

**4 salles de jeux en réalité virtuelle en déplacement libre**

Postée le 15/01/2026

**Description générale****Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SASU**Ancienneté de la société :** Plus de 10 ans**Localisation du siège :** France**Région :** Confidential**Résumé général de l'activité**

A travers ses 4 salles, implantées dans 4 métropoles françaises, la société propose des expériences immersives ludiques en équipe, de 2 à 6 joueurs par équipe, avec différents thèmes de jeux.

**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**Compléments :** Les dirigeants souhaitent adosser leur société à un acteur déjà présent dans le loisir pour pérenniser son développement.**Eléments chiffrés**

En k€/année	2022	2023	2024	2025
CA	1 100	1 200	950	1 000

<b>En k€/année</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Marge brute</b>				
<b>EBE</b>		250	30	50
<b>Résultat exploitation</b>				
<b>Résultat net</b>				
<b>Nb. de personnes</b>			8	

## Position / concurrence

### Positionnement par rapport au marché

Positionnement clair : loisir immersif premium, accessible aux non-gamers.

### Concurrence

Plus de 150 salles / centres VR en France en 2023, avec un fort développement dans les grandes villes comme Paris, Lyon ou Marseille. Le marché de la VR en Europe (incluant France) connaît une croissance significative, avec des usages qui vont du divertissement aux applications professionnelles. 4 principaux concurrents.

## Points forts / faibles

### Points forts

Concept différenciant et éprouvé :

- Free-roaming VR sur très grandes surfaces (? 500 m<sup>2</sup> par salle), rare sur le marché.
- Immersion totale en déplacement libre, sans box ni cloison.

Concept lancé il y a plus de 5 ans, éprouvé avant / pendant / après Covid.

Qualité et profondeur de l'expérience :

- Scénarisation dès l'accueil (voyage temporel, décors, briefing vidéo).
- Parcours client entièrement pensé pour l'immersion.
- Vests haptiques + détection des mains ? différenciation forte vs concurrence.

Actifs technologiques et contenus propriétaires :

- Interface de gestion propriétaire.
- Jeu VR exclusif (Vortex Origine) sans coût de licence.

Investissement récent dans la technologie streaming VR (wifi 6E) :

- Suppression des backpacks.
- Meilleur confort client.
- Fiabilité technique accrue.

- Infrastructure aujourd'hui à jour du standard marché.

Potentiel de développement.

## Points faibles

Des performances économiques pénalisées par un contexte difficile pour le monde du loisir et changement technologique sur 2024-2025 (passage à la streaming VR) qui ont pénalisé l'offre de la société.

Communication historiquement sous-exploité.

Marketing principalement orienté :

- Google Ads.
- Meta (FB / Insta).

Faible exploitation jusqu'ici de :

- Vidéo.
- Influenceurs.

Partenariats locaux.

CRM / fidélisation (récemment lancé).

Point faible ... mais aussi gisement de croissance évident.

## Complément d'information

## Eléments complémentaires

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

## Profil de repreneur recherché

Personne morale

## Complément sur le profil de repreneur recherché

Le repreneur est un acteur investi dans le secteur du loisir, disposant de ressources suffisantes pour pousser le développement d'une marque VR prémium qui est sortie d'une impasse technologique (Backpack), qui désormais lui autorise un développement rapide.