

## Marque de lingerie féminine digitale et écoresponsable

Annonce V54024 mise à jour le 10/12/2019

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Paris

#### Résumé général de l'activité

Une marque de lingerie haut-de-gamme accessible qui s'adresse à la femme active de 26-38 ans.

La marque dégage une identité forte basée sur des valeurs écoresponsables et body positive qu'elle intègre directement dans ses produits ce qui lui permet d'avoir une adhésion forte de la part de sa clientèle.

Cette adhésion lui permet de créer des communautés sur les réseaux sociaux (+100K d'abonnés) ou via son programme de parrainage qui rencontre un vif succès.

Étant une des premières marques à avoir pris le pari du full digital, elle a une vraie expérience sur ce canal de distribution.

En revanche, elle souhaite maintenant orienter sa stratégie vers un mode de distribution alliant le digital et le "brick and mortar".

#### En plus

La société possède une ou plusieurs **marques** déposées à l'INPI

La société travaille à l'**export**

### Éléments chiffrés

#### Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2016	2017	2018	2019
CA			950	
Marge brute				
EBE				

En k€/année	2016	2017	2018	2019
Rés. Exp.				
Rés. Net			- 650	
Salariés			7	

### Indications concernant les éléments chiffrés

La société connaît une croissance forte (environ 1,1M€ de CA fin mai 2019, +276% depuis 2017).

## Positionnement concurrence

### Points forts

La marque dégage une identité forte (basée sur les valeurs éco-responsables et body positive) qu'elle intègre directement dans ses produits ce qui lui permet d'avoir une adhésion forte de la part de sa clientèle.

Une des premières marques en full digital.

Création de communautés sur les réseaux sociaux (+100K d'abonnés) ou via son programme de parrainage.

## Infos sur la cession

Profil recherché	Personne physique ou morale ou fonds d'investissement
Complément	<p>La société cherche à se rapprocher d'un acteur (industriel, financier, voire personne physique connaissant bien le secteur de l'habillement au niveau de la distribution et/ou de la fabrication) qui amène des synergies tout en adhérant aux valeurs de la marque.</p> <p>Un manager ayant une expérience du secteur en complément (ou à la place le cas échéant) de la dirigeante serait aussi une option intéressante.</p>