

Distributeur de produits de santé intime

Postée le 29/01/2026

Description générale**Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** Non précisé**Ancienneté de la société :** Entre 5 et 10 ans**Localisation du siège :** Côte d'Ivoire**Région :** Confidential**Résumé général de l'activité**

Distributeur capex-light de produits de "sexual wellness" en Côte d'Ivoire : préservatifs et lubrifiants.

Activités : importation, référencement en GMS, animation commerciale et e-commerce.

Logistique principalement assurée via des prestataires 3PL.

Processus bien maîtrisé : prévisions, réassort, traçabilité.

Les lubrifiants représentent environ 50 % du chiffre d'affaires, avec une marge ~2 fois supérieure à celle des préservatifs.

En plus

La société travaille à l'export

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

La croissance est limitée par le besoin en fonds de roulement (et non par la demande) : l'opération vise à transmettre ou adosser l'activité à un acteur capable d'accélérer le développement.

Compléments :

Eléments chiffrés

En k€/année	2022	2023	2024	2025
CA	550	380	310	610
Marge brute	180	220	160	275
EBE				35
Résultat exploitation	20	10	-10	30
Résultat net	20	10	-10	25
Nb. de personnes	10	12	8	8

Autres chiffres

Fonds propres : 45 k€

Intitule_dettes : 25 k€

Trésorerie nette : 20 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Présence en GMS et e-commerce avec des listings actifs. Les lubrifiants représentent environ 50 % du chiffre d'affaires, avec une marge environ deux fois supérieure à celle des préservatifs. La demande est structurée en zone urbaine, avec une croissance tirée par le modern trade et le digital. Le principal frein historique n'est pas le marché, mais le besoin en fonds de roulement (BFR).

Concurrence

Le marché comprend de grandes marques internationales (préservatifs et lubrifiants), des importations parallèles, des marques de distributeurs (private labels) et des distributeurs locaux multimarques. La différenciation repose sur un portefeuille de marques fortes, un assortiment adapté à la GMS, une exécution retail efficace et une gestion rigoureuse du BFR. Pas d'exclusivité contractuelle, mais une continuité d'approvisionnement confirmée par le fournisseur.

Points forts / faibles

Points forts

Modèle de distribution éprouvé avec capex léger.

Fort potentiel de développement dans la sous-région.

Les lubrifiants représentent ~50 % du chiffre d'affaires, avec une marge environ deux fois supérieure à celle des préservatifs.

Listings GMS actifs et bon sell-through lorsque les produits sont en stock.

Pilotage basé sur la donnée et des SOP solides : prévisions, réassort, suivi du cash conversion cycle (CCC).

Points faibles

BFR historiquement contraint (ruptures).

Pénalités DGI/CNPS en voie d'apurement.

Exposition aux délais d'acheminement / douane.

Complément d'information

Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **760 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **270 k€ k€**

Compléments, spécificités

L'année 2024 a été impactée par des tensions de BFR et des pénalités DGI/CNPS (en cours d'apurement).

La demande est confirmée, mais les ruptures de stock ont freiné les ventes. Les dettes financières incluent, le cas échéant, des comptes courants d'associés.

Post-financement (BFR & stock, avec un focus sur les lubrifiants), l'objectif à 12 mois est un chiffre d'affaires d'environ 610 k€, avec une marge brute de ~45 % et un EBE entre 5 et 8 %.

Dossier complet disponible : teaser, NDA, DIP, snapshot financier.

Offre proposée :

- Cession : 706 k€ + earn-out de 6 %/an à partir de zéro (plafonné à 45 k€/an pendant 3 ans, soit 135 k€ max),

Ou

- Investisseur : entrée à 25 % + prêt subordonné.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale