

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : EURL

Ancienneté de la société : Plus de 10 ans

Localisation du siège : Hérault, Languedoc-Roussillon, France

Résumé général de l'activité

Société de e-commerce française active depuis 2010, spécialisée dans la santé naturelle (vente à distance).

Activité rentable et opérationnelle, reposant actuellement sur 2 produits phares à très forte marge brute (75 à 83 %), générant plus de 200 000 € de chiffre d'affaires annuel sans dépenses publicitaires.

Actifs inclus :

- Site e-commerce + process opérationnel (logistique / SAV).
- Base email propriétaire : 22 000 contacts qualifiés (taux d'ouverture 15–23 %).
- Historique : plus de 5 000 commandes cumulées (site + marketplace).
- Stock immédiatement commercialisable : 6 000 unités, DDV juin 2028 (stock inclus).
- Relation fournisseur exclusive sur l'europe pour un produit phare (formalisation écrite prévue au bénéfice du repreneur).
- Droits d'exploitation de contenus numériques associés aux produits.

Fort potentiel de relance pour un repreneur opérateur (réactivation base email, élargissement catalogue, développement BtoB, activation marketing).

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

Compléments : Cession liée à un recentrage stratégique du dirigeant sur un nouveau projet nécessitant une disponibilité totale (déploiement et phase R&D). L'activité est donc cédée par choix d'allocation de temps et non pour raisons techniques ou opérationnelles.

Eléments chiffrés

En k€/année	2024	2025	2026	2027
CA	300	300	200	
Marge brute				
EBE				
Résultat exploitation	0	0	0	
Résultat net	0	0	0	
Nb. de personnes	1	1	1	1

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

L'entreprise est positionnée sur le segment de la vente à distance en santé naturelle, avec un modèle direct-to-consumer reposant sur une base clients propriétaire et fidélisée. Le positionnement est orienté : Produits à forte marge et différenciation claire. Vente directe sans intermédiaire. Base email propriétaire (22 000 contacts). Historique de plus de 5 000 commandes cumulées. Activité générant du chiffre d'affaires sans dépendance à la publicité payante. La société se situe sur un marché mature mais porteur, avec une clientèle habituée aux achats en ligne et à forte récurrence. Le modèle actuel, recentré sur deux références, démontre la solidité du produit phare et offre un potentiel de développement significatif pour un repreneur souhaitant réactiver le catalogue, optimiser le marketing et développer de nouveaux canaux de distribution.

Concurrence

Le marché est concurrentiel mais fragmenté, composé principalement de : Sites e-commerce spécialisés en santé naturelle. Marketplaces généralistes. Quelques acteurs historiques disposant d'un catalogue large. L'entreprise se distingue par : - Une base clients propriétaire et active. - Une forte marge brute permettant une flexibilité commerciale. - Une notoriété installée depuis 2010. - Une activité générant du chiffre d'affaires sans dépendance à la publicité payante. - Une relation fournisseur exclusive sur un produit phare. Contrairement aux acteurs à catalogue très large, le

modèle actuel est volontairement recentré, ce qui permet une gestion simplifiée et une forte lisibilité produit. Le marché reste porteur pour un opérateur structuré capable d'activer les leviers marketing et de développer le catalogue.

Points forts / faibles

Points forts

- Activité e-commerce existante depuis 2010 (antériorité et crédibilité).
- Plus de 200 000 € de chiffre d'affaires annuel réalisé avec seulement 2 produits.
- Marge brute élevée (75 à 83 %).
- Aucune dépense publicitaire nécessaire pour générer du chiffre d'affaires.
- Base propriétaire de 22 000 contacts qualifiés.
- Plus de 5 000 commandes historiques (site + marketplace).
- Stock immédiatement exploitable (6 000 unités - DDM 2028).
- Relation fournisseur exclusive sur l'Europe pour un produit phare (transférable au repreneur).
- Process opérationnel structuré et simple à reprendre.
- Fort potentiel de développement (relance catalogue, marketing, BtoB).

Points faibles

Activité aujourd'hui concentrée sur seulement deux références, suite à un recentrage stratégique du dirigeant.

Marketing actuellement sous-exploité (pas de publicité payante, segmentation limitée).

Développement commercial BtoB non activé.

Forte dépendance au dirigeant actuel dans l'organisation quotidienne.

Ces éléments ne constituent pas des faiblesses structurelles mais plutôt des axes d'amélioration immédiats pour un repreneur actif souhaitant relancer la croissance.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **250 k€**

Compléments, spécificités

L'entreprise a historiquement fonctionné avec un catalogue d'environ 400 références et a atteint jusqu'à 400 k€ de chiffre d'affaires. Suite à un recentrage volontaire, l'activité a été réduite à 2 références tout en conservant un niveau de chiffre d'affaires d'environ 200 k€, sans publicité payante.

La cession est motivée par un recentrage stratégique du dirigeant sur un autre projet entrepreneurial nécessitant une disponibilité totale. Cette réduction du catalogue explique la baisse d'activité et met en évidence un fort potentiel de relance pour un repreneur opérateur (élargissement du catalogue, activation marketing, développement BtoB, exploitation du fichier clients).

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Cette activité conviendra particulièrement à :

- Un e-commerçant déjà structuré souhaitant intégrer un produit à forte marge dans son catalogue.
- Un opérateur marketing maîtrisant l'emailing et la relance de base clients.
- Un acteur du secteur de la santé naturelle souhaitant développer une marque existante.
- Un investisseur opérateur capable de consacrer du temps au développement commercial.
- Une société disposant déjà d'une logistique et d'un service client en place.
- Le profil idéal est un repreneur actif, capable d'exploiter le potentiel de la base clients, de relancer le marketing et d'élargir le catalogue.
- La société ne nécessite pas d'équipe importante et peut être pilotée par une personne structurée disposant de compétences en e-commerce.