

Description générale

Fiche d'identité de la société

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

Résumé général de l'activité

Une entreprise française spécialisée dans la vente de pièces détachées automobiles, poids lourds, agricoles, TP et industrielles.

L'activité repose sur un modèle omnicanal combinant un magasin physique situé près de Roanne, un site e-commerce national et une clientèle BtoB composée de garages, transporteurs, agriculteurs, artisans et professionnels.

L'entreprise est particulièrement positionnée sur les pièces techniques à forte demande : démarreurs, alternateurs, électricité automobile, pièces poids lourds, outillage professionnel, consommables et accessoires d'atelier.

La société se différencie par son expertise technique, son catalogue large, ses prix compétitifs, son service client français et sa capacité à répondre aux recherches par références OEM et équivalences.

En plus

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

La société travaille à l'**export**

Éléments chiffrés

Année de référence	2026
Trésorerie nette	30 k€

En k€/année	2024	2025	2026	2027
CA	750	850	1 100	3 000

En k€/année	2024	2025	2026	2027
Marge brute				
EBE	25	30	80	500
Rés. Exp.				
Rés. Net				
Salariés	2	2	2	5

Indications concernant les éléments chiffrés

2026 :

CA HT prévisionnel : 1 500 000 €.

Objectif principal : Structuration, stock, e-commerce, magasin.

2027 :

CA HT prévisionnel : 2 500 000 €.

Objectif principal Accélération Google Shopping, BtoB terrain, marketplaces.

2028 :

CA HT prévisionnel 4 000 000 €.

Objectif principal Renforcement équipe, stock central, premiers tests franchise.

2029

CA HT prévisionnel 6 200 000 €.

Objectif principal Déploiement régional, plateforme logistique, BtoB fort.

2030 :

CA HT prévisionnel 9 000 000 €.

Objectif principal Modèle national : e-commerce + BtoB + marketplaces + franchises.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Positionnement marché :

La société évolue sur le marché de la pièce détachée automobile, poids lourd, agricole, TP et industrielle, un marché récurrent porté par l'entretien, la réparation, le vieillissement du parc roulant et le besoin permanent de disponibilité des véhicules.

Le marché de l'après-vente automobile en France représente un volume important, avec un chiffre d'affaires estimé à 15,8 milliards d'euros HT selon les données présentées par Equip Auto.

La FEDA rappelle également que la distribution de pièces auto s'appuie sur un parc roulant d'environ 50 millions de véhicules VL, VUL et PL, avec un maillage important de garages et ateliers à approvisionner.

L'entreprise se positionne comme une alternative française spécialisée face aux grands acteurs généralistes de la pièce auto.

L'entreprise combine trois canaux complémentaires :

- un site e-commerce national, capable de vendre partout en France,
- un magasin physique, près de Roanne, qui apporte proximité, crédibilité et service local,
- un développement BtoB, orienté garages, transporteurs, agriculteurs, artisans, collectivités et professionnels.

Le positionnement de la société n'est pas seulement celui d'un revendeur de pièces automobiles.

L'entreprise vise un segment plus technique : démarreurs, alternateurs, électricité automobile, pièces poids lourds, agricole, TP, outillage et consommables professionnels.

L'objectif est de répondre à un besoin clair du marché : permettre aux clients particuliers et professionnels de trouver rapidement

la bonne pièce, au bon prix, avec un service client français, une expédition rapide et une expertise technique.

Concurrence

Concurrence :

Le marché est concurrentiel et composé de plusieurs typologies d'acteurs.

1. Les grandes plateformes e-commerce européennes :

La société fait face à des acteurs très visibles sur Google Shopping et le SEO, comme les grands sites de pièces automobiles en ligne. Leur force repose sur :

- un catalogue très large,
- une puissance marketing importante,
- des budgets publicitaires élevés,
- une forte notoriété,
- des prix agressifs sur certaines références.

Cependant, ces acteurs sont souvent perçus comme plus impersonnels, avec une relation client standardisée, des délais parfois variables et une difficulté à traiter les demandes techniques complexes.

2. Les distributeurs traditionnels locaux :

Le marché comprend également les distributeurs physiques de pièces auto, poids lourds ou agricoles. Leur avantage est la proximité et le service immédiat. Leur limite peut être un prix plus élevé, un catalogue moins visible en ligne ou une capacité digitale plus faible.

L'entreprise se différencie en combinant les deux mondes : prix internet + magasin physique + expertise technique + disponibilité locale.

3. Les marketplaces généralistes :

Amazon, eBay ou certaines marketplaces spécialisées peuvent apparaître sur des références identiques. Leur force repose sur la visibilité et la simplicité d'achat. Leur faiblesse se situe souvent sur la fiabilité technique, l'identification précise de la pièce et le conseil avant achat.

Dans la pièce technique, une erreur de référence peut provoquer un retour, une immobilisation ou une insatisfaction client. La société peut donc se différencier par la qualité de l'information produit et la précision des références OEM/équivalences.

