



Marque de prêt-à-porter féminin DNVB + retail

Annonce V87017 mise à jour le 27/10/2025

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

Marque de prêt-à-porter féminin française qui existe depuis 10 ans.

Une image de marque forte et engagée, certifiée B Corp.

Une marque omnicanale née DNVB : 2/3 des ventes sur son propre site et 1/3 via ses 2 boutiques parisiennes.

Une grande communauté fidèle (réseaux sociaux et base CRM très développée).

20% des ventes online sont faites à l'étranger en organique, sans investissements.

En plus

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

La société travaille à l'**export**

Eléments chiffrés

Eléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2022	2023	2024	2025
CA	2800	2700	2 215	2 200
Marge brute				
EBE	150	75	-20	250

En k€/année	2022	2023	2024	2025
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 investit 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 la rentabilité 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

2 000 k€

L'immobilier est compris dans la cession.

Prix de l'immobilier uniquement

750 k€

Profil de repreneur recherché

Profil recherché

Personne physique ou morale