

## Marque de caviar et ses noms de domaines rattachés

Annonce V48355 mise à jour le 18/02/2019

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Marque
Localisation du siège	Pyrénées Orientales

#### Résumé général de l'activité

Cession d'une marque de caviar, les 54 noms de domaine rattachés à la marque ainsi que la boutique en ligne et l'événement qui sert à sa promotion.

### Éléments chiffrés

#### Éléments chiffrés concernant la cession

#### Indications concernant les éléments chiffrés

La marque a fait l'objet de 3 dépôts depuis 2013 qui couvrent les classes 21, 29 et 35.

Un important travail de communication a été fait pour installer et promouvoir la marque auprès des professionnels et des particuliers.

### Positionnement concurrence

#### Positionnement par rapport au marché

En moins de 5 ans, la société a acquis une importante notoriété accentuée par le passage sur TF1 à une heure de grande écoute le jour de Noël.

Pendant 6 mois les équipes de production de TF1 sont venues tourner aussi bien en France qu'à l'étranger l'histoire de la marque de caviar.

#### Concurrence

Une concurrence active mais encore assez faible compte tenu du fait que le caviar n'est pas véritablement popularisé aujourd'hui même si chaque année de plus en plus de personnes non initiées en consomment.

Il y a donc encore de la place pour des nouveaux entrants.

### Points forts

La notoriété de la marque est reconnue par les opérateurs du même secteur et la communication / promotion faite autour de la marque est très appréciée car très différente de celle opérée par les acteurs classiques de la branche.

Si besoin : un sourcing de grande qualité avec un accès privilégiée au caviar BLANC dit "Diamond" qui était consommé par le Sha d'Iran.

Belle marque qui a nécessité beaucoup de recherche et qui plaît énormément aux consommateurs.

Marque très bien protégée tant au niveau de l'INPI que des noms de domaine principaux ou satellitaires au nombre de 54.

### Points faibles

C'est un produit d'achat d'impulsion et les consommateurs, dans leur majorité, ne sont pas assez connaisseurs pour faire la différence entre un bon caviar et un caviar moyen.

## Infos sur la cession

Le cédant souhaite confier cette branche à un partenaire à la recherche d'une marque forte et très bien protégée car il est en pré-retraite et doit se concentrer sur d'autres activités.

Profil recherché

Personne physique ou morale

Complément

Cette marque pourrait intéresser une marque distributeur de GMS ou un opérateur / producteur désireux de créer une nouvelle gamme.