

E-commerce d'accessoires vélo et lifestyle urbain

Postée le 30/12/2025

Description générale**Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SAS**Ancienneté de la société :** Entre 5 et 10 ans**Localisation du siège :** Maine et Loire, Pays-de-la-Loire, France**Résumé général de l'activité**

Site e-commerce B2C spécialisé dans les accessoires et équipements pour cyclistes urbains (casques, vêtements, sacoches, éclairages, etc.).

Positionnement clair sur l'usage quotidien du vélo (trajets domicile-travail, météo, transport d'affaires, vélo cargo).

Aucun vélo ni pièces détachées : uniquement des marques sélectionnées et éprouvées.

Le marché est porté par une forte croissance de la pratique du vélo en ville et par les aides à la mobilité durable.

Le site se différencie par la qualité du conseil (fiches produits + chat), une expérience d'achat simple et une approche proche du magasin physique.

Note client de 4,8/5 sur Avis Vérifiés (900+ avis).

Marketing de contenu orienté bénéfices utilisateurs.

Catalogue multi-marques (200+), construit depuis 5 ans, mêlant références premium, best-sellers et produits à bon rapport qualité/prix.

Activité principalement B2C, avec une traction croissante auprès des collectivités et entreprises.

Marque forte, potentiel SEA/marketplaces.

Scalabilité (SEA / Marketplaces / B2B).

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	2022	2023	2024	2025
CA			600	
Marge brute				
EBE			25	
Résultat exploitation				
Résultat net				
Nb. de personnes			2	

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

E-commerce de niche. Trafic SEO récurrent. Marché en forte croissance. Marques premium.

Concurrence

Non précisé

Points forts / faibles

Points forts

Le principal atout de ce site est une base SEO solide, construite au fil des années. Dans un contexte de hausse continue des coûts d'acquisition, c'est la plus grande force du site. Ce suivi précis du référencement permet au site de détecter de nouvelles opportunités produits et d'enrichir constamment l'offre du site.

Composée de plus de 200 marques, la sélection est affinée depuis 5 ans grâce à une veille active et à un réseau d'approvisionnement maîtrisé. Plutôt que de multiplier les références, le site privilégie une offre ciblée et pertinente.

Sur le plan des achats, la société ne dépend d'aucun fournisseur unique : une même marque peut être sourcée auprès de plusieurs distributeurs européens, ce qui renforce la compétitivité de la société et limite les risques de rupture. La société collabore aujourd'hui avec 80 fournisseurs à travers l'Europe (marque en direct ou distributeurs).

Depuis octobre 2025, l'outil ShippingBo optimise la logistique du site : gain de productivité, meilleure gestion des expéditions et synchronisation automatique des stocks entre le site et les marketplaces.

Le site bénéficie d'une très bonne note client de 4,8/5 sur avis Vérifiés sur un peu plus de 900 avis.

SEO très solide et historique, véritable actif stratégique dans un contexte de hausse des coûts d'acquisition.

Sourcing maîtrisé avec 80 fournisseurs européens, sans dépendance à un fournisseur unique.

Offre volontairement ciblée et pertinente plutôt qu'hyper-large.

Excellente satisfaction client (4,8/5).

Logistique optimisée via ShippingBo (synchronisation stocks, productivité, marketplaces).

Complément d'information

Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **70 k€**

Compléments, spécificités

Indicateurs clés :

CA mensuel moyen > 50 k€ HT.

Profit mensuel moyen > 1 900 € HT.

Trafic SEO : 38 963 visites / mois.

Base email : 11 300 contacts.

Marge commerciale : 34,9 %.

CA 2025 projeté : stable vs 2024.

Structure de coûts mensuels.

Hébergement : 30 €.

Google Ads : 2 758 €.

Outils : 1 860 €.

Commissions de paiement : 1 822 €.

Points d'attention :

- Activité saisonnière.

- Marge cohérente avec le positionnement premium, mais à optimiser pour un passage à l'échelle en Ads.

- Profit actuel limité au regard du CA, lié aux coûts fournisseurs et à un SEA peu optimisé.

- Lancement récent sur marketplaces : potentiel élevé mais encore peu de recul.

Pistes de développement :

- SEA : fort potentiel d'optimisation et de scaling (ROAS à approfondir).
- Fidélisation : amélioration significative possible via marketing automation.
- Marketplaces : déploiement en cours (Decathlon, Alltricks, Nature & Découvertes, La Poste, Mister Auto) avec un potentiel estimé à +20 % du CA annuel.
- B2B : demande croissante des collectivités et entreprises, peu exploitée faute de temps.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale