



Marque française de chapeaux

Annonce V84581 mise à jour le 23/12/2025

Description générale

Désignation de l'actif

Type d'actif	Marque
Localisation	Dordogne

Description du marque à vendre

Créée il y a plus de 5 ans, la marque incarne l'alliance parfaite entre tradition artisanale et modernité.

Portée par une signature unique, la marque s'impose comme une référence singulière sur le segment premium-accessible des accessoires de tête.

Derrière chaque pièce, c'est le travail passionné de deux ateliers de chapellerie (en France et au Mexique), des matières nobles comme la laine portugaise et la soie française, ainsi qu'un savoir-faire artisanal minutieux qui se dévoile.

L'élégance se conjugue à la modularité grâce à des rubans amovibles, pensés pour un port mixte et personnalisable.

Marque digital native, avec une communauté engagée, sensible à une direction artistique forte et un storytelling authentique.

Depuis sa création, plus de 1 500 chapeaux ont trouvé leurs propriétaires, séduits par l'identité singulière et le confort inégalé de ces modèles.

Le projet est aujourd'hui mûr pour une reprise, avec une structure légère et agile, un site e-commerce opérationnel, un réseau de fournisseurs et partenaires de qualité et un stock prêt à être valorisé.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	n-2	n-1	n	n+1
CA	50000	25000	15 000	
Marge brute				
EBE			0	

En k€/année	n-2	n-1	n	n+1
Rés. Exp.			0	
Rés. Net			0	
Salariés	1	1	1	1

Indications concernant les éléments chiffrés

1500 chapeaux vendus // 120 000 € de CA.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Hat(e) You se positionne sur le segment premium accessible de la chapellerie contemporaine. La marque allie savoir-faire artisanal (ateliers France et Mexique), design intemporel et identité forte, à la croisée de la mode, de l'artisanat et du lifestyle. Elle s'adresse à une clientèle sensible à l'authenticité, à la qualité des matières et à l'esthétique, recherchant des pièces à caractère, distinctives mais faciles à porter.

Hat(e) You évolue dans le même univers que des marques internationales comme Van Palma, Maison Ola ou Janessa Leone, avec un ADN singulier fondé sur le storytelling, la désirabilité produit et une production raisonnée.

Concurrence

Des marques nationales et internationales réparties dans plusieurs pays, notamment en France, Ukraine, Australie, aux États-Unis, en Espagne, au Japon et en Italie.

Points forts

Un produit iconique et différenciant :

- Rare en Europe et façonné à l'aide de moules exclusifs.
- Chapeaux mixtes et personnalisables grâce à un système de rubans amovibles.
- Qualité artisanale haut de gamme (travail de chapellerie traditionnel en France et au Mexique).
- Matières nobles : Laine portugaise, soie naturelle, teintures végétales.

Positionnement unique - premium-accessible :

- Accessible sans compromettre l'artisanat ni la qualité.
- Propose un luxe discret, esthétique et engagé, en phase avec les attentes des consommateurs actuels.

Une marque responsable et engagée :

- Fabrication raisonnée en petite série.
- Circuit de production transparent (France, Portugal, Mexique).
- Fournisseurs sélectionnés pour leur éthique et leur savoir-faire (étiquettes Bali, packaging sur-mesure France).

Identité de marque forte et reconnaissable :

- Direction artistique cohérente et marquante.
- Univers visuel élégant et affirmé.
- Storytelling puissant autour de la liberté, du geste artisanal et de l'héritage.

Une DNVB structurée et opérationnelle :

- Site e-commerce fonctionnel et optimisé.
- Marque déposée à l'INPI.
- Base clients (+800 acheteurs) et newsletter (+1 500 abonnés)
- Réseaux sociaux actifs, communauté engagée

Potentiel de développement :

- Nombreuses opportunités de croissance : Collabs, retail, international, diversification (autres accessoires).
- Produit fort à potentiel médiatique (presse, influence, édito).

Structure agile et légère :

- Stock disponible prêt à vendre.

- Ateliers et fournisseurs déjà en place.
- Outils, displays et supports prêts pour déploiement boutique ou pop-up.

Points faibles

La principale limite rencontrée par la marque au cours des dernières années est liée à la mise en parenthèse partielle de l'activité en 2023, consécutive à l'arrivée du deuxième enfant de la fondatrice et à la nécessité de recentrer son temps entre vie familiale et activité principale.

Cette période a entraîné une baisse volontaire des investissements (marketing, production, communication), sans remise en cause du potentiel de la marque ni de son attractivité.

Les fondamentaux restent solides : Identité, réseau fournisseurs, clientèle et notoriété sont intacts, ce qui permet une reprise rapide et efficace par un repreneur disposant du temps et des ressources nécessaires pour relancer la dynamique.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette Marque

Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
Complément	Cession motivée par un nouveau projet professionnel. Accompagnement possible à la reprise.
Prix de cession	100 k€

Profil d'acheteur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Complément	Entrepreneur-e passionné-e ou marque désireuse d'enrichir sa gamme d'accessoires premium, la marque offre un terrain idéal d'expression créative et de développement commercial.