

Négoce de vin avec site de vente en ligne

Annonce V48380 mise à jour le 25/09/2019

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Marque
Localisation du siège	Pyrénées Orientales

Résumé général de l'activité

Marque déposée en 2008 auprès de l'INPI très bien protégée et bénéficiant de 80 noms de domaine stratégiques satellitaires pour un référencement optimal sur les moteurs de recherche.

Marque et site de vente en ligne exclusivement dédié au commerce et à la promotion des grands vins du Roussillon (Pyrénées-Orientales - 66).

Possibilité d'extension du chiffre d'affaires en proposant des produits agro-alimentaires (huiles, spécialités locales, ...) et des produits manufacturés de l'univers du vin (verres, tabliers de sommelier, tire-bouchons, carafes, ...).

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

La marque bénéficie d'une très belle notoriété car s'appuyant sur les producteurs les plus réputés du département des Pyrénées-Orientales (66) qui accordent leur confiance à cette plate-forme de prestige qui leur offre une belle visibilité.

Concurrence

Il existe des centaines de sites internet au niveau national (France) et international. Très peu sont bénéficiaires, très peu sont hyper-spécialisés.

Points forts

- La différence première entre ce site et les autres sites existants réside dans son hyper-spécialisation et son existence en plein cœur des vignobles des Pyrénées-Orientales, c'est à dire en liaison directe permanente avec les professionnels de monde de la vigne et du vin.

- Spécialisation : l'offre est exclusivement dédiée aux vins du Roussillon. Les clients le savent et ne perdent pas de temps à aller sur des sites plus généralistes.
- Marges : le site est bénéficiaire avec 30 à 50 % de marge dégagée sur les ventes générées. Ce qui est rare dans ce type de boutiques en ligne.
- Ancienneté : créé il y a une dizaine d'années, la marque a obtenu la reconnaissance et la confiance des vignerons qui sont ses fournisseurs et ses principaux partenaires.
- Potentiel : un repreneur pourrait facilement rajouter dans le catalogue existant des produits connexes comme les produits régionaux (huile d'olive, ...), des produits manufacturés (verres, carafes, tabliers de sommelier, tire-bouchons, ...) ou des services connexes liés à l'univers du vin (séjours oeno-touristiques, ...).
- Chiffre d'affaires : l'évolution du chiffre d'affaires peut-être conséquente.
- L'image : la marque bénéficie d'une très bonne réputation auprès des professionnels et son travail est reconnu.
- Point fort essentiel : pas de stock des vins, donc pas d'immobilisation financière inutile.
- Les vignerons livrent directement le vin chez la société qui se charge de l'expédier au client final.
- Les moyens sont du coup concentré dans la promotion et la communication du site internet ou des événements.
- La marque bénéficie d'une très belle réputation et d'une excellente image aussi bien auprès des fournisseurs professionnels, les vignerons, que des clients consommateurs finaux.

Points faibles

Manque de temps de la part du dirigeant fondateur.

Infos sur la cession

Profil recherché	Personne physique ou morale
	Idéalement une entreprise ayant déjà créé l'équivalent de la marque dans le bordelais, en Bourgogne, en Provence, en Languedoc, ... qui souhaiterait compléter son offre en proposant des vins du Roussillon.
Complément	<p>Un professionnel de la distribution de produits agro-alimentaires maîtrisant la logistique et la communication digitale.</p> <p>Un vigneron leader dans les Pyrénées-Orientales qui souhaiterait s'offrir cet outil de promotion pour ses activités.</p>