

Salon des études de droit

Annonce V91026 mise à jour le 08/06/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Moins de 5 ans
Localisation du siège	Paris

Résumé général de l'activité

Premier salon des études de droit en France.

L'entreprise organise des événements dédiés à l'orientation, à l'insertion professionnelle et à la découverte des métiers juridiques, réunissant plus de 1000 étudiants, lycéens, jeunes diplômés, personnes en reconversion et professionnels du secteur.

Son modèle économique repose sur la commercialisation de stands, conférences et ateliers auprès d'établissements d'enseignement, organismes de formation, entreprises et acteurs du monde juridique.

La marque dispose également d'une communauté digitale active via ses réseaux sociaux et sa newsletter.

En quatre ans, plus de 11 éditions ont été organisées à Paris et Lyon, faisant de l'entreprise une référence reconnue dans l'écosystème juridique français.

En plus

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

Éléments chiffrés

Année de référence	2024
Fonds propres	10 k€
Dettes financières	2 k€
Trésorerie nette	10 k€

En k€/année	2022	2023	2024	2025
CA		65	50	
Marge brute		55	45	
EBE		2	10	
Rés. Exp.		1	10	
Rés. Net		1	10	
Salariés		1	1	

Indications concernant les éléments chiffrés

Lors des premières années d'exploitation, l'entreprise a organisé jusqu'à quatre éditions annuelles dans différentes villes françaises (Paris, Lyon, Marseille et Rennes).

Afin de concentrer les ressources sur les marchés les plus porteurs et d'améliorer la rentabilité des événements, une stratégie de recentrage a été mise en place autour de deux éditions principales à Paris et Lyon, les deux plus importantes métropoles étudiantes pour les études de droit.

Cette évolution a permis de renforcer la notoriété de la marque, d'optimiser l'organisation des événements et d'améliorer les performances économiques de la société.

La société demeure aujourd'hui une marque reconnue dans l'écosystème juridique et présente un fort potentiel de développement national.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

La société occupe une position unique sur le marché français en tant que premier et seul salon entièrement dédié aux études de droit et aux métiers juridiques.

La marque bénéficie d'une forte notoriété auprès des étudiants, universités, écoles et professionnels du secteur.

Son positionnement repose sur la mise en relation directe entre les futurs juristes et les acteurs du monde juridique à travers des salons, conférences et ateliers.

Grâce à son antériorité, sa communauté engagée et son réseau de partenaires, la société s'est imposée comme un acteur de référence sur un marché de niche encore peu structuré et présentant un fort potentiel de développement.

Concurrence

Le marché des salons d'orientation est dominé par quelques acteurs nationaux généralistes.

La société se distingue par son positionnement exclusivement dédié aux études de droit et aux métiers juridiques, sans équivalent direct à ce jour.

Elle a par ailleurs noué des partenariats avec l'un des leaders français des salons d'orientation, ce qui confirme la crédibilité du concept et sa reconnaissance au sein du secteur.

Cette spécialisation permet à l'entreprise de bénéficier d'une forte légitimité auprès des étudiants, universités, écoles et professionnels du droit.

Points forts

1/ Premier et unique salon dédié exclusivement aux études de droit et aux métiers juridiques en France.

- 2/ Marque reconnue et identifiée par les étudiants, universités, écoles et professionnels du secteur. Plus de 11 éditions organisées avec succès depuis la création.
- 3/ Communauté engagée : près de 5 000 abonnés Instagram, 3 000 abonnés LinkedIn et 10 000 abonnés à la newsletter.
- 4/ Modèle économique éprouvé et rentable, avec une forte marge sur les événements. Réseau de partenaires institutionnels, universitaires et professionnels déjà constitué.
- 5/ Partenariat développé avec l'un des leaders français des salons d'orientation.
- 5/ Fort potentiel de développement géographique et digital.
- 6/ Activité exploitée sans salarié, démontrant une organisation agile et un potentiel de croissance important avec des ressources supplémentaires.
- 7/ Notoriété nationale dans un marché de niche peu concurrentiel.
- 8/ Développement entièrement autofinancé depuis sa création. La société a été créée et développée sans investisseur, sans levée de fonds et sans apport financier significatif de son dirigeant. L'ensemble de la croissance, de la notoriété de la marque et des résultats financiers a été généré par l'activité elle-même.
- 9/ Performance démontrée avec des moyens limités. Les résultats obtenus à ce jour ont été réalisés par une seule personne, le président de la SAS, sans salarié dédié et sans stratégie marketing d'envergure. Malgré des ressources humaines et financières réduites, la société a réussi à s'imposer comme une référence nationale dans son secteur.
- 10/ Potentiel de développement important. La notoriété acquise, la rentabilité du modèle et la reconnaissance de la marque laissent entrevoir des perspectives de croissance significatives avec l'apport de moyens humains, commerciaux et marketing supplémentaires.

