

Pourquoi j'ai décidé de vendre une startup en pleine croissance

Jacques Lavie est le fondateur de BnbLord, société de conciergerie pour les locations saisonnières qui a connu une très forte croissance. En 2019, BnbLord, qui affiche une croissance à deux chiffres, est rachetée par le groupe GuestReady. Jacques Lavie revient sur cette décision.

Temps de lecture : minute

15 décembre 2019

TL;DR

- Jacques fonde BnbLord à l'âge de 24 ans alors qu'il était en études supérieures.
- BnbLord a lancé ses services dans 7 villes en même temps ainsi qu'à l'international.
- Alors que BnbLord revendique une croissance à deux chiffres, Jacques Lavie décide de vendre sa startup.
- En avril 2019, GuestReady rachète son concurrent BnbLord et devient le leader européen de la conciergerie de location courte durée.
- GuestReady utilise des technologies et process conçus et développés au sein de BnbLord.
- Depuis l'acquisition de BnbLord, GuestReady Group a significativement augmenté son nombre de propriétés sous gestion : plus de 800 nouvelles propriétés en l'espace de quelques mois. GuestReady gère aujourd'hui plus de 2 500 propriétés à travers le monde.

Aussi loin que je me souviens, l'entrepreneuriat a toujours été quelque chose qui m'animait. J'ai commencé tout gamin à développer un goût pour le commerce en vendant sur les brocantes le weekend. J'ai créé un site internet au lycée que j'ai revendu en classe préparatoire, une autre entreprise en première année d'école de commerce et BnbLord en césure !

C'est en 2016, au cours de vacances en Croatie que j'ai eu l'idée de créer BnbLord. Durant ce voyage j'avais délégué la gestion de mes locations à une indépendante et ce fût un fiasco. Après une étude de marché qui m'a permis de réaliser que peu d'acteurs étaient présents à l'époque, j'ai pensé utile et judicieux d'ouvrir aux propriétaires un service de gestion intégral et professionnel de leur bien dans le cadre de location courte-durée.

La stratégie de lancement de BnBlord a été un vrai coup de poker

Nous avons pris un très gros risque dès le départ puisque nous avons ouvert pas moins de 7 villes à l'international en même temps après un concept proof à Strasbourg : cela nous a permis d'asseoir rapidement notre notoriété en France et au Portugal. En 1 an et demi nous sommes passés de 0 à 58 employés et avons levé consécutivement 110 000 euros puis 300 000 euros.

Et en mars 2019, alors que nous avons plus de 800 propriétés en gestion, nous décidons de vendre !

De prime abord ce fût une énorme surprise pour nos investisseurs qui se sont certainement demandés si on perdait la tête, car en effet, cela n'a rien de commun de vendre une entreprise en bonne santé. Et pourtant, nous avons de bonnes raisons de le faire : après un état des lieux du marché, nous avons pris conscience du nombre conséquent d'entreprises qui s'étaient lancées sur le même secteur que nous ces deux dernières années. Le marché de la conciergerie était (et est toujours) en pleine expansion, il devient donc particulièrement compétitif et en raison d'un certain nombre d'économies d'échelles dans notre secteur, il est évident que cette économie se regroupera à un moment donné autour de quelques acteurs (les meilleurs).

Décupler ses forces

Si nous voulions en faire partie, il nous fallait donc fusionner avec une autre structure pour mutualiser nos forces. Nous étions leader sur la France et le Portugal, et GuestReady était leader au Royaume-Uni, présent en Asie et au Moyen-Orient. Il était donc stratégiquement plus intéressant de créer une seule et unique entité implantée au niveau mondial. Avec GuestReady, nous avons également une vraie compatibilité sur le plan stratégique puisque nous avons chacun identifié que le développement des technologies propres au métier de conciergerie était une clé de voute pour s'imposer. Et bien entendu, en raison de leurs récentes très belles levées, nous savions qu'ils auraient les finances nécessaires pour concrétiser cette fusion.

En mettant en commun le savoir-faire et les connaissances de BnbLord avec GuestReady, nous avons décuplé nos forces !

Aujourd'hui je suis directeur de commercial et marketing de GuestReady. Tous les emplois de Bnblord ont été maintenus et l'alliance des deux équipes est une vraie réussite. Nous développons en interne certaines des technologies et des process conçus au sein de BnbLord et profitons de l'excellente expérience d'un acteur très puissant sur le marché. Il y a eu une réelle synergie entre les deux sociétés. Quelques mois après notre fusion, nous constatons déjà la valeur ajoutée de notre association et sommes très optimistes pour l'avenir.

De nouveaux défis peuvent se présenter lors d'une fusion avec une autre société

L'harmonisation des process et la fusion des équipes peuvent être dures à gérer car il y a toujours des doublons ou des avis divergents quant à la meilleure façon d'opérer. Dans notre cas, nous étions très complémentaires avec Guestready, tant sur le plan géographique que sur le plan technologique donc cette fusion n'a pas posé de problèmes particuliers - même si elle nécessite beaucoup de travail !

Mon conseil : Passer d'une entreprise de deux personnes à une startup internationale de 50 personnes est très enrichissant sur le plan professionnel, il faut tout apprendre en même temps, scaler et piloter une telle structure. En cas de doute, je conseillerais aux entrepreneurs d'étudier cette solution de fusion car cela peut être comme dans notre cas une excellente opération. Une fois la décision prise il ne faut pas hésiter à voir grand (ce n'est pas parce que l'on se considère comme une petite entité que l'on ne peut pas intéresser une structure plus développée). La capacité de projection est très importante, il ne faut pas uniquement se concentrer sur la valeur-ajoutée de sa propre entreprise, mais bel et bien sur le potentiel de la future entité créée suite à l'acquisition.

Article écrit par Jacques Lavie