



Portail d'affaires

Marque de nutrition sportive

Annonce V75001 mise à jour le 29/01/2024

Description générale

Désignation de l'actif

Type d'actif	Marque
Localisation	Paris

Description du marque à vendre

L'actif comprend :

- La marque de nutrition sportive créée en 2008.
- Le stock.
- Le site internet.
- La clientèle (btob, btoc, btobtoc).

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2021	2022	2023	2024
CA	440	320	210	300
Marge brute	75	80	50	80
EBE	55	-65	5	10
Rés. Exp.	55	-65	5	10
Rés. Net	55	-65	5	10
Salariés	1	1	1	1

Indications concernant les éléments chiffrés

- La production et la logistique sont sous-traitées
- Il y a un salarié depuis Aout 2023 (ancien mandataire social depuis 2015).
- Il y a à date 90 K€ de stock en valeur d'achat qui représente 200 K€ en valeur de revente.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

- La Marque se positionne sur le marché de la nutrition sportive pour les sports d'endurance.
- Avec une gamme de 10 barres énergétiques, 5 gels énergétiques et 5 éco-recharges, 5 purées de fruits énergétiques et bientôt 4 boissons en poudre (électrolytique et énergétique), la marque créée en 2008 cible les pratiquants de sports autour du running (route et trail), du cyclisme (route, VTT, Triathlon), de la randonnée, de l'escalade et plus récemment le Padel et le tennis.
- Les revendeurs BtoB sont principalement les magasins de sport spécialisés (running, vélo), les magasins généralistes et les magasins d'outdoor.
- Une partie de la gamme étant bio, elle intéresse aussi les magasins bio notamment sur les barres qui peuvent se consommer tous les jours en snacking.
- Quelques pharmacies et supermarchés implantés sur des zones très sportives complètent le panel.
- L'export s'est énormément réduit depuis le Covid avec l'explosion du coût du transport. La marque reste distribuée en Suisse, en Allemagne, au Portugal, en Espagne, en Martinique et à la Réunion.
- Le C.A se répartit entre le BtoC (30%), le BtoB (50%) et l'export (20%).

Concurrence

- Des marques concurrentes en magasins spécialisés et sur internet.

Points forts

- L'ADN de la marque depuis 2008 reste la naturalité, l'absence de conservateurs, de colorants et autres parfums de synthèse, le goût, la texture qui procurent du réconfort pendant l'effort.
- La marque a toujours été très engagée dans la protection de l'environnement. C'est la 1ère à avoir été membre de 1% pour la planète. Elle a aussi inventé en 2013 le concept des éco-recharges de gels pour limiter l'utilisation de plastique à usage unique.
- Une communauté de consommateurs fidèles.
- La société n'a aucune dette, aucune charge à part le salaire unique et l'actionnariat est détenu à 100% par le propriétaire.

Points faibles

- Trésorerie limitant le développement de nouvelles références et des actions fortes en terme de publicité digitale.
- Ressources humaines étant donné qu'elle est gérée par une seule personne depuis 2020. Les 4 salariés recrutés depuis 2015 ont été licenciés juste avant le Covid.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette Marque

Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
------------------------------	------------------------------------

Complément	- Le nouveau propriétaire de la marque (depuis juillet 2023) s'aperçoit que cet actif est trop loin de ses domaines d'activités historiques sur lesquels il a besoin de se recentrer. - Le salarié en poste et dirigeant opérationnel de la marque est le distributeur en France depuis 2008 et l'ancien propriétaire et mandataire social suite au rachat de la marque en 2015.
Prix de cession	450 k€

Profil d'acheteur recherché

Profil recherché	Personne physique
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	200 k€
Complément	Profil entrepreneur et sportif passionné par les sports sur lesquels la marque opère car le marché, les clients et les consommateurs fonctionnent en communauté.