

**Marque de prêt-à-porter féminin DNVB + retail - B Corp**

Postée le 28/01/2026

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

Marque de prêt-à-porter féminin française qui existe depuis 10 ans.

Une image de marque forte et engagée, certifiée B Corp.

Une marque omnicanale née DNVB : 2/3 des ventes sur son propre site et 1/3 via ses 2 boutiques parisiennes.

Une grande communauté fidèle (réseaux sociaux et base CRM très développée).

20% des ventes online sont faites à l'étranger en organique, sans investissements.

**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**Eléments chiffrés**

| <b>En k€/année</b>           | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>2025</b> |
|------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>CA</b>                    | 2 800       | 2 700       | 2 215       | 2 200       |
| <b>Marge brute</b>           |             |             |             |             |
| <b>EBC</b>                   | 150         | 75          | -20         | 250         |
| <b>Résultat exploitation</b> |             |             |             |             |
| <b>Résultat net</b>          |             |             |             |             |
| <b>Nb. de personnes</b>      | 20          | 22          | 16          | 10          |

## Position / concurrence

### Positionnement par rapport au marché

Une marque qui s'adresse à une clientèle CSP+, âgée entre 25 et 60 ans avec un cœur de cible 26-45 ans, urbaine et vivant dans toute la France.

### Concurrence

Une marque à la frontière entre DNVB et marque de prints.

## Points forts / faibles

### Points forts

- La marque propose un vestiaire complet, avec une prédominance de hauts et robes, adaptés à la fois au quotidien et aux grandes cérémonies. La production se fait auprès d'une dizaine de fournisseurs, là où sont les meilleurs savoir-faire.
- La marque est certifiée B Corp témoignant de ses engagements sociaux et environnementaux forts.
- La marque a une communauté Instagram de 130K followers, une base de 150K adresses mails, 52K clients depuis le début.
- 20% des ventes online sont faites à l'étranger en organique, sans investissement (top pays : Belgique, Suisse, USA).
- Les clientes sont très fidèles (40% returning), âgées en moyenne de 25-44 ans, CSP+, présentes dans toute la France (35% parisiennes).
- Une situation financière stable.

Fort potentiel de développement :

- Élargir vers d'autres gammes de produits : Maroquinerie, homewear, décoration, accessoires.
- Développer le réseau retail parisien et provincial et tester de nouveaux modèles retail (affiliation, franchise, grands magasins).
- Développer l'international via l'e-commerce + retail.

## Complément d'information

### Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **2 000 k€ l'immobilier est compris dans le prix de cession.**

### Compléments, spécificités

Après une belle année 2021, où la société a été très rentable avec une belle croissance, la société a investit fortement en 2022 et 2023 notamment en RH et en ouvrant une boutique.

2024 a été une année de réajustement avec une restructuration mise en place pour renouer avec la rentabilité en 2025 avec un refocus sur le cœur de business.

Une équipe de 10 personnes.

### Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale