

FINANCE

RECORD BATTU POUR LE CAPITAL-RISQUE EN FRANCE

Les régions françaises acteurs du capital-investissement

Il n'y a pas qu'à Paris que le capital-investissement a le vent en poupe !

« *Le capital-investissement est un levier efficace pour accélérer la régénération du tissu économique français. Grâce aux entrepreneurs, politiques et gestionnaires de l'épargne longue française, nous avons à portée de main tous les ingrédients pour transformer et renforcer les entreprises françaises dans la concurrence mondiale et leur permettre de changer de taille : le capital "patient" ainsi que la qualité et la diversité de l'accompagnement des 285 guichets présents sur l'ensemble du territoire. Notre ambition est de doubler la taille du capital-investissement français*

d'ici 5 ans», indique Olivier Millet, nouveau président de l'Afic (Association française des investisseurs pour la croissance). Car il n'y a pas qu'à Paris que se font les plus beaux tours de table ! Dans les régions françaises, le capital-investissement joue un rôle important.

Une dynamique en marche

En Île-de-France, les montants cumulés investis par le capital-investissement s'élèvent à 4.366 M€ en 2015 (41.940 M€ entre 2006 et 2015), et 601 entreprises ont ainsi été soutenues par le capital-investissement. Le reste de l'Hexagone tente de suivre cette

dynamique. Ainsi, après l'Île-de-France, la région Auvergne/Rhône-Alpes concentre à elle seule 629 M€ investis par le capital-investissement en 2015, soit 5.745 M€ entre 2006 et 2015. Et 169 entreprises ont été soutenues. Parmi les moins actives, la région Centre (seulement 19 M€ investis), la Corse (20 M€ investis) et la Bourgogne Franche-Comté (49 M€ investis). Pour autant, Olivier Millet reste optimiste : « *Le capital-investissement français a plus de 30 ans d'existence, il a levé l'an dernier 10 Mds€ et investit autant dans plus de 1.600 start-up, PME et ETI. Au total, nous soutenons plus de 5.000 entreprises, lesquelles, avec l'effet de levier, présentent une valeur de 100 Mds€* », a-t-il récemment déclaré. De belles perspectives à venir !

Soumaya Messabih

1,8 M€

Dormir sur ses deux oreilles avec Tediber

Un matelas confort 100% made in France livré à la maison, telle est la promesse de Tediber. À la tête de cette start-up parisienne, Julien Sylvain, 30 ans (ESCP Europe, cofondateur de Lemon Curve, site de lingerie) et ses deux associés, Juan Pablo Naranjo, 35 ans (designer industriel Strate College et ingénieur) et Jean-Christophe Orthlieb, 34 ans (designer industriel Strate

College). Créée fin 2014, la jeune pousse propose une ligne de matelas haut de gamme vendue sur Internet. Avec sa livraison gratuite et ses 100 jours d'essai, elle a déjà séduit des milliers de

consommateurs, doublant ses ventes chaque mois. « *Sans intermédiaires et à un juste prix, nous proposons un modèle unique de très haute qualité, disponible en différentes tailles* », commente Julien Sylvain, qui s'est intéressé à ce marché suite à des expériences personnelles désagréables. « *Un parcours du combattant pour acheter un des produits les plus importants de notre vie puisque que nous y passons 1/3 de notre temps !* ». Ce concept a permis de lever 1,8 M€ auprès de 360 Capital Partners. « *360 Capital Partners a senti que nous tenions un excellent produit, notamment grâce aux très bons retours clients, et que nous avons les moyens de révolutionner*



ce marché endormi depuis des années... D'ailleurs, l'équipe de 360 Capital Partners dort maintenant sur des Tediber », s'enthousiasme le jeune entrepreneur. Désormais, Tediber souhaite asseoir sa position de leader sur le marché français avant d'envisager l'Europe.



Jean-Christophe Orthlieb, Julien Sylvain et Juan Pablo Naranjo, cofondateurs de Tediber



Iron Capital

«Les entrepreneurs ne se contentent plus de regarder le nombre de zéros sur le chèque»

Au-delà du financement, comment un fonds d'investissement accompagne son entrepreneur ?

