

Concession automobile de véhicules d'occasionPostée le **30/01/2026****Description générale****Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SASU**Localisation du siège :** France**Région :** Confidentiel**Résumé général de l'activité**

Positionnée sur la vente de véhicules d'occasion à destination des particuliers, cette concession bénéficie d'une image régionale solide et d'une orientation récente vers le milieu de gamme (?20 k€), soutenue par un atelier de réparation et d'entretien intégré et une équipe expérimentée.

L'organisation structurée avec showroom moderne et outils digitaux performants constitue un atout pour générer de la confiance et optimiser l'expérience client.

L'environnement concurrentiel dense impose toutefois une différenciation continue par la qualité, la réactivité et la relation client.

L'entreprise dispose d'une base de clientèle fidèle et d'un potentiel de développement encore sous-exploité, notamment via l'intensification commerciale et la valorisation de l'atelier.

La stabilité de l'équipe et la faible dépendance au dirigeant offrent au repreneur un cadre propice pour accélérer la croissance et renforcer l'ancrage local.

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	10 000	8 000	8 000	
Marge brute				
EBC			200	
Résultat exploitation				
Résultat net				
Nb. de personnes				4

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

- L'offre est centrée sur la vente de véhicules d'occasion milieu de gamme, avec une technicité métier moyenne : la sélection, la préparation et l'entretien des véhicules nécessitent des process métier formalisés, mais restent accessibles via la formation interne. - Le showroom de + de 800 m² et l'atelier intégré permettent à l'entreprise de maîtriser la chaîne de valeur jusqu'au service après-vente, renforçant la confiance des acheteurs. - La marque bénéficie d'une notoriété régionale, appuyée par une présence digitale efficace (site, CRM, réseaux sociaux), mais peu exploitée en communication proactive. - La différenciation repose essentiellement sur la qualité reconnue des véhicules, la transparence et l'expérience client, dans un environnement dominé par des groupes majeurs.

Concurrence

La barrière à l'entrée provient de l'expertise, de la réputation construite et de l'intégration des services, même si la pression concurrentielle reste forte et impose une vigilance constante sur le positionnement prix/service.

Points forts / faibles

Points forts

- Le portefeuille est composé de plusieurs centaines de clients particuliers, sur une zone de chalandise locale.
- La fidélité est remarquablement élevée pour le secteur, malgré une fréquence d'achat naturellement faible (moins d'une fois/an), ce qui traduit une valeur perçue supérieure et une confiance durable.
- La relation client s'appuie principalement sur le contact physique en showroom, renforcée par des outils digitaux et des échanges via réseaux sociaux.
- Le bouche-à-oreille reste un levier d'acquisition central, confirmant la qualité de l'expérience vécue.
- La faible sensibilité prix et l'attachement à la structure constituent des atouts pour limiter la

pression concurrentielle locale et favoriser la réactivation (reprise, entretien, recommandation).

Complément d'information

Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : Le vendeur n'a pas souhaité préciser le prix de cession.

L'immobilier est compris dans la cession.

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **500 k€ k€**

Compléments, spécificités

Le renforcement de la force commerciale est le levier immédiat pour élargir la base de clients actifs et capter

davantage de valeur sur le segment moyen et haut de gamme.

À court terme, une communication digitale plus structurée et le développement de partenariats locaux pourraient accroître la visibilité et la différenciation.

À moyen terme, l'exploitation plus intensive de l'atelier (prestations d'entretien, services complémentaires) et

la création de synergies avec d'autres acteurs (partenaires, prescripteurs) ouvrent des perspectives de diversification.

L'organisation interne, déjà professionnalisée et portée par une équipe soudée, autorise une montée en charge

progressive sans rupture.

L'infrastructure numérique et la formalisation des process soutiennent cette évolution.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Un profil gestionnaire à orientation commerciale, à l'aise dans le pilotage d'une structure B2C dotée d'une équipe autonome, saura tirer parti du potentiel inexploité tout en consolidant la qualité de service.

Une expérience dans l'automobile, le négoce ou le management d'équipe terrain permettrait d'accélérer la

montée en gamme de l'offre et de structurer le développement commercial.

La capacité à animer une équipe existante, valoriser l'atelier et actionner des leviers de communication digitale constituera un atout différenciant.