

Avec 100 millions d'euros en poche, Spendesk a les reins solides pour aborder les États-Unis

Spendesk annonce une série C à hauteur de 100 millions d'euros. Ce tour de table, mené par General Atlantic, doit permettre à la startup de conforter son assise en Europe tout en se consolidant aux États-Unis. Elle renforcera ses équipes commerciales et produit mais compte également tirer parti de l'accompagnement de son nouvel actionnaire.

Temps de lecture : minute

21 juillet 2021

Spendesk accélère malgré la crise. La startup, à l'origine d'une solution de gestion des dépenses opérationnelles en entreprise, a levé 100 millions d'euros auprès de General Atlantic, Index Ventures et Eight Roads Ventures. L'opération, la plus importante qu'elle a jamais enregistrée, vise à soutenir son déploiement à l'international sans abandonner le développement produit. Elle porte à 160 millions d'euros le total des fonds recueillis par la société, qui a été créée au sein du startup studio eFounders en 2016. "*La pandémie a renforcé la nécessité de dématérialiser. Les entreprises ont tout intérêt à décentraliser*", explique à Maddyness Rodolphe Ardant, co-fondateur et directeur général de l'entreprise, estimant que "*le marché est gigantesque mais reste naissant*". Spendesk espère se tailler la part du lion en Europe et aux États-Unis, en ciblant les entreprises de 30 à 1 000 salariés.

Un milliard d'euros de dépenses géré en 2021

La société parisienne, qui compte 300 salariés de 30 nationalités au sein de ses quatre bureaux de Paris, Berlin, Londres et San Francisco, s'est attachée à *"bâtir une plateforme tout-en-un"* depuis son dernier tour de table, annoncé en octobre 2020. *"Nous cherchons à automatiser le processus de gestion des dépenses opérationnelles des clients. Quel que soit le montant ou le mode de paiement, chaque transaction doit être prise en compte pour donner une visibilité sur chaque euro dépensé par les collaborateurs"*, pointe le dirigeant. Si l'activité générale s'est légèrement contractée, notamment du fait de la baisse de notes de frais pendant la pandémie de Covid-19, elle a résisté puisqu'une accélération a été observée sur l'équipement des collaborateurs à leur domicile. *"À l'activité économique normale, qui génère elle-même des dépenses, se sont aussi ajoutés l'abonnement à des logiciels en ligne ou des campagnes de marketing numérique"*, indique Rodolphe Ardant.

Spendesk estime que le flux de dépenses gérées par sa solution au premier semestre 2021 témoigne de sa bonne dynamique. *"Un milliard d'euros a transité par nos services sur les six derniers mois"*, assure son dirigeant, rappelant que l'entreprise compte 3000 clients – parmi lesquels figurent Doctolib, Deezer et Printemps. Elle aurait ainsi doublé sa base sur l'année écoulée. Et la dynamique se répercuterait directement sur son chiffre d'affaires. La startup ne communique pas ce dernier mais avance qu'il a, lui aussi, doublé sur un an. *"Le phénomène de consommation du business continue de prendre de l'ampleur. Dans les faits, le collaborateur engage davantage d'argent"*, juge Rodolphe Ardant, qui pointe le fait que sa solution s'adresse aux sociétés qui disposent d'un gestionnaire financier au moins.

Miser sur un nouvel actionnaire d'expérience

Pour tirer profit de ce "*potentiel d'accélération*" , Spendesk veut capitaliser sur le soutien de General Atlantic. Le fonds américain, qui a mené cette série C de 100 millions d'euros, a précédemment soutenu diverses scaleups françaises et internationales – comme Mano Mano, Doctolib, Backmarket ou Mollie. "*Une équipe de 100 professionnels est entièrement dédiée à l'accompagnement opérationnel. Le fonds est très actif dans les entreprises dans lesquelles il investit, des SaaS ou FinTech principalement*" , se réjouit Rodolphe Ardant, qui souhaite bénéficier de l'aide de General Atlantic pour "*passer à l'échelle*" . Spendesk a pour objectif d'optimiser sa stratégie *go-to-market* en ajustant sa tarification. Elle entend aussi en apprendre davantage en matière de fusion-acquisition, afin de réaliser de futures opérations de croissance externe. Des actions à plus court terme sont, cela dit, lancées.

La startup veut doubler ses effectifs d'ici à la fin 2022, pour passer à 600 salariés. 100 recrutements seront réalisés dès la fin 2021. "*On va étoffer les équipes commerciales et customer success, indique le dirigeant. L'innovation produit sera soutenue, pour répondre à l'ensemble des cas d'usage en entreprise, automatiser le processus en collectant la donnée métier et intégrer notre plateforme au sein des outils utilisés par l'ensemble des collaborateurs d'une société cliente.*" Alors que son lancement aux États-Unis en pleine pandémie a été mouvementé – la personne chargée de l'implantation n'a pas pu entrer sur le territoire américain – Spendesk se satisfait d'y avoir posé ses valises. "*Être présent à l'international est crucial pour s'imposer comme un standard. Se déployer dans l'Union européenne est facile, au niveau réglementaire. Nous sommes allés outre-Atlantique pour nous frotter à la culture et aux conditions de marché*" , affirme Rodolphe Ardant, selon qui "*l'investissement est raisonnable vis-à-vis des objectifs*" . La société doit encore s'y faire un nom : la plupart de ses clients sur place sont des

filiales d'entreprises européennes.

Article écrit par Arthur Le Denn