

## Acteur intégré en boulangerie et snacking bio

Annonce V89953 mise à jour le 10/04/2026

### Description générale

#### Fiche d'identité de la société

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

#### Résumé général de l'activité

Acteur intégré de référence en boulangerie, pâtisserie et snacking biologique, alliant excellence artisanale, traçabilité et performance commerciale.

Marque reconnue et modèle répliquable.

L'entreprise opère sur les segments de la boulangerie, pâtisserie et restauration rapide, avec un ADN fortement ancré dans le biologique et la qualité des ingrédients.

Elle se distingue par un modèle intégré maîtrisant l'ensemble de la chaîne de valeur, de la fabrication artisanale à la vente directe.

Cette organisation permet de garantir fraîcheur, régularité et innovation produit, tout en répondant aux standards élevés du bio.

Positionnée sur le segment premium de l'alimentation biologique, l'entreprise bénéficie d'une clientèle B2C fidèle et récurrente, attirée par une offre complète couvrant l'ensemble des moments de consommation.

Son ancrage local solide et son image qualitative lui permettent de capter un flux important et régulier, dans un marché structurellement porteur porté par les attentes croissantes en matière de santé et de consommation responsable.

#### En plus

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

### Éléments chiffrés

#### Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	3200	3600	4 200	3 800
Marge brute	2 000	2 200	2 300	2 300
EBE	150	200	200	550

En k€/année	2023	2024	2025	2026
Rés. Exp.	40	40	200	450
Rés. Net	15	-5	-30	350
Salariés	30	39	29	28

## Indications concernant les éléments chiffrés

L'exercice FY25 de l'une des entités couvre exceptionnellement une période de 16 mois, tandis que celui de la seconde entité s'étend sur 9 mois, afin d'aligner les dates de clôture au niveau du groupe.

Cet ajustement permet d'harmoniser le calendrier comptable et d'améliorer la comparabilité des données financières entre les deux structures.

## Positionnement concurrence

### Positionnement par rapport au marché

L'entreprise se positionne comme un acteur intégré, maîtrisant l'ensemble de la chaîne de valeur, de l'approvisionnement en matières premières biologiques jusqu'à la distribution en points de vente. Ce modèle permet un contrôle accru de la qualité, des marges et de l'image de marque.

Le modèle démontre une performance robuste, y compris en zones rurales, avec une capacité à générer un trafic élevé (1 100 clients/jours avec un panier moyen de 8,20€) et récurrent malgré une densité de population limitée.

### Concurrence

Structure du marché :

- Faible structuration des concurrents (peu de réseaux organisés).
- Présence limitée d'acteurs multi-sites sur la zone.

Positionnement face à la concurrence :

- Différenciation forte via les pains 100% biologiques et la qualité produit.
- Concept plus structuré et professionnalisé que la moyenne du marché.
- Capacité à capter une part significative de la demande locale.

Barrières à l'entrée :

- Accès complexe à une filière bio locale fiable.
- Investissements nécessaires en production et en points de vente.
- Temps long pour construire une notoriété et une clientèle fidèle.
- Savoir-faire artisanal combiné à une organisation multi-sites.

### Points forts

- Capacité démontrée à générer un volume de fréquentation élevé dans des zones à faible densité démographique.
- Croissance continue de l'activité (+6% pour FY25) sur plusieurs années, y compris dans un environnement concurrentiel.
- Maillage géographique cohérent permettant d'optimiser les flux clients et la visibilité.
- Organisation interne structurée avec encadrement intermédiaire (cadres associés).
- Qualité perçue élevée des produits, renforçant le taux de transformation et le panier moyen.
- Cohérence et homogénéité du concept sur l'ensemble des sites.
- Approche responsable intégrée (respect des sols, des ressources et des pratiques agricoles).
- Relation de proximité avec l'écosystème local (producteurs, partenaires).
- Positionnement premium sur la boulangerie, pâtisserie et snacking biologique.
- Modèle verticalement intégré assurant qualité, traçabilité et marges maîtrisées.
- Marque reconnue localement, associée à des valeurs fortes (bio, authenticité, proximité).

- Flux client élevé et récurrent, soutenant la performance commerciale.
- Outil de production performant et adapté aux volumes.
- Équipe qualifiée avec un savoir-faire artisanal différenciant.
- Offre large permettant de capter plusieurs moments de consommation.
- Potentiel de développement (réplication du modèle, extension du réseau).

## Infos sur la cession

### A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Départ à la retraite
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 physique ou morale ou fonds d'investissement
------------------	---