

Premium cosmetic brand

Annonce V46850 mise à jour le 25/09/2018

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	Marque
Localisation du siège	Sud Est de la France
Région	Confidentielle

Résumé général de l'activité

Créée il y a 7 ans, la marque bénéficie d'une forte identité.

14000 produits de la gamme phare et produits annexes vendus. Positionnement de niche.

Exportations effectuées en Chine, Émirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Russie et Suisse.

Marque déposée à l'INPI, propriétaire des formules.

Prochain renouvellement pour 4 ans des certifications pour la vente des produits en Chine.

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

Indications concernant les éléments chiffrés

Objet de la cession d'actif :

- La marque et noms des produits,
- Les formules,
- Les sites e-commerce.

Le lancement de la marque a fonctionné avec un petit investissement - avec un plus gros budget les chiffres peuvent décoller.

Accompagnement possible.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Produits de niche basés sur les ingrédients naturels (terroir et biotechnologie) positionnés haut de gamme.

Clientèle :

- distributeurs à l'international (contrats terminés) pour cliniques esthétiques, spas, parfumeries, salons de beauté,
- particuliers sur internet.

Concurrence

Concurrence sur la qualité des ingrédients : Deux marques suisses très haut de gamme.

Points forts

- Forte identité de la marque.
- Propriétés des formules, marque enregistrée à l'INPI.
- Deux produits phares : un produit spécifique anti-âge et un produit universel.
- Marque installée sur le marché international : documentation en français, anglais, chinois, arabe et russe.
- Fabrication des produits externalisée à un producteur certifié iso22716.
- Bonne marge.
- La vente des produits a été testée sur différents canaux de distribution au côté de marques célèbres avec des résultats très satisfaisants.
- Opportunité d'extension de la gamme avec produits techniques et / ou spa.
- Press book.

Points faibles

- Manque un flagship sur Paris.
- Force de vente.
- Résistance face à la concurrence lors de l'installation des produits dans un nouveau point de vente.
- Structurer la distribution à l'international.
- Communication.

Infos sur la cession

Profil recherché

Personne physique ou morale

Complément

- Élargir son portefeuille de marque / produits.
- Consolider de nouveaux marchés.
- Posséder un réseau de distribution.
- Bonne connaissance de la concurrence.