

Conception et commercialisation d'équipements pour le vélo (non sportif)

Annonce V59370 mise à jour le 13/12/2022

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SASU
Ancienneté de la société	Moins de 5 ans
Localisation du siège	Haute-Savoie

Résumé général de l'activité

Le métier de l'entreprise consiste à concevoir, faire fabriquer et commercialiser des équipements pour le vélo, contre la pluie et pour la visibilité du cycliste en apportant des solutions concrètes et innovantes au service de la mobilité douce et durable.

Son produit héros, c'est une bulle de protection contre la pluie pour les déplacements à vélo au quotidien qui se déploie instantanément et s'adapte sur tous les vélos.

D'autres produits vont venir compléter prochainement l'offre de l'entreprise.

En plus

La société possède un ou plusieurs **brevets**

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

La société travaille à l'**export**

Éléments chiffrés

Année de référence	2022
Fonds propres	50 k€
Dettes financières	80 k€
Trésorerie nette	25 k€

En k€/année	2020	2021	2022	2023
CA		92	115	330

En k€/année	2020	2021	2022	2023
Marge brute				
EBE		7	-5	19
Rés. Exp.		0	-15	0
Rés. Net		0	-15	0
Salariés		1	1	1

Indications concernant les éléments chiffrés

Un objectif de 3 M€ à 5 ans grâce à la diversification des produits et à l'internationalisation des ventes.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Le produit principal s'inscrit en rupture avec l'offre existante et répond à un vrai besoin exprimé par les utilisateurs qui renoncent le plus souvent à prendre leur vélo face à la pluie.

Concurrence

Concurrence indirecte : les grandes marques de vêtements outdoor ou d'équipements de vélo qui proposent des vêtements contre la pluie.

Concurrence directe : quelques marques de toits ou capotes pour vélos qui constituent un marché confidentiel car les produits sont complexes à installer et sont proposés quasi exclusivement en vente sur les sites internet des marques concernées.

En proposant un produit simple d'utilisation qui se porte comme un sac à dos et qui vient ensuite se greffer sur le guidon et en s'adressant à une distribution à la fois physique et digitale, l'entreprise vise clairement un marché grand public.

Points forts

- Un produit innovant et réellement différenciant.
- Un coût de fabrication et donc un prix de vente qui permet de démocratiser le produit.
- Une diversification produits / marchés (dont export) permettant de garantir à l'entreprise un vrai gisement de croissance.

Points faibles

- Des moyens en communication trop faibles pour accéder rapidement au mass market.
- Les freins psychologiques qui émergent la plupart du temps face à des innovations de rupture.
- Une relative saisonnalité des ventes.

Infos sur la cession

La levée de fonds permet de financer la croissance et plus particulièrement des dépenses de marketing, R&D, de massification des achats (BFR) et de recrutement de personnel (commercial, digital et adv).

Profil recherché

Personne physique ou morale ou fonds d'investissement

Complément

En fonction de son profil, l'investisseur pourra s'il le souhaite s'impliquer dans le développement stratégique ou opérationnel de l'activité de l'entreprise.