Date : 01/03/2014
Pays : FRANCE
Page(s) : 48-49
Diffusion : 8646
Périodicité : Mensuel
Surface : 169 %

Entreprendre

Levées de fonds

Les plus beaux tours de table d'entrepreneurs !

Le marché du *private equity* décolle. Les montants sont à la hausse.

3 M€ chez Truffle Capital

Neelogy fait tourner le compteur

L'effet Néel, vous connaissez ? Probablement pas, si vous n'êtes pas un spécialiste. Cette technologie brevetée repose sur l'utilisation d'un composite nanostructuré aux propriétés magnétiques et mécaniques exceptionnelles pour permettre de réaliser des mesures précises de courants électriques sans interrompre le circuit. Lionel Cima et Luc Lenglet ont créé Neelogy en 2006 pour développer et commercialiser leurs capteurs, répondant aux besoins liés au comptage de l'énergie pour la facturation, au stockage de l'énergie électrique et au Smart Grid. «*Ces applications sont presque toujours liées à un objectif d'amélioration de l'efficacité énergétique dans les systèmes électriques et nécessitent des moyens de mesure hautes performances faciles à mettre en œuvre*», souligne Lionel Cima, cofondateur et P-DG de l'entreprise. Un positionnement pointu qui a convaincu le gérant de FCPI Truffle Capital de verser une seconde tranche de 1,5 M€ à la start-up, portant à 3M€ son investissement initial dans la société.

Lionel Cima, P-DG de Neelogy

10 M€ chez Montefiore

L'institut BVA veut assurer sa croissance

Avec 65 M€ de CA et 300 collaborateurs dans le monde, le groupe BVA est spécialiste des études marketing et d'opinion dans la consommation, les services, l'opinion et la santé. En avril dernier, le fonds Montefiore Investment a pris une participation de 51% dans BVA pour un montant non dévoilé (estimation 10 M€), aux côtés des dirigeants et des principaux cadres. Pour Gérard Lopez, président du directoire de BVA : «*Ce partenariat avec Montefiore va permettre d'engager une nouvelle phase de développement, tant organique que par acquisitions, et ainsi confirmer notre position de premier acteur indépendant des études*». Cet investissement a été réalisé dans le cadre du fonds MI III, d'un montant de 180 M€.

Gérard Lopez, président du directoire de BVA

2 M€ chez CM-CIC Capital Privé

SteamOne à toute vapeur

David et Olivier Gabison, fabricants de prêt-à-porter, découvrent en 2010 aux États-Unis les défroisseurs vapeur. Après avoir adopté ce produit pour leurs besoins professionnels, ils décident de fonder SteamOne, pour le commercialiser à destination des professionnels (prêt-à-porter, luxe, hôtellerie) et du grand public. Si, depuis leur lancement, les grandes marques comme Rowenta et Philips se sont lancés sur le marché, SteamOne ambitionne la place de numéro un, avec un objectif de 100.000 pièces (environ 10 M€ de CA) et 35% de parts de marché en 2014. Pour l'atteindre, la start-up souhaite relocaliser la production en France et attaquer l'Europe, avec l'ouverture d'une filiale en Allemagne. Un business plan qui a séduit CM-CIC Capital Privé, investisseur à hauteur de 2 M€ dans l'entreprise.

Olivier Gabison, cofondateur de SteamOn

Tous droits de reproduction réservés

Date : 01/03/2014
Pays : FRANCE
Page(s) : 48-49
Diffusion : 8646
Périodicité : Mensuel
Surface : 169 %

