

# Impact Partenaires nourrit de grandes ambitions



**MATHIEU BOULLENGER**  
FONDATEUR,  
LE PETIT PLUS

Né autour d'une SCR dotée de 5 M€ en 2007, le spécialiste de l'investissement à impact social positif espère collecter plus de 100 M€ pour son quatrième millésime.

Impact Partenaires ne saurait être considéré comme un investisseur marginal. A sa naissance sous le nom de BAC Partenaires en 2007 sous l'égide d'Aziz Senni et de 80 investisseurs privés, le gérant se positionne comme le premier fonds dédié aux entrepreneurs issus des banlieues. Il collecte alors 5 M€ auprès de grands noms, tels que Patrick de Giovanni, Claude Bébéar, Gonzague de Bliignières, Eric de Rothschild ou encore Patrick Sayer. Dès 2009, le GP se lance dans la levée d'un second véhicule : BAC Partenaires II. Il réunit pour celui-ci 10 M€, avec le concours des investisseurs de son premier fonds, mais aussi avec l'aide d'institutionnels comme BNP Paribas, HSBC, Ardian et Bpifrance. Avec ce véhicule, le gérant décide aussi de s'intéresser aux sociétés venues d'ailleurs... à condition qu'elles créent des emplois dans ces zones dites « sensibles ». Le premier deal de ce fonds sera conclu fin 2010 sur Ecotrans, spécialiste de la livraison frigorifique du dernier kilomètre. A l'époque, celui-ci ne réalise que 0,3 M€ de revenus et emploie cinq salariés. Il décide de se tourner vers BAC pour financer l'achat de véhicules. Mais il recevra également l'aide de son investisseur pour s'orienter vers la formation à l'écoconduite de jeunes sans qualification. Ses ventes et son équipe vont décupler pour atteindre 3 M€ et 50 salariés. Une croissance qui va pousser un industriel à reprendre les parts du GP – lequel génère là trois fois sa mise. Cet exemple est naturellement mis en avant par l'investisseur pour démontrer ce qu'il peut faire. Mais, depuis, BAC Partenaires s'est structuré, professionnalisé et diversifié. Aziz Senni (qui était à la tête du conseil de surveillance) se retire en 2013. Le président opérationnel, Mathieu Cornieti (à ce poste depuis 2009), entame une mutation vers son modèle actuel. C'est cette année-là que BAC devient Impact Partenaires. Et sa stratégie est élargie à tous les investissements à impact social positif.

L'ambition sociétale devient alors aussi importante que son objectif de rentabilité. Pour chacune des participations, le business plan se

décline désormais en des actions arrêtées sur des critères extra-financiers. Retour à l'emploi, dons alimentaires, insertion professionnelle de personnes autistes deviennent, à titre d'exemple, des objectifs tangibles du fonds, en accord avec ses LPs. Ce positionnement sur l'impact investing a même été placé au cœur d'Impact Partenaires III. Clos à 44 M€ en 2015, ce fonds séduit toujours plus d'institutionnels avec Swen CP, Axa IM, le FEI ou encore Malakoff-Médéric, qui rejoignent les précédents souscripteurs. « Nous avons un parfait alignement d'intérêts entre nos performances financières et sociales, affirme Mathieu Cornieti. Pour débloquer notre carried interest, nous devons d'une part atteindre le hurdle fixé à 3 %, mais aussi, d'autre part, réaliser plus de 50 % des objectifs d'impact. En dessous de ce seuil, l'ensemble des flux issus de la performance financière est alloué à des associations. Au-dessus, plus notre performance sociale est élevée, plus l'équipe d'investissement peut toucher son carried. » Impact Partenaires se dote des moyens de miser plus de 2 M€ par ligne avec ce troisième fonds. Ce véhicule a vocation à soutenir une trentaine d'entreprises, avec des reporting financiers trimestriels et extra-financiers annuels.

## Une diversification progressive

Impact Partenaires maintient de surcroît un dialogue constant avec ses souscripteurs pour les informer sur les avancées de ses participations. Mais le GP joint la parole aux actes. En plus de la création d'emplois dans les banlieues ou pour des personnes handicapées, il est parvenu à dégager une performance financière. « Notre deuxième fonds devrait être soldé avec un multiple moyen de trois fois la mise, au regard des quatre cessions enregistrées l'an dernier pour des retours entre 3 et 6 fois notre investissement, avance Mathieu Cornieti. Ce véhicule se concentrait pourtant sur des petites entreprises des quartiers sensibles alors que le troisième véhicule, offrant une plus grande diversité de cibles, a lui enregistré sa première sortie positive. » Un succès qui a poussé Impact Partenaires à se diversifier en lançant l'an dernier un fonds de 50 M€ pour accompagner des entrepreneurs dans l'ouverture de commerces franchisés dans les quartiers « politiques de la ville ». Cette stratégie innovante ne l'éloigne pas de son positionnement historique pour autant. Il vient de lancer la commercialisation d'un nouveau fonds de « cap-dév », qui ambitionne de réunir plus de 100 M€. **THOMAS LOEILLET**