Distribution, développement et conception de cosmétiques naturels

Annonce V91947 mise à jour le 05/10/2026

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

L'entreprise a été crée il y a plus de 2 ans et exploite la distribution exclusive d'une marque de cosmétique qui elle existe depuis 15 ans. La cession englobe la société de distribution ainsi que la marque.

Créée il y a plus de 2 ans, la société s'appuie sur une marque reconnue (la marque existe depuis plus de 15 ans) qui possède un positionnement alliant qualité, naturalité, fabrication française et prix accessibles. Elle (la marque) bénéficie d'un réseau de distribution solide auprès de magasins bio, pharmacies, parapharmacies, e-commerce et distributeurs internationaux (Belgique + Luxembourg).

L'entreprise a réalisé une profonde transformation au cours des deux dernières années : nouvelle identité de marque, nouveaux packagings, digitalisation des outils marketing et commerciaux, structuration du réseau de vente, développement de l'export et renouvellement progressif de la gamme.

Elle dispose d'un portefeuille de produits éprouvés, de développements prêts à être industrialisés, d'une réglementation à jour et de partenariats industriels français de premier plan. Son modèle est peu capitalistique, avec une fabrication externalisée auprès de partenaires reconnus, offrant une excellente capacité de développement.

L'opération représente une opportunité d'acquérir une marque française disposant d'une forte légitimité sur le marché de la cosmétique naturelle, d'actifs immédiatement exploitables et d'un potentiel significatif de croissance en France comme à l'international.

En plus

La société travaille à l'**export**

Eléments chiffrés

Année de référence	2025
Fonds propres	150 k€

Dettes financières	60 k€
Trésorerie nette	1 k€

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	490	860	800	1 000
Marge brute	403	555	600	
EBE	135	40	50	
Rés. Exp.	110	70	60	
Rés. Net	87	55	80	
Salariés	1	1	1	

Indications concernant les éléments chiffrés

Principaux leviers de création de valeur :

- Déploiement accéléré de la nouvelle identité de marque.
- Renforcement de la présence en pharmacie, parapharmacie et enseignes spécialisées.
- Accélération du développement international. Présence sur les salons à l'internationnaux deuis 15 ans. Contrat en cours de signature.
- Développement du e-commerce et des marketplaces.
- Optimisation des achats et des coûts industriels grâce à des volumes plus importants.
- Lancement rapide des nouveaux produits déjà prêts sur le plan réglementaire.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

- Entreprise française positionnée sur le marché des produits de beauté et de soins accessibles, alliant qualité, innovation et fabrication française. Son offre se distingue par un excellent rapport qualité-prix et s'adresse à une clientèle large à travers un réseau de distribution diversifié : enseignes spécialisées réseau bio, pharmacies, parapharmacies, e-commerce et distributeurs internationaux.

- La société bénéficie d'une marque reconnue (plus de 15 ans), d'une forte légitimité sur son segment et d'un potentiel de développement important en France comme à l'international, grâce à une nouvelle identité de marque et une gamme entièrement modernisée.

- La marque existe depuis 15 ans et possède un fort historique commercial avec les enseignes distributrices. La marque à travers les centrales possèdent 1000 points de ventes physiques.

Concurrence

La marque évolue sur le segment des soins de beauté accessibles, entre les acteurs d'entrée de gamme et les marques plus valorisées de pharmacie ou de distribution spécialisée. Son positionnement repose sur un rapport qualité-prix attractif, une identité de marque modernisée et une distribution multicanaaux. Ce positionnement lui permet de toucher une clientèle large tout en conservant un potentiel de montée en gamme.

- La marque se situe entre deux marques françaises de cosmétiques biologiques populaires, avec une offre plus valorisée et plus

identitaire qu'une marque d'entrée de gamme, tout en restant sensiblement plus accessible que les principales marques de pharmacie.

