

## Site internet marchand et licence exclusive de tongs brésiliennes

Annonce V39580 mise à jour le 26/02/2019

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Licence
Localisation du siège	Rhône

#### Résumé général de l'activité

Activité de vente en ligne de tongs brésiliennes, qualité de fabrication parmi les meilleures du secteur.

Marque historique au Brésil depuis 1963, à développer en France (d'autres zones européennes sont possibles).

La licence exclusive pour la France et les Dom Toms est cédée avec le site internet, valide 2 ans et renouvelée par tacite reconduction.

Le stock est à reconstituer car tout a été vendu.

Prévoir un capacité d'investissement minimum de 60 000 € (stock et pub) pour un redémarrage réussi.

### Éléments chiffrés

#### Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2013	2014	2015	2016
CA			20	
Marge brute			10	
EBE			-20	
Rés. Exp.			-25	
Rés. Net			-25	
Salariés			1	

#### Indications concernant les éléments chiffrés

Pratique de l'anglais ou du portugais nécessaire pour communiquer avec l'usine au Brésil.

## Positionnement concurrence

### Positionnement par rapport au marché

- La marque est arrivée en Europe en 2014, elle est historiquement challenger du leader mondial sur son marché de référence, le Brésil.
- La tong est faite en 100% caoutchouc, qualité qui la distingue nettement des produits asiatiques à l'aspect et à l'usage en terme de confort et durée de vie.
- Son prix est positionné plus bas que son concurrent actuellement.

### Concurrence

Un seul concurrent mondial bien connu propose un produit de qualité égale, les autres producteurs, essentiellement chinois, proposent des tongs en EVA de basse qualité ou en PVC.

### Points forts

- Entreprise familiale de 200 personnes qui perpétue la légende de la Tong brésilienne avec une légitimité égale au leader mondial en terme historique et qualitatif.
- Le potentiel est important du fait de la situation quasi monopolistique du leader qui appelle de plus en plus à l'émergence d'une marque alternative présentant les mêmes caractéristiques d'authenticité avec peut-être le plus de rester une marque détenue par une entreprise familiale traditionnelle face à un géant mondial.
- Du fait de sa taille de PME, la société a donc gardé une grande flexibilité de production, elle fabrique en sous-traitance les modèles pour de nombreuses grandes marques, activité qui ne demande qu'a se développer en France et plus généralement en Europe.

### Points faibles

Marque encore peu connue en Europe, activité saisonnière pour le moment car la distribution dans les DomToms est encore récente.

## Infos sur la cession

	Cette affaire n'est pas l'activité principale du gérant, la développer demande une disponibilité qui a été sous-évaluée.
Profil recherché	Personne physique ou morale

## Complément

- Repreneur ayant clientèle retail de type surshops, magasins de sport, centre de détente et loisirs, spa, thalasso.
  - Repreneur ayant expérience de la vente en ligne.
  - Repreneur introduit dans la grande distribution sport.
  - Repreneur sous-traitant du private label pour de grandes marques.
- 