

SCOPE

N°40

LA REVUE D'OMNES / THE OMNES REVIEW - DÉCEMBRE/DECEMBER 2021

DÉCOUVRIR

DISCOVER

Les actualités des participations
d'Omnes / News on Omnes'
portfolio companies

8

ACCOMPLIR

PERFORM

Newronika, un «game-changer»
dans la maladie de Parkinson
Newronika, a game-changer
in Parkinson's disease

17

RENCONTRER

MEET

Christian Dabasse,
Président de Sphera
Christian Dabasse,
CEO of Sphera

22

DÉCHIFFRER

DECIPHER

L'art de vivre à la française,
un atout concurrentiel unique
The French lifestyle, a unique
competitive advantage

30

S'INSPIRER / INSPIRE

Personnalisation de
l'expérience client : une
pratique incontournable

Personalising the
customer experience:
an indispensable practice

24



03

ÉDITO
EDITORIAL

06

ACTUALITÉS

NEWS

Pour ne rien manquer de l'actualité d'Omnes.

Don't miss any news from Omnes.



08

DÉCOUVRIR

DISCOVER

Les actualités des participations d'Omnes.

News on Omnes portfolio companies.



17

ACCOMPLIR

PERFORM

Newronika, un « game-changer » dans la maladie de Parkinson.

Newronika, a game-changer in Parkinson's disease.



RENCONTRER

MEET

3 questions à Christian Dabasse, Président de Sphera.

Three questions for Christian Dabasse, CEO of Sphera.

22

24

S'INSPIRER

INSPIRE

Personnalisation de l'expérience client : une pratique incontournable.

Personalising the customer experience: an indispensable practice.

30

DÉCHIFFRER

DECIPHER

L'art de vivre à la française, un atout concurrentiel unique.

The French lifestyle, a unique competitive advantage.

FABIEN PRÉVOST
CEO, OMNES

Watts

WATTS

Is nous font mal. Au porte-monnaie, d'abord :

- le prix du MWh de gaz naturel, qui évoluait entre 35 € et 20 € ces 12 dernières années, a passé la barre de 116 € en octobre dernier pour redescendre à 78 € au jour où j'écris ces lignes, soit un triplement ;
- le prix de la tonne de charbon est passé en 18 mois de 39 € à 206 € en octobre dernier pour redescendre à 115 €-130 €, encore un triplement ;
- et comme tout cela est lié, le prix annuel moyen du MWh d'électricité, qui oscillait ces quatre dernières années en Europe entre 37 € et 60 € selon les pays, a vu son prix moyen annuel dépasser 121 € pour 2021, avec des prévisions pour 2022 restant au-dessus de 95 €.

Mal au moral, ensuite : l'énergie est omniprésente dans nos débats de société. Comment construire un avenir rassurant compatible avec un besoin croissant en énergie ? La conduite d'un débat serein semble difficile et c'est bien dommage. Entre populisme, passions exacerbées, et manœuvres politiques, tous les ingrédients sont là pour éviter d'aborder les questions de manière apaisée et logique. On oppose le nucléaire aux énergies renouvelables, la croissance à la survie de la planète, et l'innovation technologique à l'amélioration de nos conditions de vie.

Il me semble pourtant que ces six paramètres sont parfaitement compatibles entre eux, et surtout souhaitables. Toute notre énergie ne pourra uniquement venir du renouvelable, une croissance continue est parfaitement compatible avec les ressources de notre planète (encore faut-il les gérer intelligemment) et notre bonheur ne passe pas par revenir à de la « low tech ». Assumons de faire coexister intelligemment le nucléaire avec les énergies renouvelables, de tordre le cou aux thèses des effondristes prônant la décroissance, et de continuer à miser sur l'innovation pour faire progresser l'humanité. Souhaitons un débat intelligent et apaisé dans les mois qui viennent autour de ces thèmes.

They can be bad for us. Bad for our wallets to begin with:

- The price of natural gas per MWh, which ranged between €35 and €20 over the past 12 years, soared to above €116 during October before dropping back to €78 at the date of writing, i.e., a threefold increase.
- In 18 months, the price of coal per tonne has risen from €39 to a peak of €206 in October before dipping again to between €115 and €130, another threefold increase.
- And, as these things are all linked, the annual average price per MWh of electricity, which in Europe had fluctuated between €37 and €60 depending on the country over the past four years, has risen to above €121 for 2021, with forecasts for 2022 still above €95.

