

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SAS
Ancienneté de la société : Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège : Ile-de-France, France
Département : Confidentiel

Résumé général de l'activité

Marque digitale native (DNVB) créée il y a plus de 5 ans, spécialisée dans le linge de maison haut de gamme (linge de lit, linge de bain, literie, accessoires déco) et en forte croissance.

Le modèle repose principalement sur le e-commerce avec un fort potentiel à l'international et un développement en cours auprès de l'hôtellerie et du wholesale sélectif.

La marque bénéficie d'une excellente réputation client (note 4,5/5 sur Trustpilot, taux de réachat en croissance) et d'une stratégie digitale performante (420 000 sessions/an, panier moyen ~245 € TTC).

La société possède une ou plusieurs marques déposées à l'INPI.

Elle travaille à l'export.

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

| En k€/année | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----------------------|------|------|------|------|
| CA | | | 450 | 500 |
| Marge brute | | | | |
| EBE | | | | |
| Résultat exploitation | | | 25 | |
| Résultat net | | | | |
| Nb. de personnes | | | 1 | |

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Clientèle : particuliers premium (CSP+ urbains), hôtellerie haut de gamme, décorateurs d'intérieur. Production : ateliers spécialisés au Portugal (textile haut de gamme). La société se positionne sur le segment premium du linge de maison et du lifestyle design. La marque se différencie par : - Une offre haut de gamme accessible (lin français, coton égyptien, laine NZ) avec un excellent rapport qualité-prix. - Un modèle digital natif (D2C) permettant de maîtriser la relation client et d'optimiser les marges. - Une identité créative forte, orientée vers un design intemporel et éthique (« consommer moins mais mieux »). - Une production responsable au Portugal, garantissant qualité artisanale, certification Oeko-Tex et transparence. - Un positionnement hybride : principalement e-commerce, renforcé par un développement wholesale sélectif et B2B hôtellerie. - Une image de marque lifestyle internationale, comparable aux DNVB de référence (Bonsoirs, Blanc Cerise) et aux acteurs premium.

Concurrence

Non précisé

Points forts / faibles

Points forts

Croissance soutenue : chiffre d'affaires en hausse de +112 % entre 2021 et 2024, avec une projection supérieure à 530 k€ en 2025.

Marge brute élevée (~64 %) et EBITDA normatif positif dès 2023, confirmant la rentabilité récurrente hors éléments exceptionnels.

Modèle asset light : CAPEX limités, forte scalabilité, flexibilité de développement.

Marque premium & responsable : design intemporel, matières nobles (lin français, coton égyptien, laine NZ), confection au Portugal, certification Oeko-Tex.

Excellente réputation client : note 4,5/5 Trustpilot, taux de réachat en progression (+38 % à 12 mois).

Stratégie digitale performante : 420 000 sessions/an, conversion 2,6 %, panier moyen ~245 €.

Diversification en cours : lancement de nouvelles gammes (tapis laine NZ, linge de bain premium) et ouverture vers le B2B (hôtellerie boutique, décorateurs d'intérieur).

Potentiel d'internationalisation : premières ventes en Europe (Allemagne, Belgique, Suisse, Espagne, Italie) et forte traction à l'export.

Structure financière assainie : réduction de la dette nette de moitié depuis 2022, capitaux propres en amélioration.

Marque reconnue et protégée (dépôt INPI 2017).

Positionnement premium & responsable.

Modèle asset light (investissements CAPEX limités).

Croissance export (Allemagne, Belgique, Suisse, Espagne, Italie) en cours.

Axes de développement :

- Extension de gammes (tapis laine NZ, linge de bain premium).
- Optimisation acquisition client & CRM automatisé.
- Croissance B2B (hôtellerie boutique, décorateurs).
- Accélération de l'internationalisation.

Complément d'information

Éléments complémentaires

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

Compléments, spécificités

Forme juridique : SAS au capital de 30 k€.

Chiffre d'affaires 2024 (+53 % vs 2022).

Marge brute : ~64 %.

Taux de réachat : 38 % à 12 mois.

Modèle économique : Direct-to-Consumer (85 % online / 15 % wholesale sélectif).

Panier moyen : ~245 € TTC.

Trafic digital : 420 000 sessions annuelles – taux de conversion 2,6 %.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Le repreneur idéal pourrait être :

- Un investisseur financier (fonds de croissance, family office) souhaitant accompagner une DNVB premium dans l'accélération de son développement (internationalisation, digital, structuration).
- Un acteur industriel / stratégique du linge de maison, de la décoration ou du lifestyle, cherchant à renforcer son portefeuille de marques avec une DNVB digitale déjà reconnue.
- Un entrepreneur ou manager expérimenté en e-commerce et marketing digital, capable de poursuivre l'expansion internationale et l'optimisation du modèle D2C.

L'opération peut convenir à tout profil disposant des moyens financiers et des compétences pour :

- Consolider la structure financière,
- Accélérer la croissance digitale et B2B,
- Développer la marque à l'international,
- Pérenniser l'ADN créatif et responsable de la société.