



Portail d'affaires

Marque de Skin Care nouvelle génération

Annonce V77300 mise à jour le 22/05/2024

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Marque
Localisation du siège	Paris

Résumé général de l'activité

Marque de cosmétique, nouvelle génération.

formulations véganes et naturelles à 95% (ISO16128).

La marque est certifiée Plastic Négative et est distribuée au Canada et aux EAU.

La marque dispose d'une gamme de 7 produits composés de crèmes, sérums et nettoyants.

Distribution en B2B exclusivement.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2021	2022	2023	2024
CA		125		
Marge brute				
EBE				
Rés. Exp.				
Rés. Net				
Salariés				

Indications concernant les éléments chiffrés

Activité récente : 1 an d'existence.

Pas de chiffre de marge, ni bilan car les chiffres sont consolidés dans le bilan de l'entreprise.

Les seuls éléments chiffrés disponibles sont les chiffres de vente, les stocks des produits.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Principalement 15 – 29 ans.

Les Minimalistes : les personnes qui ont un temps limité à consacrer à leur routine de soins.

Les Skinthusiast : les utilisatrices qui aiment découvrir de nouveaux produits et ingrédients et qui se soucient de leur choix pour la planète.

Les Performistes : les personnes qui souhaitent voir des résultats pour leurs problèmes de peau.

Concurrence

Existante.

Points forts

Une gamme déjà disponible avec 7 produits existants d'hydratation, cleanser, sérum, eye cream, etc., déjà distribuée au Canada et aux EAU et sur internet.

Possibilité rapide d'ouvrir les ventes chez un distributeur aux USA (même enseigne que le distributeur au Canada) - 2000 points de vente.

Produit innovant.

Routines simples et efficaces, en 3 étapes.

Faciles à repérer grâce à leur code couleur.

Des formules clean, naturelles et 100 % vegan.

Des principes actifs de haute qualité et des ingrédients qui protègent la barrière cutanée.

Toutes les formules ont un score excellent sur Yuka (score ? 93) et EWG.

Plastic Negative : à chaque achat, la marque s'engage à retirer du plastique de l'environnement.

Points faibles

Jeune marque, tout à faire en marketing.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Raison principale de cession

Changement d'activité du dirigeant

Cette marque faisait partie du package d'une société que le cédant vient de reprendre.

Le développement d'une marque en BtoBtoC ne fait pas partie de sa stratégie car il travaille uniquement en B to B private label.

Complément

Aussi, il pense que cette marque, qui est en développement, peut intéresser un repreneur souhaitant se consacrer à 100% à l'aventure passionnante du développement d'une marque de skincare.

Prix de cession : 100 000 € + environ 60 000 € de stock produit.

Prix de cession

160 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

160 k€