

**Marque française de mode et accessoires**Postée le **01/09/2025****Description générale****Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SASU**Ancienneté de la société :** Moins de 5 ans**Localisation du siège :** Paris, Ile-de-France, France**Résumé général de l'activité**

Marque française premium de mode & accessoires, positionnée sur un segment unique entre footwear et accessoires.

Son concept exclusif permet de transformer n'importe quelle paire de chaussures en cuissardes grâce à un système innovant et modulable, ouvrant un marché distinctif à fort potentiel.

Développée avec un savoir-faire éco-responsable et une production en France, la marque bénéficie déjà d'une visibilité marché et d'une première validation internationale avec sa participation au salon Who's Next Paris 2025.

Son positionnement différenciant, son identité forte et son univers mode/luxe offrent des perspectives de croissance importantes en B2C comme en B2B, en France et à l'export.

Concept unique, brevetable, fort potentiel international.

**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 :** Adossement industriel

## Compléments :

La fondatrice souhaite confier le développement de la marque à un repreneur industriel ou investisseur afin de déployer son potentiel à grande échelle. Après plusieurs années de développement produit et de structuration, la société est prête pour un lancement international. Le projet nécessite un adossement stratégique pour accélérer la croissance, renforcer la distribution et valoriser le concept unique. La valorisation inclut les actifs immatériels (marque, concept innovant et brevetable, identité visuelle), le stock existant (? 30 k€) ainsi que la préparation au lancement 2025 avec une participation confirmée au salon Who's Next Paris. Le prix reste ajustable en fonction du profil et du projet du repreneur.

## Eléments chiffrés

En k€/année	2022	2023	2024	2025
<b>CA</b>			10	120
<b>Marge brute</b>			6	70
<b>EBC</b>	-5	-10	-15	30
<b>Résultat exploitation</b>	-5	-10	-15	25
<b>Résultat net</b>	-5	-10	-15	20
<b>Nb. de personnes</b>	1	1	1	3

## Autres chiffres

Fonds propres : 1 k€

## Position / concurrence

## Positionnement par rapport au marché

Positionnée sur le segment luxe accessible et fabriquée en France avec un savoir-faire éco-responsable, la marque répond à une problématique universelle (les bottes choisies par la pointure alors qu'elles couvrent 80 % de la jambe) et propose une nouvelle manière de s'habiller. Déjà présente sur le marché via des pop-up stores et confirmée au salon Who's Next Paris 2025, la société est au stade du lancement international.

## Concurrence

Dans un marché dominé par des acteurs traditionnels, l'innovation se limite au design. La marque se distingue par son système transformateur unique : elle n'a pas de concurrent direct. À l'instar de certaines marques modulaires ayant révolutionné la maroquinerie ou la bijouterie, cette marque crée un océan bleu. Le système est brevetable (travaux déjà engagés), offrant une barrière à l'entrée durable et une opportunité de construire une franchise internationale.

## Points forts / faibles

### Points forts

- Concept exclusif et brevetable : nouvelle catégorie de marché.
- Marque française, positionnement premium / luxe accessible.
- Fabrication locale, éco-responsable.
- Identité forte & storytelling différenciant.
- Validation marché via pop-up stores : conversion immédiate dès essai.
- Participation confirmée à Who's Next Paris 2025.
- Potentiel de distribution B2C, wholesale, marketplaces, franchise.
- Stock initial valorisé à 30 K€, collection prête.
- Comparables : marques modulaires devenues incontournables.

### Points faibles

- Chiffres financiers actuels faibles (phase préparatoire sans budget marketing).
- Notoriété encore en construction.
- Éducation du marché nécessaire : nouveau produit, demande de pédagogie.
- Importance du déploiement offline (pop-up stores, corners) car l'essai déclenche l'achat.

Ces éléments représentent en réalité l'opportunité pour le repreneur : entrer à un moment charnière, avec une marque prête à être lancée, un produit finalisé, et une catégorie de marché à créer. Comme souvent avec les innovations de rupture, la phase initiale demande un investissement, mais une fois adoptée, elle peut devenir un réflexe de consommation et un incontournable du marché international.

## Complément d'information

## Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **350 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **150 k€ k€**

## Compléments, spécificités

La société a consacré les exercices 2022–2024 au développement produit et à la construction de la marque, avec plusieurs phases de tests auprès de clientes (pop-up stores, ventes éphémères) ayant confirmé l'adhésion au concept. Cette période a permis d'aboutir à une offre prête à l'industrialisation et à un positionnement clair sur un marché encore vierge : la transformation de n'importe quelle chaussure en cuissardes premium.

Les chiffres financiers reflètent donc une phase préparatoire et d'investissement (R&D, prototypes, identité visuelle, constitution d'un stock valorisé à 30 K€), sans budget marketing significatif.

L'année 2025 constitue le véritable point d'inflexion avec le lancement commercial de la nouvelle collection et une première visibilité internationale confirmée via une participation officielle au salon Who's Next Paris.

La valeur de l'entreprise repose ainsi sur ses actifs immatériels (concept exclusif, marque, design, identité, notoriété naissante) et sur son potentiel de croissance international, comparable à la création d'une nouvelle catégorie de marché.

## Profil de repreneur recherché

Personne physique ou Personne morale ou Fonds d'investissement

## Complément sur le profil de repreneur recherché

Le repreneur idéal dispose d'une solide expérience dans la mode, le luxe, les accessoires ou les industries créatives, et d'une réelle appétence pour l'innovation disruptive et la création de nouvelles catégories de marché.

Une expertise en distribution retail/wholesale, en développement international ou un réseau dans l'univers du luxe et des DNVB constitueront des atouts majeurs pour accélérer le déploiement.

Le projet s'adresse à différents profils :

- Un industriel ou groupe de mode/luxe souhaitant enrichir son portefeuille par une marque différenciante à fort potentiel,
- Un investisseur ou fonds cherchant à accompagner une DNVB innovante sur un marché mondialement scalable,
- Un entrepreneur expérimenté désireux de reprendre une marque prête à être lancée et structurée pour la croissance.

La clé résidera dans la capacité du repreneur à accompagner la croissance (financement, structuration, distribution) et à faire de PIMP UP une référence incontournable, en France comme à l'international.