



Portail d'affaires

## VEL de paniers de fruits et légumes et produits du terroir

Annonce V46264 mise à jour le 04/03/2019

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SASU
Ancienneté de la société	Plus de 10 ans
Localisation du siège	Drôme

#### Résumé général de l'activité

Spécialiste de la vente directe en ligne, de fruits et légumes frais, de produits du terroir et d'épicerie fine.

Sa philosophie est de privilégier les circuits courts ce qui garantit une qualité et une fraîcheur irréprochables.

Issus de son réseau de producteurs et de fermes Rhône-Alpines voire françaises, tous ses légumes, et fruits frais et bios, sont rigoureusement sélectionnés, pour leurs qualités, leurs origines et leurs fraîcheurs afin de vous assurer un meilleur rapport qualité prix et elle assure la livraison à domicile ou en entreprise de tous les produits frais en 24h.

Terroir naturel reconnu pour la diversité de ses productions de légumes et fruits ainsi que ses dérivés (jus de fruits, confiture, ...).

#### En plus

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

### Éléments chiffrés

#### Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2015	2016	2017	2018
CA	900	950	1 000	
Marge brute				
EBE	30	0	40	
Rés. Exp.				
Rés. Net				

En k€/année	2015	2016	2017	2018
Salariés	6	6	6	

## Indications concernant les éléments chiffrés

Points améliorant déjà la situation :

- Poursuivre le développement des concessionnaires,
- Grosse demande pour la livraison aux restaurateurs,
- Développement géographique,
- Axe important à développer « conciergerie & entreprises »,
- Repreneurs : nécessite de bonnes connaissances en informatique et un bon relationnel client.

## Positionnement concurrence

### Positionnement par rapport au marché

Le marché / Clients :

Quelle est la tendance du marché ?  
4,2% de croissance.

Les derniers chiffres du baromètre de la vente directe rendus publics le 22 septembre témoignent d'un secteur dynamique. Autrefois jugé ringard, il suscite aujourd'hui de nombreuses vocations.

Articles culinaires, produits de soin, d'hygiène, bougies, lingerie, ... se vendent comme des petits pains en vente à domicile. La Fédération de la vente directe (FVD) présentait ce 22 septembre son baromètre 2016 qu'elle réalise avec Agefos PME.

En 2015, les entreprises ayant opté pour ce mode de distribution ont réalisé en France 4,140 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Une croissance de 2,4% moins importante que celle constatée au niveau mondial (+7,7%) mais tout de même très honorable.

L'univers culinaire et la gastronomie sont devenus les secteurs les plus dynamiques : ils représentent 33% du chiffre d'affaires global. Derrière se place la rénovation de l'habitat (26%), et, plus en retrait, le textile et la mode (10%), le bien-être et la diététique (9%), ainsi que la cosmétique (9%).

Quant aux produits bios, les français redoublent d'appétit pour les produits alimentaires bio. Selon les chiffres publiés mercredi 25 mai par l'Agence Bio, les ventes de produits issus de l'agriculture biologique ont connu une hausse sans précédent en 2015, bondissant de 14,7 %, pour atteindre un total de 5,75 milliards d'euros.

Même si le bio ne représente encore que 3 % de la consommation alimentaire à domicile, l'heure est à l'accélération. La pénétration du bio est variable d'un produit à l'autre. Elle est la plus forte pour les œufs, où elle atteint 20 %, et pour le lait, à 12 %. Mais les moteurs de la croissance sont à chercher du côté des fruits et légumes (+24 %) et de l'épicerie (+17 %).

Type de clientèle et répartition en pourcentage du marché :  
Particuliers : 25%, entreprises : 75%.

### Concurrence

Il existe entre un et deux concurrents directs par secteurs géographiques.

Les avantages concurrentiels par rapport à ses concurrents sont les suivants :

- L'absence d'engagement,
- La qualité et la fraîcheur des offres très largement reconnues sur la région Rhône-Alpes,
- L'offre personnalisée (le client constitue lui-même son panier),
- Une politique tarifaire très concurrentielle,
- La largeur de l'offre,
- L'outil commercial Moka qui permet aux clients de se connecter de n'importe où, à n'importe quel moment sans aucun moyen intermédiaire comme les mails ou le téléphone.

## Points forts

- Diversité de l'offre, prix concurrentiels et un bon rapport qualité / prix.
- L'importante couverture géographique.
- Utilisation de produits locaux, diversités de l'offre bio.

## Points faibles

- Petite structure,
- Produits en pack avec prix figés à l'exception du panier personnalisé.

## Infos sur la cession

### A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Non spécifié
Complément	Raison de maladie du dirigeant.
Prix de cession	800 k€
L'immobilier est compris dans la cession.	
Prix de l'immobilier uniquement	350 k€

### Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	300 k€