

Marque lifestyle d'accessoires B2B / B2C

Postée le 17/02/2026

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

Marque lifestyle d'accessoires pour la famille.

Rentable chaque année depuis sa création, la marque est en forte croissance depuis deux ans : +35% en 2024 (vs 2023) et +32% en 2025 (vs 2024).

La société conçoit, développe et vend toute une gamme de produits exclusifs à sa marque.

Orientée déco à ses débuts, elle s'est repositionnée en grande partie et avec succès sur l'accessoire femme en 2023.

Elle réalise son chiffre à 80% en wholesale et 20% via son site internet, qui se développe très vite depuis qu'une responsable du B2C a été embauchée.

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 :** Autre

Compléments :

Il y a deux raisons à la cession : 1/ la marque est en forte croissance et il faut la structurer pour accompagner la croissance, mais les fondateurs ne pensent pas avoir le bon profil pour cela. 2/ La société va fêter prochainement ses 15 ans et les fondateurs, même s'ils sont prêts à accompagner l'acheteur, sentent qu'ils arrivent au bout d'un cycle.

Eléments chiffrés

En k€/année	2022	2023	2024	2025
CA	1 000	1 100	1 500	1 900
Marge brute				
EBC				
Résultat exploitation	150	35	150	
Résultat net	100	30	150	
Nb. de personnes	3	4	4	4

Autres chiffres

Fonds propres : 700 k€

Intitule_dettes : 5 k€

Trésorerie nette : 455 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Axée déco au tout début, la marque a évolué au long des années pour se repositionner avec succès en 2023 comme une marque d'accessoires pour femmes et enfants. Elle est revendue essentiellement dans un réseau de concept stores famille (magasins et sites web), mariant une offre mode, déco et cadeaux, en France, en Europe et depuis peu aux Etats-Unis.

Concurrence

L'entreprise a 3 marchés : 1/ L'enfant. 2/ La femme. 3/ La maison. 1/ Sur l'enfant les concurrents sont à la fois des très grosses marques ou des petits créateurs. 2/ En femme, les marques sont nombreuses. 3/ Dans la maison, la concurrence est plus diffuse.

Points forts / faibles

Points forts

Une marque très aspirationnelle et reconnue sur son marché.

Une gamme complète et large de produits qui soutient le côté lifestyle global de la marque.

Une identité et un site internet retravaillés en 2023 pour accompagner le repositionnement.

La qualité des produits et des fournisseurs.

La totalité de la production textile est réalisée au Portugal.

Un produit unique mais best seller est fabriqué en Chine.

Points faibles

La société repose principalement sur ses fondateurs, or elle doit se structurer pour accompagner la croissance.

C'est un palier que les fondateurs ne se sentent pas de franchir. Ce n'est pas dans leur profil et leurs aspirations.

Si la société est très saine, il y a néanmoins un vrai travail de gestion à faire pour optimiser la rentabilité (conditions d'achats, marges produits, structure assortiment, réfs, ...).

Complément d'information

Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **2 000 k€**

Compléments, spécificités

L'atterrissement 2025 avait été calculé sur la base d'une hausse du CA de +25% et donnait un Résultat d'Exploitation de 280 k€.

Au final, la hausse du CA a été un peu supérieure à +32%, donc le résultat d'exploitation devrait un peu dépasser +280 k€.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale