

DÉVELOPPEMENT // Audacia apporte 2,5 M€ à Simonin**Matériaux de construction**

Simonin

CA: 20 M€

Localisation:
Franche-Comté

Fondé en 1967 dans le Doubs, le fabricant et concepteur de structures innovantes en bois Simonin finalise un tour de capital-développement. Pour financer sa diversification dans la production de maisons à ossature de bois, il réunit 2,5 M€ auprès d'Audacia. Un ticket qui permettra la mise en place d'une chaîne robotisée et

la création d'un atelier Maison – un projet envisagé de longue date mais jusqu'ici repoussé puisqu'il risquait de concurrencer l'activité de plusieurs clients existants. Positionné dans le haut de gamme, Simonin travaille actuellement à la réalisation du Pavillon France de l'Exposition universelle de Milan, qui se tiendra cette

année. Actuellement, seuls 26 % des 20 M€ dégagés l'an passé par le franc-comtois sont totalisés hors de l'Hexagone. Souffrant du ralentissement du marché français de la construction, Simonin entend prospecter de nouvelles zones telles que le Moyen-Orient, l'Amérique du Nord, l'Afrique et la Polynésie. // w.s.

Audacia: Alexis Dyèvre, François Terrier • **Conseils investisseur:** due diligence financière: Deloitte TS; **juridique:** CMS Bureau Francis Lefebvre (Eva Aubry)

DÉVELOPPEMENT // VD Industry s'ouvre à bpifrance et à l'ILP**Biens d'équipement**

VD Industry

CA: 6,5 M€

Localisation: Lorraine

L'entreprise familiale lorraine VD Industry ouvre son capital. Elle obtient une enveloppe d'equity et d'OC de 1,13 M€, en se rapprochant de bpifrance, de l'Institut Lorrain de Participation et de trois personnes physiques. Créée en 2003, elle œuvre sur le marché de la conception et de la fabrication de fenêtres, portes et cloisons résistantes au feu. Elle

commercialise ses produits auprès d'une clientèle de revendeurs en fourniture et pose, et revendique être la première au monde à avoir une menuiserie PVC vitrée résistant au feu. D'origine vosgienne, VD Industry dispose d'une surface de production de 6 000 m², qui lui a permis de couvrir 1,5 % du marché national. Elle tablait sur 6,5 M€ de recettes en 2014

et espère atteindre le seuil de 15 M€, d'ici cinq ans. Pour y parvenir, elle entend « surfer » sur le renforcement de la réglementation en matière de sécurité incendie. Les fonds levés contribueront à soutenir son activité de R & D et son développement à l'international, où elle dispose déjà de filiales en Allemagne, en Suisse et en Belgique. // A.B.

bpifrance: Ronan Frefield • **ILP:** Sophie Perette • **Conseils investisseurs:** due diligence financière: Exco Nexiom (Jean-Maurice Nesme); **juridique:** PDGB (Madia Iliopoulou, Camille Mondoloni) • **Conseil juridique société:** Fidal (Thierry Dupont)

RISQUE // CustomerMatrix boucle un deuxième tour de 3 M€**Logiciels**

CustomerMatrix

CA: nc

Localisation: Ile-de-France

Spécialisée dans l'édition de plates-formes de CRM 2.0, CustomerMatrix a collecté 3,5 M\$ (3 M€) à la faveur d'un deuxième tour de table. Un montant que la start-up fondée en 2000 perçoit auprès de ses deux VCs historiques, en l'occurrence Newfund et True Global Ventures. A cette occasion, elle voit ses dirigeants-fonda-

teurs passer sous la barre des 50 % du capital. Déjà présente à Paris, Madrid et Dubaï, CustomerMatrix va pouvoir ainsi boucler sa campagne de recrutement et ouvrir de nouveaux bureaux commerciaux à Londres et aux Etats-Unis. Discrète sur ses revenus à ce stade, la société s'attend à une croissance de 300 % cette année.

« Nous visons une centaine de millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici trois à cinq ans, avec un rythme de développement similaire à celui de Business Objects », selon le CEO, Guy Mounier. Pour atteindre cet objectif ambitieux, CustomerMatrix peut déjà compter sur un partenariat commercial avec le géant du secteur Atos. // w.s.

Newfund: François Véron • **True Global Ventures:** Dusan Stojanovic

EN BREF

Splendens Factory vise l'international. La société de production The Boat, propriétaire de la marque Splendens Factory, a reçu 0,7 M€ de deux family offices étrangers. Fondée par le producteur Adrien Moisson il y a deux ans, cette start-up atypique (ré)concilie le monde artistique avec celui de l'entreprise. Avec une trentaine d'artistes (designers, plasticiens, pâtisseries, peintres, etc.) à son bord, elle se fait fort de créer du contenu pour le compte de marques (Toyota, Audi, Microsoft, Dior, Labeyrie...) ou d'agences de publicité. En 2015, elle devrait générer plus de 4,5 M€ de recettes. Elle dispose désormais des moyens pour accélérer son internationalisation. Première étape: le Moyen-Orient, notamment l'Arabie saoudite et le Koweït.