

ÉDITORIAL

Dans la tourmente, les opportunités se révèlent

Dans un environnement économique et géopolitique marqué par l'incertitude - tensions politiques en France, instabilité internationale, mesures protectionnistes de Washington - les marchés restent sous tension. Le nombre d'opérations de M&A en recul, la rareté des actifs à la vente, et la contraction des financements sur les segments mid et large cap traduisent cette période de flottement.

Cependant, sur le segment small-cap, on observe un redémarrage du marché, avec un regain du nombre de dossiers de qualité et des opérations en cours. A l'image des participations d'ARLANE, elles sont portées par des dirigeants agiles, engagés et innovants. Dans ce contexte exigeant, leur surperformance constitue une base solide pour des opérations à forte création de valeur.

Plus que jamais, lorsque les belles opportunités intermédiaires se raréfient et attirent de nombreux investisseurs, le sourcing direct prend tout son sens. Identifier tôt les bons partenaires, co-construire une stratégie avec les dirigeants, faire émerger des projets sur-mesure : voilà l'essence même de notre métier.

Valmy, Denis, Kenza



GRAND ANGLE

L'immobilier : un levier stratégique au service de la croissance des PME

En tant qu'investisseur small-cap, notre rôle est à la fois d'optimiser la création de valeur financière tout en accompagnant la croissance des entreprises, la fidélisation des équipes et l'attraction des talents dans les PME régionales. Dans ce cadre, l'immobilier peut aussi être un levier et un outil stratégique modulable qui peut servir la performance opérationnelle, l'image de marque et assurer une agilité essentielle face aux évolutions de marché.

Le premier enjeu auquel l'immobilier peut répondre est celui de la croissance physique et productive. Lorsqu'une activité s'accélère, il devient indispensable d'augmenter rapidement les capacités, sans compromettre l'organisation existante. ATI Industrie, par exemple, confrontée à un triplement de son carnet de commandes en 18 mois en passant de 10 à 30 m€, a su saisir l'opportunité d'un site voisin en rachetant un sous-traitant à la barre du tribunal. Plutôt que de déménager, elle a simplement traversé la rue, assurant ainsi la continuité des équipes et une montée en puissance sans rupture de production.

Dans le cas d'Eliis, la croissance s'est exprimée par une expansion internationale et le doublement de ses effectifs de 50 à 100 personnes, en partie au siège de Montpellier, cœur stratégique de l'innovation avec le service R&D : la réponse immobilière a été l'achat et la rénovation de ses propres locaux, lui offrant un siège stratégique et pérenne pour soutenir son développement mondial. Au-delà de l'usage, la propriété des locaux peut devenir une arme stratégique. Être propriétaire permet de réagir vite, de décider seul, sans dépendre d'un bailleur. Ce choix permet de gagner en efficacité, mais aussi d'améliorer l'EBIT-DA en supprimant le poids du loyer. Augmenter la rentabilité et donc la valorisation est possible dans certaines circonstances, en particulier lorsque les acquisitions se font dans de bonnes conditions ou sur des opportunités.

Dans d'autres cas, une acquisition, ou un déménagement pour des locaux plus grands en location n'est pas toujours la solution la plus pertinente. La croissance de certaines activités nécessite plus de souplesse. C'est le choix qu'a fait Sprinter, entreprise de distribution spécialisée, en misant sur la sous-location flexible selon l'évolution de son activité.

Ce modèle lui permet d'ajuster progressivement ses surfaces de stockage en fonction de ses besoins, évitant à la fois les investissements lourds, la désorganisation liée à un déménagement et les rigidités des baux traditionnels. De même, Arthur Loyd, acteur du secteur immobilier lui-même, fait ce constat : dans ses agences, le coworking pur s'impose parfois comme la solution la plus agile, par exemple à Paris où l'espace peut être modulé chaque trimestre, sans engagement lourd, pour accompagner les variations d'activité.

Enfin, l'immobilier peut devenir un vecteur d'image et d'attractivité, autant pour les clients que pour les talents. L'Imprimerie du Marais en offre une illustration emblématique. En regroupant ses ateliers artisanaux dans un espace unique pensé comme un showroom vivant, elle ne se contente pas d'optimiser ses flux : elle renforce son positionnement haut de gamme et propose à ses clients un lieu de co-création à la hauteur des exigences de l'industrie du luxe. De la même manière, ATI Industrie ou Eliis ont intégré dans leur stratégie immobilière le souci d'un cadre valorisant, permettant de fidéliser les collaborateurs et de projeter une image forte à leurs partenaires.

