête pas.

Les animateurs, parfois en costumes, ont des rôles à jouer, des textes pré-écrits.

Pour les mêmes raisons que précédemment, cela ne fait pas d'eux des comédiens susceptibles d'être payés sous le régime de l'intermittence.

Concernant la fiscalité, la chose la plus importante à savoir est le taux de TVA sur le prix d'entrée des Escapes Games. Après avoir hésité, comparé, réfléchi, l'administration, confirmant les appréciations sociales qu'il ne s'agissait pas d'entreprises de spectacles, a refusé l'application du taux minoré sur la billetterie à 5,5 %

La TVA sur les recettes des Escapes Games est donc désormais fixée au taux de 20 %.

Pour le reste, la comptabilité et la fiscalité sont conformes aux différentes entreprises des secteurs culture & média. Nous vous conseillons toutefois d'adopter une comptabilité analytique (par jeu) afin de détecter les plus rentables au regard de leur coût de mise en place et prendre les décisions de retraits anticipés pour les jeux qui ne trouveront pas leur public.

CONCLUSION

Tout nouveau tout beau, mais attention ! Se lancer dans les Escapes Games nécessite des fonds, du savoir-faire, des idées, de se différencier face à la concurrence accrue... Et surtout d'anticiper les changements de jeux afin de pérenniser son entreprise.

Tout ceci ne peut se faire que par la mise en place de procédures internes, d'outils de gestion.

N'hésitez pas à en parler à votre expert-comptable. Son rôle ne se limite pas à la comptabilité mais également, et surtout, à l'accompagnement et la réussite des entrepreneurs.