And bad for morale: energy is an omnipresent subject of debate in our society. How can we build a reassuring future that is compatible with growing energy needs? A calm debate on this subject seems difficult and that is a great pity. Populism, exacerbated passions and political manoeuvring - all the ingredients are there to prevent us looking at the matter calmly and sensibly. Nuclear energy is pitted against renewable energies, growth against survival of the planet and technological innovation against improvement in living conditions.

It seems to me, however, that these six parameters are perfectly compatible and, above all, desirable. All our energy cannot be provided by renewable energy alone, continuous growth is perfectly compatible with the resources of the planet (as long as they are managed intelligently) and our future happiness is not dependent on returning to a "low tech" society. We must work to achieve a sensible coexistence of nuclear and renewable energy, to snuff out the 'collapsist' movement's arguments in favour of de-growth and continue to look to technology to ensure the progress of mankind. Let's hope for an intelligent and objective debate on these matters over the coming months.

Scope - La revue d'Omnes/The Omnes Review: 37-41, rue du Rocher - 75008 Paris. Directeur de la publication/Managing director: Fabien Prévost. Rédactrice en chef/Editor in Chief: Aurélie Blanchard-Massoni. Rédaction/Editorial: Aurélie Blanchard-Massoni, Stéphanie Livingstone. Crédits photo/Photo credits: Hervé Thouroude, © Newronika, Istock. Illustrations: Bénédicte Govaert (pages 4-5), Gettyimages (page 31). Traduction anglaise/English translation: IDJ Communications, Ubiquis. ISSN: 2649-2520. Conception-réalisation/Production: EPCO. Cette revue est imprimée sur un papier issu de forêts gérées durablement. This magazine is printed on paper from sustainably managed forests.



«Assumons de faire coexister intelligemment le nucléaire avec les énergies renouvelables, de tordre le cou aux thèses des effondristes prônant la décroissance, et de continuer à miser sur l'innovation pour faire progresser l'humanité.»

“We must work to achieve a sensible coexistence of nuclear and renewable energy, to snuff out the ‘collapsist’ movement’s arguments in favour of de-growth and to continue to look to technology to ensure the progress of mankind.”



FABIEN PRÉVOST
CEO, OMNES

Face à l'envolée des prix du MWh, une préoccupation à plus court terme est celle du retour de l'inflation. Je ne sais pas pour vous, mais dès que des responsables d'organisations économiques ou financières se précipitent pour annoncer qu'une donnée inquiétante « ne l'est que temporairement et va sans nul doute se corriger rapidement », j'ai immédiatement quelques suspensions.

Chez Omnes, nous prenons le risque inflationniste au sérieux. Je ne vois pas comment les hausses de prix constatées sur l'énergie et les matières premières et les différentes pénuries (dont certaines prévues sur deux ans comme les composants électroniques) ne seront pas répercutées sur les prix. Aujourd'hui, les entreprises absorbent le choc dans une vision concurrentielle post-Covid où chacun cherche ses marques et ne veut pas « tirer le premier ». Mais cela ne va pas durer. L'augmentation risque alors d'être brutale. Et les outils de la politique monétaire (hausse des taux, accès au crédit) pourraient être moins efficaces dans un tel contexte d'accélération. Nous intégrons ce paramètre dans la gestion de nos investissements, convaincus de l'importance de cette réalité.

Si certains Watts nous font du mal, d'autres nous font du bien. Musicien d'exception pour certains qui adorent encenser les icônes du rock décédées, plutôt nullissime pour d'autres, le débat est stérile. Son talent n'était pas dans sa technique en effet assez inexistante. Il n'aurait pas tenu dix secondes chez Led Zeppelin, Cream ou The Who. Et ce n'est pas le sujet. Sa qualité était cette capacité à ancrer les fondations rythmiques et à laisser leur place aux autres dans le groupe. Il connaissait ses limites, tenait son rôle, restait simple dans son jeu. Bref : efficace à défaut d'être flamboyant. Démonstration éclatante qu'une individualité médiocre techniquement peut parfaitement contribuer au génie collectif. Voilà le talent de Charlie, parti ailleurs chercher cette satisfaction dont il nous bassinait avec les quatre autres à la fin de chaque concert qu'il était dans l'incapacité de la trouver. Parti pour éviter la tournée de trop ? Bien joué !

