

**Média digital - référence du voyage en famille**Postée le **09/02/2026****Description générale****Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** Non communiquée**Ancienneté de la société :** Plus de 10 ans**Localisation du siège :** Ile-de-France, France**Département :** Confidential**Résumé général de l'activité**

Média digital de référence du voyage en famille, s'appuyant sur un site web, une newsletter et des réseaux sociaux.

Depuis 10 ans, le site connecte destinations, marques et acteurs du tourisme à une audience qualifiée de parents en quête d'expériences authentiques, adaptées aux enfants et mémorables pour toute la famille.

Mission : inspirer, conseiller et faciliter les voyages familiaux grâce à des contenus uniques, fondés sur des tests réalisés par des familles testeuses et sur des recommandations d'experts du territoire, afin de permettre à chaque parent d'offrir à ses enfants des souvenirs inoubliables.

Indicateurs clés : 3,7 k€ de profit, 100 000 visites mensuelles, 27 000 abonnés à la newsletter.

**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	2023	2024	2025	2026
-------------	------	------	------	------

<b>CA</b>			150	
<b>Marge brute</b>				
<b>EBC</b>			55	
<b>Résultat exploitation</b>				
<b>Résultat net</b>				
<b>Nb. de personnes</b>			1	

## Position / concurrence

### Positionnement par rapport au marché

Une marque média reconnue par les parents et les acteurs du tourisme. Seul média de niche sur le tourisme en famille. Communauté premium et engagée de 70k parents (plus de 27 000 abonnés sur Instagram, 11 000 sur Facebook, 5 400 sur Pinterest). La base de contenus la plus exhaustive en France dédiée au voyage en famille, avec des articles longs, experts et durablement référents.

### Concurrence

Non précisé

## Points forts / faibles

### Points forts

Média de référence en France sur le voyage en famille.

Positionnement de niche unique et difficilement réplicable.

Audience premium, qualifiée et engagée (parents voyageurs).

Base de contenus très riche, durable et à forte valeur SEO.

Marque reconnue par les acteurs du tourisme.

Actif largement sous-exploité commercialement jusqu'à présent.

Process éditoriaux en place permettant une production à distance.

Opportunités :

- Relance et structuration de l'activité commerciale (partenariats directs, brand content).
- Optimisation et développement de l'affiliation.
- Reprise de la production éditoriale pour relancer le SEO.

- Valorisation accrue de la newsletter et des réseaux sociaux.
- Forte capacité de remontée du chiffre d'affaires (historique à 300 k€ en 2024).

## Complément d'information

### Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **140 k€**

### Compléments, spécificités

Un actif difficilement réplicable, à forte valeur SEO et éditoriale.

Le dirigeant n'a jamais poussé le site commercialement.

Même au plus fort du CA (300 k€ en 2024), il n'avait qu'une commerciale freelance à mi-temps.

Idem, il n'a jamais optimisé l'affiliation = potentiel de développement important car il a fait le plus dur : créer une communauté et du contenus de qualité.

Chiffres clés :

- Chiffre d'affaires annuel : 135 000 € HT.
- EBE retraité : 55 k€ HT.
- Trafic organique : 102 797 visites / mois.
- Base email : 27 000 contacts.
- Audience sociale : ~70 000 parents (Instagram, Facebook, Pinterest).
- Ancienneté : 10 ans.
- Période analysée : 01/01/2025 – 31/12/2025.

Informations importantes :

Baisse du trafic et du CA liée au désengagement volontaire de la cédante et à une tentative de cession avortée.

Problème de tracking en début d'année 2025 (trafic à 0 sur Analytics sur une période).

Activité entièrement délocalisable (locaux non nécessaires).

Rémunération dirigeant et locaux retraités pour refléter une exploitation normalisée.

Équipe légère composée uniquement de freelances.

Accompagnement prévu après la cession (présentiel + visio).

### Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale