

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SAS

Ancienneté de la société : Plus de 10 ans

Localisation du siège : Doubs, Franche-Comté, France

Résumé général de l'activité

Activité B2B/B2C – Bons plans, réductions & marketing local.

Un secteur exclusif clé en main dans la commercialisation d'abonnements avantages (restaurants, commerces, loisirs, services) auprès des particuliers, entreprises, CSE et collectivités.

Revenus récurrents.

Portefeuille partenaires et base abonnés actifs déjà constitués.

Modèle sans stock, sans local, sans salarié.

Faible structure de charges, forte autonomie.

Concept éprouvé, accompagnement cédant + réseau inclus, outils marketing fournis.

A propos de la cession

Type de cession envisagée : Majoritaire

Raison principale de la cession : Autre

Compléments :

Réorganisation de la structure du cédant, qui géographiquement souhaite se repositionner sur d'autres secteurs et commercialement sur d'autres activités.

Éléments chiffrés

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	200	250	250	
Marge brute				
EBE	150	150	150	
Résultat exploitation	50	35	20	
Résultat net	50	35	20	
Nb. de personnes	1	1	1	

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Marque leader sur le secteur, avec un très bonne implantation et des partenaires récurrents.

Concurrence

Concurrence sur le secteur liée aux groupements de commerçants dans les grandes agglomérations, ainsi qu'aux offices de tourisme et aux communes. Aucun concurrent national identifié à ce jour.

Points forts / faibles

Points forts

Leader français des guides et cartes de réductions depuis plus de 20 ans.

Couverture nationale avec des secteurs géographiques dédiés.

Double offre : découverte (jusqu'à -50%) + offre permanente illimitée.

Valable jusqu'à 6 personnes par compte.

Application mobile intuitive avec offres actualisées en temps réel.

Large réseau de partenaires : restaurants, commerces, loisirs, hébergements.

Format numérique 100% dématérialisé.

Offres accessibles partout en France via l'app.

Modèle simple et immédiat : réduction directe en caisse, sans cagnotte à attendre.

Outil de fidélisation clé en main pour les commerçants partenaires.

Notoriété et image de marque établies sur le territoire.

Points faibles

Modèle vieillissant face à la digitalisation des programmes de fidélité.

Concurrence locale forte des associations de commerçants (carte Altitude, Bezac Fidélité).

Nécessite un abonnement payant pour le consommateur.

Incompatibilité avec certains smartphones (Honor, Huawei notamment).

Dépendance au renouvellement annuel des partenaires commerçants.

Offre découpée par secteurs géographiques limitant la flexibilité.

Pas de cagnotte ni de récompense progressive pour fidéliser dans la durée.

Modèle B2B fragilisé si le réseau de partenaires locaux se réduit.

Pression concurrentielle des plateformes nationales gratuites (Reducavenue, etc.).

Manque de personnalisation des offres selon le profil utilisateur.

Faible visibilité digitale comparé aux acteurs nationaux du cashback.

Le format "guide" peut sembler moins moderne que les apps de réductions en temps réel.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **440 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **50 k€ k€**

Compléments, spécificités

Les éléments chiffrés sont issus d'une comptabilité analytiques de plusieurs sites avec une activité commune. Il y a donc des ajustements à faire avec les chiffres réels de l'exploitation du secteur

cédé.

Territoire exclusif à fort potentiel.

Reprise immédiate possible.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Idéalement un profil commercial, entrepreneur indépendant ou investisseur cherchant une activité rentable, scalable, sur un marché local en forte demande (fidélisation, communication de proximité, digital local).

Expérience en développement commercial et prospection BtoB.

Capacité à négocier et fidéliser un réseau de partenaires commerçants.

Sens du relationnel et ancrage local fort.

Autonomie.

Organisation et rigueur dans le suivi des renouvellements partenaires.

Appétence pour le digital et les nouveaux outils de fidélisation.

Connaissance du tissu économique local de Besançon et du Haut-Doubs.

Attachement au commerce de proximité et à l'économie locale.

Capacité d'investissement personnelle ou accès au financement bancaire.

Sensibilité à la rentabilité et à la gestion des marges.

Passion pour le commerce local et la relation client.

Envie de moderniser et dynamiser un concept établi.

Volonté de s'inscrire dans la durée sur un territoire.