



Portail d'affaires

Unité de production dans l'agroalimentaire avec sa marque

Annonce V79034 mise à jour le 02/09/2024

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Autre actif
Localisation du siège	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Département	Confidentiel

Résumé général de l'activité

Unité complète de production agroalimentaire norme HACCP :

- La marque.
- Les recettes et le savoir faire (plus de 400 références).
- La clientèle 100% BtoB.
- Le matériel.
- Les stocks.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2021	2022	2023	2024
CA	1400	1350	1 000	1 050
Marge brute	800	750	500	550
EBE	200	100	-85	0
Rés. Exp.	200	95	- 120	-10
Rés. Net	150	100	- 100	-10
Salariés	9	8	6	6

Indications concernant les éléments chiffrés

La société est en sauvegarde depuis le 05/09/23.

Le plan de continuation sur 10 ans est validé par le Tribunal de commerce depuis le 05/08/24.

La société est à l'équilibre mais à un besoin de s'adosser à un professionnel afin de bénéficier de synergies.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

La société opère uniquement sur le marché BtoB (France et Export).

Ses clients sont des magasins spécialisés : épiceries fines, cavistes, primeurs et fromagers.

Ses clients sont des structures indépendantes (pas de réseaux, pas de franchises, pas de GMS, pas de grossistes-distributeurs).

La société travaille en MDD sur certaines recettes.

La société travaille à façon en prestations de services pour d'autres marques.

Concurrence

Des groupes et sociétés indépendantes de tailles plus importantes : Jean Martin, Marius Bernard, Méditéa, French Gourmets Food, Coudène, Lucien Georgelin, ...

Des conserveries de proximité spécialisées : poissons, viandes, légumes, sauces, condiments.

Des opérateurs régionaux généralistes : Catrice Gourmets, Le Sentier des Bergers, Aix&Terra, Coq noir.

Points forts

Une marque reconnue dans son secteur.

Des produits de qualités.

Des recettes maîtrisées.

Un outil de production pouvant traiter des volumes importants.

Des activités MDD et travail à façon générateur de marge brute.

Points faibles

Une difficulté structurelle de taille critique jamais atteinte, d'où manque de moyens marketing et commerciaux.

Une clientèle fidèle mais qui souffre de la désertification des centres villes, de l'inflation des dernières années, de la pression des réseaux commerciaux (franchises, internet, enseignes spécialisées, ...).

Un manque de nouveaux produits.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Raison principale de cession	Société en difficulté
	La société ne peut seule se redéployer et financer son développement.
Complément	Elle doit conserver son marché actuel et s'ouvrir à d'autres marchés. Elle doit faire évoluer son offre en adéquation avec les nouvelles tendances de consommation.

Prix de cession

Le vendeur n'a pas souhaité préciser le prix de cession.

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

Profil de repreneur recherché

Profil recherché

Personne morale

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier

250 k€

Complément

La société recherche un partenaire professionnel qui apportera des synergies au niveau commercial, marketing, achats, finances, etc.

Elle apportera à ce partenaire un large catalogue qui complétera son offre, un savoir-faire maîtrisé depuis plus de 20 ans, une image et une marque reconnue, ainsi qu'un outil capable d'accompagner le développement du chiffre d'affaires sans investissement important.