logo Fusacq

Annonce **V92011**

E-commerce d'équipement de piscine et de SPA

Postée le **07/08/2026**

Description générale

Fiche d'identité de la société

Type d'actif : Logiciel

Localisation du siège : Paris, Ile-de-France, France

Résumé général de l'activité

Boutique en ligne d'équipement de piscine et de SPA, développée sur mesure et en croissance continue depuis 2023 : 1,84 M€ de CA TTC en 2025, panier moyen d'environ 895 € et +5,8 % sur les sept premiers mois de 2026.

Cession d'actifs numériques, hors société.

Sont transférés : La plateforme e-commerce propriétaire (développée en interne, sans licence ni éditeur), les domaines et un écosystème de contenus d'environ 74 000 pages indexées qui génère à lui seul 60 000 € de marge annuelle sans publicité, la base clients, ainsi que les comptes publicitaires et de paiement (transférables avec leur ancienneté).

Deux briques rares sur le marché français : des configurateurs de produits fabriqués sur mesure (moteur de calcul de bassin, 26 formes modélisées) et un système de veille tarifaire avec repricing automatique encadré par une marge minimale garantie.

Exploitation légère : process de commande, SAV et suivi automatisés, structure d'un binôme repreneur + webmaster, moins de 10 k€ de charges annexes par an.

A propos de la cession

Raison principale de la cession : Changement d'activité du dirigeant

Compléments : Cession pour raisons personnelles, l'outil reste pleinement opérationnel.

Eléments chiffrés

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA				
Marge brute				
EBE				
Résultat exploitation				
Résultat net				
Nb. de personnes				

Position / concurrence

Positionnement par rapport au marché

Boutique en ligne spécialisée dans l'équipement de piscine et de spa, opérant sur le marché français. Pure player : aucun point de vente physique, aucune logistique propre - les commandes sont transmises aux fournisseurs pour expédition directe, ce qui maintient la structure de coûts au minimum. Le positionnement est celui de l'équipement, non de l'accessoire : le panier moyen s'établit à environ 895 € sur 2 061 commandes en 2025, pour un chiffre d'affaires de 1,54 M€ HT. La clientèle est majoritairement composée de particuliers propriétaires de bassin, en équipement initial comme en renouvellement. Le marché adressé s'appuie sur un parc installé important et un besoin récurrent - entretien, remplacement, mise aux normes de sécurité - qui rend la demande moins dépendante des seules constructions neuves de bassins. Deux éléments distinguent le site d'un catalogue de revente classique : - La commande en ligne de produits fabriqués aux dimensions du client (couvertures, bâches de sécurité, et à terme liners et volets roulants), avec chiffrage immédiat via un moteur de calcul de surface de bassin couvrant 26 formes cotées. Cette capacité est rare parmi les acteurs français du secteur et ouvre une longue traîne de requêtes

très qualifiées. - Un pilotage tarifaire automatisé : un système propriétaire relève les prix concurrents, rattache chaque page concurrente à la bonne référence du catalogue et ajuste le prix de vente dans des bornes de marge définies par produit, sans intervention humaine. - L'acquisition est diversifiée : environ 60 % des ventes proviennent de Google (publicité et référencement naturel), plus de 16 % des comparateurs de prix alimentés par flux automatiques, le reste se répartissant entre accès direct, Bing, places de marché et - de façon émergente mais déjà mesurable - les assistants conversationnels.

Concurrence

L'environnement concurrentiel se répartit en quatre familles, aux logiques distinctes : 1- Les pure players spécialisés piscine et spa : - Concurrents directs, présents sur les mêmes requêtes et les mêmes comparateurs. C'est sur eux que se joue l'essentiel de l'arbitrage tarifaire. 2- Les enseignes de magasins avec activité en ligne : - Elles disposent d'une notoriété et d'un réseau physique, mais leur offre en ligne est généralement moins profonde et leur agilité tarifaire plus faible. 3- Les généralistes du bricolage et de la maison et les grandes places de marché : - Fort trafic et forte pression sur les prix, mais absence de conseil spécialisé et incapacité structurelle à proposer du sur-mesure configurable. 4- Les fabricants en vente directe : - Concurrence ponctuelle, limitée à leur propre gamme. Position concurrentielle : Le site ne cherche pas à être le moins cher du marché, mais à ne jamais être décroché. Le système de veille tarifaire maintient en permanence le prix dans une fourchette encadrée par un plancher (marge minimale garantie) et un plafond (rester dans le marché), sur la base du meilleur prix concurrent relevé. Cette mécanique constitue la principale barrière défensive : la plupart des acteurs de cette taille pilotent leurs prix manuellement, sur quelques dizaines de références au mieux. Le second facteur de différenciation est le sur-mesure. Un concurrent souhaitant s'y positionner doit développer un moteur géométrique, un moteur de règles tarifaires par produit et par option et la persistance des simulations - soit trois à quatre ans de développement, sans garantie de résultat.

