



Marque française de cosmétiques, parfums et maquillage

Annonce V92173 mise à jour le 25/08/2026

Description générale

Désignation de l'actif

Type d'actif	Autre actif
Localisation	Alpes Maritimes

Description du l'actif à vendre

Marque française de cosmétiques, parfums et bien-être créée en 2024, à céder sous forme de cession d'actifs.

- Le périmètre comprend l'ensemble des éléments nécessaires à une relance immédiate :
- marque déposée à l'INPI avec identité visuelle complète,
 - catalogue de plus de 70 références en cosmétique,
 - maquillage (Turquie) et parfums,
 - collection de 12 fragrances élaborées à Grasse,
 - fabrication française intégralement sous-traitée (modèle fabless, aucun outil industriel à reprendre),
 - site e-commerce opérationnel avec backoffice complet (commandes, paiements, logistique),
 - stock de produits finis immédiatement commercialisable,
 - photothèque et contenus marketing existants.

La marque a été développée jusqu'ici sur un modèle de vente relationnelle. Elle est entièrement repositionnable : e-commerce pur, distribution sélective, marketplaces, export.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

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

En k€/année	2023	2024	2025	2026
Rés. Net				
Salariés			0	

Indications concernant les éléments chiffrés

Ouvert à une cession globale ou par blocs d'actifs (marque et formules, stock).

Accompagnement du cédant possible pendant la transition.

Dossier de présentation détaillé et inventaire disponibles sur demande.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Marque de beauté globale (parfums, cosmétiques, maquillage (Turquie), bien-être) positionnée sur le segment accessible premium : qualité de fabrication française et fragrances élaborées à Grasse, à des prix nettement inférieurs au circuit sélectif.

Cible principale : femmes 25-55 ans sensibles au rapport qualité-prix et au made in France.

Le positionnement est volontairement repositionnable selon la stratégie du repreneur : pure player e-commerce, distribution en instituts et parapharmacies, marketplaces ou export.

La largeur de gamme (plus de 200 références) permet un panier moyen élevé et des logiques d'abonnement ou de coffrets.

Concurrence

Le segment des marques de beauté accessibles est animé mais fragmenté : grands groupes concentrés sur le circuit sélectif, jeunes DNVB devant développer produits et fournisseurs de zéro, et marques d'import sans fabrication française.

Peu d'acteurs combinent à la fois une gamme complète multi-catégories déjà développée, des fragrances élaborées à Grasse et un modèle fabless sans outil industriel.

Pour un repreneur, la barrière concurrentielle réside moins dans le produit que dans l'exécution commerciale et digitale, précisément ce qu'il apporte.

Points forts

Marque déposée avec identité visuelle complète et univers de marque structuré.

Catalogue large de plus de 70 références couvrant parfums, cosmétiques, maquillage et bien-être, permettant panier moyen élevé, coffrets et logiques de réachat.

Collection de 12 fragrances élaborées à Grasse, argument commercial fort.

Fabrication 100% française (sauf maquillages) et sous-traitée : aucun investissement industriel, fournisseurs en place, réassort simple.

Site e-commerce et backoffice opérationnels (commandes, paiements, logistique).

Stock de produits finis immédiatement commercialisable.

Time to market immédiat : le repreneur vend dès le premier jour.

Cédant disponible pour accompagner la transition et transmettre les relations fournisseurs.

Points faibles

Notoriété grand public encore limitée, la marque étant jeune et développée jusqu'ici sur un canal relationnel : le potentiel repose

sur la capacité du repreneur à déployer l'acquisition digitale et de nouveaux circuits de distribution.

Historique commercial court (création 2024).

Présence à construire sur les canaux e-commerce classiques (SEO, marketplaces, publicité digitale), le trafic actuel du site étant principalement lié au canal historique.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette actif

Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
Complément	Le fondateur se réoriente vers une nouvelle fonction de direction au sein d'un groupe international du secteur, incompatible avec la poursuite de l'exploitation de la marque en propre. Il ne s'agit donc ni d'un problème de produit ni d'un problème de marché : la cession vise à confier la marque et ses actifs à un repreneur en mesure de les développer, le cédant restant disponible pour accompagner la transition.
Prix de cession	175 k€

Profil d'acheteur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Complément	Un repreneur maîtrisant l'acquisition digitale (Meta, TikTok) dispose d'un véhicule complet, sans développement produit ni investissement industriel, avec un time to market immédiat. Cible idéale : entrepreneur e-commerce cherchant une marque existante à relancer, professionnel de la beauté souhaitant se mettre à son compte, ou distributeur voulant intégrer sa propre marque.