

Marque établie dans l'univers des bougies et parfumsPostée le **09/02/2026****Description générale****Fiche d'identité de la société****Type d'actif :** Marque**Localisation du siège :** Aisne, Picardie, France**Résumé général de l'activité**

Marque établie dans l'univers des bougies parfumées et produits parfumés, disposant d'une forte visibilité en ligne, d'une excellente réputation client et d'un réseau de vente déjà structuré.

Réputation client solide :

La marque bénéficie d'une excellente réputation locale, avec plus de 200 avis clients sur Google et une note moyenne de 5 étoiles, reflet d'un haut niveau de satisfaction et de confiance.

Forte communauté TikTok et réseau VDI.

Communauté engagée.

A propos de la cession**Raison principale de la cession :** Changement d'activité du dirigeant

Activité fortement dépendante de la présence et de l'animation sur les réseaux sociaux. Développement commercial historiquement centré sur la fondatrice, laissant une marge d'optimisation dans la structuration et la délégation. Marque nécessitant une continuité d'animation digitale pour maintenir l'engagement de la communauté. Absence de standardisation complète des process, laissant une opportunité d'amélioration pour un repreneur structuré.

Compléments :**Éléments chiffrés**

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA				
Marge brute				
EBE			0	
Résultat exploitation				
Résultat net				
Nb. de personnes				

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Marque positionnée sur le segment des bougies parfumées et produits parfumés, avec une forte orientation digitale. Développement basé principalement sur les réseaux sociaux (notamment TikTok), le live shopping et un réseau de vente directe (VDI). Positionnement axé sur la proximité client, l'engagement communautaire et la notoriété acquise via une excellente réputation en ligne. Marché dynamique avec une demande soutenue pour les marques visibles, authentiques et déjà installées.

Concurrence

Le marché des bougies parfumées est concurrentiel, avec une présence de marques artisanales, de créateurs indépendants et de marques plus industrialisées. La marque se distingue par une communauté fortement engagée sur les réseaux sociaux, une visibilité acquise via le live shopping et un réseau de vente directe structuré. La concurrence est principalement constituée d'acteurs sans communauté propre ou sans réseau de vente établi, ce qui confère à la marque un avantage concurrentiel basé sur la notoriété, la fidélité client et la proximité avec l'audience.

Points forts / faibles

Points forts

- Communauté importante et engagée sur les réseaux sociaux, avec plus de 73 000 abonnés sur TikTok.
- Excellente réputation en ligne avec plus de 200 avis clients Google et une note moyenne de 5 étoiles.
- Réseau de vente directe (VDI) existant et actif, composé d'environ 20 vendeuses.
- Marque déjà identifiée et reconnue, avec un univers clair et cohérent.

Modèle de vente diversifié : e-commerce, live shopping et vente directe.

Forte proximité avec la clientèle et taux de fidélisation élevé.

Actif immatériel valorisable indépendamment de la société.

Potentiel de développement immédiat sans reconstruction de marque.

Points faibles

Activité fortement dépendante de la présence et de l'animation sur les réseaux sociaux.

Développement commercial historiquement centré sur la fondatrice, laissant une marge d'optimisation dans la structuration et la délégation.

Marque nécessitant une continuité d'animation digitale pour maintenir l'engagement de la communauté.

Absence de standardisation complète des process, laissant une opportunité d'amélioration pour un repreneur structuré.

Complément d'information

Éléments complémentaires

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

Compléments, spécificités

Cession de marque et d'actifs immatériels indépendamment de la société. Les éléments financiers ne sont pas représentatifs de la valeur de la marque, celle-ci reposant principalement sur la communauté, la notoriété, les réseaux sociaux et le réseau de vente existant.

Actifs inclus dans la cession :

Nom de la marque et identité visuelle.

Comptes réseaux sociaux :

- TikTok : 73 000 abonnés.

- Facebook : 5 000 abonnés.

- Instagram : 3 300 abonnés.

Site internet e-commerce fonctionnel.

Communauté habituée aux ventes en ligne et au live shopping.

Réseau d'environ 20 vendeuses à domicile actives.

Univers de marque clair, cohérent et déjà identifié.

Historique réel d'exploitation et de ventes.

Opportunités de développement :

- Lancer ou relancer une activité sans repartir de zéro.

- Exploiter immédiatement une communauté existante et engagée.

- Développer le e-commerce, le live shopping ou le réseau VDI.
- Gagner plusieurs années de construction de marque.

Informations complémentaires :

- La société n'est pas incluse dans la cession.
- Il s'agit d'une cession de marque / actifs immatériels.
- Le matériel et le stock peuvent être cédés en option, séparément.
- La transmission du savoir-faire peut être envisagée en option, selon accord.

Prix confidentiel, cohérent avec les actifs, négociable selon périmètre.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Entrepreneur(e), créateur(rice) ou structure existante souhaitant reprendre une marque disposant déjà d'une forte visibilité et d'une communauté engagée.

Profil à l'aise avec le digital, les réseaux sociaux et/ou la vente en ligne, avec une capacité à structurer et développer l'activité existante.