

Que Font les Fonds ? Le portrait de Spring Invest

Dans le paysage foisonnant de l'investissement, les fonds se multiplient... et ne se ressemblent pas. Parce qu'une levée, ce n'est pas simplement encaisser de l'argent et une bonne occasion de communiquer, nous brosons le portrait des fonds pour aider les entrepreneurs à s'y retrouver et à choisir le bon investisseur. Au tour de Spring Invest.

Temps de lecture : minute

19 octobre 2020

Depuis 2020, Spring Invest déploie, doucement, mais sûrement, son premier fonds de 35 millions d'euros et réfléchit déjà au fonds successeur. Derniers investissements en date, [Dataïads](#) et [ouidrop](#), une startup bordelaise qui vend des robots de remise de colis automatisée, permettant d'améliorer l'expérience client, réduire les coûts pour les services types relais colis et de générer du chiffre d'affaires supplémentaire pour les drive.

Spring Invest a bâti sa thèse d'investissement autour du futur du commerce. Depuis son lancement, le fonds a investi dans huit startups. Maddyness a rencontré Laurent Foiry et Xavier Faure, les deux associés fondateurs de Spring Invest. Ils nous expliquent investir dans deux grandes familles de startups.

Spring Invest, une thèse constante et précise

La première famille, plutôt B2C, regroupe les nouveaux modèles de commerce : marketplaces, e-commerce, dnvb onvb, nouveaux modes de

consommation, circuit court, seconde main. Elle représente environ un tiers des investissements. Les deux tiers restants sont dédiés à des startups opérant en B2B, qui développent des outils pour des commerçants. « *La plupart du temps, il s'agit d'outils software qui vont permettre d'améliorer l'un des maillons de la chaîne de valeur : supply chain, relation client, paiement, data, outils marketing etc..* », précise Xavier Faure.

« *Un point intéressant, qui confirme les bénéfices de notre thèse d'investissement, est la très forte synergie entre ces deux familles. Les uns sont les clients des autres. Les startups de la première catégorie vont bien sûr utiliser des outils de sociétés établies, mais, par nature innovante, elles vont aussi être à l'affût des derniers outils* », partage Laurent Foiry. « *Dans l'autre sens, en discutant avec les startups des outils qu'elles aiment utiliser, on crée du dealflow* », ajoute-t-il.

Le fonds investit généralement en minoritaire des tickets entre 1 et 2 millions d'euros dans les premiers tours de financement, et peut monter jusqu'à 4 ou 5 millions sur les tours qui suivent. Le stade de maturité n'est pas précisément défini. « *Nous regardons des dossiers early comme plus matures. Nous recherchons avant tout un besoin de marché identifié et une capacité à apporter des prospects transformables* », explique Xavier Faure.

Une connaissance approfondie de l'écosystème du commerce

L'équipe revendique une excellente connaissance de son domaine d'expertise et un réseau élargi solide. « *Même si notre portefeuille est à ce jour sélectif, nous parlons à tout le monde ! Nous connaissons aussi bien les startups que les grands corporate du secteur. Nous connaissons leurs besoins et nous savons qui appeler* », souligne Laurent Foiry.

Cette connaissance de l'écosystème permet à Spring Invest de développer une méthode de sourcing inversée par rapport au capital-investissement classique. « *Nous partons du besoin client, d'un problème à résoudre chez un corporate, et nous allons trouver l'outil qui peut répondre à ce problème* », explique Xavier Faure. « *Cette démarche ne se limite pas à notre portefeuille, mais fonctionne pour l'ensemble de l'écosystème. Grâce à notre connaissance du marché, les corporates, qui pouvaient être au départ assez réticents, n'hésitent plus à nous parler de leurs problèmes, car ils ont tout à y gagner. C'est un cercle vertueux, avec l'écosystème startups, l'écosystème corporate, et au milieu, Spring Invest et son portefeuille* », détaille-t-il.

Craquer les points de douleur des chaînes de valeur

Cela permet aussi à Spring Invest d'investir sur la base d'analyses approfondies des chaînes de valeur. « *Nous regardons où va le marché, ses problématiques et les opportunités business qu'elles créent. Ensuite, nous sommes capables d'investir dans l'acteur qui nous paraît le mieux positionné* », partage Laurent Foiry.

C'est le cas de Cabaïa, l'une des premières participations, cédée cet été. En analysant les faiblesses du modèle "dnvb" (digital native vertical brand), et en validant le fait que l'e-commerce et le commerce physique sont des métiers bien distincts, Spring Invest a parié sur le modèle onvb (omnichannel native vertical brand) de Cabaïa. « *Ils ont compris très tôt qu'il fallait être omnicanal et ont connu une croissance extraordinaire* », commente Xavier Faure. Au moment de l'investissement en juillet 2020, Cabaïa faisait 3,5 millions de chiffre d'affaires. Trois ans plus tard, au moment de la revente, ils étaient à 60 millions. « *Au-delà de la forte croissance, nous avons aussi beaucoup travaillé sur les marges. Nous avons aidé la startup à passer le stade de la rentabilité et à y rester. Une*

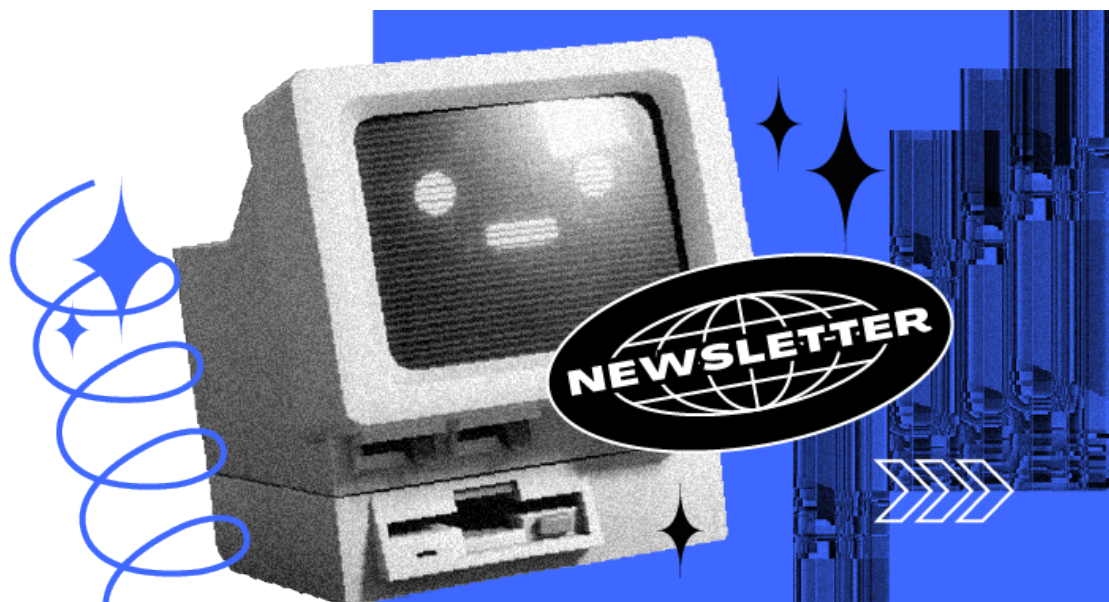
marque en forte croissance et rentable, ça ne court pas les rues dans le marché actuel, or une marque B2C n'a de valeur que si elle peut se développer de façon rentable », souligne Xavier Faure.

Idem sur la seconde main. « Nous avons vu de nombreuses initiatives sur ce créneau mais peu de modèles qui fonctionnent bien. Nous avons donc décidé d'investir dans Smala, qui se spécialise sur la petite enfance, un créneau qui offre de nombreux avantages, comme l'état des vêtements très peu portés et le faible nombre de retours », ajoute Laurent Foiry.



À lire aussi

E-commerce : Dataïads lève 5 millions d'euros pour renforcer sa technologie



MADDYMONEY

Recevez la newsletter mensuelle qui recense l'ensemble des levées de fonds réalisées par les startups françaises

Article écrit par Manon Triniac