

Yomoni boucle son 4ème tour de table à hauteur de 25 millions d'euros

Après avoir réuni 6 millions d'euros en 2020, la plateforme de gestion d'épargne Yomoni réalise un nouveau tour de table conséquent. L'objectif : gagner en notoriété afin de cibler « tous les Français capables d'épargner sur du long terme » et devenir une véritable alternative aux banques.

Yomoni vient de réaliser sa 4ème levée de fonds. La plateforme de gestion d'épargne, créée en 2015, avait déjà convaincu le Crédit Mutuel Arkéa et les fondateurs de la Financière de l'Echiquier. Après deux premiers tours de table, dont elle ne précise pas le montant, la société avait réussi à réunir 6 millions d'euros en 2020 pour recruter et étoffer son offre, avec notamment le plan épargne retraite. Cette fois, ses investisseurs historiques sont rejoints par la société de gestion Amboise Partners. Grâce à ce tour de table, l'entreprise parisienne de 67 salariés a pu lever 25 millions d'euros.

100 recrutements d'ici un an et demi

« *L'objectif est d'améliorer notre notoriété pour*

impulser un vrai changement de paradigme », souligne Sébastien d'Ornano, le fondateur, qui souhaite également recruter 100 personnes d'ici un an à un an demi.

Pour créer sa plateforme, le dirigeant s'est inspiré du modèle anglo-saxons. « *En Angleterre et aux Etats-Unis, les gens ont une "banque du quotidien", qui héberge leurs comptes et souvent un gestionnaire d'épargne en parallèle. En France, la banque prétend qu'elle peut tout faire. Nous, on souhaite que tous les Français aient une alternative pour gérer leur épargne* ». Pour se faire une place sur le marché, Yomoni propose donc des frais « *deux à trois fois moins élevés et un accompagnement personnalisé, grâce à des experts en épargne* ».

« *Si nous arrivons à être connu par un Français sur 3 ou sur 4, nous aurons déjà fait un grand pas* », estime Sébastien d'Ornano. En parallèle, la société souhaite enrichir sa plateforme grâce à des offres attractives, un « *haut niveau de qualité de service* » et permettre à ses clients d'avoir le portefeuille le plus diversifié possible. « *Aujourd'hui, nous leur permettons d'investir dans des entreprises cotées. Mais demain, l'idée est de proposer des investissements dans l'immobilier et dans des sociétés non cotées* ».

« 40 % de la population aurait les moyens d'avoir une épargne sur du long terme »

Avec son produit, Yomoni cible « *tous les Français, capables d'épargner sur du long terme* ». Au total, « *40 % de la population aurait les moyens d'avoir des placements d'une durée de 3 à 10 ans* », assure le dirigeant. Aujourd'hui, l'entreprise séduit principalement des trentenaires CSP+ et des quinquagénaires, parfois déçus des services financiers de leur banque.

Et elle connaît une croissance d'environ « *50 % par an* ». Notamment parce que, dans un contexte d'incertitude vis-à-vis du versement des pensions de retraite, les Français ont tendance à davantage épargner. « *La jeune génération considère également de plus en plus que les acteurs bancaires traditionnels ont des systèmes opaques et sont souvent tournés vers la vente*

de produits annexes », poursuit Sébastien d'Ornano. Pour autant, le marché Français reste complexe.

« À la fois, les Français n'aiment pas leur banque mais ils ne la quittent pas », résume le dirigeant.

Article écrit par JEROMINE DOUX