



Portail d'affaires

E-commerce : vin, champagne, spiritueux et boissons sans alcool

Annonce V78242 mise à jour le 22/10/2024

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	EURL
Ancienneté de la société	Plus de 10 ans
Localisation du siège	Nord

Résumé général de l'activité

Acteur émergent et dynamique du marché des vins et spiritueux en ligne.

Dans un secteur très concurrentiel, l'entreprise a su se démarquer grâce à une approche axée sur la qualité, l'authenticité et la diversité des produits proposés.

La société bénéficie d'une bonne notoriété auprès des amateurs de vins (B2B / B2C) ainsi que de ses partenaires commerciaux.

Elle s'appuie également sur un réseau professionnel de revendeurs reconnus (grossistes, négociants, domaines et maisons) dans la région des Hauts-de-France et à travers l'hexagone.

La gestion commerciale, fournisseurs, catalogue, clients est intégralement géré par l'outil informatique de l'entreprise (solution web SaaS). L'ensemble étant relié à l'interface de vente de la société et à ses différents prestataires, agissant à 360° dans son environnement.

Un logiciel informatique a été conçu en interne, développé et suivi depuis 2012. La distribution des références s'effectue sous deux méthodes : depuis sa logistique interne (lieu de stockage sur place) et en départ direct depuis ses partenaires commerciaux (négociants, domaines, maisons, revendeurs).

En plus

La société travaille à l'**export**

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2021	2022	2023	2024
CA			650	

En k€/année	2021	2022	2023	2024
Marge brute				
EBE			200	
Rés. Exp.			100	
Rés. Net			60	
Salariés			4	

Indications concernant les éléments chiffrés

La société est divisée en 3 exploitations : Vente à distance (e-commerce), Marchés de gros (vente à la palette), Service web.

La cession est proposée principalement sur l'activité de vente à distance.

L'équipe est composée de 5 personnes et travaille au sein d'un seul lieu (300m2) :

- 1 directeur commercial (gérant et cédant).
- 1 responsable d'exploitation logistique et fournisseurs.
- 1 personne rattachée au service relation client et suivi des opérations.
- 2 techniciens informatiques (site internet, outils front et back office, gestion des flux).

La préparation des colis est réalisée 2 fois par semaine par un travailleur handicapé fourni avec l'ESAT local.

L'activité complète se situe en zone urbaine et au sein d'un même lieu divisé en 3 parties (1 point de vente / showroom, 1 espace de bureau et une zone de préparation avec stockage).

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Acteur dynamique du marché en ligne des vins et spiritueux, distingué par son approche centrée sur la qualité, l'authenticité et la diversité de ses produits.

Positionnement :

Spécialiste des Vins de Terroir : La société met en avant des vins authentiques issus de vigneron passionnés, offrant des expériences uniques pour les amateurs à la recherche de découvertes authentiques.

Sélection Qualitative et Variée : Plutôt qu'un catalogue étendu, la société privilégie une sélection exigeante de vins et spiritueux de producteurs indépendants, garantissant des produits uniques et de qualité.

Positionnement Haut de Gamme : Les produits de la société s'adressent à un public recherchant des vins de qualité, avec un excellent rapport qualité-prix, couvrant des domaines renommés ainsi que de petites exploitations.

Service Client Premium : La société propose des fiches produits détaillées, une livraison rapide et sécurisée, ainsi qu'un service de conseil personnalisé pour guider les clients.

Marketing de Niche : La communication de la société met en avant les histoires des producteurs et la qualité des produits, créant une connexion émotionnelle avec les clients et valorisant sa présence sur le segment C.H.R (Cafés, Hôtels, Restaurants).

Grâce à cette approche, la société établit une relation de confiance et d'authenticité avec ses clients, tout en proposant une expérience d'achat simplifiée et haut de gamme.

Concurrence

Dans un marché où des acteurs sont déjà bien établis, l'entreprise se distingue par sa sélection de référence rigoureuse, sensible à l'offre et la demande.

La marque mise sur la qualité de ses produits et sur une expérience client soignée.

Points forts

La société se positionne sur le marché des vins et spiritueux en ligne en mettant en avant une sélection rigoureuse de vins de caractère et un service client personnalisé. En privilégiant la qualité, l'authenticité et la découverte, la société s'adresse à une clientèle d'amateurs et de passionnés à la recherche d'une expérience différente de celles proposées par les grandes plateformes. Ce positionnement unique permet de bâtir une image de caviste en ligne de confiance.

Un Modèle Hybride entre Dropshipping et Caviste Traditionnel :

La société a adopté un modèle hybride combinant le dropshipping et l'approche traditionnelle du caviste, offrant ainsi de nombreux avantages :

- Faible Investissement Initial : En évitant les stocks, la société réduit les coûts d'investissement et les risques financiers liés aux invendus.
- Large Choix de Produits : Le dropshipping permet d'offrir un catalogue varié, incluant des références rares et des cuvées de petites productions, tout en facilitant les mises à jour.
- Flexibilité et Évolutivité : Ce modèle permet de s'adapter rapidement aux tendances du marché et d'élargir l'offre sans investissement supplémentaire.
- Simplification de la Logistique : La gestion des stocks, de l'emballage et de l'expédition est confiée aux fournisseurs, permettant ainsi à la société de se concentrer sur les ventes, le marketing et le service client.
- Test de Nouveaux Produits Sans Risques : La société peut tester de nouvelles références sans investissement initial, en s'adaptant rapidement à la demande des clients.
- Moins de Frais Généraux : La réduction des coûts de stockage et de transport permet d'améliorer les marges ou de proposer des prix compétitifs.
- Gestion Simplifiée du Site E-commerce : En externalisant la logistique, la société peut se concentrer sur la création de contenu, l'amélioration du site web et le développement de la relation client.

Grâce à ce modèle innovant, la société allie les avantages du dropshipping et le savoir-faire d'un caviste traditionnel pour offrir une expérience d'achat unique, personnalisée et de haute qualité.

Points faibles

Les cavistes en ligne doivent relever des défis importants, comme le manque d'expérience sensorielle, la concurrence et les difficultés logistiques, pour offrir une expérience d'achat satisfaisante.

Pour surmonter ces points faibles, il est essentiel d'investir dans des technologies, de proposer un service client de qualité, d'offrir des frais de livraison attractifs, et de miser sur la transparence et l'authenticité pour gagner la confiance des clients.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Société en difficulté
Complément	Le cédant souhaite céder rapidement son activité. Un accompagnement est proposé par le gérant sur l'ensemble de l'activité, de ses outils et de ses partenaires commerciaux.
Prix de cession	200 k€
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	
Prix de l'immobilier uniquement	345 k€

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	50 k€

Complément

- Family Office.
- Entreprise dans le secteur de la distribution / débit de boissons, commerce de gros.
- Direction commerciale (PME).