Ces cinq exemples démontrent qu'une stratégie immobilière alignée avec les besoins concrets de l'entreprise (croissance, attractivité, agilité, valorisation, image de marque) peut créer de la valeur bien au-delà des mètres carrés.

CARNET DE BORD DE NOS PARTICIPATIONS

Mise en lumière d'une participation :

Résister et surperformer - l'exemple de Léopold ou comment réinventer le marché du bio en crise

Avec un taux de sélection rigoureux – environ 150 dossiers étudiés chaque année pour seulement 1 à 2 investissements réalisés – ARLANE s'engage aux côtés d'entreprises solides, dirigées par des équipes agiles. Ces entreprises performantes, qui excellent en période de croissance, savent également faire preuve de résilience quelles que soient les circonstances. C'est le cas de Léopold, un réseau de 25 épicerie bio fondé en 2008 par Benjamin Quiras.

Dans un secteur bio frappé de plein fouet par l'inflation et la baisse du pouvoir d'achat, Léopold a connu deux années délicates. La réponse de l'équipe ? Une transformation profonde : repositionnement de l'offre (réduction des références, gamme premiers prix), modernisation des outils de fidélité, meilleure animation des magasins, et recentrage sur les partenariats locaux.

Le directeur de magasin, pilier du modèle, est au cœur du projet : formations, coaching collectif, et liens étroits avec les producteurs locaux, via des contrats pluriannuels sécurisent toute la chaîne de valeur.

Depuis 2024, la croissance est de retour. Léopold innove encore : e-commerce, rayons frais repensés, diversification non alimentaire, et surtout un concept store à La Rochelle (900 m²) intégrant restauration, bien-être, et services qui affiche une dynamique très positive.

Léopold illustre parfaitement la mission que nous portons chez ARLANE : accompagner des entrepreneurs capables de se réinventer.



Actualités des participations

Intervention de L'Imprimerie du Marais à l'académie des savoirs-faire de la fondation Hermès



Mélody Maby-Przedborski, directrice du développement et de la communication de l'Imprimerie du Marais a participé aux rencontres organisées par l'Académie des savoir-faire de la Fondation Hermès. Celle-ci invite tous les deux ans des professionnels, artisans et créateurs du monde entier, à explorer une matière universelle dans la transversalité des pratiques, en conjuguant innovation, expérimentation et écoresponsabilité. L'édition 2025 était consacrée au papier. Mélody Maby-Przedborski a présenté lors d'un atelier Les savoir-faire de l'imprimeur. Une vidéo de son intervention sera en ligne à partir du mois de septembre.

8e édition du Baromètre Arthur Loyd

Référence incontournable en matière d'attractivité des métropoles françaises, Arthur Loyd a dévoilé son palmarès 2025 des grandes, moyennes et petites villes. Publié en deux parties, ce baromètre s'appuie sur 75 indicateurs (économie, qualité de vie, connectivité, social) pour classer 50 aires urbaines et analyser les tendances qui façonnent leur dynamisme.

Outil précieux pour les décideurs économiques, les élus et les médias, ce baromètre consacre Arthur Loyd comme un expert des dynamiques territoriales, malgré la concurrence des multinationales. Un levier d'influence et de réflexion pour comprendre où il fait bon vivre et travailler en France.

VIE DU FONDS & SAVE THE DATE

Salon IPEM

La prochaine édition du salon IPEM - International Private Equity Market - à Paris se tiendra au Palais des Congrès du 24 au 26 septembre.

Vous pouvez d'ores et déjà prendre rendez-vous avec notre équipe qui y sera présente, en contactant Catherine Denis au : 01 58 56 25 24.

Rappel de la stratégie d'investissement d'ARLANE III

La Stratégie d'investissement d'ARLANE III reste identique à celle de Vespa I et Vespa II :

- PME régionales entre 10M€ et 50M€ de chiffre d'affaires,
- Tickets d'investissement entre 10M€ et 20M€,
- LBO et OBO majoritaires et primaires,
- Contacts directs avec les managers et propriétaires des entreprises pour des opérations peu ou pas intermédiées.

Contacts

Jean-Valmy Nicolas
Associé Fondateur
valmy@arlane.com

Kenza Mounni
Associée Fondatrice
kenza@arlane.com

Denis Leroy
Associé Fondateur
denis@arlane.com