Points faibles

Le principal point de vigilance réside dans la structuration de l'entreprise. Depuis sa création, elle a été développée et exploitée par une seule personne, sans salarié, sans levée de fonds et avec des moyens marketing limités. Les résultats obtenus démontrent néanmoins la solidité du modèle économique et l'attractivité de la marque auprès de son public cible.

Les perspectives de croissance sont aujourd'hui principalement freinées par le manque de ressources humaines, commerciales et marketing. Un renforcement de ces moyens permettrait d'accroître significativement la fréquentation des événements, de développer de nouveaux partenariats et d'accélérer le déploiement national de la marque.

Par ailleurs, le positionnement volontairement spécialisé sur les études de droit et les métiers juridiques constitue à la fois une force et une limite. Le marché adressable est naturellement plus restreint qu'un salon d'orientation généraliste, ce qui peut créer un plafond de croissance à long terme. Toutefois, cette spécialisation est également l'un des principaux facteurs de différenciation et de notoriété de la société qui bénéficie aujourd'hui d'une position unique sur son marché.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Indifferent
Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant

<p>Complément</p>	<p>La réflexion autour d'une cession ou d'une ouverture du capital de la société ne résulte pas d'une difficulté économique ou d'un manque de confiance dans le projet.</p> <p>Au contraire, les résultats obtenus depuis la création de la société confirment la pertinence du modèle économique, la force de la marque et son potentiel de développement.</p> <p>En quatre ans, plus de 11 éditions ont été organisées avec succès, permettant à la société de s'imposer comme une référence auprès des étudiants et professionnels du secteur juridique mais aussi auprès des partenaires fidèles depuis la 1er édition. Cette croissance a été réalisée sans investisseur, sans équipe salariée et avec des moyens humains et financiers limités.</p> <p>L'entreprise s'inscrit aujourd'hui dans un ensemble d'activités entrepreneuriales complémentaires développées par son fondateur.</p> <p>Après plusieurs années de développement et compte tenu du potentiel de croissance de la société, deux options apparaissent : investir dans le renforcement des équipes, du développement commercial et du marketing, ou permettre à un partenaire disposant des ressources nécessaires d'accélérer ce changement d'échelle.</p> <p>L'objectif n'est donc pas de se séparer d'une activité en difficulté, mais de permettre à une marque à fort potentiel de poursuivre son développement dans les meilleures conditions.</p> <p>Toutes les options restent ouvertes, qu'il s'agisse d'une cession totale, d'une entrée au capital d'un associé stratégique ou d'un partenariat permettant d'apporter les moyens humains et financiers nécessaires à une nouvelle phase de croissance.</p>
<p>Prix de cession</p>	<p>250 k€</p>
<p>L'immobilier n'est pas compris dans la cession.</p>	

Profil de repreneur recherché

<p>Profil recherché</p>	<p>Personne morale ou fonds d'investissement</p>
<p>Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier</p>	<p>50 k€</p>

Complément

Le repreneur recherché doit avant tout comprendre la vision, l'histoire et la mission de l'entreprise. L'événement répond à une problématique spécifique du monde juridique : permettre aux étudiants en droit, souvent confrontés à un manque de réseau et d'informations concrètes sur les métiers, d'accéder gratuitement à des professionnels, des établissements de formation et des opportunités qu'ils n'auraient pas nécessairement rencontrés autrement.

Une bonne connaissance de l'écosystème juridique, de l'enseignement supérieur ou de l'orientation constitue un véritable atout. L'objectif est de trouver un repreneur capable de comprendre les attentes des étudiants et la philosophie qui a permis à la marque de s'imposer comme une référence nationale.

Le futur repreneur devra également partager les valeurs fondatrices de la société, notamment son accessibilité. La gratuité de l'événement pour les étudiants constitue un élément essentiel de son identité et de son succès.

Au-delà des compétences sectorielles, le profil recherché est celui d'une personne ou d'une structure disposant des moyens humains, commerciaux et financiers nécessaires pour accompagner le changement d'échelle de l'événement, tout en préservant son ADN. L'ambition n'est pas de transformer le concept, mais de lui permettre d'atteindre un niveau de développement que la société, exploitée jusqu'à présent par une seule personne, ne peut plus atteindre seule.