Vente de dispositifs médicaux

Annonce V86403 mise à jour le 06/10/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SARL
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Bouches du Rhône

Résumé général de l'activité

Vente de dispositifs médicaux, de produits d'incontinence et de confort, à destination des particuliers et des professionnels.
Location de matériel médical pour les particuliers.

Eléments chiffrés

Année de référence	2025
Fonds propres	155 k€
Dettes financières	0 k€
Trésorerie nette	59 k€

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	680	800	780	1 000
Marge brute	400	460	500	600
EBE	65	100	130	200
Rés. Exp.	-5	35	50	100
Rés. Net	-5	25	40	80

En k€/année	2023	2024	2025	2026
Salariés	4	5	5	5

Indications concernant les éléments chiffrés

Rémunérations et charges du gérant et de son épouse : 120 k€.

Abondements facultatifs à des produits d'épargne entreprise (PEI / PERCO) :
21 k€ en 2025.
24 k€ en 2024.
25 k€ en 2023.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

La franchise occupe une position stratégique sur le marché du maintien à domicile et du matériel médical, avec un modèle bien établi et en pleine expansion.

Positionnement stratégique :

Leader national du maintien à domicile, le Groupe est reconnu (entre autre) pour la vente et la location de matériel médical adapté aux personnes fragilisées ou en perte d'autonomie.
Le réseau compte plus de 160 agences, dont 112 franchises, avec un objectif de 200 points de vente à moyen terme.

Marché porteur :

Le secteur du maintien à domicile est boosté par la Silver économie : d'ici 2040, 32 % de la population française aura plus de 60 ans, avec une forte augmentation du nombre de personnes dépendantes.
Le marché bénéficie d'un soutien public important, avec des dépenses de santé en constante progression (ONDAM à 231,9 milliards € en 2022).

Atouts du concept franchise :

- Double approche : point de vente physique + action terrain auprès des prescripteurs (hôpitaux, infirmiers, CCAS, etc.).
- Produits à marque propre, merchandising innovant, et plateformes logistiques performantes.
- Formation continue et accompagnement personnalisé pour les franchisés, même sans expérience dans le secteur médical.
- Qualité du soutien logistique et marketing, ainsi que les valeurs humaines fortes du groupe, centrées sur l’écoute et le service.

Concurrence

Les pharmacies sont souvent le premier point de contact pour les patients. Certaines officines proposent du matériel médical à la vente ou à la location, notamment pour les soins à domicile, ce qui peut concurrencer la franchise sur des produits de première nécessité. Leur offre est généralement limitée à des produits de base. Elles ne disposent pas toujours de la logistique ou de l'espace nécessaire pour gérer des équipements volumineux ou complexes. Leur présence locale est forte, mais leur offre limitée en volume (part de marché estimée 30 à 35%).

les détaillants spécialisés, part de marché estimée de 45 à 50% :

- Un acteur historique depuis plus de 30 ans, est très implanté dans le tissu local. Depuis notre démarrage en 2017, il a perdu 400 k€ de CA annuel et la cible l'a même déjà dépassé depuis 2 ans.

- Les deux autres principaux concurrents présents ont disparu du paysage, puisque le premier a fermé son magasin fin 2019 et le deuxième à l'été 2024.

- la vente en ligne, en croissance mais encore marginale (part de marché estimée inférieure à 10%) - sources xerfi).

La franchise se distingue par :
- Sa logistique intégrée et ses produits à marque propre,
- Son maillage national et son expertise terrain,
- Son expertise dans le domaine des prestations pour les patients nécessitant des soins à domicile, notamment en assistance respiratoire, perfusion, nutrition, stomathérapie, urologie, cicatrisation et diabète.

Points forts

La franchise bénéficie d'une excellente notoriété locale car le premier magasin s'est ouvert à Nîmes et très vite, le Groupe s'est implanté à Arles, Avignon, Aix-en-Provence, Marseille.

En tant que franchisé, seules les prestations de maintien à domicile sont proposées. Cette offre s'appuie sur la présence locale de la franchise et sur ses compétences techniques, afin de garantir une offre globale unique de prise en charge.

De très bons prix d'achat sont négociés, associés à un marketing de qualité et à fort impact : catalogues, publicités télévisées en heures de grande écoute sur les grandes chaînes nationales, présence sur Internet et les réseaux sociaux, etc.

Le magasin bénéficie d'un emplacement idéal à Salon-de-Provence, dans un parc d'activité qui bénéficie d'un passage important (proximité immédiate d'un grand magasin de bricolage, d'une école supérieure, de France Emploi etc...) avec un parking privé gratuit (places juste devant le magasin, rempli en dehors des horaires d'ouverture (restaurant voisin) offrant ainsi une belle visibilité).

Le magasin est récent (2019) propre et lumineux.

Le marché est très porteur et bénéficie d'un soutien public important, qui s'est encore accentué depuis la prise en charge intégrale des fauteuils roulants le 1er décembre 2025.

Points faibles

Aucun salarié orthopédiste-orthésiste n'étant pas présent au sein de la structure, la commercialisation de dispositifs orthopédiques a été arrêtée depuis l'été 2022.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Départ à la retraite
Complément	Après 33 ans d'entreprenariat et 3 créations d'entreprises, le Gérant à 61 ans souhaite prendre un peu de repos...
Prix de cession	800 k€
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	160 k€
Complément	Le repreneur doit conjuguer sens du service, rigueur commerciale et capacité à s'intégrer dans un secteur médico-social exigeant. Profil personnel et humain : Empathie et sens du relationnel : capacité à accompagner des publics fragiles (personnes âgées, handicapées, convalescents). Esprit entrepreneurial : goût du challenge, autonomie, capacité à développer une activité de proximité. Compétences et expérience : Formation ou expérience en santé, paramédical ou médico-social : un plus, mais pas obligatoire (le gérant a créé la structure en partant de zéro, avec une expérience dans les solutions d'impression, puis dans l'immobilier, ...). Compétences commerciales : Savoir prospecter, fidéliser les clients et prescripteurs (professionnels de santé, associations locale, ...). Gestion d'entreprise : capacité à piloter une structure (RH, comptabilité, logistique, relation client). Capacité à se différencier : par le service, la réactivité et la qualité du conseil.