

Régie publicitaire et édition

Annonce V92775 mise à jour le 14/10/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SARL
Ancienneté de la société	Plus de 10 ans
Localisation du siège	Hérault

Résumé général de l'activité

Société française de communication et d'édition spécialisée dans la conception, la commercialisation et la réalisation de supports d'information à destination d'acteurs institutionnels, associatifs et territoriaux.

L'entreprise intervient sur l'ensemble du territoire national et dispose d'un portefeuille historique de clients et partenaires, avec une part significative d'activités récurrentes et renouvelables.

Son modèle économique repose principalement sur la commercialisation d'espaces publicitaires auprès d'entreprises locales et nationales, permettant de financer la conception, la fabrication et la diffusion des supports édités.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	1100	1100	1 000	
Marge brute	1 100	1 100	1 000	
EBE	80	250	150	
Rés. Exp.	50	250	95	
Rés. Net	55	250	90	
Salariés	8	8	8	

Indications concernant les éléments chiffrés

La cession porte sur une société disposant d'un historique commercial, d'outils, de méthodes de prospection, de relations partenaires et d'un portefeuille d'affaires permettant une continuité immédiate de l'activité.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Société positionnée sur un marché de niche à l'intersection de la régie publicitaire, de l'édition et de la communication territoriale.

Elle conçoit et commercialise des supports d'information à forte dimension locale, financés principalement par la vente d'espaces publicitaires auprès d'une clientèle B2B.

L'entreprise bénéficie d'un positionnement différenciant, fondé sur des relations historiques avec des acteurs institutionnels, associatifs et territoriaux, ainsi que sur un portefeuille d'annonceurs locaux et nationaux.

Son activité est déployée sur plusieurs territoires en France, avec un modèle duplicable géographiquement, une forte composante commerciale et des besoins limités en investissements matériels.

Le marché est relativement fragmenté et offre plusieurs relais de croissance : développement de nouveaux territoires, augmentation du nombre de supports, digitalisation des publications, commercialisation d'offres print/digital combinées et développement de partenariats nationaux.

Concurrence

La société évolue sur un marché spécifique et relativement peu exposé à une concurrence frontale directe.

Les supports édités répondent à des besoins très ciblés d'information locale, d'accompagnement, de découverte du territoire et de mise en relation avec les acteurs économiques locaux. Ils s'inscrivent dans des environnements précis, construits autour de partenariats, de réseaux et de relations territoriales développés dans la durée.

La concurrence existe naturellement sur le marché global de la communication, de la publicité locale, des médias et de l'édition, mais elle intervient le plus souvent de manière indirecte. Les supports concurrents ne répondent généralement pas exactement au même usage, au même moment de vie du lecteur ni au même modèle de diffusion.

Le positionnement de la société repose ainsi sur plusieurs éléments différenciants : une spécialisation éditoriale, un ciblage précis des publics, une diffusion locale structurée, des partenariats établis et un modèle économique fondé sur la commercialisation publicitaire.

Cette spécificité crée une forme de barrière à l'entrée commerciale et relationnelle : reproduire un support comparable suppose non seulement de disposer du savoir-faire éditorial et commercial, mais également de reconstruire les réseaux locaux, les partenariats, les fichiers annonceurs et la légitimité acquise auprès des différents interlocuteurs.

La société ne se trouve donc pas dans une logique de confrontation directe permanente avec quelques concurrents identifiés. Elle occupe davantage une niche de marché différenciante, au sein de laquelle la concurrence est diffuse et provient surtout d'autres solutions de communication locale, digitale ou institutionnelle.

Ce positionnement constitue un atout pour un repreneur, qui bénéficie d'une activité déjà implantée sur son segment et d'un savoir-faire plus difficile à reproduire qu'une activité classique de vente d'espaces publicitaires.

Points forts

Activité de niche, peu exposée à une concurrence directe.

Activité installée depuis plus de dix ans.

Portefeuille clients et partenaires déjà constitué.

Forte ancienneté et savoir-faire éprouvé.

Modèle économique B2B récurrent.

Implantation sur plusieurs territoires en France.

Activité duplicable dans de nouvelles villes.

Faibles besoins en investissements matériels.

Structure immédiatement opérationnelle.

Synergies possibles avec une agence, un éditeur ou une régie publicitaire.

savoir-faire commercial et éditorial éprouvé.

Organisation permettant de gérer simultanément plusieurs opérations sur différents territoires.

Potentiel de développement important, notamment grâce au digital, à l'élargissement géographique et à de nouveaux supports.

Points faibles

Activité nécessitant une dynamique commerciale régulière.

Encaissements à piloter avec rigueur.

Une partie du chiffre d'affaires dépend du renouvellement des opérations.

Organisation encore perfectible sur certains outils de suivi et de digitalisation.

Potentiel de développement important, mais encore partiellement exploité.

Transmission à accompagner afin de sécuriser les relations avec les principaux partenaires.

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Changement d'activité du dirigeant
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	La société dispose d'un positionnement particulièrement adapté à un groupe de communication, une régie publicitaire, un éditeur, une agence média ou un entrepreneur souhaitant acquérir une activité B2B immédiatement opérationnelle et disposant d'un savoir-faire établi.