

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique : SARL

Ancienneté de la société : Entre 5 et 10 ans

Localisation du siège : Pyrénées Orientales, Languedoc-Roussillon, France

Résumé général de l'activité

Marque de bijoux établie – e-commerce + communauté 12k abonnés.

Business clé en main.

Marque créée il y a 5 ans, avec tout l'écosystème permettant de continuer l'activité immédiatement.

La marque est positionnée sur des bijoux personnalisés et gravés, avec une identité visuelle forte et une communauté engagée.

Ce que comprend la vente :

Actifs digitaux :

- Site e-commerce Shopify prêt à exploiter.
- Compte Instagram 12 000 abonnés.
- Identité visuelle complète.
- Photos produits et contenus existants.
- Base clients constituée.

Marque :

Marque déposée officiellement auprès de l'Institut national de la propriété industrielle.

Produits et fournisseurs :

- Catalogue de bijoux existant.
- Fournisseurs sélectionnés.
- Processus de commande et production déjà en place.

Matériel :

Graveuse laser pour personnalisation.

Stock disponible :
vitrines et mobilier boutique.

Activité actuelle :
Environ 4000€ de chiffre d'affaires mensuel.
Environ 60 commandes par mois.

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 : Changement d'activité du dirigeant

Compléments :

Après plusieurs années à développer seule la marque, la dirigeante souhaite aujourd'hui s'orienter vers de nouveaux projets professionnels et un changement d'activité.
L'entreprise a été construite progressivement avec des moyens humains et financiers limités, ce qui a permis de valider le concept, développer une communauté engagée et installer la marque sur son marché. La société dispose aujourd'hui d'une base solide (marque, site e-commerce, fournisseurs optimisés, communauté digitale) et présente un fort potentiel de développement pour un repreneur souhaitant accélérer la croissance avec davantage de ressources ou une structure déjà existante. La cession s'inscrit donc dans une logique de transmission et de poursuite du développement de la marque.

Eléments chiffrés

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	30	45	85	90
Marge brute	20	25	50	60
EBE	0	0	0	1
Résultat exploitation	0	0	0	2
Résultat net	-1	-1	-5	2
Nb. de personnes	1	1	1	1

Autres chiffres

Intitule_dettes : 15 k€

Trésorerie nette : 2 k€

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Le modèle actuel présente un fort potentiel de croissance. L'entreprise fonctionne aujourd'hui avec des moyens humains et financiers limités : la dirigeante gère seule la majorité des opérations (marketing, service client, logistique, développement produit, gestion du site, communication). Malgré cette structure très légère, l'activité génère un volume régulier de commandes avec un panier moyen compris entre 75 € et 85 €, ce qui démontre la capacité du concept à générer du chiffre d'affaires. Plusieurs leviers de croissance restent encore largement sous-exploités : - Renforcement de l'équipe (SAV, logistique, marketing) afin de fluidifier l'opérationnel et absorber davantage de volume. - Développement marketing digital (publicité social media, influence, email marketing, SEO) pour accélérer l'acquisition clients. - Augmentation du stock permettant de proposer des livraisons encore plus rapides et d'améliorer l'expérience client. - Développement de nouvelles collections et élargissement de la gamme de bijoux personnalisables. - Partenariats retail ou corners physiques pour accroître la visibilité de la marque. - Internationalisation, le modèle étant facilement duplicable sur d'autres marchés européens. La marque bénéficie déjà d'une communauté engagée et d'une notoriété croissante, ce qui constitue une base solide pour un repreneur souhaitant accélérer le développement avec davantage de ressources.

Concurrence

Concurrents directs (bijoux personnalisés / lifestyle) : Société 1 – bijoux personnalisables en argent et plaqué or, très implantée avec de nombreuses boutiques et un panier moyen autour de 70 €. Société 2 – bijoux intemporels en plaqué or avec forte présence e-commerce. Société 3 – bijoux personnalisés en fil d'or ou d'argent façonnés à la main. Société 4 – gravures et bijoux personnalisés. 5 marques DNVB / Instagram dans le même univers.

Points forts / faibles

Points forts

Marque déjà installée avec une identité forte et une image élégante et moderne.

Communauté Instagram d'environ 12 000 abonnés, constituant un levier marketing et une base clients existante.

Panier moyen élevé (75 € – 85 €) pour le segment bijouterie digitale.

