

Marques et produits de flippers digitaux premium

Postée le **11/05/2026**

Description générale

Fiche d'identité de la société

Type d'actif : Marque

Localisation du siège : Paris, Ile-de-France, France

Résumé général de l'activité

Ensemble d'actifs clés en main liés à l'activité de conception et de commercialisation de flippers digitaux premium, développés sous deux marques.

Il ne s'agit pas de la cession d'une société opérationnelle, mais d'un transfert d'actifs et de process immédiatement exploitables, comprenant :

1. Les marques et actifs immatériels et chartes graphiques associées,

Outils de communication existants :

sites internet,

réseaux sociaux,

supports commerciaux,

présentations et visuels.

2. Deux produits finis, opérationnels et éprouvés,

- Flipper digital premium reprenant les codes et sensations du flipper traditionnel.

- Flipper digital haut de gamme, positionné comme un objet de design ludique destiné aux environnements premium.

Les deux machines sont :

fonctionnelles,

stabilisées,

déjà vendues depuis 2024,

éprouvées en conditions réelles de fiabilité et d'usage.

Aucune phase de R&D lourde n'est à prévoir.

3. Un process industriel sécurisé et transmissible,

Process de fabrication et de montage déjà opérationnel avec un partenaire industriel.

Coûts, délais de fabrication (environ 3 mois) et conditions de paiement connus et maîtrisés.

Transmission du process d'achat des matériaux, de fabrication et d'assemblage dans le cadre de la cession.

Le repreneur reste libre de conserver ce modèle, de l'adapter ou de l'internaliser selon ses capacités.

4. Moyens de démonstration,

Mise à disposition de deux machines de démonstration permettant des essais clients, présentations commerciales, salons et actions de prospection.

5. Modèle économique,

Modèle basé exclusivement sur la vente des machines, et non sur leur exploitation commerciale payante auprès du public.

Positionnement cohérent avec l'évolution récente du marché du flipper, aujourd'hui majoritairement orienté vers des ventes à des particuliers et à des entreprises pour un usage privé ou expérientiel.

L'ensemble constitue une opportunité de reprise ou d'intégration industrielle pour un acteur souhaitant développer une offre différenciante sur le marché du loisir premium, du design ou de l'équipement d'expérience, avec des produits déjà matures et un potentiel commercial largement inexploité.

A propos de la cession

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

La cession est motivée par un changement de priorités professionnelles du dirigeant, sans lien avec la qualité des produits, leur potentiel de marché ou la viabilité du modèle économique. Le fondateur est amené, pour des raisons personnelles et familiales, à se recentrer durablement sur son activité historique de conseil digital, qui mobilise désormais l'essentiel de son temps et de ses ressources. Dans ce contexte, le développement commercial et industriel nécessite un portage à temps plein et des moyens dédiés, que le dirigeant ne peut plus assurer seul. La cession vise donc à permettre à ces produits, aujourd'hui matures et éprouvés, d'être repris par un acteur capable de leur donner une nouvelle dimension commerciale et industrielle. Il est toutefois important de préciser que ce changement d'activité n'exclut en rien une implication du fondateur après la cession. Si le repreneur le souhaite, un accompagnement post-cession peut être envisagé, notamment pour : assurer une transition fluide, transmettre le savoir-faire produit et marché, appuyer le développement commercial, ou intervenir en conseil stratégique et opérationnel. Cette implication éventuelle est optionnelle et pourra être définie librement avec le repreneur, en fonction de ses besoins et de son projet.

Compléments :

Eléments chiffrés

En k€/année	2022	2023	2024	2025
-------------	------	------	------	------

CA		40	75	
Marge brute		10	25	
EBE		10	25	
Résultat exploitation		10	25	
Résultat net		5	10	
Nb. de personnes				

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Les marques sont positionnées sur un segment premium et différenciant, à la croisée : - du loisir interactif haut de gamme, - du rétro-gaming modernisé, - et de l'objet design expérientiel. Les produits ne s'adressent ni au marché de l'arcade exploitée à la partie, ni à l'entrée de gamme, mais principalement : - aux particuliers premium, - aux entreprises (espaces de pause, bien-être, animation interne), - à l'hôtellerie et aux lieux premium, - aux environnements recherchant un équipement différenciant et durable. Le positionnement repose sur : - une qualité de jeu comparable à un flipper mécanique, - une richesse de contenu inégalée (plus de 800 tables sur une seule machine), - une forte valeur perçue, renforcée par le design, la personnalisation et l'évolutivité. Les marques ne se positionnent pas comme des produits de niche artisanale, mais comme des produits industrialisables, capables d'être intégrés dans une offre existante de loisirs, de mobilier premium ou d'équipements d'expérience.