Bonne lecture de notre revue n°40, avec de vraies infos, de vraies entreprises, de vrais succès, de vrais hommes et femmes, de vraies passions. Merci de votre fidélité.

Vendredi 5 novembre 2021

fabien.prevost@omnescapital.com

(1) https://www.francetvinfo.fr/economie/industrie/industrie-cinq-questions-sur-la-penurie-de-composants-electroniques-qui-paralyse-certaines-entreprises-francaises_4762091.html

(2) Cf la partie de batterie de Gimme Shelter (isolée dans cette vidéo) : rasoir à souhait - <https://youtu.be/dsuMuNu1CL8>

Given the soaring prices of the MWh, a more immediate concern is the return of inflation. I don't know about you, but every time I see the head of an economic or financial body rush to say that a worrying indicator "is merely transitory and will undoubtedly correct itself rapidly" I immediately have some doubts.

At Omnes, we are taking this inflationary risk seriously. I cannot see how the present rise in energy and raw materials prices and the various shortages (some of which, such as electronic components, are expected to continue over two years) can fail to feed through to end prices. At the moment, businesses are absorbing the shock in a post-Covid market where each company is trying to find its feet and no one wants to "fire the first shot". But this will not last. The eventual rise could be dramatic. And monetary policy tools (interest-rate hikes, access to lending) could be less effective in the case of such an acceleration. We are taking this factor into account in our investments, convinced of the importance of this reality.

While some Watts can hurt us, others can do us good. An exceptional musician in the eyes of those who like to worship dead rock stars; a fairly hopeless musician in the eyes of others - a fruitless debate. Effectively, his talent did not lie in his technique as a musician. He wouldn't have lasted ten seconds with Led Zeppelin, Cream or The Who. But that doesn't matter. His main quality was his ability to lay the foundations of the beat and leave room for the other members of the group to take their place. He knew his limits, stayed into his place, kept his playing simple. In sum: efficient although not flamboyant. A shining example of how a technically mediocre individual can contribute to collective genius. This was the real talent shown by Charlie, now gone to seek that satisfaction that, at the end of each concert, he and the four others went on and on about being unable to get. Gone to skip out of that last tour too many? Well played!

Enjoy Scope no. 40, with real news, real businesses, real success stories, real people and real passion. Thank you for your loyalty.

5 November 2021

fabien.prevost@omnescapital.com

(1) https://www.francetvinfo.fr/economie/industrie/industrie-cinq-questions-sur-la-penurie-de-composants-electroniques-qui-paralyse-certaines-entreprises-francaises_4762091.html

(2) See the drums part of Gimme Shelter (isolated in this video): boring as can be - <https://youtu.be/dsuMuNu1CL8>

TROPHÉES ESG

ESG TROPHIES



En novembre dernier, Omnes a remis des trophées ESG à trois sociétés de son portefeuille. Les lauréats de cette deuxième édition sont Sekoia, Tennaxia et le Centre Aquatique à Saint-Denis. L'approche pour attribuer ces trophées repose sur une méthode de scoring interne annuelle appliquée à chaque participation qui s'appuie sur un plan de progrès ESG. Une note est calculée dès la prise de participation puis revue annuellement pour mesurer les progrès de la démarche ESG et s'assurer que les objectifs initiaux seront bien remplis.

Last November, Omnes has awarded ESG trophies to three of its portfolio companies. The winners of this second edition are Sekoia, Tennaxia and Saint-Denis Aquatic Center. These awards are allocated drawing on an annual internal scoring method applied to each portfolio company based on an ESG progress plan. A score is calculated from acquisition and reviewed annually to assess the ESG progress made and ensure that the initial targets will be met.

À LIRE / SOMETHING TO READ!

« La situation actuelle cache un risque structurel de hausse incontrôlée du prix de l'électricité. »

Tribune rédigée par Serge Savasta, Associé gérant chez Omnes en charge de l'activité Infrastructure.