Entreprendre

2,9 M€ chez Partech Venture

Alltricks fait la course en tête

Créé en 2008 par Gary Anssens, ancien champion de VTT, Alltricks est un site en ligne français de vente de vélos, pièces détachées et accessoires. Expert du secteur du vélo, Alltricks met à disposition des passionnés une équipe de 45 collaborateurs. Avec ses 6.000 m² d'entrepôt et son showroom situés en Île-de-France, Alltricks dispose de 150.000 produits en stock et livre à 120.000 clients sur toute l'Europe. Un positionnement qui a permis à la jeune start-up d'atteindre 20 M€ de CA en 2013. Pour poursuivre son développement, l'entreprise a eu besoin de moyens financiers supplémentaires. «*Nous connaissons une croissance continue. Il faut donc constamment investir dans les outils et processus pour accueillir plus de clients tout en augmentant la qualité du service*», explique Gary Anssens. Un argument qui a convaincu le fonds d'investissement Partech Venture. «*La réussite d'Alltricks démontre une fois de plus l'énorme place à prendre par les acteurs du commerce en ligne dans les marchés désertés ou mal servis par la distribution traditionnelle*», indique Jean-Marc Patouillaud, associé-gérant. Le fonds, partenaire d'Alltricks depuis le lancement, a donc investi 2,9 M€ supplémentaires début 2014, ce qui devrait permettre à l'entreprise d'accélérer son internationalisation, avec l'objectif d'atteindre 30 M€ de CA, dont 20% hors de France.

Gary Anssens, fondateur d'Alltricks

7 M€ chez 360 Capital Partners

Sojeans ne se serre pas la ceinture

Fondé mi-2011 par Sébastien Mejean et Raphaël Madar, le site de vente en ligne de vêtements spécialisés sur le jeans a bénéficié d'une première levée de fonds de 2 M€ de 360 Capital Partners. La start-up, composée d'une trentaine de collaborateurs, s'est rapidement positionnée à l'international où ses ventes représentent déjà près de 50% de son activité, et a connu une forte croissance, multipliant par 10 son CA sur 12 mois et réalisant 4 M€ pour sa première année d'activité. Forte d'un inventaire de 150 marques et de l'acquisition par croissance externe de son concurrent Jeanstory fin 2012, Sojeans est aujourd'hui leader européen sur son secteur. Elle a réalisé un second tour de table 18 mois après son lancement, pour un montant de 7 M€, avec la participation de son investisseur historique, 360 Capital Partners, mais aussi de Ventech et Entrepreneur Ventures. «*Nous nous sommes positionnés sur un vaste marché mal adressé en e-commerce, celui du jeanswear. Le marché du jeans représente à lui seul 14 Mds€ en Europe. Nous pénétrons ce secteur vertical sans concurrent direct proposant une telle largeur et profondeur dans l'offre*», explique Sébastien Mejean, président de Sojeans, qui va notamment se développer au Royaume-Uni et en Allemagne et améliorer l'expérience utilisateur sur son site, avec l'introduction de défilés en vidéo.

Raphaël Madar, DG de Sojeans

Sébastien Mejean, président de Sojeans

2 M€ chez Audacia

Jérôme Dreyfuss, maroquinier haut de gamme

Fondée en 2003, Jérôme Dreyfuss est une marque de mode haut de gamme spécialisée dans les sacs à main et la petite maroquinerie pour femme. La PME a récemment diversifié sa gamme de produits en créant une ligne de maroquinerie pour homme et de chaussures pour femme. Après une première levée de fonds réalisée en 2011, la maison s'est à nouveau tournée vers Audacia pour soutenir son développement, avec un apport de 2 M€ en fonds propres. Audacia lève des fonds auprès d'investisseurs privés pour financer les projets de croissance (externe ou organique) de PME en développement, souvent familiales et établies dans des marchés structurellement en croissance. L'entrepreneur peut racheter à terme le capital détenu par Audacia pour un coût attractif, et donc garder le contrôle de sa société. Distribuée dans plus de 300 points de vente dans le monde, la maison Jérôme Dreyfuss possède trois boutiques en propre à Paris et une à New York, et réalise 50% de son CA (11 M€) à l'export. Les fonds vont permettre à l'entreprise d'implanter de nouvelles boutiques en propre, notamment à Londres et à Séoul, d'ouvrir de nouveaux corners et d'étendre ses gammes de produits.

Tous droits de reproduction réservés