

## Acteur intégré en boulangerie et snacking bio

Postée le **10/04/2026**

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

**Forme juridique :** SAS  
**Ancienneté de la société :** Entre 5 et 10 ans  
**Localisation du siège :** Meuse, Lorraine, France

#### Résumé général de l'activité

Acteur intégré de référence en boulangerie, pâtisserie et snacking biologique, alliant excellence artisanale, traçabilité et performance commerciale.

Marque reconnue et modèle répliquable.

L'entreprise opère sur les segments de la boulangerie, pâtisserie et restauration rapide, avec un ADN fortement ancré dans le biologique et la qualité des ingrédients.

Elle se distingue par un modèle intégré maîtrisant l'ensemble de la chaîne de valeur, de la fabrication artisanale à la vente directe.

Cette organisation permet de garantir fraîcheur, régularité et innovation produit, tout en répondant aux standards élevés du bio.

Positionnée sur le segment premium de l'alimentation biologique, l'entreprise bénéficie d'une clientèle B2C fidèle et récurrente, attirée par une offre complète couvrant l'ensemble des moments de consommation.

Son ancrage local solide et son image qualitative lui permettent de capter un flux important et régulier, dans un marché structurellement porteur porté par les attentes croissantes en matière de santé et de consommation responsable.

#### 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 : Départ à la retraite

### Eléments chiffrés

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	3 200	3 600	4 200	3 800
Marge brute	2 000	2 200	2 300	2 300
EBE	150	200	200	550
Résultat exploitation	40	40	200	450
Résultat net	15	-5	-30	350
Nb. de personnes	30	39	29	28

### Position / concurrence

## Positionnement par rapport au marché

L'entreprise se positionne comme un acteur intégré, maîtrisant l'ensemble de la chaîne de valeur, de l'approvisionnement en matières premières biologiques jusqu'à la distribution en points de vente. Ce modèle permet un contrôle accru de la qualité, des marges et de l'image de marque. Le modèle démontre une performance robuste, y compris en zones rurales, avec une capacité à générer un trafic élevé (1 100 clients/jours avec un panier moyen de 8,20€) et récurrent malgré une densité de population limitée.

## Concurrence

Structure du marché : - Faible structuration des concurrents (peu de réseaux organisés). - Présence limitée d'acteurs multi-sites sur la zone. Positionnement face à la concurrence : - Différenciation forte via les pains 100% biologiques et la qualité produit. - Concept plus structuré et professionnalisé que la moyenne du marché. - Capacité à capter une part significative de la demande locale. Barrières à l'entrée : - Accès complexe à une filière bio locale fiable. - Investissements nécessaires en production et en points de vente. - Temps long pour construire une notoriété et une clientèle fidèle. - Savoir-faire artisanal combiné à une organisation multi-sites.

### Points forts / faibles

## Points forts

- Capacité démontrée à générer un volume de fréquentation élevé dans des zones à faible densité démographique.
- Croissance continue de l'activité (+6% pour FY25) sur plusieurs années, y compris dans un environnement concurrentiel.
- Maillage géographique cohérent permettant d'optimiser les flux clients et la visibilité.
- Organisation interne structurée avec encadrement intermédiaire (cadres associés).
- Qualité perçue élevée des produits, renforçant le taux de transformation et le panier moyen.
- Cohérence et homogénéité du concept sur l'ensemble des sites.
- Approche responsable intégrée (respect des sols, des ressources et des pratiques agricoles).
- Relation de proximité avec l'écosystème local (producteurs, partenaires).
- Positionnement premium sur la boulangerie, pâtisserie et snacking biologique.
- Modèle verticalement intégré assurant qualité, traçabilité et marges maîtrisées.
- Marque reconnue localement, associée à des valeurs fortes (bio, authenticité, proximité).
- Flux client élevé et récurrent, soutenant la performance commerciale.
- Outil de production performant et adapté aux volumes.
- Équipe qualifiée avec un savoir-faire artisanal différenciant.
- Offre large permettant de capter plusieurs moments de consommation.
- Potentiel de développement (réplication du modèle, extension du réseau).

## Complément d'information

### Éléments complémentaires

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

### Compléments, spécificités

L'exercice FY25 de l'une des entités couvre exceptionnellement une période de 16 mois, tandis que celui de la seconde entité s'étend sur 9 mois, afin d'aligner les dates de clôture au niveau du groupe.

Cet ajustement permet d'harmoniser le calendrier comptable et d'améliorer la comparabilité des données financières entre les deux structures.

## **Profil de repreneur recherché**

Personne physique ou Personne morale ou Fonds d'investissement