Points forts / faibles

Points forts

ACTIF TECHNOLOGIQUE PROPRIÉTAIRE :

- Plateforme développée intégralement en interne : 41 600 lignes de code, 101 tables,

163 actions routables, trois ans de développement continu et 2 592 commits tracés. Aucune licence, aucun abonnement de plateforme, aucune dépendance à un éditeur ni à sa feuille de route.
- Quatorze dépendances seulement, toutes de premier plan et maintenues.
- Services externes (paiement, recherche, e-mailing, supervision) branchés en périphérie et remplaçables un à un, avec des alternatives déjà câblées.

DEUX BRIQUES DIFFICILEMENT REPRODUCTIBLES :

- Configurateurs de produits sur mesure : moteur géométrique couvrant 26 formes de bassin cotées, moteur de règles par produit et par option, simulations horodatées et rattachables à une commande. Socle mutualisé : ajouter une famille de produits relève du paramétrage, pas du développement.
- Système de veille tarifaire et de repricing automatique, en production, avec son propre moteur de collecte - donc sans abonnement à un fournisseur de données tiers ni coût au relevé. L'équivalent en logiciel loué représente 6 000 à 10 000 € par an, hors historique de prix et hors périmètre de veille déjà constitué, qui ne s'achètent pas.

ACQUISITION ÉTABLIE ET DIVERSIFIÉE :

- Environ 74 000 pages indexées sur trois sites, qui ont généré 245 ventes, environ 200 k€ de chiffre d'affaires et 60 000 € de marge sans aucune dépense publicitaire entre janvier et juillet 2026. Résultat mesuré, non projeté.
- Catalogue diffusé automatiquement vers treize comparateurs et places de marché, au format attendu par chacun, y compris le sur-mesure éclaté sur les sept dimensions de bassin standard du marché.
- Aucun canal ne dépasse 60 % des ventes ; 40 % du volume provient d'autres sources que Google.

STRUCTURE D'EXPLOITATION LÉGÈRE :

- Aucun salarié : l'exploitation repose sur le dirigeant et un webmaster en prestation externe. Ni masse salariale, ni engagement social à reprendre.
- Moins de 10 k€ par an de charges annexes hors achats et publicité.
- Process automatisés de bout en bout : enregistrement des commandes, envoi fournisseur en un clic, suivi de livraison expédié automatiquement, espace SAV avec statuts et historique.

TRAJECTOIRE ET TRANSFÉRABILITÉ :

- Croissance de zéro à 1,54 M€ HT en trois exercices,et progression encore positive en 2026 malgré un pilotage volontairement réduit - ce qui démontre que la machine commerciale ne dépend pas d'une présence quotidienne.
- Comptes publicitaires, analytics et paiement transférables avec leur ancienneté et leur historique, y compris en cas de bascule vers une identité de marque entièrement nouvelle choisie par le repreneur.
- Contrats fournisseurs cessibles à tarifs garantis.

Points faibles

RENTABILITÉ :

- Le taux de marge s'est dégradé entre 2024 et 2025, alors même que le volume était multiplié par 2,4. La cause est identifiée : négociation des prix d'achat et arbitrage des prix de vente insuffisamment suivis sur la période.
Ce sont deux postes directement actionnables par un repreneur présent.
- L'activité reste dépendante d'un budget publicitaire significatif : une part majoritaire des ventes provient du trafic payant. Le référencement naturel compense partiellement mais ne porte pas encore la majorité du volume.

DÉPENDANCES :

- Google représente environ 60 % des ventes. La diversification est réelle mais incomplète et une évolution défavorable de cette plateforme aurait un effet immédiat.
- Les achats sont concentrés sur un petit nombre de fournisseurs. La continuité des marges dépend du maintien des conditions négociées.
- Homme-clé : la connaissance fine de la plateforme repose sur un seul webmaster. Il est disponible pour assurer la continuité après la cession, mais cette dépendance doit être traitée dans les modalités d'accompagnement.

SAISONNALITÉ :

- L'activité est fortement saisonnière : environ trois quarts du chiffre d'affaires annuel sont réalisés avant fin juillet. Cela impose une gestion rigoureuse de la trésorerie et du cycle d'achat et rend la performance sensible aux conditions météorologiques du printemps.

POTENTIEL NON ENCORE RÉALISÉ :

- Sur six familles de produits configurables, deux sont en production, deux en développement et deux à l'état de socle. Le potentiel du moteur de configuration n'est

donc exploité qu'en partie - c'est autant un point faible actuel qu'une réserve de croissance immédiate.
- Le canal e-mailing n'est pas exploité commercialement, alors que la base clients est constituée et que trois plateformes d'envoi sont déjà intégrées au code avec une trentaine de scénarios câblés.

CONTEXTE DE LA CESSION :

- La vente intervient dans un calendrier contraint, pour raisons personnelles.
- L'exploitation courante a été assurée a minima sur 2026, ce qui a entraîné des annulations de commandes et pèse sur la marge de l'exercice. En contrepartie, le prix demandé se situe nettement sous les références habituelles du secteur.

Complément d'information

Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **300 k€**

Compléments, spécificités

300 000 € HT, soit 2× la marge brute 2025 - sous les références du secteur.

Objectif : conclure en un mois.

Reprise possible sous une propre identité, sans perte d'ancienneté des comptes.

Dossier complet, chiffres et justificatifs accessibles après la signature d'un NDA.

Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale