

**Plateforme e-commerce / Literie haut de gamme**Postée le **18/12/2025****Description générale****Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SAS**Ancienneté de la société :** Entre 5 et 10 ans**Localisation du siège :** Ile-de-France, France**Département :** Confidential**Résumé général de l'activité**

Marque digitale native (DNVB) créée il y a plus de 5 ans, spécialisée dans le linge de maison haut de gamme (linge de lit, linge de bain, literie, accessoires déco) et en forte croissance.

La société se distingue par un positionnement premium & responsable : fabrication au Portugal dans des ateliers spécialisés, matières premières nobles, certification Oeko-Tex, design intemporel et éthique de consommation « moins mais mieux ».

Le modèle repose principalement sur le e-commerce avec un fort potentiel à l'international et un développement en cours auprès de l'hôtellerie et du wholesale sélectif.

La marque bénéficie d'une excellente réputation client (note 4,5/5 sur Trustpilot, taux de réachat en croissance) et d'une stratégie digitale performante (420 000 sessions/an, panier moyen ~245 € TTC).

**En plus**

La société possède une ou plusieurs marques déposées à l'inpi

La société travaille à l'export

**A propos de la cession****Type de cession envisagée :** Majoritaire**Raison principale de la cession :** Changement d'activité du dirigeant

## Eléments chiffrés

En k€/année	2021	2022	2023	2024
<b>CA</b>			450	500
<b>Marge brute</b>				
<b>EBE</b>				
<b>Résultat exploitation</b>			25	
<b>Résultat net</b>				
<b>Nb. de personnes</b>			1	

## Position / concurrence

### Positionnement par rapport au marché

Clientèle : particuliers premium (CSP+ urbains), hôtellerie haut de gamme, décorateurs d'intérieur. Production : ateliers spécialisés au Portugal (textile haut de gamme). La société se positionne sur le segment premium du linge de maison et du lifestyle design. La marque se différencie par : Une offre haut de gamme accessible (lin français, coton égyptien, laine NZ) avec un excellent rapport qualité-prix. Un modèle digital natif (D2C) permettant de maîtriser la relation client et d'optimiser les marges. Une identité créative forte, orientée vers un design intemporel et éthique (« consommer moins mais mieux »). Une production responsable au Portugal, garantissant qualité artisanale, certification Oeko-Tex et transparence. Un positionnement hybride : principalement e-commerce, renforcé par un développement wholesale sélectif et B2B hôtellerie. Une image de marque lifestyle internationale, comparable aux DNVB de référence (Bonsoirs, Blanc Cerise) et aux acteurs premium.

### Concurrence

Non précisé

## Points forts / faibles

### Points forts

Croissance soutenue : chiffre d'affaires en hausse de +112 % entre 2021 et 2024, avec une projection à 538 K€ en 2025.

Marge brute élevée (~64 %) et EBITDA normatif positif dès 2024, confirmant la rentabilité récurrente hors éléments exceptionnels.

Modèle asset light : CAPEX limités, forte scalabilité, flexibilité de développement.

Marque premium & responsable : design intemporel, matières nobles (lin français, coton égyptien, laine NZ), confection au Portugal, certification Oeko-Tex.

Excellent réputation client : note ?4,5/5 Trustpilot, taux de réachat en progression (+38 % à 12 mois).

Stratégie digitale performante : 420 000 sessions/an, conversion 2,6 %, panier moyen ~245 €.

Diversification en cours : lancement de nouvelles gammes (tapis laine NZ, linge de bain premium) et ouverture vers le B2B (hôtellerie boutique, décorateurs d'intérieur).

Potentiel d'internationalisation : premières ventes en Europe (Allemagne, Belgique, Suisse, Espagne, Italie) et forte traction à l'export.

Structure financière assainie : réduction de la dette nette de moitié depuis 2022, capitaux propres en amélioration.

Marque reconnue et protégée (dépôt INPI 2017).

Positionnement premium & responsable.

Modèle asset light (investissements CAPEX limités).

Croissance export (Allemagne, Belgique, Suisse, Espagne, Italie) en cours.

Axes de développement :

- Extension de gammes (tapis laine NZ, linge de bain premium).
- Optimisation acquisition client & CRM automatisé.
- Croissance B2B (hôtellerie boutique, décorateurs).
- Accélération de l'internationalisation.

## Complément d'information

### Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : Le vendeur n'a pas souhaité préciser le prix de cession.

### Compléments, spécificités

Forme juridique : SAS au capital de 30 k€.

Chiffre d'affaires 2024 : ~510 K€ (+66 % vs 2022).

Marge brute : ~64 %.

Taux de réachat : 38 % à 12 mois.

Modèle économique : Direct-to-Consumer (85 % online / 15 % wholesale sélectif).

Panier moyen : ~245 € TTC.

Trafic digital : 420 000 sessions annuelles – taux de conversion 2,6 %.

## Profil de repreneur recherché

Personne physique ou Personne morale ou Fonds d'investissement

## Complément sur le profil de repreneur recherché

Le repreneur idéal pourrait être :

- Un investisseur financier (fonds de croissance, family office) souhaitant accompagner une DNVB premium dans l'accélération de son développement (internationalisation, digital, structuration).
- Un acteur industriel / stratégique du linge de maison, de la décoration ou du lifestyle, cherchant à renforcer son portefeuille de marques avec une DNVB digitale déjà reconnue.
- Un entrepreneur ou manager expérimenté en e-commerce et marketing digital, capable de poursuivre l'expansion internationale et l'optimisation du modèle D2C.

L'opération peut convenir à tout profil disposant des moyens financiers et des compétences pour :

- Consolider la structure financière,
- Accélérer la croissance digitale et B2B,
- Développer la marque à l'international,
- Pérenniser l'ADN créatif et responsable de la société.