Concurrence

Il n'existe pas de concurrent direct clairement établi sur le segment occupé par les marques. Concurrence directe : Les flippers digitaux existants sont majoritairement : - artisanaux ou semi-DIY, - produits en très petites séries, - avec une qualité de jeu, de finition et de fiabilité limitée, - et sans véritable capacité d'industrialisation ou de distribution structurée. Ces acteurs ne proposent généralement ni : - une expérience de jeu équivalente au flipper mécanique, - ni un positionnement premium crédible, - ni une intégration possible dans des environnements professionnels ou haut de gamme. Concurrence indirecte : La concurrence est essentiellement indirecte et se situe sur d'autres catégories de produits de loisirs premium, notamment : - les flippers mécaniques traditionnels, limités à une seule table, plus complexes à maintenir et peu évolutifs, - les objets de loisirs premium (billards, baby-foots haut de gamme, tables de jeux design), - plus largement, les équipements de divertissement destinés aux particuliers et aux entreprises. Dans ce contexte, les marques se distinguent par : - leur polyvalence d'usage, - leur évolutivité dans le temps, - leur capacité à combiner jeu, design et expérience, - ce qui leur confère un positionnement unique, sans équivalent direct sur le marché actuel.

Points forts / faibles

Points forts

Expérience de jeu bluffante, immédiatement perceptible.

Les marques procurent un effet « wahoo » dès les premières parties, grâce à des sensations très proches de celles d'un flipper mécanique : réactivité des batteurs, absence de latence, feedback physique et immersion complète. Ce ressenti constitue un levier de conversion majeur auprès des clients et prospects.

Toute l'histoire du flipper dans une seule machine.

Chaque machine donne accès à plus de 800 tables, couvrant toutes les époques du flipper, des années 60 à aujourd'hui. Cette richesse de contenu est sans équivalent dans le flipper traditionnel et garantit un renouvellement permanent de l'expérience.

Produits finis, éprouvés et déjà vendus.

Les produits ne sont pas des prototypes : les machines sont fonctionnelles, stabilisées et déjà commercialisées depuis 2024, avec des retours positifs sur la fiabilité et l'usage.

Positionnement premium clair et différenciant :

Un produit qui reprend fidèlement les codes du flipper classique, tandis que l'autre se distingue comme un objet de design ludique haut de gamme, adapté aux environnements premium (hôtellerie, corporate, résidentiel de standing).

Absence de concurrence directe structurée :

Les flippers digitaux existants sont majoritairement artisanaux, de qualité et de fiabilité limitées. Les produits occupent un segment distinct, alliant qualité de jeu, finition et potentiel d'industrialisation.

Modèle économique simple et lisible :

Modèle basé exclusivement sur la vente des machines, sans exploitation payante, en phase avec l'évolution récente du marché du flipper, désormais majoritairement orienté vers des usages privés et expérientiels.

Structure de coûts très légère :

Fabrication et montage intégralement sous-traités, sans salariés ni locaux dédiés, limitant fortement les charges fixes et permettant une adaptation rapide aux volumes.

Marge directement corrélée aux volumes :

La marge brute et l'EBE sont proportionnels au nombre de machines vendues, sans effet de structure, offrant une excellente lisibilité économique pour un repreneur.

Process industriel sécurisé et transférable :

Process de fabrication déjà opérationnel avec un partenaire industriel, documenté et transmissible dans le cadre de la cession.

Actifs immédiatement exploitables :

Marques, outils de communication existants, process industriel et deux machines de démonstration inclus dans la cession.

Fort potentiel de développement commercial.

Très peu d'actions commerciales ou marketing menées à ce jour, laissant un potentiel significatif

de croissance pour un acteur structuré.

Points faibles

Absence de structuration commerciale à ce stade.

Aucune force de vente, aucun réseau de distributeurs ni stratégie marketing structurée n'ont été mis en place à ce jour, faute de temps et de moyens.

Ce point constitue toutefois un levier de développement immédiat pour un repreneur disposant d'un réseau ou de ressources commerciales.

Notoriété encore limitée des marques.

Les marques bénéficient d'un excellent retour lors des démonstrations, mais restent peu connues à ce stade, en l'absence de communication, de relations presse ou de campagnes marketing.

La notoriété est donc largement perfectible, sans freins liés au produit lui-même.

Volumes de vente encore modestes.

