

Swile lève 70 millions d'euros et se diversifie dans les titres cadeaux et mobilité

Lunchr, désormais renommée Swile, bénéficie du soutien sans faille d'Index Ventures et d'Idinvest, qui remettent au pot à l'occasion de ce quatrième tour de table en quatre ans.

Temps de lecture : minute

22 juin 2020

Les titres-restaurants, c'est fait ! L'appétit de Swile (ex-Lunchr) se porte désormais sur de nouveaux marchés, à commencer par les titres-cadeaux et mobilité, avant de s'aventurer d'ici quelques mois du côté des titres-vacances. Pour financer ces nouveaux horizons, la startup annonce ce mardi un tour de table de 70 millions d'euros, bouclé auprès de Index Ventures, Idinvest et Bpifrance. "*L'explosion des nouveaux modes de travail oblige les entreprises à se doter de solutions dématérialisées, et à réfléchir à des nouvelles façons de renforcer l'engagement et la cohésion des collaborateurs, où qu'ils se trouvent*" , analyse Martin Mignot, partner chez Index Ventures.

Ce nouveau tour de table, qui fait suite à trois précédentes opérations de 2,5 millions, 11 millions et 30 millions d'euros respectivement bouclées en 2017, 2018 et 2019, intervient alors que Swile a solidifié sa position sur le marché des titres-restaurants, deux ans et demi après son lancement rocambolesque. La carte embarquant les titres-restaurants développée par la startup a convaincu 8000 entreprises et bénéficie aujourd'hui à 210 000 employés et employées. "*Nous avons conquis 7% du marché en deux ans, ce qui montre qu'on a su adresser la totalité du marché - petits, moyens et grands comptes*, se réjouit Loïc Soubeyrand, fondateur de la

startup. *Si on continue sur cette dynamique, nous atteindrons bientôt le million d'employés bénéficiaires.*"

Une carte smart pour cumuler les avantages

L'heure est désormais à la diversification. *"Nous avons toujours eu vocation à gérer la totalité des avantages salariés, intégrés à une seule et unique carte"* , rappelle Loïc Soubeyrand. Les titres cadeaux seront embarqués dès la rentrée, les titres-mobilité d'ici la fin d'année.

"Contrairement aux titres-restaurants, on part déjà avec une base de 8000 clients qui peuvent être intéressés par ces nouvelles activités." La startup espère donc dépasser d'ici trois ans les 20% de parts de marché sur chacun de ces nouveaux segments. Et compte pour cela sur un effet boule de neige : plus le nombre de services intégrés sera important, plus le produit deviendra attractif pour des clients potentiels. Le changement de nom, annoncé début mars, permet également de sortir la startup de sa case "déjeuner" .

Parallèlement à ces nouveautés, Swile développe également une nouvelle solution dédiée à l'engagement collaborateur et la vie d'équipe. Celle-ci permet d'échanger entre collègues, d'organiser facilement des cagnottes ou encore de prévoir des rendez-vous d'équipe. Là encore, la startup capitalise sur l'attractivité de produits développés par d'autres entreprises (Leetchi ou Lydia, par exemple) mais les adapte aux spécificités de la vie en entreprise pour en démultiplier l'usage. *"Ce sont des solutions qui sont utilisés de façon récurrente entre amis mais qui n'ont pas été pensées pour un usage entre collègues, ce qui complexifie parfois le produit. Notre idée est de lutter contre l'hétérogénéité des solutions en centralisant les usages sur notre plateforme"* , vante Loïc Soubeyrand.

Objectif Brésil

Enfin, cette nouvelle opération financière servira également à financer la première phase d'internationalisation de Swile. Contrairement à nombre d'autres entreprises, qui choisissent Londres ou San Francisco, la startup se prépare à décoller pour... le Brésil. *"C'est le marché numéro 1 mondial du titre-restaurants, un marché cinq fois plus important que la France, où l'on pourra rapidement déployer également notre offre dédiée à l'engagement collaborateurs"* , prévoit le fondateur. Durant six mois, Swile va donc se concentrer sur l'ouverture d'un bureau sur place et sur le lancement de ce marché tentaculaire.

Après quoi, la startup compte bien élargir ses horizons, notamment grâce à sa nouvelle plateforme. *"Elle nous permettra d'aller dans des pays qui n'ont pas forcément de titres-restaurants, comme l'Allemagne, le Royaume-Uni ou les États-Unis, liste Loïc Soubeyrand. Seulement 33 pays dans le monde en disposent et ils sont principalement latins. Et même dans ces pays-là, cela concerne peu d'entreprises - 25% en France ! Notre objectif est donc de nous diversifier pour élargir notre marché."* 2021 devrait donc concrétiser à grande échelle les envies d'ailleurs de Swile.