

E-commerce spécialisé sur un produit de niche, artisanal et haut de gamme de type confiserie

Annonce V92184 mise à jour le 26/08/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	EURL
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	France
Région	Confidentielle

Résumé général de l'activité

E-commerce spécialisé sur un produit de niche, artisanal et haut de gamme, de type confiserie.

Site internet qui repose sur une approche à la fois gourmande, sensorielle et pédagogique (brochures de dégustation, contenus vidéo).

B2C : commercialisation de box mensuelles et d'abonnements cadeaux, de coffrets personnalisables, de tablettes à l'unité.

B2B : offre avec des cadeaux d'entreprise et CSE, des coffrets personnalisés, des produits sur-mesure et des ateliers de dégustation.

Le modèle économique repose ainsi sur plusieurs sources de revenus complémentaires : abonnements récurrents, cartes cadeaux prépayées, ventes ponctuelles B2C, ventes saisonnières, cadeaux d'entreprise et prestations de personnalisation.

Cette diversification limite la dépendance à une offre unique.

Le modèle est léger, sans boutique physique ni infrastructure lourde : la préparation et l'expédition sont confiées à un ESAT, tandis qu'une partie du service client et des opérations courantes est déjà déléguée.

Les procédures sont documentées et l'atelier est en mesure d'absorber les pics d'activité, notamment à Noël.

L'entreprise bénéficie d'une marque différenciante, d'un positionnement fort, d'une importante bibliothèque de contenus, de brochures et de vidéos, ainsi que d'un site Shopify et d'actifs SEO déjà développés.

En plus

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

Éléments chiffrés

Année de référence	2026
Fonds propres	140 k€
Dettes financières	15 k€
Trésorerie nette	105 k€

En k€/année	2024	2025	2026	2027
CA	250	200	150	
Marge brute	200	150	150	
EBE	45	40	45	
Rés. Exp.	45	35	40	
Rés. Net	40	30	40	
Salariés	2	1	1	

Indications concernant les éléments chiffrés

Malgré un recul récent du chiffre d'affaires lié à une période de sous-investissement commercial, l'entreprise demeure rentable et a amélioré ses résultats grâce à une structure de coûts optimisée.

Le potentiel de développement repose principalement sur la relance commerciale, l'exploitation de la base B2B, l'activation des partenariats existants, le développement des produits personnalisés, la reconquête d'anciens abonnés et l'application de bonnes pratiques e-commerce.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Artisanal / haut de gamme.

Base de plus de 4 400 contacts professionnels, outils et routines de prospection réutilisables, partenariats ou référencements auprès d'acteurs tels qu'Edenred, Pluxee, Tempeos, Bimpli et Décathlon.

Partenariat national avec Mondial Relay.

L'entreprise compte parmi ses références SNCF Voyageurs, Lesaffre, Cofidis, La Redoute et Sergic.

Points forts

- Marque installée et différenciante sur une niche premium.
- Positionnement éducatif et sensoriel.
- Modèle asset-light et intégralement variable : aucun salarié, aucune boutique, aucun investissement à prévoir. Préparation, stockage et expédition confiés à un ESAT, facturés au travail fourni, sans frais de stockage ni engagement de volume ; la structure absorbe le pic de Noël sans recrutement.

- Revenus diversifiés : abonnements récurrents, cartes cadeaux prépayées, e-shop, cadeaux d'entreprise et CSE, produits personnalisés, ateliers. La part des acheteurs récurrents progresse de 29,4 % à 34,0 % sur le dernier exercice.
- Actifs commerciaux immédiatement activables : 24 000 clients enregistrés, 13 824 contacts B2C et 4 427 contacts professionnels, références SNCF Voyageurs, Cofidis, La Redoute, Sergic, référencements Edenred, Pluxee, Bimpli, Tempeos, Décathlon, partenariat national Mondial Relay.
- Trafic organique en progression : 30 217 sessions issues des moteurs sur le dernier exercice, +22 % sur un an, portées par les pages commerciales (+143 % sur les pages produits, +96 % sur l'ensemble commercial). Acquisition payante quasi nulle (0,1 % des sessions) : le levier reste entier.
- Rentabilité réelle : 72 à 90 k€ de résultat avant rémunération du dirigeant sur les trois derniers exercices. Site Shopify sans dette technique, repreneable sans migration.

Points faibles

- Chiffre d'affaires en recul de 38 % en deux ans, tendance non encore stabilisée. Le retrait du B2B en explique près de 40 % : le canal atteignait 62 k€ en 2023/24, porté par un alternant commercial non remplacé, contre 23,5 k€ aujourd'hui.
- Taux de conversion en baisse, de 2,10 % à 1,53 % en un exercice, alors que l'intérêt commercial mesuré sur le site progresse. C'est le principal point de faiblesse opérationnel.
- Recul des abonnements, pour partie d'origine technique : une migration de l'application d'abonnement n'a pas permis de récupérer l'ensemble des cartes de paiement.
- Forte saisonnalité : décembre concentre une part déterminante du chiffre d'affaires.

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	La dirigeante démarre un job à compter du 1er Octobre. Cession urgente.
Prix de cession	135 k€
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	100 k€