

Les Echos.fr

EDRIP entre au capital de Loyalty Company

Le 11 septembre 2017, par Julie Chauveau, Les Echos

Le fonds Edmond de Rothschild Investment Partners prend un ticket de près de 10 millions d'euros dans l'agence de marketing. Un montant qu'il est prêt à doubler rapidement.

En 2004, ils étaient deux. Treize ans plus tard, Loyalty Company, l'agence de marketing client et communication fondée par Guillaume Chollet, emploie 160 personnes pour un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros en 2016. Le groupe classé dans le top 15 par Stratégies fait partie des 60 PME françaises du programme BPI Accélérateur dédié aux futures ETI. Pour atteindre son objectif - doubler son chiffre d'affaires d'ici 2020-, le PDG s'est tourné vers Edmond de Rothschild Investment Partners. Le fonds rentre au capital avec un investissement de près de 10 millions d'euros « tout en demeurant très minoritaire », souligne Guillaume Chollet qui tient à garder la main sur son entreprise, basée à Limonest.

Développement dans le Nord

L'opération vise à acquérir « dans les dix-huit prochains mois quatre ou cinq sociétés qui nous permettront d'étendre notre surface, d'acquérir de nouvelles compétences et accélérer à l'international ». Un premier deal encore confidentiel est déjà signé avec une société de nord de la France spécialiste du retail, nouveau territoire pour Loyalty Compagny qui ne s'y était encore jamais aventuré (mais a d'ores et déjà remporté deux appels d'offres avec Total et la Vie Claire). Il sera officialisé d'ici la fin du mois, ainsi qu'une autre annonce concernant l'Italie, en cours de finalisation. L'Europe du Sud est la priorité, suivie de la Grande-Bretagne et de l'Allemagne. Loyalty travaille dans 18 pays via ses clients, mais sans implantations à l'étranger.

Une tentative d'ouverture d'agence ex nihilo à Londres s'était soldée par un essai sans lendemain en 2007. Il compte y retourner rapidement. Le soutien financier d'EDRIP est précieux pour financer le programme de croissance externe. Le fonds est « en capacité de doubler l'investissement dans les deux ans », fait savoir le directeur associé David Robin.

Objets connectés

Loyalty Company a enchaîné trois acquisitions entre 2013 et 2015, passant de 10 millions à 30 millions d'euros de chiffre d'affaires grâce aux savoir-faire supplémentaires apportés par une agence créative et un cabinet spécialisé sur les objets connectés. L'agence, regroupant dès l'origine les missions de conseil et l'utilisation des nouvelles technologies, a pris très tôt le virage du marketing numérique, permettant la communication personnalisée avec le client. L'an dernier, Loyalty Company a réorganisé ses activités en deux filiales : Kiss The Bride, l'agence du marketing client et Muse qui accompagne les marques et les entreprises dans leurs opérations de motivation et d'animation des ventes.

Loyalty Company communique un OBO

Le 13 septembre 2017, par Jean-Philippe Mas, CFnews

Fort d'un chiffre d'affaires de 30 M€, le spécialiste du marketing client et de la communication se lie à Edrip, via Cabestan Capital 2, en minoritaire.

Loyalty Company dope ses fonds propres avec l'aide d'un nouveau partenaire financier. Le spécialiste du marketing et de la communication structure sa première opération à effet de levier. A l'issue d'un OBO intermédié par les équipes d'Aurignac Finance, il accueille, en tant qu'actionnaire minoritaire, Edmond de Rothschild Investment Partners (Edrip) par le biais de son véhicule small-cap, Cabestan Capital 2.

La majorité des titres sera conservée par le fondateur et président actuel, Guillaume Chollet. Très actif cette année - c'est sa neuvième opération- l'investisseur a, le mois dernier, pris une participation minoritaire dans In'Tech Medical aux côtés d'Eurazeo après avoir racheté Allodiagnostic à Texa. Le montage compte une dette arrangée par LCL et bénéficie, selon nos informations, d'un levier inférieur à trois fois l'Ebitda. « Nous avons voulu intégrer un levier très modéré dans la transaction afin de garder de la flexibilité pour les futures croissances externes qui seront réalisées par Loyalty Company », précise David Robin, directeur associé chez Edrip.

Une croissance organique historique à deux chiffres

Fondé en 2004, Loyalty Company est composé de deux agences, Kiss the Bride, présente dans le marketing client avec une expérience particulière dans l'analyse des données et Muse - qui conseille ses clients sur les opérations de motivation et d'animation des ventes. Bénéficiant d'une croissance organique à deux chiffres depuis plusieurs années dans un marché atomisé, la PME s'est également développée avec quatre acquisitions depuis sa création dont l'agence Le Fil l'an dernier et le groupe Corrélation en 2014.

Avec plus de 160 collaborateurs répartis entre Lyon et Paris, elle a généré, en 2016, un chiffre d'affaires de 30 M€. « Plusieurs projets d'acquisitions en France et à l'international sont actuellement à l'étude et nous pensons en concrétiser un très prochainement. Avec un mix de croissance organique et de croissance externe, l'objectif est de doubler de taille à l'horizon 4 - 5 ans », indique David Robin.

Conseils investisseur (Andera Partners - David Robin, Sabrina Bazire, Nicolas Debonneuil) ; due diligences : financière : Advance Capital (Arnaud Vergnole, Thibault Fleury, Malek Benteldjoune, Ronald Gomez), sociale : Cabinet Zerouali (Bouchra Zerouali) ; juridiques : CVML (Serge Levine, Sofia El Biyed, Raphaël Tandetnik), Cazals Manzo Pichot (Bertrand de Saint Quentin, Thomas Cazals, Jessica Sellem) ; stratégique : Indefi (Nicolas Lamour, Adam Laissaoui)

Conseils cédant : financier : Aurignac Finance (Jean-René Griton, Christine Kairouz) ; juridique : Racine (Mélanie Coiraton-Mavré, Bruno Laffont, Xavier Rollet, Barna Evva, Polina Bogoyavlenskaya, Rachel Dress, Quentin Cournot)