

# Que Font les Fonds ? Le portrait de Spring Invest

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 Spring Invest !

---

Le Retail ne manque pas de fonds. Mais Spring Invest pense avoir « le truc en plus » qui fera la différence. « *Il y a de l'argent dans la RetailTech, concède Alexandre Guillot, principal au sein du fonds. Beaucoup de fonds ont émergé, l'univers des VCs est devenu très compétitif sur ce créneau. Il faut donc se démarquer, trouver des angles intéressants pour les startups.* » Spring Invest a donc de son côté misé sur le réseau pour convaincre ses (futurs) participations. Un discours de plus en plus courant chez les fonds d'investissement, ce qui a le don d'agacer l'investisseur. « *Un certain nombre de fonds disent qu'ils aident leurs startups d'un point de vue business. Mais c'est difficile d'avoir des connexions de qualité et des leads qualifiés quand on est un fonds généraliste. Au contraire, Spring dispose d'un solide réseau parmi les enseignes de distribution et est capable de faire de l'accélération commerciale.* »

Spring Invest a donc tissé des liens étroits avec « *une cinquantaine de retailers internationaux* ». Ce groupe de corporates couvre tous les segments du retail,

de la grande distribution aux biens de grande consommation ou encore des spécialistes du e-commerce. « *Ce sont des partenaires avec qui on a des relations informelles, qui ne sont pas nos limited partners, et qui présentent des besoins opérationnels identifiés* » , évoque Alexandre Guillot. Le fonds oeuvre donc comme un intermédiaire entre des grands comptes avides d'innovation, sans toujours savoir comment procéder avec les startups, et des jeunes pousses en quête de partenariats avec des corporates mais dont les propositions ne sont pas toujours pertinentes pour eux.

*On sert de filtre de pertinence pour les corporates : ils voient arriver des dizaines de startups, dont certaines avec des projets inadaptés aux besoins du marché. Nous leur garantissons des mises en relation avec des entreprises de qualité avec lesquelles ils pourront vraiment travailler.*

*Alexandre Guillot*

Ce réseau ultra-qualifié est aussi rassurant pour les participations du fonds, qui peuvent y trouver des perspectives intéressantes de sortie. « *Nous avons en France un tissu de grandes entreprises qui réalisent des acquisitions, acquiesce l'investisseur. On n'est pas aux États-Unis, la plupart des belles startups du secteur ne feront pas d'entrée en Bourse à 10 milliards d'euros, elles se feront racheter à quelques centaines de millions.* » Plutôt que de chasser les licornes, Spring Invest préfère donc chasser les acheteurs potentiels « *très en amont* » d'une éventuelle sortie, afin de sécuriser l'investissement.

Au-delà de cette valeur ajoutée très business, Spring Invest mise également sur l'accompagnement opérationnel. Car les startups du retail, comme de nombreuses autres, connaissent leur lot de problématiques de recrutement, d'internationalisation ou de management. Le fonds se charge donc de trouver des coachs ou des mentors au sein du secteur qui puissent compléter les compétences de ses neuf operating partners et soutenir les entreprises innovantes dans leur croissance.

# Investir principalement dans des startups françaises

Avec un fonds d'une taille-cible de 50 millions d'euros, abondé par Bpifrance, des assureurs, des family offices, certains corporates qui ne sont pas des retailers et quelques entrepreneurs, Spring Invest espère réaliser 12 à 15 investissements en amorçage et en série A, pour des tickets allant de 500 000 à 3 millions d'euros. Le fonds a toutefois vocation à continuer d'investir lors des tours suivants et se laisse une marge de manoeuvre financière pour refinancer ses participations jusqu'à 5 ou 7 millions d'euros. *« Notre objectif est de conserver nos positions dans les tours suivants. Et, même après la série B ou C, de toujours apporter de la valeur ajoutée à nos startups en tant qu'experts. Nous sommes très complémentaires avec d'autres fonds co-investisseurs »*, souligne Alexandre Guillot.

Les startups visées par Spring Invest ? Les spécialistes du B2B en lien avec le retail, qui utilisent notamment la data ou développent des outils de relation client, mais aussi des marques B2C qui parviennent à trouver un positionnement innovant. Son premier investissement s'est ainsi porté sur la marque d'accessoires Cabaia. *« Les barrières à l'entrée sont plus faibles pour monter une boîte en B2C qu'en B2B, il faut donc atteindre un niveau d'excellence très élevé pour trouver un VC et démontrer son équation d'acquisition. Ça a été le cas pour Cabaia. La startup a réussi à valoriser son image de marque mais n'a pas peur de s'implanter dans des centres commerciaux pour toucher une large clientèle. Elle ne s'enferme pas dans une cible. »*

Et si le fonds laisse la porte ouverte à des opérations européennes, il ne cache pas sa préférence pour le made in France. *« Nous avons déjà beaucoup à faire en France : il existe plus de 1500 startups de la RetailTech et il s'en crée tous les jours, chiffre l'investisseur. Le monde du commerce et de la distribution constitue un domaine d'excellence française ; nous avons à la fois de très belles entreprises dans ce secteur-là et un gros marché en France. »*