

E-commerce de vin et champagne

Annonce V36331 mise à jour le 17/10/2019

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Marque
Localisation du siège	Nord

Résumé général de l'activité

Distribution par internet de plus de 1800 produits viticoles (champagne et vin moyen et haut de gamme) répartis sur plus de 200 maisons et domaines. Les références sont toutes suivies (+2000 références en base de données). La société s'appuie également sur un réseau professionnel de revendeurs reconnus (grossistes, négociants, coopératives) à travers l'hexagone.

L'exploitation e-commerce est détenue et exploitée par une société spécialisée dans les technologies IT depuis 2009, destinées au milieu du C.C.H.R (Cavistes, Cafés, Hôtels, Restaurants). Un logiciel métier a été spécialement conçu.

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

La vente des vins se fait sous deux méthodes "dropshipping" - depuis son centre logistique et en direct depuis ses partenaires "domaines et maisons". Le modèle est déclinable géographiquement sur un ou plusieurs centres via la solution logistique fournie.

Les ventes sont effectuées en direct depuis l'e-shop ou depuis les diverses places de marchés connus (Vivino, Amazon, Cdiscount, Uvinum, Google Shopping, LeGuide.com) et à destination de tous les pays issus de l'UE. La liaison technologique a été effectuée via les API fournis.

Le référencement SEO est optimal et garanti.

Les technologies dédiées sont accessibles et documentées pour le repreneur.

La partie catalogue, commande, fournisseur, marketplace, comptabilité est totalement gérée depuis le back-office et permet une exportation vers des logiciels métiers "comptables et fournisseurs".

Les clients, marques et domaines enregistrés sont inclus dans le transfert vers l'acquéreur.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

Indications concernant les éléments chiffrés

Le produit est performant et ne nécessite pas de gestion lourde au quotidien, tant sur le plan technique que sur le plan humain.

Le futur acquéreur sera accompagné par la structure afin d'optimiser la plateforme le temps de la cession. Un contrat de maintenance peut-être envisagé sur une période déterminée.

La société possède un nombre de clients actifs et récurrents. La base de donnée de type "prospect" compte environ 20 000 clients (inscription newsletter, campagne, publicité, jeux, ...). La récurrence de commandes est de 3 commandes minimum par an et par client.

40% des commandes ont un panier inférieur à 250€ TTC, 40% : panier entre 250 et 550€ et 20% entre 550€ et 1500€ TTC.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

- Le site internet est positionné sur un marché moyen et haut de gamme avec une clientèle d'hommes et de femmes exigeants, type CSP+ et CSP ++, de 35 à 70 ans.

- La part de marché sur le segment BtoC est d'environ 70%, le reste étant sur le marché BtoB (banques, PME / PMI, avocats / notaires, CE, ...).

Concurrence

- La vente de vin et de champagne en ligne regroupe un peu plus de 400 e-commerçants (du plus petit au plus gros).

- Les acteurs sont diverses : grande distribution (GD), réseaux de cavistes, cavistes, sites spécialisés, distributeurs / négociants.

Points forts

- Site e-commerce possédant un référencement produit pointu, ancré jouissant d'une notoriété grandissante auprès des amateurs de vins et de champagnes (B2C / B2B).

- Les frais de fabrication du site internet ont été compensés.

- L'ensemble de la chaîne logistique est gérée par un seul partenaire (achat cartons, stockage, manutention, transports, ...).

- Structure souple.

- Gestion des stocks en dropshipping. Les ventes sont effectuées avant commande auprès des fournisseurs. Un nombre de produits limités est stocké dans le centre logistique.

- Le logiciel permet de relier rapidement un nouveau distributeur ou négociant ou domaine viticole.

- La gestion des commandes est entièrement synchronisée avec possibilité de faire partir la marchandise depuis plusieurs points de vente.

- Toute l'exploitation se gère par le biais du back-office. Les liaisons commerciales, techniques et logistiques sont gérées intégralement depuis l'outil en ligne.

- Les campagnes de référencement (Réseau Google et Google adwords) ainsi que la présence sur les différentes places de marché françaises et européennes sont un atout pour la visibilité du site.

Points faibles

- Coût logistique global (stockage, cartonnage, préparation, expédition).

- Le coût publicitaire est à maîtriser notamment sur les réseaux de recherche (Google, réseaux sociaux, places de marché (commissions), presses spécialisées).

Infos sur la cession

L'entreprise possède plusieurs activités technologiques liées à l'environnement CCHR (cavistes, cafés, hôtels, restaurants).

Outre une cession globale, le cédant reste à l'écoute dans le cas d'une participation avec accompagnement.

Profil recherché

Personne physique ou morale

Complément

- Distributeur,
- Grande distribution,
- Enseignes spécialisées dans la vente d'alcool,
- Site e-commerce,
- VPCistes.