



Portail d'affaires

Cosmétique Homme / Mixte

Annonce V59254 mise à jour le 31/03/2022

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SASU
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Gironde

Résumé général de l'activité

Marque de cosmétique homme et mixte, lancée en novembre 2019 (mais réellement ouverte après le Covid (mai 2020)).

Implantation dans différents magasins en France, et vente directement sur le site internet de la marque.

Fort potentiel avec les moyens nécessaires.

Identité forte de marque.

Point important : MADE IN FRANCE, bio, naturel, ingrédients d'origine française.

Besoin : développer la gamme avec plus de produits, et augmenter nettement le budget communication pour faire connaître les belles valeurs de la marque.

À vendre : stock , identité marque, site, emballages expédition, fournisseurs et clientèle, ...

En plus

La société possède un ou plusieurs **brevets**

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

La société travaille à l'**export**

Éléments chiffrés

Année de référence	2020
Fonds propres	7 k€
Dettes financières	0 k€

En k€/année	2018	2019	2020	2021
CA			12	
Marge brute				
EBE			2	
Rés. Exp.		-4	5	
Rés. Net			3	
Salariés			1	

Indications concernant les éléments chiffrés

Très peu de charges à prévoir, car vous pouvez tout faire depuis votre domicile.

Vous n'avez pas besoin d'employé un salarié pour débiter. Vous pouvez tout faire vous même.

La marque à un bel avenir. Il faudra s'y consacrer, mais peut être avoir une seconde activité pour débiter.

1er Bilan comptable sur 14 mois, (le second sur 12 mois) l'entreprise s'étant lancée en novembre 2019, mais n'a commercialisé ses produits qu'à partir du mois de mai 2020, post-covid.

Frais de cession à la charge de l'acquéreur (entre 1500 et 2500 euros).

Important :

- 4% c'est ce que le cédant conserve dans la vente sur les parts sociales de l'entreprise.
- Il accompagne le repreneur sur 3 mois sans problème.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Depuis presque 1 an, l'entreprise a pu se placer sur le marché ultra concurrentiel de la cosmétique française. Cette marque de cosmétique a le mérite d'avoir pu s'enregistrer dans le monde de la cosmétique 100% française.

Cette marque est composé d'une petite gamme de 5 produits et des accessoires.

À présent elle souhaite développer la gamme mixte qui fera grandir la clientèle et la gamme.

C'est un axe de développement important à prévoir dans les années qui arrivent.

Sur la cosmétique masculine, la concurrence est intéressante et pas trop grande. Elle laisse encore beaucoup d'opportunités.

L'entreprise a fait le choix fort : le made in France et pense que c'est un axe d'avenir pour l'entreprise. Il apporte confiance et savoir-faire français qui est reconnu dans le monde entier.

La société a éco-conçu les produits en ayant pensé à utiliser le moins de ressources possibles. Pour avoir un produit éco-responsable.

Son positionnement est différent ce qui donne à la marque un champs de liberté important pour le développement et l'image de marque à prévoir.

Concurrence

La cosmétique française est ultra concurrentiel, c'est une vérité. Néanmoins un marché de niche ce profil avec l'arrivée de nombreuses petites marques travaillant sur des valeurs que les grands groupes non pas.

C'est pour cela que plusieurs marque se développe à vitesse grand V.

Les marques génériques sont également bien positionnées.

Points forts

- 100% made in France.
- Ingrédients français.
- Savoir-faire français.
- Marché qui peut se développer à l'étranger.
- Image décalé et transparente.
- Marché en expansion (masculin et mixte).
- Marque à renommée européenne (vente en Allemagne, Belgique).
- Marque en développement et qui s'installe dans le secteur (en à peine plus d'un an d'activité), laisse donc présager d'un succès si vous avez de belles idées.
- Peut se gérer seul et depuis votre domicile.
- Base de donnée importante.
- Beaucoup de belles perspectives sur de nouveaux secteurs à atteindre (CE entreprises, hôtellerie, ...).
- Une transparence sans égale.
- Une marque fun, simple souhaitant casser les codes de la cosmétique traditionnelle
- Beaucoup de secteurs intéressés par la cosmétiques : hôtellerie, parapharmacie, concept store, site internet de revente, ...

Points faibles

- Gamme à densifier rapidement.
- Pas suffisamment de budget pour développer la publicité.
- Avoir plus de fonds pour faire connaître la marque.
- Peu de présence encore à l'étranger.
- Budget globale trop bas pour développer.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Minoritaire ou majoritaire
Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
Prix de cession	69 k€

L'immobilier n'est pas compris dans la cession.

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	59 k€
Complément	<p>Cette marque est au démarrage de sa vie. Il faut donc être convaincu par le projet, être disponible (mais peut-être géré en seconde activité).</p> <p>Avoir les moyens de la développer (très important).</p>