

## La Manufacture Française de Bougies éclaire un minoraire

Le 21 mars 2017, par Jean-Philippe Mas, CFnews

**Le fabricant provençal à façon de bougies parfumées de luxe ouvre, pour la première fois, son capital à Bpifrance, qui entre en minoraire via le Fonds pour les Savoir-Faire d'Excellence.**

La Manufacture Française de Bougies élargit son tour de table pour se structurer et gagner des parts de marché. À l'issue de discussions ayant démarré en juillet 2016, le fabricant provençal à façon de bougies parfumées de luxe recompose son capital avec l'appui de Bpifrance. Celui-ci entre en minoraire via le Fonds pour les Savoir-Faire d'Excellence, doté de 20 M€ et investi à hauteur de près de 50 %. Avec des tickets compris entre 500 K€ et 2 M€, sa dernière opération date de novembre dernier avec Vacheron Industries, le fabricant savoyard de produits en métal plastique.

La majorité des titres reste aux mains du dirigeant actuel et fondateur, Guilhem Rousseau et de sa femme. « La Manufacture Française de Bougies a l'avantage de maîtriser un savoir-faire cirier rare et de disposer d'un outil productif innovant. Notre investissement facilitera la structuration humaine de la société afin d'accélérer sa croissance organique », précise Isabelle Ginestet-Naudin, en charge des fonds Industries créatives de Bpifrance.

### Une force commerciale

Les deux structures se connaissaient déjà car Bpifrance avait participé au financement d'un nouvel outil industriel mis en place l'an dernier et permettant l'automatisation de certaines étapes pour faire face à une demande de plus en plus soutenue des donneurs d'ordres.

Fondée en 2008 et basée à Carnoux en Provence dans les Bouches-du-Rhône, la Manufacture Française de Bougies, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 1,22 M€ en 2015, s'adresse aux marques de luxe et aux parfumeurs de niche haut de gamme. Bénéficiant d'une croissance à deux chiffres, elle a produit, l'an dernier, près d'un million de bougies parfumées.

L'entrée au capital de Bpifrance accentuera les dépenses au niveau commercial avec une force de vente plus importante. Par ailleurs, la Manufacture Française de Bougies, employant une douzaine d'ETP, va proposer à ses clients une offre globale allant de la conception à la fabrication des bougies. Des opérations de croissance externe seront envisagées dans le but de consolider les secteurs d'intervention.

Conseils investisseur (Bpifrance : Isabelle Ginestet-Naudin, Damien d'Houdain) : due diligence : financière : Exelmans Audit & Conseil (Stéphane Dahan, Manuel Manas) ; juridique : Almain (Edgard Nguyen)

Conseils cédant : financier : Aurignac Finance (Jean-René Griton, Christine Kairouz) ; juridique : Guillemain Flichy (Matthieu Bringer, Zineb Laraki)

## La Manufacture Française de Bougies signe avec Bpifrance

Le 21 mars 2017, par A.B., Capital Finance

A l'occasion de sa première ouverture de capital, La Manufacture Française de Bougies signe avec Bpifrance, qui intervient au travers du fonds pour les Savoir-Faire d'Excellence (tickets compris entre 0,5 et 2 M€).

Ce fabricant de bougies parfumées de luxe entend ainsi procéder à des investissements commerciaux et au développement d'une offre clé en main de bougies, allant de la conception à la fabrication. L'an dernier, cet industriel dirigé par Guilhem Rousseau depuis sa création en 2008 a produit près d'un million de bougies.

Conseils investisseur (Bpifrance : Isabelle Ginestet-Naudin, Damien d'Houdain) : due diligence : financière : Exelmans Audit & Conseil (Stéphane Dahan, Manuel Manas) ; juridique : Almain (Edgard Nguyen)

Conseils cédant : financier : Aurignac Finance (Jean-René Griton, Christine Kairouz) ; juridique : Guillemain Flichy (Matthieu Bringer, Zineb Laraki)

## La Manufacture Française de Bougies entretient la flamme du luxe

Le 24 mai 2017, par Aliette de Broqua, Le Figaro

**Après la banque et les télécoms, Guilhem Rousseau s'est orienté vers une activité de produits haut de gamme.**

À écouter Guilhem Rousseau, son président fondateur, la Manufacture Française des Bougies porterait mal son nom! «Nous fabriquons un produit d'excellence, dit-il, des bougies parfumées, pas des cierges ni des veilleuses ou des chauffe-plats... Nous produisons des diffuseurs de parfums pas des diffuseurs de lumière.» Le chef d'entreprise de 47 ans revendique d'appartenir au monde de la parfumerie, du luxe et de travailler pour des grandes marques comme Diptyque, leader mondial dans cette activité des bougies parfumées, L'Artisan Parfumeur, By Kilian (Estée Lauder), Byredo, Astier de Villatte... Tous des parfumeurs de niche.

