



## Acteur TravelTech de référence dans l'univers de la montagne

Annonce V88771 mise à jour le 10/02/2026

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

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

#### Résumé général de l'activité

Une TravelTech française spécialisée dans la création de séjours montagne 4 saisons, combinant technologie propriétaire, algorithme de recommandation et réseau terrain profondément ancré dans l'écosystème montagne.

La plateforme permet aux voyageurs de concevoir des séjours uniques et personnalisés (hébergement, activités, expériences locales) grâce à un algorithme de matching intelligent qui valorise les attentes clients, les spécificités territoriales et les savoir-faire locaux.

Cette approche rompt avec les logiques de packages standardisés et répond aux nouvelles attentes du marché : expérience, sens, personnalisation et simplicité.

La société s'appuie sur un réseau solide et structuré de plus de 450 partenaires professionnels (prestataires d'activités, hébergeurs, acteurs locaux), constitué progressivement sur le terrain et reconnu par les professionnels du secteur pour la qualité de la sélection, la vision long terme et la capacité d'innovation.

La société bénéficie d'une marque identifiée dans l'univers montagne, d'une vision claire de la transformation du tourisme 4 saisons et d'un positionnement technologique différenciant sur un marché encore largement fragmenté et peu digitalisé.

La plateforme est conçue pour être hautement scalable, tant sur les usages que sur les marchés adressables.

Si l'entreprise est aujourd'hui fortement ancrée dans l'univers de la montagne, la technologie et l'algorithme de création de séjours sont par nature transposables à d'autres verticales touristiques : littoral, œnotourisme, tourisme urbain, slow tourism, destinations culturelles ou expérientielles.

Cette capacité d'ouverture permet d'envisager la création de séjours affinitaires et expérientiels sur de multiples territoires, en B2C comme en B2B (marque blanche, plateformes territoriales, intégration à des écosystèmes existants), offrant ainsi un potentiel de déploiement multi-secteurs et de croissance significatif pour un acquéreur stratégique ou financier.

#### En plus

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

La société travaille à l'**export**

## Éléments chiffrés

Année de référence	2025
Fonds propres	-55 k€
Dettes financières	200 k€
Trésorerie nette	40 k€

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	10	2	150	200
Marge brute				
EBE			- 150	
Rés. Exp.	-45	- 150	- 200	
Rés. Net			- 200	
Salariés	11	6	4	

### Indications concernant les éléments chiffrés

Société en phase de structuration et d'investissement, ayant fortement investi entre 2023 et 2025 dans le développement de sa plateforme technologique propriétaire, de son algorithme de matching et dans la constitution d'un réseau de partenaires à l'échelle nationale.

L'exercice 2025 marque un redémarrage commercial significatif (CA x80 vs 2024). Le pipeline signé et en cours permet d'anticiper un chiffre d'affaires supérieur en 2026 et un retour à la rentabilité opérationnelle dès l'exercice n+1.

Faute de trésorerie, arrêt des investissements marketing malgré un excellent taux de conversion.

## Positionnement concurrence

### Positionnement par rapport au marché

L'entreprise se positionne comme une plateforme B2C spécialisée montagne, centrée sur l'expérience globale du séjour (activités, hébergements, essentiels), et non sur une simple logique de listing ou de réservation unitaire.

Le positionnement est :

- Spécialiste montagne & multi-saisons.
- Orienté expérience et conversion, pas institutionnel.
- Technologique, avec un algorithme de matching et de création de séjours en cours de déploiement.
- Engagé territoire, valorisant les acteurs locaux plutôt que des offres standardisées.

### Concurrence

Le marché du tourisme de montagne est fragmenté et historiquement peu digitalisé, avec une forte dépendance aux offices de tourisme, aux hébergeurs et à des plateformes généralistes peu adaptées aux spécificités de la montagne (saisonnalité, multi-activités, 4 saisons).

La concurrence se structure autour de :

- Acteurs institutionnels (offices de tourisme, sites de stations), peu orientés conversion.
- Plateformes généralistes de réservation, performantes sur l'hébergement mais très limitées sur les activités et l'expérience.
- Prestataires locaux encore très peu équipés en outils de distribution digitale.

La société évolue dans un contexte de recomposition du marché, porté par la diversification 4 saisons, la recherche d'expériences authentiques et la nécessité de mieux valoriser les acteurs locaux.

La concurrence directe est limitée.

#### Concurrents indirects :

- Airbnb, Booking, Expedia (hébergement uniquement, faible valeur sur l'expérience).
- Manawa, Funbooker (activités isolées, peu intégrées au séjour).

