

La banque en ligne manager.one se voit encore là dans un siècle

Sept ans après son lancement, la banque professionnelle manager.one assure être rentable. Elle affiche de grandes ambitions. Rencontre avec Adrien Touati, son cofondateur.

Temps de lecture : minute

3 novembre 2023

Créé en 2016 par un entrepreneur qui ne connaissait pas le secteur bancaire, manager.one est une banque en ligne à destination des professionnels qui place l'innovation au cœur de ses actions. 7 ans plus tard, l'entreprise affiche une croissance de plus de 100 % sur la période 2022-2023 et projette de renouveler ces chiffres pour 2023-2024, tout en ayant passé le seuil de la rentabilité en 2021. La plus belle ambition pour Adrien Touati, son cofondateur, est de s'inscrire dans la durée avec l'objectif de survivre plus d'un siècle comme l'ont fait les banques historiques d'aujourd'hui.

Adrien Touati n'en est pas à son premier rodéo. Après avoir dirigé un groupe dans la transformation digitale et avoir revendu son entreprise précédente au groupe Prisma Media, l'entrepreneur a commencé par faire le bilan de toutes ses aventures précédentes avant d'en choisir une nouvelle. *« Le point de départ systématique quand tu démarres une entreprise, c'est la création d'un compte bancaire pour faire le dépôt de capital pour obtenir une attestation pour se faire immatriculer au greffe. Et quand j'ai fait le bilan de chacune de mes aventures entrepreneuriales, je me suis rappelé combien cette étape était longue et pénible. »*

manager.one ne se pose pas en concurrent frontal de Qonto ou Shine

Fort de ce constat, Adrien Touati va commencer à imaginer un acteur à destination des professionnels qui permettrait la création simple et rapide d'un compte. Il se tourne alors vers sa banque de l'époque, BNP Paribas, pour leur proposer de créer ensemble un produit simple avec une bonne expérience utilisateur et une bonne ergonomie. Il ira également voir du côté de HSBC. Les deux banques semblent trouver l'idée intéressante, mais les prises de décisions patinent. L'entrepreneur va donc se tourner vers les banques familiales et indépendantes. C'est là qu'il rencontre la banque Wormser Frères. Manager.one était né.

Si Adrien Touati ne connaissait pas le secteur bancaire, il va devoir vite monter en compétence. *« Les premiers clients d'une banque, ce sont les escrocs et les fraudeurs, explique-t-il. Ils viennent tester vos services pour voir s'il n'y a pas de failles. Quand vous créez une banque en ligne, au démarrage, ce n'est QUE des ennuis. »*

Le temps passe et manager.one arrive pourtant à s'installer comme une banque secondaire pour de nombreuses entreprises jusqu'à gérer aujourd'hui 1 million de transactions par an avec 12 milliards d'euros de volume de transactions réalisées à date. *« On a un positionnement plus haut de gamme que le reste du marché. On ne veut pas être en frontal avec des acteurs types Qonto ou Shine qui vont amasser une quantité phénoménale d'auto-entrepreneurs et de petits comptes. Cela ne nous intéresse pas de nous battre sur cette typologie de clients qui ne sont pas rentables. On a fait le choix de servir des PME un peu plus grosses, des ETI, voire du SBF 120. On ne veut pas remplacer les banques traditionnelles sur ce qu'elles font très bien comme l'accompagnement et le crédit. Par contre, on est clairement meilleur sur l'expérience utilisateur. Je pense que l'on est l'une des meilleures cartes de paiements*

