

Fabrication de produits fermentés à base de cajou

Postée le **24/11/2025**

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SARL

Ancienneté de la société : Entre 5 et 10 ans

Localisation du siège : Pyrénées Atlantiques, Aquitaine, France

Résumé général de l'activité

Fabrication de tartinables fermentés premium / alternatives fromagères végétales.

Une marque reconnue de tartinables fermentés à base de cajou, positionnée sur un segment premium, artisanal et gourmand.

Identité visuelle forte.

Communauté engagée et gamme complète (5 saveurs, 3 formats).

Marque prête à redéployer rapidement en retail et restauration.

La cession inclut :

- Marque + propriété intellectuelle.
- Recettes + process.
- Identité visuelle + packagings + templates Canva.
- Photos produits + contenus marketing.
- Site web + domaine + Instagram.
- Stock + matériel de production.
- Fichier clients/prospects.
- Tous les supports commerciaux.

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	130	120	110	
Marge brute	70	65	60	
EBE	15	10	5	
Résultat exploitation	10	5	0	
Résultat net	5	-10	0	
Nb. de personnes	1	1	1	

Autres chiffres

Fonds propres : 3 k€
Intitule_dettes : 4 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Une marque premium de tartinables fermentés à base de noix de cajou, située à la croisée du gourmet, du healthy et de l'artisanal moderne. Elle s'adresse à un public à la recherche d'alternatives savoureuses, naturelles et différenciantes, sans revendiquer un positionnement vegan exclusif — pour toucher un marché large, curieux et amateur de bons produits. Elle réunit trois univers clés : - Le goût, avec des recettes uniques, gastronomiques et authentiques. - La naturalité, grâce à des ingrédients simples, fermentés, sains. - L'accessibilité, en évitant les codes restreints du 100% vegan pour séduire un public plus large.

Concurrence

Non précisé

Points forts / faibles

Points forts

Un plaisir gourmand comparable à celui d'un fromage frais aromatisé.

Une qualité artisanale visible dans la texture, le goût et les packagings.

Une esthétique soignée, moderne et premium, qui attire les épiceries fines, coffee shops et restaurants.

Une utilisation culinaire polyvalente (tartenable, base de sauce, topping, planche apéro).

Sans militantisme, la marque incarne une nouvelle génération de produits sains : gourmands, créatifs, naturels et adaptés au quotidien de tous.

Produits différenciant sur un marché en croissance

Excellente perception client.

Forte demande e-commerce exprimée.

Points faibles

Packaging en verre qui peut engendrer des frais (poids du produit finit pour le transport).

Produits frais (difficile pour l'acheminement en B2C).

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **125 k€**

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Base solide pour DNVB, atelier food ou artisan.