

Spendesk amasse les millions pour créer des barrières à l'entrée dans le paiement

La machine est lancée et semble impossible à arrêter dans la FinTech. Après PayFit et Qonto, c'est au tour de Spendesk d'annoncer une levée de 100 millions d'euros qui porte sa valorisation à plus d'un milliard d'euros. Les effectifs devraient passer de 400 à 1 200 personnes d'ici deux ans.

L'actu

Les faits. Issue du startup studio eFounders, Spendesk, spécialisée dans la gestion du paiement dans les entreprises, annonce un nouveau tour de table de 100 millions d'euros. L'opération, menée par Tiger Global, et les investisseurs historiques de l'entreprise - General Atlantic, Eight Roads Ventures, Index Ventures et eFounders - lui permet d'obtenir le statut de licorne. Une annonce qui arrive quelques jours à peine après celles de deux autres FinTech, Payfit et Qonto, cette dernière pouvant être considérée comme une rivale directe.

Cette levée arrive tout juste 6 mois après la précédente, menée par General

Atlantic, dont l'ambition était de l'aider à se structurer pour tenter une percée en terre américaine. En 15 mois donc, c'est donc la troisième opération de ce type pour la startup qui avait complété sa série B avec une enveloppe de 18 millions d'euros en octobre 2020.

Le contexte

Les clients. Spendesk dispose aujourd'hui de 3500 clients en Europe – PME de 50 à 1000 salariés – dont Big Mamma, Murfy, l'Olivier Assurance, l'incubateur de startups lyonnais H7, etc. Sa solution de gestion des paiements s'adresse aux directeurs administratifs et financiers, aux contrôleurs financiers, aux trésoriers, aux comptables, etc..

À lire aussi

Spendesk tâte le marché américain avant d'y tenter une percée

Les opportunités de marché. « *Nous nous concentrons sur l'Europe pour le moment. Nous avons déjà réussi à toucher 3 500 entreprises en peu de temps mais c'est encore très peu par rapport au marché cible que nous avons en Europe. Nos trois marchés stratégiques – France, Allemagne, Royaume-Uni – comptent plus d'un million d'entreprises à adresser* » , tempère ainsi Rodolphe Ardant, CEO et cofondateur de l'entreprise.

Spendesk dispose d'ailleurs d'implantations dans 4 pays avec des bureaux à Paris, Berlin et Hambourg, Londres et une petite cellule à San Francisco. Freinée dans son expansion américaine par la pandémie, Spendesk étudie actuellement « *la culture américaine* » pour comprendre les besoins de ses futurs clients sur place. La pandémie ne l'a néanmoins pas freinée dans sa croissance. La startup indique avoir « *plus que doublé son chiffre d'affaires* » et avoir géré « *plus de 3 milliards d'euros de dépenses* » via sa plateforme en 2021.

À quoi va servir l'argent ?

Avec cette nouvelle enveloppe, Spendesk compte tripler ses effectifs – actuellement de 400 salariés – d'ici 2 ans. Ainsi, 300 recrutements sont prévus

cette année afin de mener à 700 le nombre de salariés de l'entreprise. Et les 100 millions d'euros récoltés ne seront pas superflus car l'entreprise scrute et débauche des profils très qualifiés depuis quelque temps. Afin de « *structurer son leadership* », les fondateurs ont recruté Joseph Smith (ex-Dixa, Qubit et Hootsuite) comme *chief revenue officer* (CRO); James Colgan (ex-Slack) qui est devenu leur *chief product officer* et Erin Reiger Zas (ex-Uber, Red Hat) qui a pris la direction *people*.

À l'occasion de cette levée de fonds, Rodolphe Ardant, CEO et cofondateur de la startup avec Jordane Guily et Guilhem Bellion, a répondu à trois questions de *Maddyness*.

Vous avez déjà levé 100 millions d'euros en juillet 2021, il s'agit de la troisième en moins de 15 mois. Est-ce que vous êtes dans une course au financement ?

En effet, nous avons fait notre série C de 100 millions d'euros en juillet 2021 avec General Atlantic, qui était prévue dans notre stratégie de développement. Après celle-ci, nous avons été très sollicités par des fonds qui ont essayé de rentrer à notre capital. Le tour que nous venons de réaliser n'était pas sollicité. Nous avons beaucoup hésité car nous ne sommes pas dans une logique de course à la plus grosse valorisation.

À lire aussi

[Les 25 licornes françaises racontées en quatre graphiques](#)

Aujourd'hui, nous sommes dans un marché naissant, ce qui est une chance car l'essentiel du marché n'est pas adressé. Nous avons 3500 clients aujourd'hui mais notre marché stratégique européen comprend plus d'un million d'entreprises. Mais d'autres acteurs vont intervenir sur le même marché, pour résoudre le même problème, et certains vont être très bien financés. Nous sommes dans un marché gigantesque et nous avons l'ambition de devenir un leader mondial. Plus nous nous renforçons au niveau du bilan, plus nous prenons de l'avance pour prendre cette position. Ce n'est pas une course financière, nous cherchons plutôt à nous mettre en position de leader en saisissant toutes les opportunités capitalistiques.

Vous disposez d'un bureau à San Francisco. Les Etats-Unis ont souvent un temps d'avance sur l'Europe en termes de technologie. Est-ce que vous voyez ce pays comme un laboratoire d'innovations également ?

Dans la FinTech, les Etats-Unis ne sont pas en avance par rapport à nous. Leur infrastructure bancaire est bien plus compliquée qu'en Europe. Sur ce point, nous avons des usages qui sont déjà beaucoup plus répandus qu'aux Etats-Unis. Là-bas, une partie des paiements en B2B est encore réalisée par chèque alors que nous utilisons les virements SEPA depuis plusieurs années en Europe. Par contre, en termes d'outillage, de culture, de process opérationnel, les entreprises américaines sont bien plus digitalisées que les sociétés européennes.

L'équipe présente à San Francisco est là pour comprendre la différence de culture de dépenses au travail. La culture américaine est une société de crédit alors que l'Europe fonctionne sur le débit. Nous étudions comment cela se traduit dans les problématiques rencontrées au quotidien par les équipes opérationnelles et financières. L'objectif étant de comprendre comment nous devons adapter notre produit à leurs besoins et leurs manières de fonctionner.

Vous possédez déjà des clients dans 40 pays et 5 bureaux à l'étranger. De nouvelles expansions sont-elles à prévoir ?

Nous allons continuer d'accélérer sur nos marchés stratégiques. Nous avons des clients partout en Europe mais nous ne nous focalisons que sur trois grands marchés. Nous allons continuer à répondre à la demande et, progressivement, quand nous aurons bien pénétré nos marchés stratégiques, nous nous ouvrirons à d'autres marchés.

Nous voyons nos bureaux comme une manière de recruter les bonnes personnes au bon endroit. Nous disposons d'un bureau à Berlin et nous venons d'en ouvrir un à Hambourg car nous savons qu'il y a des sources de talents là bas. Nous réfléchissons à nos espaces en fonction d'où se trouvent nos talents et une fois qu'ils sont installés, nous créons des forums pour qu'ils puissent se rencontrer et travailler ensemble plutôt que séparément. Par exemple, nous venons de leur ouvrir un espace dans un coworking à Lyon car nous avons noté qu'une quinzaine de nos collaborateurs y travaillaient.

À lire aussi

[Open banking, environnement... 6 FinTech à suivre de près](#)

Article écrit par ANNE TAFFIN