

Eutopia : un closing de 50 millions d'euros pour inventer la consommation de demain

Eutopia, spin-off d'Otium Brands, annonce un closing intermédiaire de 50 millions d'euros pour son fonds et un investissement de 6 millions d'euros dans Tiptoe et OrganicBasics.

Temps de lecture : minute

21 octobre 2019

Séparé du Family office de Pierre-Edouard Sternin -fondateur de Smartbox- depuis janvier 2019, Eutopia annonce avoir bouclé un closing intermédiaire de 50 millions d'euros (40 millions d'euros sur le fonds principal et 10 millions d'euros en co-investissement) pour aider les nouvelles marques qui bousculent les secteurs traditionnels de la consommation à émerger. " *Le constat sur lequel est bâtie notre thèse d'investissement c'est que l'on vit la fin d'un modèle, celui de la société de consommation des années 80-90, qui est aujourd'hui massivement rejeté. Pourtant, il y a toujours une économie à faire tourner, il faut donc moins consommer, mais mieux* " , explique Antoine Fine, partner d'Eutopia.



À lire aussi

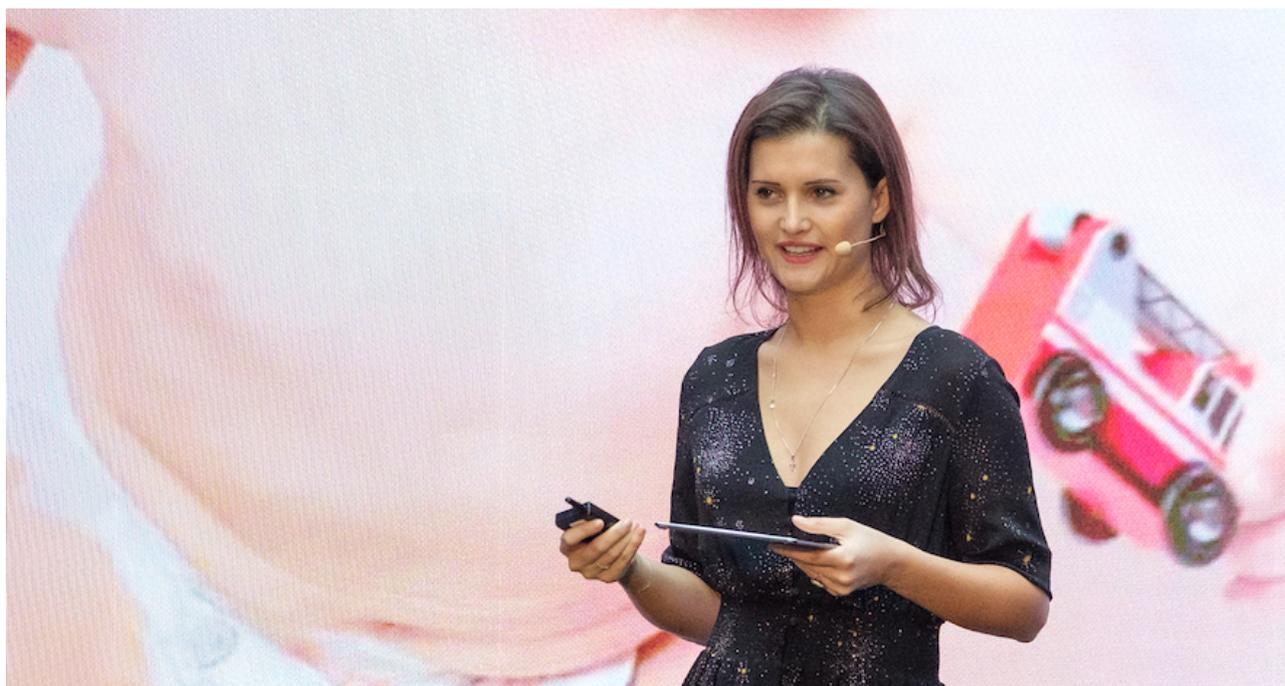
Eutopia boucle son closing final à 100 millions d'euros pour dénicher les marques d'avenir

Pour créer ce "*lieu du bon*" qui propulse de jeunes marques qui ont tout pour séduire les consommateurs et consommatrices, divers LPs ont mis au pot. Dont Pierre-Edouard Sternin, qui, malgré sa volonté de passer "*d'investisseur à philanthrope*" et de la "*logique de cession plus que de réinvestissement*" dans laquelle il se situe, a investi 10 millions d'euros, suivi par des corporates et d'autres family offices. Dans les mois à venir, Eutopia espère séduire deux "*gros institutionnels incontournables*" qui pourraient permettre au fonds de faire vrombir un véhicule d'investissement de 70 à 80 millions d'euros. L'objectif ? Investir en France (au minimum 60%), en Europe et aux États-Unis, des tickets compris entre 500 000 et 10 millions d'euros.

Vers un fonds evergreen ?

Le fonds II s'inscrit dans la continuité de la stratégie initiée avec Otium Brands. L'une des marques suivie par ce premier fonds, Oh my Cream !, est d'ailleurs passée chez Eutopia au cours d'un tour de table mené par

Experienced Capital annoncé récemment, Otium ayant " vendu ses parts à l'entrée d'Experienced capital ". Quant au reste des marques gérées par Otium Brands (14 au total) comme Laboté, Feed, ou encore Merci Handy, qui réalisent un chiffre d'affaire cumulé de 80 millions d'euros, elles sont désormais suivies par Eutopia. " On a un contrat de conseil en investissement sur le premier fonds et Otium nous délègue le suivi des participations " , explique Antoine Fine.



À lire aussi

Comment la tendance aux produits sains va révolutionner le capitalisme

Des marques qui accueillent dans la famille Eutopia deux nouvelles venues : Tiptoe, fondée en 2015 par Matthieu Bourgeaux et Vincent Quesada avec l'ambition de mettre fin au mobilier "jetable" et OrganicBasics, marque danoise de sous-vêtements et de "basiques" , comme son nom l'indique, fabriqués avec des matériaux biologiques, à faible impact et recyclés. Si Eutopia ne souhaite pas communiquer sur chaque levée individuellement, elle estime à " 10 millions d'euros " le montant investi dans Tiptoe, OrganicBasics et Oh my cream ! et vise non

pas " *la croissance éternelle, mais le gain de part de marchés avec une proposition de valeur plus intéressante que ce qui existe déjà.*" La différence de ce fonds early stage consumer ? "*nous n'avons pas de tech mais nous sommes bien au service de l'économie réelle*" , rappelle l'investisseur.

Un positionnement qui attire les marques qui préfèrent s'entourer de bons partenaires plutôt que de communiquer sur le montant de leur levée de fonds. Et si le fonds II n'en est qu'à ses balbutiements, Antoine Fine nourrit déjà de nombreux espoirs pour le fonds III qu'il rêve en "*fonds evergreen qui nous permettrait d'être sur un temps long. C'est nécessaire car nous ne sommes qu'en début de phase des changements de comportements des consommateurs*" .

Article écrit par Anais Richardin