Transmibat

Distribution automatique et snacking

Annonce V89276 mise à jour le 19/10/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SARL
Ancienneté de la société	Plus de 10 ans
Localisation du siège	Bouches du Rhône

Résumé général de l'activité

Un acteur indépendant et régional de la distribution automatique de boissons et de produits frais, fort de plus d'un demi-siècle d'ancrage local, d'un modèle hybride sécurisant intégrant son propre laboratoire de production et d'une rentabilité solide (EBE moyen > 250 k€).

Ce dossier offre un socle de revenus hautement récurrents ainsi que de puissants leviers de développement.

L'entreprise se distingue par un modèle hybride unique et hautement rentable : elle intègre la gestion d'un parc de plus de 540 machines, une activité de négoce et possède son propre laboratoire de production de produits frais, offrant une réponse "Premium" très demandée.

Eléments chiffrés

Année de référence	2024
Fonds propres	900 k€
Dettes financières	30 k€
Trésorerie nette	220 k€

En k€/année	2022	2023	2024	2025
CA	2700	2700	3 000	2 800
Marge brute				

En k€/année	2022	2023	2024	2025
EBE	200	250	250	
Rés. Exp.		80	90	
Rés. Net			90	
Salariés			18	

Indications concernant les éléments chiffrés

L'entreprise présente une structure bilancielle extrêmement saine.

L'endettement financier est quasi nul et la société génère des excédents de trésorerie structurels (trésorerie nette positive d'environ 100 k€).

Le parc matériel (véhicules et plus de 500 distributeurs) est régulièrement renouvelé, bien entretenu et en grande partie amorti.

Cession de 100 % des titres avec un accompagnement prévu par le cédant pour assurer une transition optimale avec la clientèle et les équipes.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Acteur régional historique et indépendant de la distribution automatique (boissons, fontaines à eau, snacking).

Implantation sur le quart Sud-Est de la France.

L'entreprise opère sur un modèle hybride « B2B2C » très résilient : elle signe des contrats de mise à disposition avec des entreprises (B2B), mais génère ses revenus grâce aux milliers de consommateurs finaux quotidiens (B2C).

Elle se distingue par un positionnement « Premium » et sur-mesure, intégrant la gestion classique, le négoce, et la production de sa propre gamme de produits frais pour répondre à la forte demande du « mieux manger ».

Concurrence

Le marché régional est polarisé : d'un côté de grands groupes nationaux standardisés manquant de flexibilité, et de l'autre une multitude de petits exploitants locaux.

L'entreprise se positionne exactement au milieu comme l'alternative idéale : elle possède la taille critique et la structuration nécessaires pour rassurer et capter les grands comptes (hôpitaux, bases militaires, grands campus), tout en conservant l'agilité d'une PME pour offrir un service sur-mesure.

Points forts

Récurrence et Captivité : Revenus sécurisés par des contrats de 3 à 5 ans.

97% du CA est issu des consommables (les clients consomment obligatoirement sur les machines de l'entreprise).

Risque client ultra-dilué : Des milliers de petites transactions quotidiennes.

Aucun grand compte B2B ne représente plus de 5% du chiffre d'affaires global.

Barrière à l'entrée unique : La possession d'un laboratoire de production interne (normes HACCP) permet d'offrir du snacking frais "maison", un atout commercial rare et très différenciant.

Puissance d'achat : Adhésion à un groupement d'achat national permettant d'obtenir des conditions tarifaires « Grands Comptes » et de maintenir une excellente marge brute (55%).

Leviers de croissance immédiats : Potentiel important sur le déploiement de fontaines à eau (poussé par la loi anti-plastique AGEC) et la digitalisation des paiements (équipements CB).

Points faibles

L'entreprise présente de forts leviers de création de valeur immédiats pour un repreneur :

Déploiement monétique : Actuellement, une partie significative du parc n'est pas encore équipée de terminaux de paiement par carte bancaire. La généralisation du sans-contact représente un levier direct et rapide pour augmenter le panier moyen et les achats d'impulsion.

Stratégie commerciale et Digitale : La société s'est historiquement développée grâce à sa notoriété locale et au bouche-à-oreille. La structuration d'une véritable force de prospection proactive (notamment pour répondre aux appels d'offres) et le développement d'une stratégie de marketing digital constituent un gisement de croissance organique inexploité.

Structuration managériale : Le pilotage actuel repose fortement sur la gouvernance familiale historique. L'arrivée d'un repreneur permettra de structurer le management intermédiaire (notamment sur les ressources humaines et les métiers de terrain) pour passer un nouveau cap de croissance, avec l'appui du cédant durant la période de transition.

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	1 700 k€

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

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale ou fonds d'investissement
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	400 k€