L'homme a un parcours original. Après trois ans d'études de médecine, il a bifurqué vers la finance. Il a ainsi passé quelques années dans la banque de crédit immobilier UCB qui a, depuis, fusionné avec Cetelem. En 1998, il s'est lancé dans l'aventure entrepreneuriale avec trois amis en créant un opérateur de télécoms pour les entreprises, Futur Telecom. La société sera vendue à SFR en 2005.

« Nous avons fait partie de la centaine d'opérateurs créés à l'époque », raconte-t-il. Un des associés a déjà fait la même chose aux États-Unis. Fort de son expérience, ils se lancent sur le créneau des entreprises avec un plus: l'analyse de leur consommation et des offres adaptées pour réduire leurs dépenses de télécoms. Futur Telecom a même été le premier à lancer en France un forfait comprenant téléphonie fixe, téléphonie mobile et Internet. La recette marche. En sept ans, l'entreprise atteint 55 millions de ventes avec une centaine de salariés.

C'est l'époque des concentrations et SFR jette alors son dévolu sur Futur Telecom. Mais, aujourd'hui, depuis le rachat de SFR par Altice, le groupe de Patrick Drahi, la marque est en train de disparaître. En tout cas, l'expérience aura été formatrice pour Guilhem Rousseau. «Je venais de la banque, je ne savais rien faire! plaisante-t-il. J'ai tout appris à savoir tout faire...»

Son envie de faire une incursion dans l'industrie alliée à sa passion pour les bougies parfumées l'incite alors à retenter l'aventure de la création d'entreprise dans une activité qu'il pressent comme prometteuse pour peu qu'il sache apporter une touche d'innovation. C'est ce qu'il s'emploie à faire depuis qu'il a fondé cette nouvelle entreprise en 2008.

Son savoir-faire, explique-t-il, est de formuler des mélanges de cires végétales, paraffines ou cires d'abeille pour obtenir le meilleur rendu olfactif. «Nous ne pouvons pas utiliser toujours la même formule, dit-il. L'interaction entre les molécules de parfums et les cires n'est jamais la même. Nous devons pousser au bout le travail de formulation en tenant compte du fait que la cire modifie beaucoup le rendu, ce qui n'est pas le cas pour l'alcool. Le parfumeur qui nous fournit un concentré de parfum nous fait le brief de l'histoire qu'il veut raconter. À nous d'être le plus fidèles possible.» Il travaille avec vingt-cinq cires différentes et en associe généralement huit pour une bougie, mais selon des proportions variables en fonction du parfum. Développer une bougie peut prendre de trois à six mois...

Pour parvenir à cette excellence, il a dû remettre en cause un savoir-faire séculaire en apportant des innovations. Dans cette quête, il a eu la chance de très tôt travailler pour Diptyque, «la marque de référence dans les bougies parfumées». «Ils sont très exigeants et ne trouvaient pas ce qu'ils recherchaient. Ils m'ont accompagné dans ma recherche de l'excellence», raconte Guilhem Rousseau. Travailler pour Diptyque lui a ouvert ensuite d'autres portes.

Du coup, l'entreprise a très vite grandi et s'est retrouvée confrontée à un problème de capacité. Elle a conçu elle-même une machine pour automatiser sa production et actuellement ses dix-sept employés sont engagés dans un programme de formation pour se reconverter vers d'autres tâches plus qualifiées.

«Nous avons changé de métier. Nous sommes passés de l'artisanat à l'industrie», note le dirigeant. Résultat, pour son exercice clos le 31 mars 2017, il devrait avoir enregistré une croissance de 50 % de ses ventes à 2,3 millions d'euros, avec 1,4 million de bougies parfumées produites. Son objectif est de quadrupler ses ventes à 8 millions d'ici à 2021. La banque publique Bpifrance a d'abord accompagné l'entreprise en lui accordant un prêt à l'innovation de 1 million pour financer une partie de l'investissement dans l'outil de production. Elle vient en outre d'injecter de l'argent frais en entrant dans son capital via son Fonds pour les savoir-faire d'excellence, créé pour aider les joyaux du «made in France». C'est une participation minoritaire dont elle ne veut révéler ni la hauteur ni le montant.

«Positionnée sur un segment de marché en croissance qui bénéficie notamment de la stratégie de diversification de l'offre des groupes de luxe, à laquelle répond son produit, la Manufacture Française de Bougies est à même de capter les potentiels de croissance grâce à la maîtrise de son savoir-faire cirier haut de gamme», commente Bpifrance. Sur le marché français, il n'a qu'un seul concurrent, Hypsipyle, parfumeur et créateur de bougies parfumées, d'une taille comparable à la sienne, les autres fabricants étant très atomisés.

La Manufacture va pouvoir passer la vitesse supérieure grâce à l'argent apporté par Bpifrance en investissant dans son développement commercial, à l'international notamment qui ne représente que 10 % de ses ventes. Pour commencer, deux commerciaux seront recrutés et un bureau doit ouvrir à Paris.