



FINANCE

#QFLF

Que font les fonds : le portrait d'Experienced Capital

4115 - PIPING HOT | 🗨️

PAR IRIS MAIGNAN - 18 NOVEMBRE 2019 / 17H00

Dans le paysage de plus en plus 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 surfer sur une bonne occasion de communiquer, nous avons décidé de brosser le portrait des fonds français pour aider les entrepreneurs à s'y retrouver et à choisir le bon investisseur. Au tour d'Experienced Capital !

Il y a les fonds qui décident d'investir dans des startups... et il y a ceux qui investissent dans des marques. La différence peut paraître minime mais elle est pourtant notable pour Experienced Capital, un fonds d'investissement retail axé sur le segment du luxe abordable et principalement dans les secteurs de la mode et des accessoires, des cosmétiques, de la bijouterie ou encore du lifestyle et du loisir.

« Nous investissons dans des marques dont l'ADN est fort, suffisamment forte pour se projeter dans le temps ou évoluer en fonction du marché, sans disparaître », explique Cyprien Schlegel, Operational Director et Digital Expert d'Experienced Capital.

Celui-ci, créé en janvier 2016 par Frédéric Biousse, Elie Kouby et Emmanuel Pradère, trois anciens dirigeants du groupe SMCP (Sandro, Maje, Claudie Pierlot), a ainsi pris ces trois dernières années des participations dans 12 marques dont les noms ne sont pas méconnus du grand public : Balibaris, Le Slip Français, Sessùn, Sœur, Jimmy Fairly, Maison Standards, Figaret, BAM Karaoké Box et NV Gallery. Leur dénominateur commun ? Le luxe abordable : « on n'est pas dans le luxe mais on en reprend les codes et on n'est pas dans le mass mais on en reprend le fonctionnement », précise Cyprien Schlegel.

Mais comment s'assurer que ces marques perdureront dans le temps ? « Une grande partie du succès des marques repose sur le dirigeant et une colonne vertébrale forte au départ », explique Cyprien Schlegel, qui insiste également sur l'importance pour un fonds de choisir des équipes avec lesquelles il a envie de travailler : « il y a un vrai côté affectif. On veut choisir des entrepreneurs qui nous donnent envie de travailler avec eux, et pour eux ».

PARTAGER L'ARTICLE

[f](#) [🐦](#) [in](#) [🔗](#) COPY URL

Et si Experienced Capital a réussi, de son côté, à séduire ces marques, c'est notamment grâce à une offre d'accompagnement particulière : huit experts opérationnels, salariés du fonds, qui interviennent quotidiennement dans chacune des sociétés du portefeuille pour aider à la structuration et au développement des marques. Chaque expert a une spécialité, du développement retail à la force de vente en passant par les aspects juridiques et financiers. « *L'idée, c'est d'apporter certes des fonds, mais surtout un accompagnement opérationnel au quotidien, sur l'intégralité de la chaîne de valeur du retail* », ajoute Cyprien Schlegel.

Le premier fonds d'Experienced Capital, ECP I, a été levé auprès d'un cercle restreint d'investisseurs privés et familiaux, pour un montant de 78 millions d'euros. Son second fonds, ECP II, devrait être closé d'ici la fin de l'année pour un montant de 150 à 200 millions d'euros (70 millions d'euros ont déjà été sécurisés, ce qui a notamment permis d'investir dans Oh my Cream). Le fonds table aujourd'hui sur un ticket moyen de 10 millions d'euros.

Prochains objectifs pour cette équipe, aujourd'hui composée de 15 personnes ? « *On s'intéresse vraiment au sujet de la RSE qui est une vraie problématique dans le secteur de la mode. Il est évidemment pris en compte dans nos choix d'investissement et au niveau du travail de chacun des experts* », conclut Cyprien Schlegel.

PAR

Iris Maignan

18 NOVEMBRE 2019 / 17H00
MIS À JOUR LE 18 NOVEMBRE 2019

Newsletter

Parce que l'innovation n'attend pas, prenez une longueur d'avance avec notre Maddynews

elon@musk.com

S'INSCRIRE