Points forts

1- Une marque installée depuis plus de 15 ans :

Bénéficie d'une forte ancienneté sur le marché français. La marque est connue des distributeurs et des consommateurs et dispose d'une notoriété construite progressivement grâce à une présence durable en magasin.

2- Un réseau de distribution physique historique :

- Présence dans plus de 1 000 points de vente physiques en France, constituant un actif commercial difficile à reconstituer pour un nouvel entrant. La marque est distribuée au sein d'enseignes spécialisées, pharmacies, parapharmacies et réseaux de distribution sélectifs.

3- Un portefeuille de produits volontairement resserré :

Une gamme composée de 13 références commercialisées, permettant :

- Une excellente lisibilité pour les consommateurs,
- Une gestion simplifiée des stocks,
- Une rotation élevée des références,
- Une limitation des coûts de développement.

4- Un portefeuille réglementaire immédiatement exploitable :

- Environ une dizaine de produits déjà développés et réglementairement conformes, permettant un lancement rapide sans délai lié aux procédures réglementaires. Cet actif réduit le time-to-market pour le futur acquéreur.

5- Une identité de marque entièrement renouvelée :

- Après plus de 18 mois de développement, la marque bénéficie d'une nouvelle identité visuelle moderne, d'un nouveau packaging et d'un positionnement renforcé, offrant un important potentiel de relance commerciale en France et à l'international.

6- Une fabrication française maîtrisée :

- Production confiée à des partenaires industriels français reconnus, garantissant qualité, flexibilité et capacité d'accompagner la croissance sans investissement industriel.

7- Un potentiel de développement important :

La marque dispose de nombreux relais de croissance :

- Accélération à l'export,
- Développement en pharmacie et parapharmacie,
- Renforcement du e-commerce,
- Extension de la distribution auprès de nouvelles enseignes françaises et internationales.

Points faibles

Points de vigilance :

- La société reste contrainte par une trésorerie limitée, qui ne lui permet pas de financer seule l'ensemble des investissements nécessaires à l'accélération de son développement.

- Le niveau actuel de chiffre d'affaires, bien qu'en progression, demeure encore insuffisant pour absorber simultanément les besoins liés au renouvellement de la gamme, au marketing, au développement commercial et à l'international.

- L'entrée d'un partenaire financier ou industriel permettrait de sécuriser le besoin en fonds de roulement et d'accélérer la croissance de la marque.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Maladie / décès
Complément	Le dirigeant souhaite céder son entreprise en raison de problèmes de santé qui ne lui permettent plus de poursuivre cette aventure. La marque est aujourd'hui sur de bons rails ; il souhaite désormais transmettre le relais à un repreneur qui poursuivra son développement.
Prix de cession	650 k€
L'immobilier n'est pas compris dans la cession.	

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale ou fonds d'investissement
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	500 k€
Complément	Le projet s'adresse prioritairement à un acteur de la cosmétique ou de la beauté souhaitant accélérer son développement grâce à l'acquisition d'une marque reconnue, immédiatement exploitable et disposant d'un réseau de distribution établi. Les acquéreurs les plus pertinents : - Groupe de cosmétiques français ou européen souhaitant compléter son portefeuille de marques avec une offre accessible et bénéficiant d'une forte présence dans les circuits spécialisés. - Fabricant / façonnier : Cherchant à intégrer une marque reconnue afin de capter davantage de valeur, développer son activité commerciale et optimiser ses capacités industrielles. - Distributeur ou grossiste spécialisé : Désireux de développer une marque propre bénéficiant déjà d'un référencement historique dans plus de 1 000 points de vente. - Entrepreneur ou dirigeant du secteur : Souhaitant reprendre une entreprise opérationnelle disposant d'une marque installée, d'un portefeuille de produits maîtrisé et d'une organisation légère. Cette acquisition conviendra particulièrement à un repreneur capable d'apporter des moyens commerciaux et financiers afin d'accélérer une marque déjà implantée, disposant d'une base de distribution solide et d'un important potentiel de croissance.