

Marque de vêtements made In France

Annonce V64701 mise à jour le 31/08/2022

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Moins de 5 ans
Localisation du siège	Maine et Loire

Résumé général de l'activité

Marque créée pour redonner une activité à des ateliers de fabrication textile touchée par la crise Covid.

Il s'agit d'une marque qui fonctionne plutôt bien avec une belle histoire et de belles valeurs, 100 % made In France et donc sur un créneau de marché porteur.

Elle est distribuée dans la boutique des ateliers, sur le web puis avec de belles performances en BtoB et BtoBtoC (CSE).

Une gamme de produits complète désormais, un stock permettant de répondre à la demande (environ 120 000 €HT).

Éléments chiffrés

Année de référence	2022
Fonds propres	100 k€
Dettes financières	150 k€

En k€/année	2020	2021	2022	2023
CA			350	600
Marge brute			150	320
EBE			30	100
Rés. Exp.				
Rés. Net			0	

En k€/année	2020	2021	2022	2023
Salariés			0	50

Indications concernant les éléments chiffrés

Société jeune, et donc chiffres évoluant très vite (plutôt de façon positive).

Le réassort est facilité + les marges revalorisées, permettant d'imaginer d'autres circuits de distribution.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Prix "moyen du marché".

Concurrence

Peu d'acteur réel dans le textile made in France (3 gros concurrents).

La marque est un acteur de second plan derrière les 3 "gros" mais déjà connue et reconnue (présence au salon du made in France avec l'ouverture du JT par exemple, ...).

Points forts

Story telling qui a bien fonctionné.

Belle image de marque.

De belles réussites en BtoB ou BtoBtoC.

Stock.

Site qui fonctionne et sur une plateforme ouverte.

Marque clé en main qui ne cherche qu'à se développer.

Quasi pas de charges (pas de salariés sur la marque : refacturation intersociété + refacturation loyer).

Points faibles

Au début, pas prévu pour être une "vraie marque" donc fabrication hyper artisanale et locale et par conséquent le prix de production est trop cher (marges sur produits d'origines trop faibles).

Pas de connaissance en développement de marque et en WEB (car initialement des ateliers de fabrications).

Marque entièrement autofinancée par les ateliers (car "pollution" entre sociétés liées à un même actionnaire) donc pas de fonds de roulement suffisant pour financer le stock et le BFR.

Infos sur la cession

La société est un actif qui fonctionne bien. Par contre, la holding et la sœur ont été très fortement touchées par la crise covid, ce qui a empêché le financement / la levée de fonds de cette société.

Profil recherché

Personne physique ou morale

Complément

Cette activité doit être confiée à un spécialiste des marques ou du web avec une appétence pour le made In France idéalement.

Idéalement une personne maîtrisant le web/l'e-commerce.