Transmibat

Affichage urbain publicitaire extérieur

Annonce V90327 mise à jour le 03/09/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Plus de 10 ans
Localisation du siège	Pas de Calais

Résumé général de l'activité

Acteur indépendant de référence dans les Hauts-de-France, la société exploite depuis plus de 30 ans un réseau de panneaux publicitaires fixes implantés sur des emplacements stratégiques à forte visibilité - entrées de ville, axes routiers structurants, zones commerciales.

Son modèle repose sur la location d'espaces publicitaires à des annonceurs locaux et nationaux (enseignes de grande distribution, restauration, optique) dans le cadre de contrats récurrents, générant un flux de trésorerie prévisible et structurellement positif.

La société affiche un taux d'occupation de ses emplacements avoisinant 90 %, une structure de coûts allégée (absence de salariés), aucun endettement bancaire et un BFR négatif lié à une facturation annuelle anticipée. Les emplacements sont sécurisés par des baux long terme (5 à 10 ans) et des conventions signées avec les collectivités territoriales partenaires.

L'entreprise constitue une plateforme de développement immédiatement opérationnelle, avec un potentiel de croissance identifié via la conversion de supports fixes en dispositifs déroulants et la densification du parc existant.

Eléments chiffrés

Année de référence	2025
Fonds propres	300 k€
Dettes financières	0 k€
Trésorerie nette	75 k€

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	735	785	735	

En k€/année	2023	2024	2025	2026
Marge brute	650	690	640	
EBE	400	365	340	
Rés. Exp.	330	300	270	
Rés. Net	270	250	220	
Salariés			1	

Indications concernant les éléments chiffrés

Retraitements réalisés :

- Entretien du matériel (neutralisation des indemnités d'assurances perçues).
- Salaire du dirigeant (120 000 € charges comprises hors frais de déplacement).
- Résultat exceptionnel.

L'entreprise n'emploie pas de salarié.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

- L'entreprise se positionne comme un acteur indépendant de référence sur le marché de la communication extérieure locale dans les Hauts-de-France. À la différence des grands groupes nationaux de l'affichage, la société adopte une stratégie de proximité, axée sur un maillage territorial fin et une forte implantation locale.

Cette stratégie de proximité lui confère plusieurs avantages concurrentiels structurels : des emplacements négociés directement avec les propriétaires fonciers et les communes, une réactivité commerciale que les grands groupes ne peuvent pas offrir à cette échelle et une relation de confiance construite sur plus de 30 ans d'activité locale.

La société opère sur un segment de marché peu disputé par les acteurs nationaux - trop petit pour eux, trop bien installé pour les entrants - ce qui lui assure une position de quasi-monopole local sur ses zones d'implantation.

Concurrence

Points forts

- Modèle économique récurrent et prévisible : Revenus issus de la location d’espaces avec contrats pluriannuels et produits constatés d’avance significatifs.

- Taux d'occupation élevé (~90 %) traduisant une forte demande et une bonne optimisation du parc.

- Absence d'endettement bancaire, conférant une structure financière saine.

- Portefeuille clients diversifié, incluant des enseignes nationales.

- Organisation légère (absence de salariés), permettant une flexibilité opérationnelle.

- Potentiel de développement via densification du parc et optimisation du taux de remplissage.

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