

Club business premium - marque et concept clé en main

Annonce V90885 mise à jour le 29/05/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SARL
Ancienneté de la société	Moins de 5 ans
Localisation du siège	Loire Atlantique

Résumé général de l'activité

Une nouvelle approche du networking.

Ce Club Business réservé aux dirigeants et cadres dirigeants repose sur une conviction simple :
Les relations professionnelles les plus fortes naissent souvent de connexions humaines authentiques.

Chaque événement est conçu autour :

- de la découverte des participants,
- de leurs passions,
- de leurs parcours,
- de l'intervention chaque mois d'un chef d'entreprise reconnu localement qui partage comment sa passion est source de créativité ou de développement pour son activité.
- et d'un moment de partage premium favorisant des échanges de qualité.

Le concept se différencie des clubs business traditionnels par :

- une approche plus émotionnelle,
- un positionnement premium,
- une sélection qualitative des membres,
- et une expérience événementielle forte.

Actifs inclus dans la cession - Actifs immatériels :

- Marque déposée.
- Nom de domaine.
- Site internet opérationnel.
- Univers graphique.
- Supports de communication.
- Méthodologie événementielle.
- Process d'organisation.
- Concept protégé via enveloppe Soleau.
- Réseaux sociaux.
- Base CRM et fichiers qualifiés.
- Photos et contenus visuels.
- Base emailing.

En plus

La société possède une ou plusieurs **marques** déposées à l'INPI

Eléments chiffrés

Année de référence	2026
Fonds propres	30 k€
Dettes financières	0 k€
Trésorerie nette	4 000 k€

En k€/année	2024	2025	2026	2027
CA		10	30	
Marge brute				
EBE		0	20	
Rés. Exp.		0	20	
Rés. Net		0	20	
Salariés		2	2	

Indications concernant les éléments chiffrés

Fonctionnement des événements
Fréquence :
10 événements par an : une soirée par mois en semaine, de 18h à 21h.
Organisation mensuelle, hors juillet et août.

Lieux :
Les événements sont organisés dans des lieux premium :
- châteaux,
- domaines,
- espaces de réception haut de gamme.

Le modèle actuel permet une optimisation économique intéressante : les lieux accueillent les événements principalement grâce à la consommation liée au cocktail et à la restauration, sans facturation de location de salle.

Déroulé type :
Chaque événement suit une méthodologie structurée autour de trois temps forts :
18h – 19h : découverte des participants :
Tour de table animé à partir de questions originales créées par l'organisateur, en lien avec la thématique de l'intervenant.
L'objectif est de mettre en avant les passions comme vecteur de connexion entre les participants.
19h – 20h : intervention inspirante :
Un intervenant inspirant (chef d'entreprise local) partage la manière dont sa passion nourrit son activité professionnelle.
20h – 21h : cocktail networking premium.

Cette méthodologie constitue l'un des principaux éléments différenciants du concept.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Ce club Business capte une clientèle de dirigeants et de décideurs qui rejettent les formats de réseautage trop rigides et agressifs, mais qui recherchent plus d'efficacité commerciale que dans les clubs institutionnels.

C'est un tiers-lieu relationnel à forte valeur ajoutée, au modèle économique éprouvé et fidélisant.

1- Le brise-glace contre le formalisme : les événements (tours de table originaux, soirées dans des lieux inspirants) permettent de créer une vraie mémorisation.

2- L'absence de pression commerciale directe : C'est le fameux "business si affinité". Les dirigeants se recommandent entre eux parce qu'ils s'apprécient, ce qui crée des relations d'affaires beaucoup plus durables.

3- L'accessibilité des fondateurs : Un réseau à taille humaine, agile.

Concurrence

1. Les réseaux de recommandation pure :

Leur profil : Très axés sur le ROI immédiat, réunions souvent tôt le matin (matinales), obligation de résultats et de présence stricte. L'avantage concurrentiel de la cible : Beaucoup de dirigeants s'épuisent ou ne se reconnaissent pas dans cette rigidité "chronométrée". La cible est l'alternative parfaite pour ceux qui veulent développer leur business sans la pression de performance au sein du club. Ses formats mensuels du soir ou de fin de journée sont plus qualitatifs et moins énergivores.

2. Les réseaux institutionnels et patronaux :

Leur profil : De grosses structures indispensables pour l'ancrage politique, la formation du dirigeant ou la défense des droits. L'avantage concurrentiel de la cible : Ces structures sont souvent perçues comme lourdes, impersonnelles ou très chronophages (commissions, AG). La cible offre une agilité totale : les membres viennent pour réseauter directement et efficacement, dans un cadre beaucoup plus intimiste, authentique.

3. Les clubs d'affaires locaux ou émergents :

Leur profil : Des réseaux à dimension humaine, souvent nés d'initiatives locales privées. L'avantage concurrentiel de la cible : le club dispose d'un concept de marque déjà modélisé, d'un site internet abouti et d'un positionnement axé sur "la passion" très fort graphiquement et sémantiquement. C'est une marque "clés en main" là où d'autres restent de simples associations locales.

Points forts

La récurrence et la visibilité financière car le modèle repose sur des adhésions annuelles.

Potentiel de duplication dans la ville même ou d'autres villes.

Positionnement différenciant axé sur l'humain, le partage et la convivialité qui répond à une vraie demande actuelle des dirigeants.

Le modèle présente une structure de coûts particulièrement légère.

Cette structure permet :

- une forte marge potentielle,
- une excellente scalabilité,
- un effet de levier significatif en cas d'augmentation du nombre d'adhérents.

Points faibles

Croissance à relancer avec effet de levier immédiat car il faut renouveler régulièrement les adhérents et les dirigeants ne l'ont pas fait par manque de temps vs leurs activités principales.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
Complément	Après une première année d'exploitation permettant de valider l'intérêt du marché, les fondateurs, engagés d'avantage par d'autres développements sur leurs activités principales, souhaitent aujourd'hui transmettre le concept sur la phase de développement future.
Prix de cession	30 k€
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	20 k€
Complément	Le concept peut particulièrement convenir à : - un entrepreneur ou personne physique avec une excellente fibre relationnelle, - un réseau d'affaires, - une agence événementielle, - Un acteur dans la formation ou le conseil pour cross-vendre ses services, - un groupe de coworking, - un média économique, - un investisseur opérateur, - un acteur souhaitant développer une marque premium relationnelle.