

Spendesk capte 18 millions de dollars pour se renforcer en Europe

Après trois levées de fonds, Spendesk annonce un nouveau tour de table de 18 millions de dollars. Grâce à ce financement, la startup spécialisée dans la décentralisation des paiements cherche à se renforcer en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et aux États-Unis.

Sortie en 2016 du studio d'eFounders, Spendesk nous a habitués à sa levée de fonds annuelle. Malgré le Covid-19, la startup spécialisée dans la décentralisation des paiements, des factures et des notes de frais, ne fait pas exception. Un peu plus d'un an après le closing de sa série B à 38 millions de dollars, elle annonce son prolongement de 18 millions de dollars menant ainsi son financement total à 68,5 millions de dollars. Sa dernière opération en date, menée par le fonds américain Eight Roads Ventures, qui a déjà pris des participations dans Alibaba, Made.com, Tediber ou encore Treatwell, vise à financer son renforcement à l'étranger, notamment à Londres, Berlin et San Francisco. Spendesk profite de l'occasion pour annoncer la nomination de Joseph Smith (ex-Dixa, Qubit et Hootsuite) comme CRO.

Une nouvelle levée pour rebondir après

Le Covid-19

Malgré le confinement, Spendesk semble avoir tenu le choc et même réussi à poursuivre sa croissance. Si l'entreprise n'a pas « *connu la même explosion que Zoom* », elle a quand même trouvé son utilité pendant la crise, résume Rodolphe Ardant, co-fondateur et CEO. « *Nous nous sommes rendus compte que notre solution répondait à un besoin de décentralisation et de numérisation des services financiers qui a été accéléré par la pandémie* », poursuit l'entrepreneur. Résultat : les revenus concernant ses abonnements ont doublé par rapport à l'année dernière annonce le dirigeant sans donner de chiffre pour autant. L'entreprise est d'ailleurs passée de 100 personnes en septembre 2019 à 220 aujourd'hui et mise sur 300 employé·e·s d'ici à juin 2021.

Persuadée de son développement et de sa croissance à venir, la startup a choisi de renforcer sa solidité financière. « *Ce financement n'était initialement pas prévu mais le Covid et le confinement nous ont poussé à réfléchir à notre développement post-crise* », confie le CEO de l'entreprise. Mais pour éviter de perdre trop de temps à mener un nouveau tour de table, les fondateurs (Rodolphe Ardant, Jordane Guily et Guilhem Bellion) ont préféré se tourner vers le fonds Eight Roads qu'ils connaissent bien. « *Il possède une expertise internationale et s'adresse vraiment aux entreprises qui veulent changer d'échelle et ils ont cette double casquette fintech et B2B Saas. Ils connaissent très bien les enjeux de crédit et possèdent les bonnes relations pour nous permettre d'accélérer notre déploiement à l'international* », développe Rodolphe Ardant.

L'international, une ambition depuis toujours

Si le premier marché de Spendesk reste la France, la startup « *s'est toujours développée dans une optique internationale* », précise le CEO. Sa levée de fonds en série B de 38 millions de dollars, lui a d'ailleurs permis d'ouvrir trois nouveaux bureaux à Londres, Berlin et San Francisco. Si elle lorgnait également sur l'Espagne, elle a néanmoins fait le choix de limiter ses ambitions pour le moment, préférant renforcer son positionnement sur ces quatre marchés nationaux. « *Pendant les 12 prochains mois, nous consacrerons 80% de notre activité à renforcer notre positionnement sur ces principaux* ». Le terrain de jeu est déjà appétissant « *puisque'il comprend un terreau de 80 000 entreprises comprises entre 15 et 250 collaborateurs* ». À titre de comparaison, la startup en possède actuellement 2500 comme clientes.

À lire aussi

Gérer la crise en tant que DAF, l'exemple de Spendesk

Lorsque Spendesk se sera bien intégrée dans ces pays, « *elle pourra alors scaler plus facilement et accélérer son déploiement en Europe et à l'étranger* ».

Pour s'assurer que le Brexit ne lui fera pas défaut, elle a déjà pris des mesures en établissant des partenariats pour continuer à opérer financièrement sur le territoire britannique. « *Nous sommes également en train d'accélérer la création de notre filiale* » afin d'éviter la caducité des contrats actuels.

Le risque du résultat des élections américaines

Parmi les cibles de Spendesk, difficile de rater les États-Unis. Après plusieurs mois de R&D pour calibrer un nouveau produit et le recrutement, long et fastidieux d'une équipe commerciale sur place, la startup ouvrait enfin une antenne à San Francisco en septembre dernier. Si les premiers mois se sont plutôt bien passés selon Jérémy Goillot, Head of Growth, le Covid associé aux élections américaines ont gelé les investissements des entreprises. Malgré tout, le CEO reste confiant et assure que le calendrier de déploiement reste tenu. « *Nous n'étions pas dans une logique d'accélération ou de développement, nous sommes encore dans une période prospective, nous cherchons à apprendre quelles sont les règles pour fonctionner aux États-Unis, ce qu'attendent les clients, etc...* ». L'impact serait donc moindre. Pour obtenir ces premiers retours, Spendesk peut déjà compter sur les 300 filiales américaines de ses clients.

Les élections américaines pourraient néanmoins refroidir les ambitions américaines de la startup. « *Nous allons devoir attendre le 3 novembre 2020 (date des élections américaines) pour imaginer l'avenir* », confie Jérémy Goillot. Rodolphe Ardant reconnaît également que la stratégie de l'entreprise aux États-Unis dépendra « *des restrictions gouvernementales apportées et de la fermeture des frontières qui rendraient très difficiles le commerce* » dans ce pays. En attendant, l'équipe américaine attend dans l'incertitude la plus totale l'issue d'une situation critique au niveau économique et sanitaire.

Malgré ces doutes, Rodolphe Ardant et ses associés continuent de recruter des commerciaux, des responsables clients et des ingénieurs afin de développer de

nouveaux outils et trouver ses futurs clients.

Article écrit par ANNE TAFFIN