

## Marque de Street Food multicanal (VAE, click & collect, livraison et restauration sur place)

Annonce V58682 mise à jour le 26/08/2021

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Localisation du siège	Paris

#### Résumé général de l'activité

Une marque de "Healthy Street Food" inspirée de la gastronomie indonésienne.

Le business model inspiré de l'attrait des consommateurs pour la cuisine d'inspiration asiatique est organisé autour d'une cuisine centrale (laboratoire) qui approvisionne des points de vente multicanaux :

- Vente à emporter + "Click & collect" + livraison à domicile qui représentaient déjà 60% du CA avant la crise COVID et qui a fait x5 sur les 6 derniers mois.
- Restauration sur place qui constituera à nouveau un complément de revenu lorsque les restaurants pourront ré-ouvrir.

#### En plus

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

### Éléments chiffrés

#### Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2019	2020	2021	2022
CA			2 400	
Marge brute				
EBE			200	
Rés. Exp.				
Rés. Net				

En k€/année	2019	2020	2021	2022
Salariés			30	

## Indications concernant les éléments chiffrés

L'année 2019 est profitable malgré la crise des gilets jaunes qui a impacté le dernier trimestre.

En 2020, la société atterri à 8% d'EBITDA (après retraitement de l'impact de la crise sanitaire = pas de restauration sur place pendant 6 mois) sachant que + de 60% de ventes avant la crise sanitaire (janvier 2020) étaient déjà réalisées via des canaux « anti-COVID » : Vente à emporter, "Click & collect", Livraison à domicile.

Les 3 derniers points de ventes ouverts qui serviront de modèle pour les futurs points de vente dégagent plutôt 14-15% d'EBITDA en période « normale ».

CA 2021 = 2,4 M€ (développement massif des ventes via les plateformes digitales et de la vente à emporter). Note de 4,6/5 chez Deliveroo.

## Positionnement concurrence

### Positionnement par rapport au marché

Selon une enquête réalisée pour Deliveroo, 66% des français indiquent consommer au moins 1 fois par mois de la cuisine asiatique (le % monte à 80% pour les 18-34 ans) et 24% des français indiquent en consommer chaque semaine.

D'après une autre enquête, près de 30 % des français se font régulièrement livrer des repas à domicile, notamment via les applications UberEats, Deliveroo, Just Eat, ... et la proportion d'utilisateurs de ces applications a augmenté x2 pendant le dernier confinement.

### Concurrence

1er concept à s'inspirer de la cuisine concernée (ni thaïlandaise ni chinoise).

### Points forts

1. 100% des produits sont préparés au sein d'une cuisine centrale qui livre ensuite 100% des points de vente.

Ce modèle présente de nombreux avantages concurrentiels par rapport aux concepts de restauration « classique » :

- Une qualité constante des produits dans tous les points de vente,
  - 0 gaspillage, les produits affichant des dates limites de Consommation (DLC) de longue durée = Optimisation des achats de matières premières,
  - Un service rapide = forte productivité,
  - 0 cuisiniers dans les points de vente = charges salariales réduites et formation accélérée des employés,
  - Possibilité d'ouvrir des points de vente dans n'importe quel local commercial = 0 contraintes techniques.
2. 100% des plats sont déclinées en version végétarienne pour répondre aux attentes des consommateurs et à la tendance Vegan.
3. Le pilotage des points de vente est 100% digitalisé.
4. Une équipe de Managers franco-indonésiens complémentaire travaillant ensemble depuis 5 ans.

## Infos sur la cession

L'objectif de cette levée de fonds est de financer :

1. L'ouverture de 16 nouveaux points de ventes dans les principales villes de province,

2. L'ouverture d'une nouvelle cuisine centrale afin d'augmenter la capacité de production et :

(i) diversifier le portefeuille de produits (épiceries fines, boissons, ...),

(ii) booster le segment de la livraison qui a fait x5 sur les 6 derniers mois (Note de 4,6 / 5 -Source Deliveroo),

(iii) développer les ventes en ligne (un nouveau site e-commerce en préparation).

3. La digitalisation (commandes, inventaires, tâches, admin, ...) afin d'améliorer la productivité.

Profil recherché

Personne physique ou morale ou fonds d'investissement