Concept de bijoux personnalisés (gravure) avec forte valeur émotionnelle pour les clients.

Chaîne d'approvisionnement optimisée avec un fournisseur unique offrant :

- dorure à partir d'or recyclé,
- qualité très élevée,
- très peu de SAV,
- livraison fournisseur en 48h.

Modèle e-commerce flexible pouvant facilement être développé à plus grande échelle.

Marque déjà testée sur le marché avec un historique d'activité et des ventes récurrentes.

Développement marketing digital (publicité Meta/TikTok, influence, email marketing, SEO).

Augmentation du stock permettant d'offrir des délais de livraison encore plus rapides.

Extension des collections et nouvelles gammes de bijoux personnalisables.

Développement international grâce au modèle e-commerce.

Partenariats retail / pop-ups / corners pour accroître la visibilité physique.

Exploitation plus poussée de la communauté Instagram existante.

Les avantages pour l'acheteur :

- marque déjà construite,
- communauté active,
- fournisseurs déjà trouvés,
- identité visuelle forte,
- possibilité de développer fortement le projet avec un profil marketing / e-commerce.

Points faibles

Entreprise assez dépendante de la fondatrice, qui gère seule l'ensemble des opérations.

Manque de ressources humaines (SAV, marketing, logistique).

Moyens financiers limités, freinant l'augmentation du stock et les investissements marketing.

Rentabilité perfectible liée principalement à la structure actuelle et à la gestion opérationnelle.

Temps important consacré au service client, typique du secteur des bijoux personnalisés.

Complément d'information

Éléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **70 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **15 k€ k€**

Compléments, spécificités

Créée il y a plusieurs années, la marque s'est progressivement imposée comme une marque digitale identifiable dans l'univers du bijou personnalisé. Elle dispose aujourd'hui d'une identité forte, d'un site e-commerce opérationnel et d'une communauté engagée de plus de 12 000 abonnés sur Instagram.

L'activité a été développée principalement par une seule personne, qui a assuré l'ensemble des fonctions : création produit, direction artistique, marketing digital, gestion du site e-commerce, service client, production et logistique. Cette organisation très légère a naturellement limité les capacités de développement, mais démontre également la résilience et le potentiel du modèle.

Malgré des moyens humains et financiers limités, la marque génère déjà un chiffre d'affaires récurrent et bénéficie d'une notoriété croissante, notamment sur les réseaux sociaux et auprès d'une clientèle fidèle.

Pour un repreneur disposant de ressources supplémentaires ou d'une structure existante, plusieurs axes de croissance sont immédiatement identifiables :

- accélération du marketing digital et de la publicité en ligne,
- développement de nouvelles collections ou gammes produits,
- optimisation et automatisation de la logistique et du service client,
- partenariats avec influenceurs ou points de vente,
- expansion sur de nouveaux marchés (France et international).

La société représente ainsi une opportunité d'acquisition d'une marque déjà structurée, disposant d'actifs digitaux solides (site, communauté, identité de marque) et d'un potentiel de développement significatif pour un entrepreneur ou un acteur du secteur souhaitant accélérer sa présence en ligne.

Prix de cession :

70 000 € pour l'ensemble du projet (négociable selon profil et projet).

Possibilité d'accompagnement au démarrage pour faciliter la reprise.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

Complément sur le profil de repreneur recherché

Repreneur idéalement sensible à l'univers des marques lifestyle, de la bijouterie ou du e-commerce.

La marque dispose déjà d'une communauté engagée et d'un positionnement clair sur le marché des bijoux personnalisés.

Elle conviendra parfaitement à :

- un entrepreneur souhaitant reprendre une marque existante avec un potentiel de développement,
- une marque de bijoux ou de mode souhaitant compléter son offre avec une gamme personnalisée,

- un acteur du e-commerce souhaitant exploiter une base clients existante et un site déjà opérationnel.
- un webmaster qui souhaite optimiser et exploiter le plein potentiel d'une marque e-commerce.

Le modèle est facilement scalable avec davantage de moyens marketing, logistiques ou humains. Entreprise en forte croissance mais modèle actuellement sous-exploité faute de moyens humains et financiers.

Le projet s'adresse idéalement à :

- un entrepreneur souhaitant lancer une marque rapidement,
- un créateur de contenu / influenceur,
- une marque de bijoux souhaitant élargir sa gamme,
- ou un profil e-commerce / marketing.