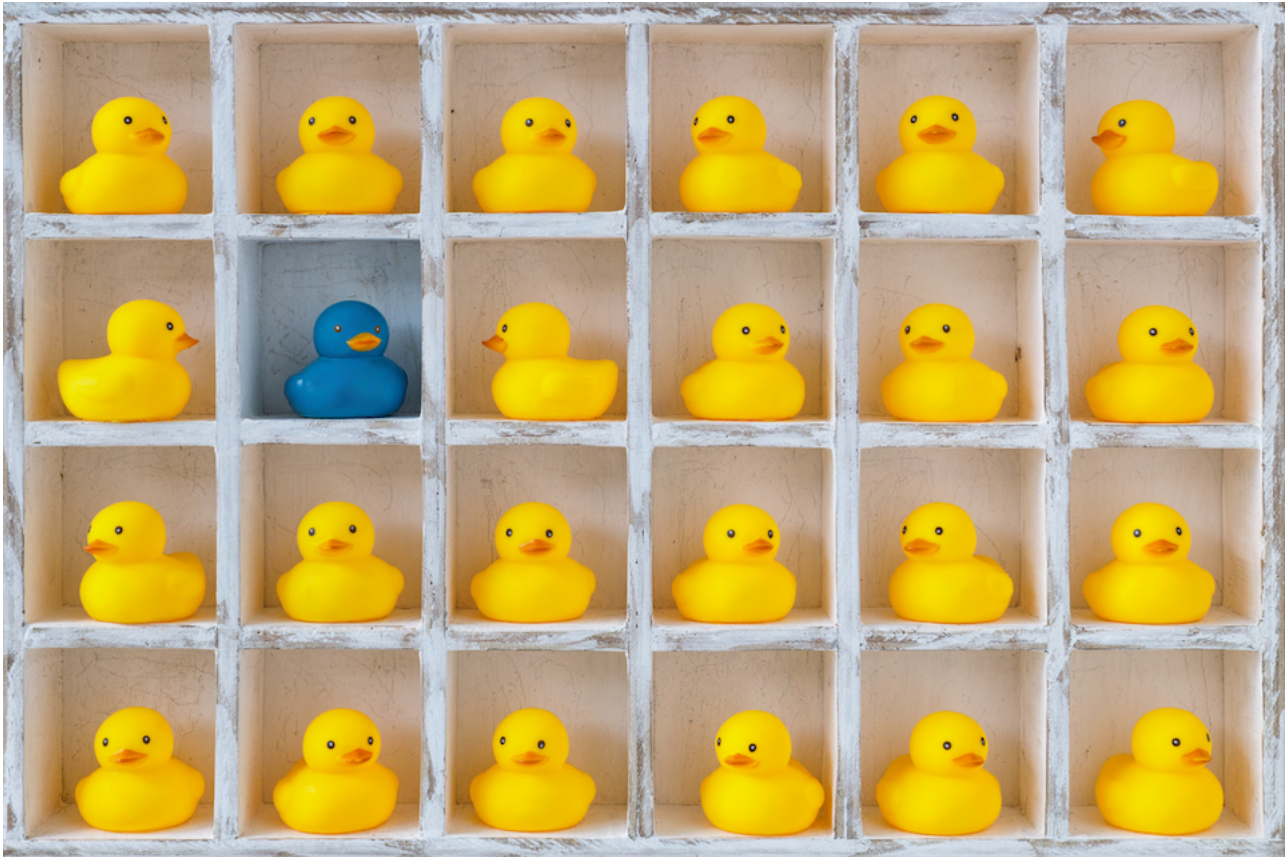
sur le marché aujourd'hui avec plus de 50 paramètres pour ceux qui doivent par exemple gérer une flotte de collaborateurs, avec la gestion des remboursements, des justificatifs, etc. »

manager.one souhaite continuer à simplifier l'expérience utilisateur en annonçant son ambition de lancer 20 nouvelles innovations d'ici à 2026.

Créer une banque centenaire

Adrien Touati a connu l'expérience de la revente lors de sa précédente aventure et il ne semble pas pressé de la renouveler. « On a déjà eu des propositions de rachat, les montants étaient magnifiques mais on les a toutes refusées jusqu'à présent. On n'a pas fait le tour de l'aventure. Si on cède une partie ou tout du capital un jour, ce sera pour aller encore plus loin et plus vite avec un partenaire... mais je n'ai pas cette problématique de vouloir vendre à tout prix. On a une voie qui est saine, qui gagne de l'argent... dans ce milieu et dans notre environnement, ça n'existe quasiment pas. »

Pour lui, la confiance est une valeur qui va s'inscrire dans le temps et l'entrepreneur se voit déjà suivre le modèle des banques centenaires. « On espère être encore là dans 100 ans. Quand on regarde certains entrepreneurs de la nouvelle génération, on a l'impression qu'ils sont là pour faire un coup, pour revendre et gagner beaucoup d'argent. Mais qu'ils regardent autour d'eux... toutes les belles boîtes ont plus de 10, 15 ou 20 ans. Si vous voulez créer une belle boîte, il faut s'inscrire dans le temps. Cela n'existe pas des boîtes magnifiques qui ont six mois ou un an. Le temps sera le meilleur arbitre. »



À lire aussi
Banques en ligne et néo-banques, quelles différences ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Valentin Pringuay