

## Description générale

### Fiche d'identité de la société

**Forme juridique :** SAS  
**Ancienneté de la société :** Moins de 5 ans  
**Localisation du siège :** Rhône, Rhône-Alpes, France

### Résumé général de l'activité

Start-up lyonnaise innovante dans l'agroalimentaire.

La société commercialise un jus unique en Europe : la poire nashi 100 % naturelle, produite en circuit court en Italie du Nord.

Elle permet d'adoucir les lendemains de soirée : "Drink Today, Enjoy Tomorrow".

Le jus est conditionné en format pratique (120 ml). Ce produit différenciant s'invite lors des grands moments conviviaux et accompagne les lendemains de festivités en douceur.

Le site e-commerce est opérationnel et la marque est déposée.

L'entreprise cible une clientèle B2C et événementielle, et offre une opportunité rare de reprise dans le secteur des boissons innovantes et saines.

### En plus

La société possède une ou plusieurs marques déposées à l'inpi

### A propos de la cession

**Type de cession envisagée :** Majoritaire  
**Raison principale de la cession :** Autre

## Compléments :

Les dirigeants ont créé cette entreprise en plus de leur activité professionnelle habituelle qui a évolué depuis la création. Ils n'ont pas le temps de s'en occuper pleinement et manquent cruellement de compétences dans le domaine de la distribution pour commercialiser les produits.

## Eléments chiffrés

| En k€/année           | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-----------------------|------|------|------|------|
| CA                    |      |      | 10   |      |
| Marge brute           |      |      |      |      |
| EBE                   |      |      | -1   |      |
| Résultat exploitation |      |      | -1   |      |
| Résultat net          |      |      | 1    |      |
| Nb. de personnes      |      |      |      |      |

## Autres chiffres

Intitule\_dettes : 70 k€

Trésorerie nette : 20 k€

## Position / concurrence

## Positionnement par rapport au marché

Il s'agit d'une jeune marque lyonnaise positionnée sur le marché des boissons bien-être naturelles et plus particulièrement sur le segment émergent des boissons fonctionnelles post-consommation d'alcool. La marque s'adresse à une génération active, urbaine et responsable (25-45 ans) souhaitant concilier plaisir et équilibre, et sensible aux produits qui ont du sens : naturels, locaux et porteurs de valeurs humaines. La société a développé un jus 100 % naturel de poires Nashi, fruit asiatique reconnu pour ses propriétés favorisant la dégradation des métabolites responsables des effets de la gueule de bois. Le produit ne prétend pas "effacer" les effets de l'alcool, mais accompagne les consommateurs vers un mieux-être responsable, en adoucissant les lendemains de fête tout en respectant la loi Évin. Sa formulation simple et transparente, sans additifs ni conservateurs, répond aux attentes actuelles des consommateurs pour des produits sains, efficaces et sincères. Le jus est conditionné dans des Doypacks de 120 ml, pratiques, recyclables et faciles à emporter (format "de poche"). Le modèle de distribution repose principalement sur la vente directe via notre site mais aussi les Weddings planners, les commerces de proximité,

organisateurs d'événements, ... Reste à prospecter notamment la grande distribution. La marque s'inscrit dans les nouvelles tendances de consommation : - Production de proximité en Italie du Nord, pour un impact carbone limité. - Partenariat direct avec un arboriculteur rémunéré au juste prix. - Agriculture raisonnée pour préserver l'environnement. - Production inclusive, impliquant des personnes en situation de handicap.

## Concurrence

Faible car les vertus de ce jus ont été découvertes en Australie et en Corée du sud il y a seulement quelques années. C'est un nouveau produit introduit en Europe. Il existe 2 concurrents qui commercialisent leurs produits en e-commerce et dans les pharmacies.

### Points forts / faibles

#### Points forts

Faible concurrence.

Tout est organisé pour développer la commercialisation : fournisseurs, logistique, site internet, e-commerce, réseaux sociaux, conseils, ...

Les DLC sont longues (2 ans).

Possibilité de commercialiser dans les pays limitrophes à la France.

#### Points faibles

Les fruits poussent entre septembre et décembre et les Doypack doivent être remplis au plus tard début mars.

Manque de pratique de la part de la société dans la commercialisation de ce type de produit notamment en GMS.

### Complément d'information

#### Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **30 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **15 k€ k€**

#### Compléments, spécificités

Il s'agit de la première année d'exploitation.

Les dettes sont constituées uniquement à travers les comptes courants d'associés.

Pas d'emprunts bancaires. Tout a été financé sur des fonds propres.

## **Profil de repreneur recherché**

Personne physique ou morale

## **Complément sur le profil de repreneur recherché**

Le repreneur doit avoir un sens commercial capable de développer un réseau.

Tout est structuré et les process sont en place. L'entreprise fonctionne mais il nous manque une dimension commerciale.