

Média digital B2B leader dans les RH

Postée le 14/10/2025

Description générale**Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SASU**Ancienneté de la société :** Entre 5 et 10 ans**Localisation du siège :** Gironde, Aquitaine, France**Résumé général de l'activité**

Média B2B indépendant positionné comme le leader sur la thématique RH et management en France, avec la plus grande audience de professionnels RH du marché.

L'activité repose sur un modèle 100 % partenariats directs (location de base mail, sponsoring, display, webinaires), avec une clientèle composée des principaux acteurs de l'écosystème RH.

Elle se distingue par sa rentabilité élevée, une récurrence client solide et des barrières à l'entrée importantes liées à l'expertise sectorielle et à la légitimité éditoriale.

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 :** Changement d'activité du dirigeant**Eléments chiffrés**

En k€/année	2022	2023	2024	2025
-------------	------	------	------	------

CA	450	550	750	950
Marge brute				
EBC	300	325	450	570
Résultat exploitation				
Résultat net				
Nb. de personnes	2	2	2	

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Média B2B digital leader sur la thématique RH et management en France. L'entreprise s'adresse exclusivement aux professionnels des ressources humaines et bénéficie de la plus grande audience RH du marché français. Son modèle repose sur des partenariats directs avec les principaux acteurs de l'écosystème RH (SaaS, services, formation, recrutement, etc.), faisant de la plateforme un canal média stratégique et difficilement substituable.

Concurrence

Le média occupe une position unique sur le marché français, sans équivalent en termes d'audience et de spécialisation RH. Les acteurs concurrents sont principalement : - des médias généralistes B2B qui abordent ponctuellement la thématique RH sans en faire leur cœur éditorial, - des médias institutionnels ou associatifs à portée limitée, - et quelques blogs ou sites spécialisés avec une audience nettement inférieure. Cette position de leader, combinée à un référencement SEO très solide et à une légitimité éditoriale forte, constitue une barrière à l'entrée importante pour de nouveaux entrants.

Points forts / faibles

Points forts

- Équipe légère, modèle simple et scalable.
- Position de leader sur une thématique B2B à forte valeur stratégique.
- Audience massive et ultra qualifiée, difficile à adresser autrement.
- Forte récurrence à 3 ans et portefeuille clients prestigieux.
- Barrières à l'entrée élevées (expertise, crédibilité éditoriale).
- Activité rentable, scalable et faiblement capitalistique.

Complément d'information

Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **1 900 k€**

Compléments, spécificités

CA prévisionnel 2025 initialement 850 k€, déjà atteint et révisé à 950 k€.

+1,5 M de visiteurs/an.

EBE Pro Forma 2024 > 460 k€ (soit un taux moyen de 60 % sur les 3 dernières années).

Taux de croissance annuel moyen 2022–2024 : +29 %.

Récurrence client à 3 ans : > 25 %.

Trafic mensuel moyen : 235 000 visiteurs (74 % SEO).

Réseaux sociaux : 154 000 abonnés LinkedIn.

Opportunités de développement :

- Diversification des formats médias (guides, podcasts, vidéos, webinaires).
- Extension du portefeuille clients et des canaux de monétisation.
- Lancement de produits ou services ciblant les professionnels RH.

Transaction :

- Cession de 100 % des titres de la société.
- Prix demandé : 1,9 M€ (hors trésorerie nette).
- Accompagnement prévu du fondateur post-cession.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou Personne morale ou Fonds d'investissement

Complément sur le profil de repreneur recherché

- Groupe média souhaitant renforcer une verticale RH.
- Acteur SaaS ou service RH souhaitant internaliser un canal média propriétaire.
- Investisseur stratégique ou financier cherchant une activité digitale rentable et bien positionnée.