Marque e-commerce de mode féminine premium – vêtements seconde peau en matières naturelles

Annonce V90916 mise à jour le 10/09/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SARL
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Haute-Savoie

Résumé général de l'activité

Marque française de mode féminine créée en 2018, 100 % en ligne : création et vente de basiques « seconde peau » haut de gamme en matières naturelles (micromodal, laine mérinos extra-fine certifiée, soie de mûrier).

Gamme resserrée et intemporelle de sous-pulls, maillots de corps et bodys, déclinés en coloris. Conception en France, fabrication par un atelier familial partenaire à Biella, berceau historique du textile de laine italien.

Vente en direct via le site e-commerce, sans intermédiaire, avec environ 15 % du chiffre d'affaires réalisé à l'export (Union européenne et hors UE).

Plus de 7 000 clientes actives, principalement urbaines, 30-55 ans, attachées à la qualité et à l'éco-responsabilité. Référencement naturel solide et visibilité acquise aussi grâce au programme « Déniché » de Sézane.

Actifs repris : marque déposée à l'INPI, site e-commerce, base clientes, contenus photo et stock d'environ 60 k€ au prix de revient.

Activité entièrement dématérialisée, reprenable depuis n'importe où en France. Conviendrait à un entrepreneur individuel comme à une marque existante souhaitant compléter son offre.

En plus

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

La société travaille à l'**export**

Eléments chiffrés

Eléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2023	2024	2025	2026

CA	190	130	105	
Marge brute	95	60	45	
EBE				
Rés. Exp.				
Rés. Net	0	1	-2	
Salariés	1	1	1	

Indications concernant les éléments chiffrés

Chiffre d'affaires en forte croissance depuis la création, jusqu'à 191 k€ sur l'exercice 2022-23 (+72 % sur un an). Recul sur les deux exercices suivants, lié aux contraintes de santé de la dirigeante, et non à la demande : la base de plus de 7 000 clientes, le référencement naturel, la gamme et le partenaire de fabrication sont intacts.

Exercices clos au 31 mai (n = exercice 2024-25). Les résultats nets 2023 et 2025 sont affectés par des éléments exceptionnels non récurrents. EBE retraité et comptes détaillés communiqués après signature d'un accord de confidentialité.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

la marque se situe sur un créneau précis et peu occupé : les basiques féminins « seconde peau » haut de gamme en matières naturelles, portés au quotidien, seuls ou en superposition.

Concurrence

A. Les basiques grand public : prix accessibles, mais matières synthétiques ou coton, avec un positionnement de masse.
B. La lingerie et les basiques de luxe : qualité comparable, mais à des prix nettement supérieurs et avec une image plus classique.
C. Les marques techniques en mérinos : même matière, mais un univers outdoor et sportif, avec des coupes peu féminines.

La marque occupe l'espace entre ces trois familles : des matières nobles (mérinos extra-fine, soie, micromodal), des coupes féminines et mode, une large palette de coloris, à un prix premium mais accessible.

Tendances porteuses : intérêt croissant pour les fibres naturelles, la mode durable et les pièces qui durent, et préférence des clientes pour les marques en vente directe, transparentes sur leur fabrication.

Points forts

Les fondations sont en place : il ne s'agit pas de créer une marque, mais de redonner de l'élan à une activité structurée, clé en main, dotée d'une identité forte et d'une communauté installée.

– Une croissance démontrée : chiffre d'affaires en hausse continue depuis la création, jusqu'à 191 k€ HT sur l'exercice 2022-23. Le recul des deux exercices suivants s'explique par les contraintes de santé de la dirigeante, et non par l'essoufflement de la marque.

– Plus de 7 000 clientes actives, une base exploitable immédiatement (newsletter, relances, lancements).

– Un référencement naturel solide : environ 6 500 visites par mois en moyenne (octobre 2025 – août 2026), dont les deux tiers issus de Google en recherche organique, sans budget publicitaire. Positions Google entre 1 et 6 sur des mots-clés stratégiques. C'est un actif long à construire, déjà pleinement en place.

– Une marque établie depuis 2018, déposée à l'INPI, avec un site Shopify opérationnel et un fonds de contenus photo professionnels.

– Un partenaire de fabrication de qualité : un atelier familial italien dans le centre historique du textile de laine.

– Une visibilité acquise grâce à la sélection de la marque par Sézane (programme « Déniché »).

– Un stock d'environ 60 k€ au prix de revient, inclus dans la cession.

– Une structure très légère : pas de boutique, pas de salarié, peu de charges fixes, avec des ventes déjà réalisées à l'export.

– Des réseaux sociaux animés par une communauté engagée, et encore sous-exploités.

Points faibles

Activité aujourd'hui portée par une seule personne, dont la disponibilité a limité le développement ces deux dernières années : la reprise nécessite un repreneur disponible pour relancer la dynamique commerciale. Transmission organisée avec la cédante.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Autre
Complément	La marque a grandi, et mon état de santé m'oblige à ralentir. Je souhaite la confier à quelqu'un qui pourra l'accompagner dans sa prochaine étape.
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
Complément	Personne physique souhaitant entreprendre par la reprise plutôt que par la création, ou structure existante (marque de mode, de lingerie, de maille ou de beauté, e-commerçant) cherchant à intégrer une marque complémentaire à son portefeuille. Le profil idéal a une appétence pour le digital et le marketing (e-commerce, réseaux sociaux, newsletter) et du temps à consacrer au développement commercial, qui est le principal levier de relance. Une sensibilité au secteur de la mode ou du textile est un plus. En revanche, aucune compétence en fabrication n'est requise : la production est assurée par un atelier partenaire expérimenté. L'activité est entièrement en ligne et peut être reprise depuis n'importe où en France. La fondatrice accompagnera la transition (transmission du savoir-faire produit, présentation aux fournisseurs, passage de relais auprès de la communauté) selon des modalités à définir ensemble.