Que Font Les Fonds ? Le portrait d’Experienced Capital

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 brossons le portrait des fonds pour aider les entrepreneurs à s'y retrouver et à choisir le bon investisseur. Au tour de d’Experienced Capital.

Temps de lecture : minute

---

22 avril 2024

Unique en son genre, Experienced Capital est fonds d’investissement dédié, non pas aux startups, mais aux marques premium de tous les secteurs de la consommation. Après un premier fonds de 78 millions d’euros, la société termine le déploiement de son second fonds de 96 millions, et prévoit déjà d’en lever un troisième.

Depuis sa création en 2016, Experienced Capital a réalisé 14 investissements, parmi lesquels Balibaris, Bam Karoke, Oh My Cream! ou encore le Slip Français. Maddyness a rencontré Amélie Gosselin-Furno, associée chez Experienced Capital et Emmanuel Pradère, président et co-fondateur.

Accompagner les évolutions des modes de consommation

Experienced Capital a été créé en 2016 à partir d’un constat simple : la consommation change et va continuer à changer. *« Ces évolutions sont poussées par trois tendances : la digitalisation, des modes de*

consommation de plus en plus communautaires et l'importance accordée à la durabilité des marques », partage Emmanuel Pradère. Et il semble que ces dernières années aient donné raison au fonds.

Ce dernier investit en capital croissance dans des marques qui bousculent les codes dans tous les secteurs de la consommation (beauté et bien-être, loisirs, food, tourisme, mode et accessoires, mobilité, produits et services pour animaux de compagnie, produits et services pour enfants, maison/ameublement, consumer healthcare). S'il investit principalement dans des marques françaises, il regarde aussi de près les marques des pays nordiques. Il a ainsi investi dans la marque de cosmétiques suédoise L:A Brucket et dans les cuisines danoises Reform. *« Les marques des pays nordiques répondent bien aux trois tendances que nous avons identifiées* », commente Emmanuel Pradère.

Experienced Capital aime en particulier les marques digitales, mais les gérants précisent qu'une marque digitale n'est pas synonyme de DNVB (Digital Native Vertical Brand). Experienced Capital a, par exemple investi dans Bam Karaoke ou dans les salles de sport Monday (Dynamo, Punch,etc), des consommations 100% physiques, mais des marques qui, elles, sont très digitales, dans leur interface ou dans la manière d'interagir avec leurs communautés.

Le fonds tire son nom d'une volonté de mettre en place un accompagnement très opérationnel auprès de ses participations. *« Nous savons qu'il est complexe pour les marques d'opérer les changements nécessaires, nous avons donc souhaité leur apporter notre savoir-faire de manière très concrète* », partage Emmanuel Pradère. Le cofondateur a plus de 30 ans d'expérience dans le secteur de la consommation et a créé le fonds avec deux autres associés rencontrés lors de son passage dans le groupe SMCP (Sandro, Maje, Claudie Pierlot).

Structurer des marques premium

C’est sur ce pilier du partage d’expérience que repose la thèse d’investissement, ainsi que sur un autre pilier, le choix du premium. *« Nous connaissons bien le client premium et nous voulons l’accompagner dans tous ses domaines de consommation »*, commente Amélie Gosselin-Furno. Si l’univers de la consommation peut parfois être perçu comme un secteur où la casse est fréquente, le premium présente pour la société de gestion, l’intérêt d’adresser des clients au pouvoir d’achat résilient, assurant ainsi des marges intéressantes même dans les contextes économiques les plus compliqués.

Experienced Capital porte aussi une importante attention aux politiques RSE de ses participations. *« Aujourd’hui, nous pensons que le potentiel d’une marque ne peut plus être dissocié de son caractère durable »*, commente Amélie Gosselin-Furno, qui ajoute que le fonds a récemment été certifié Bcorp.

Experienced Capital investit des tickets allant de 8 à 20 millions d’euros pour des prises de participation minoritaires significatives ou majoritaires. Son objectif est d’accompagner les marques pour les faire passer de 5 à 50 millions de chiffre d’affaires. *« Nous cherchons à faire émerger des marques qui seront les gagnants de demain »,* souligne Emmanuel Pradère. Le fonds entre donc au capital de marques déjà rentables et les aide dans la phase de structuration, notamment en mettant en place des outils, des process, en recrutant le comité de direction ou encore en amorçant le passage à l’international. *« Nous leur offrons un savoir-faire d’experts qui va leur permettre d’éviter certains écueils et d’être beaucoup plus structurées et résilientes que d’autres marques de taille similaire »*, indique Amélie Gosselin-Furno.

Experienced Capital, a déjà réalisé deux sorties avec Jimmy Fairly et Sœur, tous deux cédés à des fonds de LBO. *« Pour ces deux marques,*

nous avons fait un multiple de six, ce qui illustre les belles histoires qu'il est possible de voir dans le secteur de la consommation », confie Emmanuel Pradère.

À lire aussi

"Laura m'a dit" : rencontre avec Guillaume Gibault ou l'empire du sous vêtement Made in France

MADDYNEWS

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

JE M’INSCRIS

Article écrit par Manon Triniac