4 salles de jeux en réalité virtuelle en déplacement libre

Annonce V88354 mise à jour le 15/01/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SASU
Ancienneté de la société	Plus de 10 ans
Localisation du siège	France
Région	Confidentielle

Résumé général de l'activité

A travers ses 4 salles, implantées dans 4 métropoles françaises, la société propose des expériences immersives ludiques en équipe, de 2 à 6 joueurs par équipe, avec différents thèmes de jeux.

En plus

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

Eléments chiffrés

Eléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2022	2023	2024	2025
CA	1100	1200	950	1 000
Marge brute				
EBE		250	30	50
Rés. Exp.				
Rés. Net				
Salariés			8	

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Positionnement clair : loisir immersif premium, accessible aux non-gamers.

Concurrence

Plus de 150 salles / centres VR en France en 2023, avec un fort développement dans les grandes villes comme Paris, Lyon ou Marseille.

Le marché de la VR en Europe (incluant France) connaît une croissance significative, avec des usages qui vont du divertissement aux applications professionnelles.

4 principaux concurrents.

Points forts

Concept différenciant et éprouvé :
- Free-roaming VR sur très grandes surfaces (? 500 m² par salle), rare sur le marché.
- Immersion totale en déplacement libre, sans box ni cloison.
Concept lancé il y a plus de 5 ans, éprouvé avant / pendant / après Covid.

Qualité et profondeur de l'expérience :
- Scénarisation dès l'accueil (voyage temporel, décors, briefing vidéo).
- Parcours client entièrement pensé pour l'immersion.
- Vestes haptiques + détection des mains ? différenciation forte vs concurrence.

Actifs technologiques et contenus propriétaires :
- Interface de gestion propriétaire.
- Jeu VR exclusif (Vortex Origine) sans coût de licence.

Investissement récent dans la technologie streaming VR (wifi 6E) :
- Suppression des backpacks.
- Meilleur confort client.
- Fiabilité technique accrue.
- Infrastructure aujourd'hui à jour du standard marché.

Potentiel de développement.

Points faibles

Des performances économiques pénalisées par un contexte difficile pour le monde du loisir et changement technologique sur 2024-2025 (passage à la streaming VR) qui ont pénalisé l'offre de la société.

Communication historiquement sous-exploité.

Marketing principalement orienté :
- Google Ads.
- Meta (FB / Insta).

Faible exploitation jusqu'ici de :
- Vidéo.
- Influenceurs.

Partenariats locaux.

CRM / fidélisation (récemment lancé).

Point faible … mais aussi gisement de croissance évident.

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
Complément	Les dirigeants souhaitent adosser leur société à un acteur déjà présent dans le loisir pour pérenniser son développement.
Prix de cession	Le vendeur n'a pas souhaité préciser le prix de cession.
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne morale
Complément	Le repreneur est un acteur investi dans le secteur du loisir, disposant de ressources suffisantes pour pousser le développement d'une marque VR prémium qui est sortie d'une impasse technologique (Backpack), qui désormais lui autorise un développement rapide.