

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SAS

Ancienneté de la société : Entre 5 et 10 ans

Localisation du siège : Haute Garonne, Midi-Pyrénées, France

Résumé général de l'activité

Marque française de création, fabrication, import et distribution de mobilier et objets de décoration raffinés et de qualité.

L'entreprise dessine des produits élégants et originaux, les fabrique en Indonésie et au Maroc, puis les importe et les distribue.

Les ventes s'appuient principalement sur un site internet sous Prestashop, mis à jour en 2025, ainsi que sur des marketplaces et les réseaux sociaux, notamment Instagram qui compte plus de 27 000 abonnés.

Grande facilité d'exploitation puisque la gestion n'a pas besoin de se faire d'un endroit précis. Tout est opérationnel (mailings, réseaux, presse, communication, Ads, etc).

Stock disponible en Haute-Garonne + une partie en Indonésie où le prochain arrivage est en cours de fabrication.

Partenariats de transports et logistique professionnels.

La cession porte sur le fonds de commerce.

Un bonne maîtrise du digital sera un atout majeur pour donner un nouvel élan à cette belle marque déjà pourvue d'une identité et bien identifiée sur la partie mobilier enfant.

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 : Société en difficulté

Eléments chiffrés

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	400	150	150	
Marge brute				
EBE				
Résultat exploitation	-25	-55	0	
Résultat net	-30	60	0	
Nb. de personnes	3	2	1	

Autres chiffres

Fonds propres : -25 k€
Intitule_dettes : 5 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Mobilier original et artisanal moyen-Haut de gamme. Bois massif, rotin, matières naturelles. Style bohème chic / rétro - Elégant et raffiné. Style féminin, belle offre de mobilier bébé. Offre unique de berceaux en rotin. Partenariats avec Tartine et Chocolat, Le Bon Marché Paris.

Concurrence

Existante.

Points forts / faibles

Points forts

Style et design avec créations originales.

Sourcing indonésien fiable et stable.

Valeurs fortes et tendances : artisanat, matières naturelles, produits sains, style doux et épuré.

Processus opérationnels en place.

Site internet Prestashop stable, avec référencement actif depuis 2020.

Plateformes interconnectées : Google, emailing, marketplaces, etc.

Marque reconnue par les journalistes, avec envoi régulier de communiqués et dossiers de presse depuis 7 ans.

Historique complet disponible.

Écosystème digital en place : emailing, réseaux sociaux, chatbot, etc.

Fondatrices disposées à assurer un accompagnement à temps plein, en toute transparence.

Points faibles

Manque de notoriété.

Besoin de développer le catalogue et de se renouveler.

Fondatrices plus en ligne avec la cible.

Dépendance au fournisseur indonésien.

Image trop enfant.

Marché chahuté depuis le Covid.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **50 k€**

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale