

Un an après sa levée de fonds, Mansa vise le Royaume-Uni

Lever des fonds, c'est bien. Avoir des clients, c'est mieux. Un an après, où en sont les startups qui ont bouclé un tour de table ? Développement, recrutement, financement, Maddyness fait le bilan. Ali Rami, co-fondateur de Mansa avec Benjamin Cambier et Rémy Tinco , partage son expérience après avoir levé 2 millions d'euros.

Temps de lecture : minute

23 novembre 2020

Quelques mois seulement après le dépôt de ses statuts, la jeune pousse Mansa, qui développe une solution permettant aux indépendants d'accéder facilement au crédit, réalisait sa première levée de fonds auprès du fonds Founders Future détenu par Marc Menasé et de business angels bien connus comme Yannick Bolloré (PDG d'Havas), Guillaume Lestrade (co-fondateur de Meero et de Leeto) et Joan Burkovic (fondateur de Fintech Bankin). Ali Rami, l'un des co-fondateurs, répond aux questions de Maddyness sur les enseignements tirés de cette année écoulée depuis cette opération.

À quoi ont servi les fonds levés ?

Ali Rami : Nous en avons utilisé moins de la moitié jusqu'ici. Nous disposons donc d'une petite réserve. Environ 70% ont été utilisés pour développer la technologie et améliorer notre produit. Nous nous sommes focalisés sur l'expérience utilisateur car notre process est entièrement digitalisé, il n'y a pas besoin d'intervention humaine, pas de prise de rendez-vous ou de déplacement à prévoir. Nous avons beaucoup investi

pour que cette expérience soit fluide et simple. Nous avons aussi travaillé sur la partie branding et le design, et on continue toujours car nous voulons créer une véritable marque pour les indépendants. Nous avons peu investi sur la partie marketing car nous avons un coût d'acquisition très bas grâce à nos partenariats avec des plateformes. Un quart de la somme utilisée a été consacrée à la croissance et 5% aux frais juridiques (avocats) qui sont assez onéreux.

Qu'est-ce qui a changé depuis votre levée de fonds ?

Nous avons pu lancer notre produit en février 2020. Notre service est donc disponible depuis moins d'un an. Nous avons réalisé un très bon démarrage avec près de 3000 pré-demandes. Le Covid n'a pas vraiment accéléré les choses mais il a confirmé qu'il y avait un trou dans la raquette concernant le financement des indépendants. Depuis notre lancement, nous avons une croissance qui oscille entre 35 et 40% par mois. Au total, nous avons reçu plus de 20 000 demandes de crédit mais nous ne les avons pas toutes acceptées. Nous avons financé pour 1,5 millions d'euros de prêts.

Nous aurions sans doute dû aller un peu plus loin, jusqu'à 2 millions d'euros mais nous avons préféré rester prudents. Pour le moment, nous n'avons aucun intérêt à multiplier par quatre nos volumes, au contraire, nous voulons les maintenir à un niveau raisonnable. Nous sommes en train de faire la preuve de nos algorithmes auprès de nos investisseurs. Pour le moment, nous n'avons aucun taux de défaut. Nous avons seulement accepté de rééchelonner de 2 ou 3 mois la durée des prêts pour 5% de nos clients et ils nous ont bien remboursés.



À lire aussi

Ce qu'AlloVoisins a appris de sa levée de 3 millions d'euros

En moyenne, nous octroyons des crédits de 4 000 euros, dans 95% des cas pour des motifs professionnels, exceptionnellement pour des biens de consommation.

Nous avons commencé à nouer des partenariats mais tous n'ont pas abouti. Nous n'avons jamais développé celui avec Kapten car en réalité leurs travailleurs ne correspondent pas à la typologie de clients à laquelle nous nous adressons. Nous travaillons surtout avec des entités comme Meero, Comet, Crème de la Crème, Georges Tech ou encore Shine. Ce système nous permet de bénéficier de taux d'acquisition très bas car les clients sont présélectionnés, nous savons que ce sont de bons profils pour nous. De leur côté, ces plateformes offrent un service supplémentaire à leur communauté. Une trentaine de partenariats ont déjà été réalisés et

des discussions sont en cours avec Malt. C'est le dernier gros acteur qui nous manque.

Comment avez-vous appréhendé les relations avec les nouveaux investisseurs ?

Ça se passe très bien. Marc Menasé et Valentine Baudouin (de Founders Future) sont des investisseurs exceptionnels qui ont été là dans chacun des moments de l'entreprise, depuis le premier Powerpoint.

Si c'était à refaire, y a-t-il quelque chose que vous changeriez ?

Nous avons fait les bons choix jusqu'à présent. La data nous donne raison. J'espère que ça va continuer. Et je suis assez convaincu que ce n'est pas quand ça souffle qu'il faut changer de cap ! Il faut adopter une stratégie et s'y tenir.

Quels sont vos axes de développement ?

Parmi nos grands challenges nous avons la diversification de nos financements. Nous avons commencé à travailler avec Travelex mais nous ne pouvons pas être dépendant d'une seule source de financement. Cette année, nous avons également signé avec la Société Générale et nous possédons une cinquantaine d'investisseurs particuliers qui ont mis des tickets entre 20 000 et 100 000 euros. Ce sont des investisseurs professionnels. Et nous allons ouvrir la plateforme à des institutionnels pour étoffer encore nos sources de financement.

Notre second challenge sera de conserver notre croissance en visant petit à petit les 5 millions d'euros, tout en conservant un taux de défaut relativement faible. En grossissant, celui-ci va mécaniquement

augmenter, il faudra être prudent.

Nous allons également doubler notre équipe en recrutant une quinzaine de profils, principalement tech et growth en 2021. Nous prévoyons aussi un lancement au Royaume-Uni l'année prochaine puis en Allemagne en 2022. Le système est assez dérégulé dans ces deux pays et nous utiliserons la même stratégie qu'en France, à savoir multiplier les partenariats avec des plateformes. Ce qui nous permettra de limiter les investissements et d'avoir un taux d'acquisition assez bas.

Article écrit par Anne Taffin