

Marque de prêt-à-porter féminin DNVB + retail - B Corp

Annonce V87017 mise à jour le 20/03/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Paris

Résumé général de l'activité

Maison française de prêt-à-porter féminin au positionnement unique.

L'entreprise fait entre 2 et 3M€ de CA avec un EBITDA à 12% et +24% de croissance depuis début 2026. Il s'agit d'une marque parisienne dont l'éclosion a véritablement eu lieu il y a 5 ans, positionnée majoritairement sur un vestiaire hauts et robes dont + de 60% du CA est réalisé en e-commerce, le reste en boutiques en propre à Paris. Elle adresse la femme active de 25 à 45 ans, CSP+, dans toute la France, qui est d'ailleurs très fidèle (40% de repeat). Les fondateurs, ayant un projet personnel impliquant un départ à l'étranger, souhaitent transmettre et accompagner leur repreneur. La marque est labellisée Bcorp, l'équipe opérationnelle est solide et la création puissante.

En plus

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

La société travaille à l'**export**

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	2700	2215	2 100	2 400
Marge brute				
EBE	75	-20	250	300
Rés. Exp.				
Rés. Net				
Salariés	20	22	16	10

Indications concernant les éléments chiffrés

Après une belle année 2021, où la société a été très rentable avec une belle croissance, la société a investi fortement en 2022 et 2023 notamment en RH et en ouvrant une boutique.

2024 a été une année de réajustement avec une restructuration mise en place pour renouer avec une belle rentabilité de 12% en 2025 avec un refocus sur le cœur de business.

Une équipe de 10 personnes.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Une marque qui s'adresse à une clientèle CSP+, âgée entre 25 et 60 ans avec un cœur de cible 26-45 ans, urbaine et vivant dans toute la France.

Concurrence

Une marque à la frontière entre DNVB et marque de prints.

Points forts

- La marque propose un vestiaire complet, avec une prédominance de hauts et robes, adaptés à la fois au quotidien et aux grandes cérémonies. La production se fait auprès d'une dizaine de fournisseurs, là où sont les meilleurs savoir-faire.
- La marque est certifiée B Corp témoignant de ses engagements sociaux et environnementaux forts.
- La marque a une communauté Instagram de 130K followers, une base de 150K adresses mails, 52K clients depuis le début.
- 20% des ventes online sont faites à l'étranger en organique, sans investissement (top pays : Belgique, Suisse, USA).
- Les clientes sont très fidèles (40% returning), âgées en moyenne de 25-44 ans, CSP+, présentes dans toute la France (35% parisiennes).
- Une situation financière stable.

Fort potentiel de développement :

- Élargir vers d'autres gammes de produits : Maroquinerie, homewear, décoration, accessoires.
- Développer le réseau retail parisien et provincial et tester de nouveaux modèles retail (affiliation, franchise, grands magasins).
- Développer l'international via l'e-commerce + retail.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
Prix de cession	Le vendeur n'a pas souhaité préciser le prix de cession.
L'immobilier est compris dans la cession.	
Prix de l'immobilier uniquement	750 k€

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
------------------	-----------------------------