

Site e-commerce de ballons de sport silencieux pour intérieur

Annonce V91295 mise à jour le 23/06/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Non communiquée
Ancienneté de la société	Moins de 5 ans
Localisation du siège	Paris

Résumé général de l'activité

Marque française commercialisant des ballons de basket et foot en mousse silencieuse et haute densité avec un revêtement textile.

Le produit répond à un besoin clair : jouer en intérieur sans déranger les voisins ou les parents, avec des balles de tailles officielles.

La distribution se fait via un site e-commerce propre (Shopify), Amazon France (30% du CA) et plus récemment Decathlon Marketplace ainsi que TikTok Shop.

Plus de 23 000 clients depuis la création du site.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA			400	
Marge brute				
EBE			100	
Rés. Exp.				
Rés. Net				

En k€/année	2023	2024	2025	2026
Salariés			1	

Indications concernant les éléments chiffrés

Chiffres clés :

CA mensuel moyen : 35 k€ HT.
Marge brute : 47,8 %.
Marge brute mensuelle > 15 k€ HT.
Profit mensuel moyen > 8 k€ HT.
Plus de 23 000 clients depuis le lancement.
Base email de 9 200 abonnés.
Environ 70 000 visites annuelles issues du référencement naturel.
Amazon représente environ 30 % du chiffre d'affaires.
Stock actuel : environ 40 000 € HT (non inclus dans la cession).
Croissance du CA :
100 k€ en 2023.
300 k€ en 2024.
400 k€ en 2025.

Opportunités :

- Structurer et développer les campagnes Meta Ads.
- Nouer des partenariats avec des influenceurs sportifs.
- Accélérer le développement B2B.
- Étendre la gamme à d'autres sports.
- Développer les ventes à l'international.
- Exploiter davantage les marketplaces européennes.
- Mettre en place une stratégie email marketing et fidélisation.
- Produire du contenu en anglais.
- Professionnaliser davantage les canaux d'acquisition déjà validés.

Informations importantes :

- La cession porte sur un fonds de commerce et non sur des titres de société (entreprise individuelle).
- Le stock n'est pas inclus dans le prix de vente et devrait augmenter significativement avant le Q4.
- Une grande partie du chiffre d'affaires est réalisée durant le quatrième trimestre.
- Le trafic est principalement mesuré via Shopify, sans Google Analytics ni Google Search Console.
- L'activité repose fortement sur les contenus vidéo quotidiens incarnés par le fondateur.
- Le repreneur devra anticiper la continuité ou le remplacement de cette production de contenu.
- Les revenus 2026 sont annoncés comme étant dans la continuité de la croissance observée depuis 2023.
- Deux commandes de stock importantes sont prévues avant le Q4 pour accompagner la croissance de l'activité.

Positionnement concurrence

Points forts

Position de premier acteur sur le marché européen pour ce type de produit, ayant permis un référencement naturel solide sur Google (environ 70 000 visites/an).

Croissance constante sur 3 ans.

Base de 9 200 inscrits newsletter et plus de 23 000 clients servis depuis la création de la marque, bénéficiant d'une très bonne notoriété grâce à un marketing incarné.

Canaux d'acquisition diversifiés : Shopify, Amazon France (30 % du CA), Decathlon Marketplace (monopole produit), TikTok Shop, demandes B2B entrantes.

Validation par des personnalités publiques : commande directe d'une personnalité sportive, vidéo à plus d'1M de vues avec son commentaire, intérêt d'autres personnalités.

Logistique 100 % externalisée (entrepôt en France), sans gestion physique interne.

Relation fournisseur stable depuis 3 ans avec agent dédié : qualité constante, rapidité et R&D produit.

- Produit différenciant répondant à un besoin clairement identifié.
- Modèle e-commerce déjà rentable et en croissance continue.
- Gestion opérationnelle légère (7 à 8 heures par semaine).
- Barrières à l'entrée liées à la marque, à la notoriété et à l'antériorité du produit.

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	À 27 ans, le cédant a encore plein de projets en tête et plein de boîtes à créer. En 3 ans avec cette marque, le cédant a appris quelque chose d'important sur lui. Le cédant vibre sur les débuts. Le cédant adore la phase de création, de structuration, de premier décollage. Aujourd'hui, le cédant a atteint un stade où son esprit a besoin de partir sur autre chose. Que ce soit pour se prouver à lui-même qu'il est capable de relancer une nouvelle boîte ou simplement parce que c'est dans sa nature d'entrepreneur, le cédant ne sait pas exactement. Ce qu'il sait en revanche, c'est que ce qu'il a créé en 3 ans n'est qu'un début. Avec les leviers décrits plus haut et un repreneur qui les met en place, la marque a encore de très belles années devant elle. Le cédant ne vend pas par lassitude, ni parce qu'il aurait perdu confiance dans le projet. Le cédant vend parce que son rôle dans cette histoire est arrivé à son terme et qu'il préfère passer le relais à quelqu'un qui aura l'énergie et les moyens de l'amener à l'étape suivante.
Prix de cession	350 k€
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
------------------	-----------------------------