

BUILD-UP

Alizé Group assemble une cible parisienne

Soutenu par UI Investissement depuis 2022, le fabricant et distributeur de puzzle lorrain générant environ 10 M€ de chiffre d'affaires, rachète La Puzzlerie, un site de e-commerce de 400 K€ revenus pour élargir son offre premium en ligne.

Par **Hanny DO**

Publié le 06 oct. 2025 09:42, mis à jour le 06 oct. 2025 18:27 | 423 mots



[Alizé Group](#) ajoute une nouvelle pièce à son jeu d'assemblage en s'offrant [La Puzzlerie](#). Émilie Huet, la fondatrice-actionnaire de ce site de vente en ligne souhaitait développer sa marque Marie-Chantal, créée en 2024 et qui nécessitait aujourd'hui des financements et de la logistique. À la suite d'une rencontre commerciale, l'entreprise lorraine qui fabrique et distribue des puzzles, rachète 100 % de titres du site de *e-commerce* ainsi que la licence exclusive de la marque créative, lui apportant 400 K€ de recettes additionnelles. Alizé Group finance ce *build-up* sur fonds propres pour une valorisation de la cible inférieure à 5 M€, a-t-on appris. Sortante du capital, Émilie Huet continue d'exercer ses fonctions en qualité de direction artistique pour assurer la production et la commercialisation de sa marque. Emmené par [Frédéric Metge](#), entré en 2023 via le rachat des titres du fondateur, Alizé compte également à son capital [UI Investissement](#) et le réseau de BA [Cryo](#) entrés à l'occasion d'un [OBO primaire](#) en 2022 et ayant réinvesti un an plus tard.

Élargir son offre premium



Frédéric Metge, Alizé Group

Basé à Behren-lès-Forbach, dans la Moselle, Alizé Group affichant une cinquantaine de collaborateurs, a développé depuis sa création en 2013 des activités B2B en ligne (puzzle.fr) ainsi que B2C (via 19 sites dont 5 en France), lui apportant environ 10 M€ de revenus. « Durant la pandémie de Covid-19, de nombreux foyers se sont tournés vers les puzzles. Cette dynamique, qui perdure, a entraîné une demande croissante, indique Frédéric Metge. Avec le rachat de La Puzzlerie, nous souhaitons mieux nous inscrire dans l'air du temps et ainsi développer notre groupe et son offre premium ». La marque Marie-Chantal qui se distingue par son esthétisme et ses messages décalés, s'adjoint à des quatre existantes du groupe (Alipson, Bluebird, Gafika et Pieces & Peace) pour attirer des consommateurs de tout âge. Cette acquisition contribue au développement d'Alizé Group qui ambitionne de porter sa production à plus d'un million de boîtes par an en 2026 contre 460 000 en 2024 et 750 000 en 2025. Pour ce faire, le groupe lorrain partenaire des magasins tels que Joué Club, Nature & Découvertes et la Fnac, a mobilisé un investissement supérieur à 400 K€ en début d'année pour l'achat de deux nouvelles imprimantes et d'une presse supplémentaire. Par ailleurs, implanté en Allemagne, en Belgique et au Royaume-Uni, il envisage de nouer des partenariats de distribution aux États-Unis.

LOISIRS ET JEUX