

**Fabrication et commercialisation de produits cosmétiques Bio**Postée le **05/01/2026****Description générale****Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SARL**Ancienneté de la société :** Plus de 10 ans**Localisation du siège :** Alsace, France**Département :** Confidentiel**Résumé général de l'activité**

Société spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de produits cosmétiques Bio en gros vers la GSA et par le Web.

La société a développé une marque reconnue et protégée en France et à l'international.

**En plus**

La société possède un ou plusieurs brevets

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 :** Minoritaire ou majoritaire**Raison principale de la cession :** Adossement industriel**Compléments :** Se donner les moyens du développement.**Eléments chiffrés**

<b>En k€/année</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>CA</b>			200	
<b>Marge brute</b>				
<b>EBC</b>			1	
<b>Résultat exploitation</b>			1	
<b>Résultat net</b>			1	
<b>Nb. de personnes</b>			4	

## Position / concurrence

### Positionnement par rapport au marché

Évolution du marché en phase avec les valeurs et l'ADN de la marque. Un intérêt marqué par les distributeurs. Une évolution marquée du comportement d'achat des consommateurs pour le Bio, l'éthique et le Made In France. La clientèle est majoritairement composée aujourd'hui d'acteurs de la grande distribution à 90% qui souhaitent proposer à la vente des produits d'une extrême qualité, respectueux de l'environnement, à des prix abordables. Les 10% du CA sont des ventes en ligne directes aux particuliers. Le concept même du projet est de démocratiser cette typologie de produits pour les rendre accessibles au plus grand nombre. La qualité des produits a par ailleurs été largement reconnue par des experts, des professionnels, des consommatrices, des influenceuses. La formulation et la fabrication sont sous-traitées. Les produits ont été référencés chez 4 acteurs majeurs de la Grande Distribution et un référencement est en cours auprès de trois acteurs supplémentaires. Le modèle économique intègre des concepts forts comme le "bio", le "made in France", le "développement durable", la démarche "RSE" ou encore « l'éthique ». D'autres canaux de distribution sont en cours d'études comme les magasins éphémères.

### Concurrence

Non précisé

## Points forts / faibles

### Points forts

Une marque pur player de la cosmétique engagée.

Une ADN éthique et responsable.

Bonne identité visuelle.

### Points faibles

Faible représentation commerciale.

Une notoriété à développer auprès du Grand Public.

Une gamme courte.

Timing serré pour conserver et développer la part de marché.

## Complément d'information

### Eléments complémentaires

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

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **300 k€ k€**

### Compléments, spécificités

Prévisionnel à horizon 2023 : 1,1 m€ de CA, marge sur coûts d'achat et sous-traitance de l'ordre de 62%, un résultat anticipé à hauteur de 17% du CA.

La société connaît une croissance exponentielle jusqu'en 2018, avant de connaître une année 2019 plus difficile liée à un partenariat non satisfaisant pour la distribution de ses produits et une année 2020 marquée par la crise sanitaire du COVID.

### Profil de repreneur recherché

Personne physique ou Personne morale ou Fonds d'investissement