

DNVB rentable en forte progression – Marque e-commerce à potentiel de croissance

Postée le **06/02/2026**

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SAS

Ancienneté de la société : Entre 5 et 10 ans

Localisation du siège : Essonne, Ile-de-France, France

Résumé général de l'activité

DNVB française spécialisée dans les produits ménagers écologiques, commercialisés en direct au consommateur via son site e-commerce (Shopify) et des marketplaces européennes, notamment Amazon.

Créée en 2020, la société a connu une phase de structuration et d'investissement avant d'atteindre un retour à la rentabilité confirmé, avec une trajectoire financière désormais clairement orientée vers la croissance rentable.

La marque développe et commercialise une gamme de produits écoresponsables répondant à une demande croissante pour des solutions durables, alliant efficacité, simplicité d'usage et engagement environnemental.

Elle bénéficie notamment :

- D'une présence commerciale européenne avec une organisation logistique opérationnelle (numéros de TVA en France, Italie, Espagne et Allemagne),
- D'une base clients qualifiée et récurrente (plus de 900 clients Shopify),
- De canaux de vente déjà structurés et actifs (DTC et marketplaces),
- D'un positionnement de marque clair et différenciant sur le segment "entretien responsable".

L'entreprise dispose de processus opérationnels éprouvés (sourcing, logistique, service client, marketing), lui permettant d'être reprise et exploitée immédiatement.

De nombreux leviers de croissance restent activables (accélération marketing, élargissement de

gamme, développement B2B, synergies industrielles ou commerciales), faisant de la société une opportunité particulièrement adaptée à un repreneur souhaitant s'appuyer sur une base saine et rentable.

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
Le dirigeant souhaite aujourd'hui se recentrer sur de nouveaux projets entrepreneuriaux, après avoir mené la société à une phase de stabilisation opérationnelle et de retour à la rentabilité. La cession s'inscrit dans une logique de transmission volontaire, à un acteur disposant des ressources et de la structure nécessaires pour accélérer le développement de la marque, notamment à l'échelle européenne et internationale. La société est saine, dispose de fondations solides, d'une organisation opérationnelle en place et d'un potentiel de croissance immédiatement activable. Un accompagnement à la reprise est possible, afin d'assurer une transition fluide, le transfert des savoir-faire et la continuité de la dynamique engagée.

Compléments :

Eléments chiffrés

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	130	155	170	195
Marge brute	60	65	85	95
EBE	-10	1	20	25
Résultat exploitation	-10	1	20	25
Résultat net	-10	-5	15	20
Nb. de personnes				

Autres chiffres

Fonds propres : -55 k€

Trésorerie nette : 20 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

La société se positionne comme une DNVB spécialisée dans les produits ménagers écologiques, avec un modèle direct-to-consumer et une distribution européenne structurée. La marque s'adresse à une clientèle sensible aux enjeux environnementaux et à la qualité des produits, recherchant des alternatives durables, efficaces et responsables aux solutions traditionnelles. Grâce à une stratégie multicanale maîtrisée (site e-commerce Shopify et marketplaces européennes, notamment Amazon), l'entreprise a construit une marque identifiable, agile et scalable, capable de se développer rapidement sur un marché en forte croissance. Le positionnement de la société combine engagement environnemental, efficacité produit et logique de performance économique, ce qui la rend particulièrement attractive pour un repreneur souhaitant s'appuyer sur une base saine et déjà opérationnelle.

Concurrence

Le marché des produits ménagers écologiques est concurrentiel mais bénéficie d'une croissance structurelle soutenue, portée par l'évolution des usages, la réglementation et les attentes des consommateurs. La société se différencie par : - Une distribution e-commerce européenne déjà en place, - Une logique de marque DNVB, là où de nombreux acteurs restent centrés sur le retail ou le local, - Une capacité à déployer rapidement ses produits à l'international grâce à une organisation logistique et fiscale opérationnelle. Cette différenciation permet à l'entreprise de se positionner comme une plateforme de marque plus que comme un simple vendeur de produits, offrant des opportunités de synergies pour un acteur industriel ou commercial.

Points forts / faibles

Points forts

Marque DNVB claire et engagée, avec une identité visuelle et un positionnement cohérents.

Distribution multicanale structurée (Shopify + Amazon Europe).

Présence opérationnelle en Europe (numéros de TVA FR, IT, ES, DE et organisation logistique en place).

Base clients qualifiée et récurrente (plus de 1 300 clients Shopify).

Produits différenciants répondant à une demande de fond.

Retour à la rentabilité confirmé et trajectoire financière positive.

Structure légère et rapidement scalable, facilitant l'intégration ou l'accélération post-reprise.

Points faibles

Organisation encore très centralisée autour du fondateur, offrant un potentiel immédiat de structuration (process, délégation, automatisation).

Investissements marketing encore prudents, laissant une marge de progression importante sur l'acquisition et le branding.

Dépendance partielle aux leviers payants, pouvant être réduite par un développement accru du SEO, du CRM et du B2B.

Compte courant d'associé à régulariser lors de la cession, point identifié et maîtrisé dans le cadre de la transaction.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **220 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **100 k€ k€**

Compléments, spécificités

La dette financière est constituée à 100 % d'un compte courant d'associé apporté par la holding propriétaire, et peut faire l'objet d'un rééchelonnement ou d'un abandon de créance dans le cadre d'une cession.

Profil de repreneur recherché

Personne morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Le projet de reprise s'adresse prioritairement à :

Un acteur industriel ou une PME du secteur de l'entretien, de l'hygiène ou des produits ménagers, souhaitant intégrer une DNVB écoresponsable déjà opérationnelle afin d'accélérer sa présence digitale et européenne,

Un groupe ou une marque disposant déjà d'une structure commerciale et logistique, recherchant une croissance externe ciblée sur le segment des produits responsables,

Une holding entrepreneuriale ou familiale, disposant d'une vision long terme et souhaitant

s'appuyer sur une marque rentable, structurée et à potentiel de développement.