Les ventes réalisées à ce jour (environ une douzaine de machines depuis 2024) reflètent une phase de validation produit plutôt qu'un déploiement commercial.

Ces volumes ne traduisent pas une limite de marché, mais l'absence de démarche commerciale structurée.

Dépendance actuelle à un partenaire industriel.

La fabrication et le montage sont aujourd'hui sous-traités auprès d'un partenaire industriel.

Cette dépendance est toutefois connue, sécurisée et transférable et peut être conservée, adaptée ou internalisée par le repreneur selon ses capacités.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **100 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **80 k€ k€**

Compléments, spécificités

Informations complémentaires (éléments chiffrés et modèle économique).

Le projet arrive aujourd'hui à un moment charnière : les produits sont finis, éprouvés et différenciants, le modèle économique est clair, lisible et maîtrisé et le potentiel de développement

commercial reste largement inexploité.

La cession porte sur des actifs immédiatement exploitables, sans dette ni passif à reprendre et offre une opportunité rare d'intégrer des produits premium prêts à être industrialisés, sans phase de R&D lourde.

Un dossier complet, structuré et didactique a été constitué afin de présenter précisément le projet : positionnement, produits, marché, modèle économique, process industriel, éléments financiers et modalités de cession.

Ce dossier pourra être transmis à toute personne ou structure manifestant un intérêt sérieux, afin de faciliter l'analyse et les échanges.

Le process industriel est sécurisé, la transmission est pensée pour être simple et fluide et le cédant est ouvert à la discussion sur les modalités de reprise (périmètre, structuration financière, accompagnement post-cession), afin de construire un projet cohérent avec le profil et les objectifs du repreneur.

Les éléments financiers communiqués doivent être lus à la lumière d'un modèle volontairement léger en structure, propre à une cession d'actifs et non à une société industrielle intégrée.

L'activité liée aux flippers digitaux fonctionne :

- sans salariés dédiés à la fabrication ou au montage, sans locaux ou ateliers propres,
- avec une fabrication et un montage intégralement sous-traités auprès d'un partenaire industriel.

Dans ce contexte, la marge brute correspond quasi intégralement à l'EBE et reflète directement la capacité de génération de cash par machine vendue.

À titre indicatif :

2024 : 3 flippers vendus ? marge brute / EBE > 10 k€.

2025 : 6 flippers vendus ? marge brute / EBE ? 25 k€.

Le doublement des volumes entre 2024 et 2025 s'est traduit mécaniquement par un doublement de la marge brute et de l'EBE, sans effet de structure.

Les résultats nets ne sont pas isolés, l'activité flipper étant intégrée dans une structure multi-activités. Ils dépendent principalement :

- du régime fiscal,
- de la structuration retenue,
- et des autres activités du groupe.

Le modèle économique repose exclusivement sur la vente des machines et non sur leur exploitation commerciale payante auprès du public.

Ce positionnement est cohérent avec l'évolution récente du marché du flipper, aujourd'hui majoritairement orienté vers des ventes à des particuliers et à des entreprises pour un usage privé ou expérientiel.

Les produits sont finis, éprouvés et industrialisables immédiatement, avec :

- un process de fabrication sécurisé,

- des délais maîtrisés (environ 3 mois),
- des conditions de paiement limitant fortement le besoin en fonds de roulement (50 % à la commande, solde avant expédition).

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

La cession est ouverte aussi bien à une personne physique qu'à une personne morale.

Le projet s'adresse en priorité à :

- un acteur industriel ou un fabricant souhaitant enrichir son offre avec des produits de loisirs premium et différenciants,
- une entreprise déjà structurée disposant d'un réseau commercial ou de distribution (loisirs, mobilier premium, hôtellerie, équipements d'expérience),
- un entrepreneur individuel ou un dirigeant disposant d'une capacité de portage commercial et d'un intérêt marqué pour le gaming, le design ou les loisirs haut de gamme,
- un groupe ou une société cherchant à intégrer rapidement des produits finis, éprouvés et industrialisables, sans phase de R&D lourde.

Le repreneur idéal disposera :

- d'une capacité à structurer ou activer la commercialisation,
- d'un intérêt pour des produits premium à forte valeur d'expérience,
- et, idéalement, d'une culture industrielle ou produit, permettant une montée en volume maîtrisée.

Il n'est pas nécessaire d'avoir une expertise préalable dans le flipper :

le savoir-faire produit, le process industriel et les éléments clés seront transmis dans le cadre de la cession.

Enfin, si le repreneur le souhaite, un accompagnement du fondateur peut être envisagé afin de faciliter la reprise, le transfert de compétences et le développement commercial.