

Yakarouler sur le point d'ouvrir son capital

dimanche, 01 décembre 2019

Dans ce monde où tout grandit en taille et en puissance financière -et comme il l'a annoncé sur Equip Auto- Yakarouler a lui aussi décidé d'ouvrir son capital. A son tour, le dernier indépendant parmi les pionniers français de la pièce en ligne se cherche un investisseur. Il pourrait aboutir avant la fin du 1^{er} trimestre 2020...



Yann Gyssels, président et fondateur de Yakarouler.

Marjorie Lily Poprawski, directrice générale de Yakarouler, l'avait officialisé sur Equip Auto : [le site de vente en ligne cherche à élargir son capital](#) auprès d'un industriel ou d'un fonds d'investissement sur lequel adosser son développement.

Pourquoi maintenant et pourquoi si tard, alors que tous les autres pionniers de la pièce en ligne se sont vendus ou ont été repris, du plus flamboyant ([Oscaro/PHE](#)) au plus petit ([Webdealauto/NPS](#)), en passant bien sûr par [Mister-Auto/PSA](#) ou même [Allopeus/Michelin](#), même si ce n'est que pour une partie minoritaire concernant ce dernier ?

Le dernier des *pure-players* indépendants

Il est vrai que Yakarouler, créé en 2006, fait figure de dernier indépendant dans un univers où de puissantes entreprises de la "vieille économie" ont ainsi su s'approprier les principaux acteurs du web pour digitaliser leurs stratégies. C'est d'ailleurs à ce titre que Yakarouler estime qu'il est temps de

s'appuyer sur un investisseur pour financer un nécessaire développement, tout en valorisant à raison son statut de dernière pépite disponible.

Ce n'est donc pas pour une question d'urgence financière, mais plus par un désir de "déjauger" une bonne fois pour toutes, comme ces hors-bords qui se hissent au-dessus des vagues pour mieux prendre de la vitesse. *«Aujourd'hui, l'ère des pionniers est derrière nous, explique Yann Gyssels, président et fondateur de l'entreprise. Il ne suffit plus d'avoir le punch, la volonté et l'inventivité : il faut des moyens et des structures pour financer la croissance d'une entreprise comme la nôtre».*

Sans oublier bien sûr qu'au-delà des leaders français que sont Oscaro et Mister-Auto, de gros concurrents ont frappé aux portes du marché. Et ils sont eux aussi armés de fonds et d'investisseurs, tels les Allemands [KFZTeile24](#) (en France sous la marque Carpadoo.fr) ou [Autodoc](#), qui revendique 2 500 000 références diffusées dans 26 pays d'Europe...

Trouver le bon "entremetteur"

Yan Gyssels et Marjorie Lily Poprawski ont donc pris le dossier à bras-le-corps et par le bon bout. Ils se sont assuré les services d'une banque d'affaires spécialisée dans les rapprochements d'entreprises et, tant qu'à faire, ayant une bonne expérience du secteur de l'aftermarket.

«Nous avons choisi [Vulcain](#) pour construire et instruire le dossier de recherche d'un investisseur. Ce type de démarche est chronophage si on veut le mener soi-même, confie Y. Gyssels. En outre, ce n'est pas notre métier. Nous préférons rester complètement opérationnels dans l'entreprise pendant que les spécialistes de l'investissement se parlent et avancent».

Garder le cap du "phygital"

Et c'est semble-t-il en bonne voie : plusieurs postulants se sont présentés. Mais nous n'en saurons pas plus, sinon que *«le dossier pourrait aboutir durant le premier trimestre 2020»*. Logiquement, Y. Gyssels recherche un industriel, de préférence du secteur de l'après-vente, qui comprenne la nécessité d'avoir une stratégie digitale performante doublée d'une sensibilité au "phygital", à savoir disposer de magasins (deux à l'heure actuelle) et s'appuyer sur des réparateurs-partenaires.

Yakarouler cherche-t-il un partenaire minoritaire ou majoritaire ? *«Cela dépendra avant tout du projet que nous partagerons, précise le fondateur. Nous voulons pouvoir projeter l'entreprise dans une croissance à moyen et long terme»*. Dans ce contexte, *«qui détient combien importe moins que la façon dont nous conduirons ensemble notre développement et notre capacité d'innovation»*.

Nombreux candidats possibles

En tout cas, *«c'est le bon moment pour tout le monde, poursuit-il. Pour nous, il s'agit de financer les nombreux projets que nous avons, en France comme à l'international ; pour l'industriel qui entrera dans notre capital, nous sommes de toute évidence la solution la plus rapide, la moins coûteuse et la plus opérationnelle pour entrer de plain pied dans une stratégie digitale performante»* (voir encadré ci-dessous).

Y. Gyssels en est donc convaincu : c'est maintenant qu'il lui faut trouver un partenaire attiré par un accord gagnant-gagnant. Et à regarder l'univers des acteurs de la pièce, si soucieux de consolidation internationale et de présence omnicanale, nombreux encore sont ceux qui, dans nos frontières ou en dehors, peuvent avoir effectivement besoin de s'offrir ainsi une entreprise expérimentée du domaine.

Comme d'habitude, nous vous tiendrons au courant...

Le bon ticket d'entrée, c'est Yakarouler...

Autant pour rester dans la course que pour mieux séduire, Yakarouler s'est fait chatoyant. il vient de déployer un nouveau site et un nouveau moteur de recherche. Avec sa solution PIM développée cette année (pour «*Product Information Management*»), il a lancé «*une technologie disruptive qui permet par exemple de sourcer et "pricer" des pièces auprès de ses fournisseurs en temps réel*», précisait son communiqué Equip Auto. Parmi les *pure-players*, Yakarouler se revendique d'ailleurs «*leader en matière d'évolutions technologiques*», tout en continuant de travailler sur de nouveaux projets qui ne peuvent qu'attiser la curiosité intéressée des investisseurs...

Car Yann Gyssels le souligne : le ticket d'entrée dans le digital en général -et sur le marché de la pièce en ligne en particulier- n'a plus rien de commun avec le bon vieux temps de l'émergence des *pure-players*. A propos par exemple du moteur de recherche, atout-clé d'un site de e-commerce qui se respecte, le fondateur se souvient que «*le tout premier, quand nous nous sommes lancés, nous avait coûté 50 000 €. Nous venons de le refondre complètement... pour 1,5 million. Si quelqu'un veut partir aujourd'hui de zéro, sans expérience ni acquis, il faudrait maintenant injecter 4 à 10 fois plus. Sans même la garantie d'arriver à la même performance !*». Et que dire de l'envolée, tarifaire et technologique, des adwords, des stratégies de référencement et autres complexes algorithmes...