Julien Foussard : *Au-delà d'un simple chèque, c'est cette expertise que nous mettons à disposition des entrepreneurs que nous soutenons à travers des outils éprouvés (plate-forme de paiement, CRM), des workshops spécifiques, un accès à notre plate-forme regroupant les meilleurs prestataires avec lesquels nous travaillons, notre réseau d'investisseurs et des supports pédagogiques. Notre rôle consiste aussi à animer cette communauté afin de favoriser les synergies entre tous ces projets. En échangeant entre eux, ces entrepreneurs trouvent chaque jour des solutions efficaces à leurs problèmes d'acquisition client, de*

recrutement, de recherche de financement, de logistique...

Quels conseils et aides sont prodigués au porteur de projet ? Avec quels objectifs ?

JF : *Un entrepreneur n'a guère le temps de faire de la théorie, il veut tester et développer son projet, quitte à se tromper. C'est dans cet état d'esprit qu'est né IronLab, qui aide les entrepreneurs à tester leur projet pour valider un marché, un prix des produits ou services mais aussi optimiser leur parcours de vente et leurs différents canaux d'acquisition. Toutes ces démarches ont donc un objectif clair : permettre à chaque PME d'optimiser les revenus provenant de son business d'abonnement.*

L'accompagnement est-il la clé pour rendre une entreprise profitable ?

JF : *Les entrepreneurs ne se contentent plus de regarder le nombre de zéros sur le chèque, ils se concentrent sur la recherche du fonds avec lequel le "feeling" sera le plus fort et qui sera capable d'accompagner leur croissance par des outils, des conseils ou l'accès à un réseau. Dans une récente interview au Washington Post, Tim Cook, le CEO d'Apple, déclare que le rôle d'un dirigeant n'est pas seulement d'écouter les conseils mais aussi de les solliciter. La compétition est rude. Les entrepreneurs qui savent profiter de l'expérience de ceux qui ont emprunté les mêmes chemins avant eux prennent un sérieux avantage.*



Julien Foussard, fondateur d'Iron Capital

3 M€

En scelle avec Equisense

Trois cavaliers qui se mettent en scelle... Une passion commune et une brillante idée poussent Benoît Blancher, 25 ans (IUT ingénieur mécanique et master entrepreneuriat HEC), et ses deux associés Camille Saute et Idriss Boumaza (écoles d'ingénieurs) à se lancer dans l'entrepreneuriat. En créant la start-up lilloise Equisense en 2015, le trio entend moderniser le monde de l'équitation. Grâce à un capteur de mouvement posé sous la sangle du



l'animal communique très peu. Or, le bien-être du cheval est à prendre en compte». La jeune pousse a déjà pré-vendu 1.500 capteurs grâce à Kickstarter, livrés depuis septembre. En se positionnant sur ce marché de niche, Equisense a réussi à lever 3 M€ auprès de BNP Paribas, Finorpa, NFA, BPI et du fonds lillois Neovia (également propriétaire de la marque Royal Horse). Cet acteur majeur de la nutrition et de la santé animale devrait jouer pour Equisense le rôle d'accélérateur de croissance, en l'accompagnant notamment dans son développement à l'international. Objectif ? Accélérer la R&D et renforcer l'équipe composée de 20 personnes.



Benoît Blancher, cofondateur d'Equisense

300 M€

Isabel Marant prend le large

La papesse du style, Isabel Marant, 49 ans (Studio Berçot), a conquis le marché de la mode française en quelques années. En 1989, à seulement 22 ans, elle a créé sa marque Tween. Et en 1995, la créatrice a lancé sa marque éponyme, rejointe en 2000 par sa griffe «Isabel Marant Étoile». Aujourd'hui, la marque parisienne compte 22 boutiques et distribue ses collections dans plus de 800 points de vente à travers le monde. La



Isabel Marant, créatrice

reine du décontracté chic a imposé sa vision de l'imparfaite parisienne dans le monde entier. L'année dernière, la marque a ainsi réalisé 150 M€ de CA, dont 80% à l'international. «*Tout en continuant notre développement, j'ai hâte de m'engager dans ces projets enthousiasmants pour notre maison. Pour accompagner mes ambitions et celles de l'ensemble des équipes, Montefiore Investment est le partenaire stratégique que nous recherchions*», commente la créatrice, fière de céder le contrôle de sa griffe au fonds qui entre au capital à hauteur de 51%. Objectif ? Pérenniser la forte présence à l'étranger, développer une ligne d'accessoires et ouvrir un site marchand d'ici un an. De quoi valoriser la marque plus de 300 M€ ?

