

Marque d'e-commerce de vin

Annonce V51998 mise à jour le 18/06/2019

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Marque
Localisation du siège	Isère

Résumé général de l'activité

Il s'agit d'une marque déposée créée en 2017. Ce n'est donc pas une société mais une enseigne.

L'offre :

L'offre est de 80 références environ, axée sur des vins aux goûts des jeunes actifs 25-40 ans (génération Y) à des tarifs de vente de 5 à 15 € majoritairement.

Mais elle comporte aussi des vins plus chers pouvant s'adresser à un public plus âgé et plus connaisseur dans une vente classique par le biais de dégustations.

L'enseigne a en réserve une sélection d'une vingtaine de vins qui sont en attente d'être mise en ligne. Cependant il pourrait être judicieux de réduire l'offre ou de l'axer plus vers du vin bio, en biodynamie ou naturel.

La commercialisation :

Par le site : vente internet,

Par le terrain : relationnel, proches, organisation de dégustations, restaurant vegan.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2016	2017	2018	2019
CA			10	
Marge brute				
EBE			0	
Rés. Exp.				

En k€/année	2016	2017	2018	2019
Rés. Net				
Salariés			2	

Indications concernant les éléments chiffrés

Prix de cession de 9675 € :

6900 € TTC pour l'ensemble de la structure (possibilité de récupérer la TVA si assujetti, soit 5750 € HT),

4710 € TTC (soit 3925 € HT) valeur du stock (négociable en volume).

Paiement comptant le jour de la signature du contrat de cession.

Un accompagnement d'un mois est prévu pour répondre aux questions et apporter une aide à la transmission de l'activité.

Ce qui est à acheter :

- La marque déposée : nom, notoriété, le dépôt à L'INPI (frais 450 €),
- La sélection des vins et les fournisseurs faite en amont qui comprend l'accord sur la revente, la dégustation, le choix, la tarification (la marque est sur des tarifs d'achat grossiste soit le meilleur prix), l'ouverture de compte, la création de bon d'approvisionnement, la négociation des conditions de paiement et ce pour une douzaine de fournisseurs.
- Les réseaux sociaux et le blog communauté d'environ 11500 membres.
- Le nom de domaine (Pack OVH « PRO ») : nom de domaine, adresses e-mail et hébergement du site payé jusqu'en août 2019.
- Le site internet. Il a été fait sur une base Prestashop avec des modules spécifiques gratuits et payants et a fait l'objet d'une déclaration à la CNIL.

Les photos sont la propriété de la marque. Le site possède ses propres CGV. Il comprend des API (interface) :

Pay pal pour le règlement par compte Paypal et CB tous types,
Boxtal pour la gestion du transport.

L'entreprise fournira 3 à 4 h de formation gratuite pour la prise en main de l'administration du site ou le suivi par une tarification à l'heure de son web master.

Le stock au 01/01/2019 : 654 bouteilles.

Perspectives : il est possible en 2 ou 3 ans, d'envisager une rémunération de 1500 € et 2000 € selon l'implication, l'investissement personnel et la capacité commerciale.

Positionnement concurrence

Points forts

- Possibilité de commencer immédiatement l'activité.
- Activité clés en mains.
- Gain de temps de 6 mois.
- Le vin est un achat récurrent et universel.

Points faibles

Besoin d'une gestion précise : la marge en pourcentage est bonne mais faible en valeur unitaire.

Infos sur la cession

Profil recherché

Personne physique ou morale

Complément

Il faut accueillir cette marque dans une structure juridique et fiscale (170 000 € maxi de CA pour de l'achat revente / 0€ de frais à la création/ simple formalité sur internet).