

eFounders, le start-up studio accélérateur d'entrepreneurs

Thibaud Elzière et Quentin Nickmans ont bâti un écosystème de solutions B-to-B qu'ils rêvent de transformer en un « Microsoft de la PME ».

« Nous avons un peu inventé le concept de start-up studio », se targue Thibaud Elzière, qui considère Rocket Internet plutôt comme un « venture builder ». Son « bébé », eFounders, a vu le jour en 2011 sous les efforts du fondateur de Fotolia et d'un ancien du BCG, Quentin Nickmans. Leur projet est avant tout né de plusieurs frustrations, dont celle, opérationnelle, que rencontrent nombre d'investisseurs habités par la fibre entrepreneuriale. « Nous voulons jouer le rôle de co-fondateurs et lancer des projets "from scratch", sous peine de ne pas nous sentir suffisamment motivés », poursuit-il. Ne pas se mettre dans la peau du créateur d'entreprise, selon lui, c'est prendre le risque de manquer certaines problématiques internes dont la solution pourrait pourtant tenir en quelques lignes de codes. « C'est justement pour créer les outils qui m'ont manqué chez Fotolia que j'ai voulu monter un start-up studio spécialisé dans le SaaS B-to-B », détaille Thibaud Elzière (lire, encadré). Notre portefeuille est aujourd'hui valorisé au-dessus de 500 M€, et nos start-up ont levé plus de 180 M€ au total. » C'est lui-même qui est à l'origine de la plupart des idées initiales, même si deux d'entre elles (Foxintelligence et Equify) ont été apportées par des co-fondateurs extérieurs. « La paternité des idées n'est pas un sujet. Notre plus grande réussite, c'est d'avoir créé une marque suffisamment forte pour que l'on vienne nous voir pour entreprendre. » Le quasi quadragénaire rencontre une cinquantaine d'entrepreneurs par mois, confronte ses idées avec les leurs, et, quand l'alchimie arrive, ils se lancent ensemble dans l'aventure. Au rythme de quatre projets par an, désormais, eFounders prend initialement 50 % du capital, aux côtés d'un ou deux co-fondateurs – très souvent un dg et un directeur produit. Ils passent ensuite en moyenne dix-huit mois à monter un produit, trouver son marché, et recruter une équipe dédiée. Autant de tâches qui sont épaulées par la « core team » du start-up studio, animée par une petite dizaine de personnes dont des designers, des développeurs produit, un responsable du recrutement... « On est capables de tout faire en interne pendant les premiers mois de la vie de la société », affirme Thibaud Elzière. Le cycle de développement et de recrutement des projets peut parfois encombrer les

bureaux situés à deux pas du Silicon Sentier, qui s'étendent sur 250 mètres carrés. « On peut faire tenir jusqu'à 50 personnes environ sur place, mais c'est bien qu'ils se sentent à l'étroit, cela les force à prendre leur indépendance au plus vite », ajoute-t-il.

Clubs deals

Devenir autonome implique souvent de procéder à une première levée de fonds auprès d'acteurs extérieurs. Ce qui dilue en général eFounders, tout en permettant in fine aux autres co-fondateurs de grimper au capital par le biais des mécanismes classiques de management packages. Le start-up studio sera de plus en plus amené à suivre ces opérations, au travers du club d'investissement qu'il a lancé il y a dix-huit mois. Baptisé eClub, il permet aux actionnaires d'eFounders (qui a déjà levé 10 M€ en deux tours, auprès de plusieurs business angels et family offices) et à des investisseurs tiers semblables d'abonder les levées via des SPV dédiés. LeClub totalise déjà 13 M€ déployés, dont 6 M€ au titre de la dernière opération (25 M€ au total) bouclée par Aircall en mai. eFounders a négocié la faculté d'avoir droit à du carried interest (20 %) sur ces véhicules. Cette initiative et celle du guichet unique sont les premières diversifications de revenus pour eFounders. Tout cela sachant que trois sorties ont déjà été menées. « La première, celle d'Hivy, a seulement permis de rembourser l'investissement initial d'eFounders (autour de 0,6 M€) et de reverser une partie des profits à nos investisseurs. Les deux suivantes ont été plus satisfaisantes : elles nous ont permis d'emporter un peu moins de 7,5 M€. » On parle là de l'application de veille média et réseaux sociaux Mention, rachetée cet été par le groupe de médias norvégien NHST, et de la place de marché de création de contenu TextMaster, acquise par Technicis début avril. La prochaine sortie permettra d'atteindre la rentabilité, sachant que le budget annuel d'eFounders s'affiche pour l'instant entre 3 et 4 M€. WILLIAM SADRIN



Un projet de « guichet unique »

À plus long terme, Thibaud Elzière imagine non sans humour eFounders comme « un Microsoft de la PME » et veut reproduire le succès qu'a eu la firme de Redmond en distribuant des progiciels aux grands comptes (et aux particuliers). C'est dans cette optique d'offre globale qu'eFounders prépare le lancement d'un guichet unique pour accéder à plusieurs de ses solutions. Seront notamment concernés le service d'appels virtuel Aircall, ou encore le logiciel de gestion des notes de frais Spendesk, la messagerie collaborative Front et la boîte aux lettres électronique Mailjet.