

Que Font Les Fonds ? Le portrait de Daphni

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 brosons le portrait des fonds pour aider les entrepreneurs à s'y retrouver et à choisir le bon investisseur. Au tour de Daphni !

Daphni a définitivement terminé sa mue. Un an après la fusion avec Jaïna et le changement de direction, le fonds a annoncé avoir bouclé le premier closing de son nouveau véhicule d'investissement, baptisé Yellow. Le fonds reste discret sur le montant exact de cette première tranche. « *Ce premier closing reste dans nos objectifs et notre objectif cible reste le même : entre 150 et 200 millions d'euros* », avance simplement Pierre-Eric Leibovici, cofondateur et partner de Daphni. Il préfère avancer le total de 350 millions d'euros sous gestion, répartis désormais entre ses trois véhicules : Yellow mais aussi Purple, le fonds historique de Daphni, et Jaïna.

La crise n'a donc pas échaudé les LPs qui ont répondu nombreux pour cet appel de fonds. Du côté des institutionnels et des corporates, Bpifrance, Swen Capital Partners, ProBTP, Arkéa et Macif se réengagent après avoir déjà contribué à Purple, tandis qu'Accor, SEB et Bouygues entrent à leur tour au capital. L'équipe de Daphni met elle aussi la main au portefeuille. Mais, surtout, plus d'une centaine d'entrepreneurs à succès contribuent, à l'instar de Jacques-

Antoine Granjon (Veepee), Xavier Niel (Free) ou encore Jean-Baptiste Rudelle (The Galion Project, Criteo). Preuve que le cercle vertueux qui a tant fait la renommée de la Silicon Valley est aussi possible en France, des entrepreneur·se·s à succès qui font ou ont fait partie du portefeuille de Daphni et Jaïna ont également investi dans Yellow, comme les fondateur·rice·s d'Another Brain, Back Market ou Ouicar.

Allier finance et expérience

Car c'est bien là l'atout maître de Daphni selon le fonds : être co-piloté « *par des financiers et des entrepreneurs* », se plaît à souligner Marc Simoncini, qui navigue lui-même entre ces deux mondes et a pris la tête du fonds l'année dernière.

À lire aussi

Mythique Marc et son monde si fou

« Cela existe beaucoup aux États-Unis et en Europe du Nord mais c'est une première en France, insiste le fondateur de Meetic et plus récemment d'Angell. Les entrepreneurs qui ont réussi deviennent des fonds à eux tout seuls mais c'est rare qu'ils lèvent au sein de leur société de gestion comme c'était le cas chez Jaïna. Aujourd'hui, vu la taille de notre deal-flow et les opportunités à saisir, il fallait passer à une taille de fonds supérieure. C'est ce qui a présidé à notre projet de rapprochement avec Daphni. »

Cette double expertise permet aux investisseurs d'accompagner leurs participations au-delà de leurs besoins financiers, y compris sur des problématiques très opérationnelles. Notamment au début de l'aventure entrepreneuriale, alors que « *la relation avec les fondateurs est assez intime parce que nous sommes déjà passés par là et qu'on connaît leurs problèmes, qu'on parle la même langue* », explique Marc Simoncini en bon vétéran de l'entrepreneuriat. Mais surtout au moment d'envisager la sortie. « *C'est souvent la première exit de leur vie d'entrepreneur et c'est une phase complexe, où se mélangent business, affect et philosophie, analyse-t-il. Il existe des sorties de toutes sortes, de l'IPO à l'acquisition, par le haut ou par le bas... Or les équipes de Daphni ont vécu tous ces cas de figure. C'est donc important d'être aux côtés des entrepreneurs à ce moment-là parce qu'ils n'ont qu'une seule chance et qu'on peut leur apporter notre référentiel.* »

Pas question cependant de jouer les Iznogoud en s'imaginant CEO à la place du ou de la CEO. « *On ne peut aider les entrepreneurs qu'à leur demande, rappelle Marc Simoncini. Ce serait illusoire de croire que parce qu'on a monté une ou deux boîtes, on peut aller chez n'importe qui et lui expliquer ce qu'il doit faire.* » Une attitude ni souhaitable ni même possible de toute façon puisque « *les entrepreneurs d'aujourd'hui sont jeunes, ont de l'ego et n'ont pas tendance à demander de l'aide* », se plaît-il à avancer, en taclant malicieusement la nouvelle génération de startupper·se·s.

Priorité à la Tech for Good

Comme il avait été annoncé l'été dernier, ce nouveau véhicule sera principalement destiné aux projets Tech for Good, avec l'objectif de soutenir une trentaine de projets grâce à des tickets de un à cinq millions d'euros. Deux tiers du fonds seront dédiés au réinvestissement. Si Daphni se concentre sur les startups B2C, le fonds ne ferme pas la porte aux projets B2B2C « *car c'est souvent l'individu qui est l'utilisateur final, qui pousse l'adoption du service au sein de l'entreprise* », rappelle Pierre-Éric Leibovici. « *Mais quand on étudie les succès européens, même si on entend beaucoup parler des projets B2B SaaS, 80% des gros succès sont des projets consumer.* »

Et si la crise n'a pas radicalement modifié la thèse d'investissement du fonds, « *il faut prendre en compte le nouveau paysage de consommation, les nouveaux usages, les nouveaux modes de vie des gens* », observe Marc Simoncini. La mobilité, qui était déjà l'un des secteurs-phares de Daphni, « *a été impacté extrêmement positivement par la crise* » et devrait donc rester l'objet d'un sourcing d'autant plus intense. « *On était déjà très sensibles aux dossiers Medtech et bien-être le confinement a aussi renforcé cela* », ajoute Pierre-Éric Leibovici. Le fonds pourra compter sur sa « daphnipolis », sa communauté de 300 experts investisseur·se·s, entrepreneur·se·s, dirigeant·e·s ou universitaires pour lui garantir un deal-flow non seulement fourni mais aussi de qualité et, en retour, assurer les entrepreneur·se·s des conseils les plus pointus.