#### Concurrents institutionnels :

- Sites de stations et offices de tourisme (logique éditoriale, faible conversion).
  - Absence d'acteur dominant proposant une approche intégrée, spécialisée montagne, multi-saisons et orientée expérience client.
- Sur l'hiver malgré tout : TravelSki, SkiPlanet, Maeva, Sunweb. Sur le marché UK, de nombreux acteurs tour operator.

La société se différencie par sa capacité à agréger, qualifier et commercialiser une offre complète, là où les autres acteurs restent fragmentés.

### Points forts

- Positionnement clair et différenciant sur la montagne et les séjours expérientiels.
- Base de partenaires solide et qualifiée (plusieurs centaines d'acteurs d'activités).
- Technologie propriétaire (plateforme + algorithme de matching en cours de déploiement).
- Capacité démontrée à générer de la traction commerciale malgré un historique d'investissement lourd.
- Modèle scalable, duplicable sur de nombreuses destinations montagne (Europe) et sur d'autres secteurs touristiques (littoral, oenotourisme etc).
- Fort alignement avec les enjeux actuels : tourisme 4 saisons, expérience, valorisation des territoires.
- Capacité à pivoter sur une solution B2B.

### Points faibles

- Société encore jeune, en phase d'investissement, avec une rentabilité non encore atteinte.
- Dépendance actuelle à la montée en puissance commerciale post-développement produit.
- Ressources humaines et financières encore limitées au regard de l'ambition.
- Notoriété de marque en cours de construction face à des acteurs généralistes très visibles.

## Infos sur la cession

### A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Société en difficulté

## Complément

La société se trouve aujourd'hui dans une situation de contrainte financière, consécutive à l'échec d'une levée de fonds engagée en 2024–2025.

Malgré une traction commerciale réelle, une technologie propriétaire aboutie et un positionnement différenciant sur le tourisme de montagne, la société ne dispose plus des ressources financières suffisantes pour poursuivre seule son développement.

Les investissements réalisés ces dernières années (plateforme, algorithme, structuration de l'offre, acquisition de partenaires) ont permis de poser des fondations solides, mais ont également fortement pesé sur la trésorerie. Dans ce contexte, l'entreprise s'approche d'une situation de cessation de paiement, rendant indispensable une solution rapide d'adossement.

L'adossement à un acteur du secteur (tourisme, montagne, hébergement, distribution de séjours, loisirs) apparaît comme la seule voie réaliste et créatrice de valeur, permettant :

- de sécuriser la continuité de l'activité,
- de capitaliser immédiatement sur la technologie et la base de partenaires existantes,
- d'accélérer la commercialisation via des canaux déjà structurés,
- et d'éviter une destruction de valeur liée à un arrêt ou à une procédure collective.

Les fondateurs restent pleinement mobilisés et souhaitent accompagner la transition dans une logique de reprise industrielle ou de transmission de savoir-faire, afin d'assurer la pérennité du projet et de maximiser la valeur des actifs développés.

Prix de cession

200 k€

L'immobilier n'est pas compris dans la cession.

## Profil de repreneur recherché

Profil recherché

Personne physique ou morale

L'entreprise recherche prioritairement un repreneur industriel ou stratégique, capable d'assurer la continuité de l'activité et de valoriser rapidement les actifs existants.

Le profil recherché est idéalement :

- un acteur du tourisme, de la montagne ou des loisirs (groupes d'hébergement, opérateurs de séjours, plateformes de distribution, acteurs des activités outdoor),
- ou un groupe disposant d'une force de distribution existante (base clients, canaux B2C/B2B, réseaux territoriaux), du type réseau d'agences de voyage,
- avec une capacité financière immédiate permettant de sécuriser l'exploitation et d'éviter toute rupture d'activité.

L'enjeu principal n'est pas uniquement financier, mais stratégique : l'adossement doit permettre de connecter la technologie, la plateforme et le réseau de partenaires à un écosystème déjà structuré.

Le repreneur idéal verra :

- une brique technologique opérationnelle,
- une expertise métier forte sur la montagne et les séjours expérientiels,
- un accélérateur de time-to-market, évitant plusieurs années de développement interne.

Les fondateurs sont ouverts à différents schémas de reprise (reprise de titres, reprise d'actifs, intégration progressive) et souhaitent accompagner le repreneur afin de transmettre la vision, la connaissance marché et la technologie, dans une logique pragmatique et orientée efficacité.

Complément