4. Les spécialistes de niche :

Certains concurrents sont spécialisés sur des familles précises : démarreurs, alternateurs, électricité auto, poids lourds ou agricole. Ce sont les concurrents les plus proches de la société sur le plan technique.

Face à eux, l'entreprise doit jouer sur la largeur du catalogue, la rapidité, le service français, le magasin physique, la relation BtoB et l'optimisation digitale.

Points forts

Une spécialisation technique forte :

La société possède une expertise particulière sur les démarreurs, alternateurs et pièces électriques automobiles. Ce sont des produits techniques où la bonne référence est essentielle. Cette spécialisation permet de sortir d'une logique uniquement basée sur le prix.

Le client ne cherche pas seulement "une pièce pas chère". Il cherche surtout la bonne pièce, compatible, disponible et livrable rapidement.

Une entreprise française avec magasin physique :

La société dispose d'un vrai ancrage local près de Roanne. Cet élément rassure les clients et différencie l'entreprise des pure players étrangers ou impersonnels.

Le magasin physique apporte :

- crédibilité,
- proximité,
- relation humaine,
- retrait possible,
- confiance client,
- développement BtoB régional.

Un modèle omnicanal :

L'entreprise combine e-commerce, magasin physique et vente professionnelle. Ce modèle permet de diversifier les sources de chiffre d'affaires et de ne pas dépendre uniquement d'un canal.

L'entreprise peut vendre à la fois :

- aux particuliers via Google Shopping et le site,
- aux garages via le développement commercial,
- aux professionnels locaux via le magasin,
- aux clients techniques via la recherche par référence.

Un catalogue adapté aux besoins professionnels :

La société ne se limite pas aux pièces auto courantes. Elle couvre aussi les besoins poids lourds, agricole, TP, motoculture, industrie et outillage professionnel.

Cette diversité permet de toucher des clients à plus forte valeur : garages, transporteurs, agriculteurs, entreprises, artisans et ateliers.

Une forte opportunité digitale :

L'entreprise dispose déjà d'un site e-commerce, d'un catalogue important et de campagnes Google Shopping / Performance Max. L'enjeu est désormais d'optimiser la donnée produit, les références OEM, les titres, les flux Merchant Center et la segmentation publicitaire.

Une meilleure qualité de flux peut augmenter la visibilité, améliorer le taux de conversion et réduire le coût d'acquisition.

Un positionnement prix + service :

L'entreprise peut se positionner sur des prix compétitifs tout en conservant un service client français et une approche technique.

Dans la pièce détachée, le prix est important, mais il n'est pas le seul critère.

La disponibilité, la fiabilité, le délai, la bonne référence et la confiance jouent un rôle majeur dans la décision d'achat.

Un potentiel BtoB important :

Le développement auprès des garages, transporteurs, agriculteurs et professionnels représente un axe stratégique fort. Ce canal peut générer des commandes récurrentes, une meilleure fidélisation et une dépendance moindre aux plateformes publicitaires.

Infos sur la levée de fonds

A propos de l'augmentation de capital

Montant recherché	750 k€
Participation proposée au capital	Indifferent
Explication de la recherche de fonds	<p>Explication de la levée de fonds :</p> <p>La société recherche une levée de fonds afin d'accélérer sa croissance et structurer son développement à l'échelle régionale puis nationale.</p> <p>Les fonds seront principalement destinés à renforcer le fonds de roulement, augmenter le stock stratégique, recruter un commercial terrain BtoB, structurer l'équipe du magasin pilote de Roanne/Mably, développer le e-commerce, ouvrir de nouveaux canaux de vente via les marketplaces et préparer un futur réseau de magasins franchisés.</p> <p>L'objectif est de faire évoluer l'entreprise vers une enseigne française spécialisée, organisée autour d'un stock centralisé, d'un site e-commerce performant, d'une force commerciale terrain et d'un réseau de points de vente de proximité.</p>

Profil de l'investisseur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
------------------	-----------------------------

Complément

La société recherche un investisseur actif, capable d'accompagner l'entreprise dans sa phase d'accélération et de structuration.

Le profil idéal est un investisseur disposant d'une expérience dans la distribution, le e-commerce, la logistique, les pièces détachées, l'automobile, le BtoB ou le développement de réseaux de magasins/franchises.

Au-delà de l'apport financier, l'entreprise souhaite s'entourer d'un partenaire pouvant apporter une vision stratégique, un réseau professionnel, une aide à la structuration commerciale, au développement logistique, à l'optimisation des achats et à la préparation d'un futur déploiement régional puis national.

L'investisseur recherché peut être un entrepreneur, un business angel, un industriel, un family office ou un fonds d'investissement souhaitant accompagner une entreprise française déjà opérationnelle, positionnée sur un marché récurrent et à fort potentiel de développement.