Le Monde, 15 octobre 2021

https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/10/15/la-situation-actuelle-cache-un-risque-structurel-de-hausse-incontrollee-du-prix-de-l-electricite_6098519_3232.html

« Les plans batteries vont-ils permettre à l'Europe de rattraper son retard ? »

Tribune rédigée par Renaud Poulard, Directeur associé chez Omnes dans l'équipe Capital Risque.

L'Usine Nouvelle, 25 septembre 2021

https://www.usinenouvelle.com/article/avis-d-expert-les-plans-batteries-vont-ils-permettre-a-l-europe-de-rattraper-son-retard_N1141982

"The present situation masks a structural risk of an uncontrolled surge in electricity prices."

Article written by Serge Savasta, Managing partner at Omnes in charge of the infrastructure activity.

Le Monde, 15 octobre 2021

https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/10/15/la-situation-actuelle-cache-un-risque-structurel-de-hausse-incontrollee-du-prix-de-l-electricite_6098519_3232.html

"Will the battery plans enable Europe to catch up?"

Article written by Renaud Poulard, Partner at Omnes Venture Capital.

L'Usine Nouvelle, 25 septembre 2021

https://www.usinenouvelle.com/article/avis-d-expert-les-plans-batteries-vont-ils-permettre-a-l-europe-de-rattraper-son-retard_N1141982

CARNET

APPOINTMENTS



Isa Schulz



Myriam Messadi



François Leroy



Cécile Ah-Fa



Romane Amiot

Isa Schulz (doctorat en finance) rejoint Omnes Mid Cap en qualité de Directeur d'investissements. Myriam Messadi (Université Paris Dauphine) rejoint l'équipe Situations Spéciales en qualité de Chargée d'affaires senior. François Leroy (CentraleSupélec & National University of Singapore), Chargé d'affaires, vient renforcer le pôle Asset Management en Énergies Renouvelables. Omnes accueille deux Analystes, Cécile Ah-Fa (Audencia Business School), dans l'équipe Dette Privée, et Romane Amiot (EDHEC Business School & London School of Economics and Political Science) dans l'équipe Capital Développement &

Transmission Mid Cap. La Direction des Opérations accueille Moustapha Singare (CNAM-INTEC) en qualité de comptable.

Omnes nomme Étienne Chemel (École Centrale de Nantes & HEC) et Fabien Collagettes (Supélec) en qualité de Directeurs d'investissements dans leurs équipes respectives Capital Développement & Transmission Mid Cap et Capital Risque. Guillaume Blavier (Audencia Business School) et Camille Léonard (École Centrale Paris) sont promus Chargés d'affaires dans les équipes Capital Risque et Énergies Renouvelables.

Isa Schulz (Finance Doctorate) has joined Omnes Mid Cap as Director. Myriam Messadi (Université Paris Dauphine) has joined Special situations team as Senior Associate. François Leroy (Centrale Supélec & National University of Singapore), Associate, comes to strengthen the asset management pole in Renewable Energy activity. Omnes welcomes two Analysts, Cécile Ah-Fa (Audencia Business School), in Private Debt team and Romane Amiot (EDHEC Business School & London School of Economics and Political Science) in Mid Cap Buyout and Growth team. The Operations Department has been joined by Moustapha Singare (CNAM-INTEC) as Accounting manager.

Omnes nomines Étienne Chemel (Ecole Centrale de Nantes & HEC) and Fabien Collagettes (Supélec) as Directors in the Mid Cap Buyout and Growth and Venture Capital teams. Guillaume Blavier (Audencia Business School) and Camille Léonard (Ecole Centrale Paris) have been promoted to the position of Associate in the Venture Capital and Renewable Energy teams.

Capital Risque

VENTURE CAPITAL

INVESTISSEMENT / INVESTMENT

QUANDELA Photonique quantique

Novembre 2021 – Quandela, leader français de la photonique quantique, finalise une levée de fonds de 15 M€ auprès d'Omnes, de Bpifrance et de Quantonation. Cette levée permettra à la start-up de mettre à disposition le premier ordinateur quantique photonique et d'ouvrir son accès sur une plateforme en ligne dès 2022.

QUANDELA – Quantum photonics

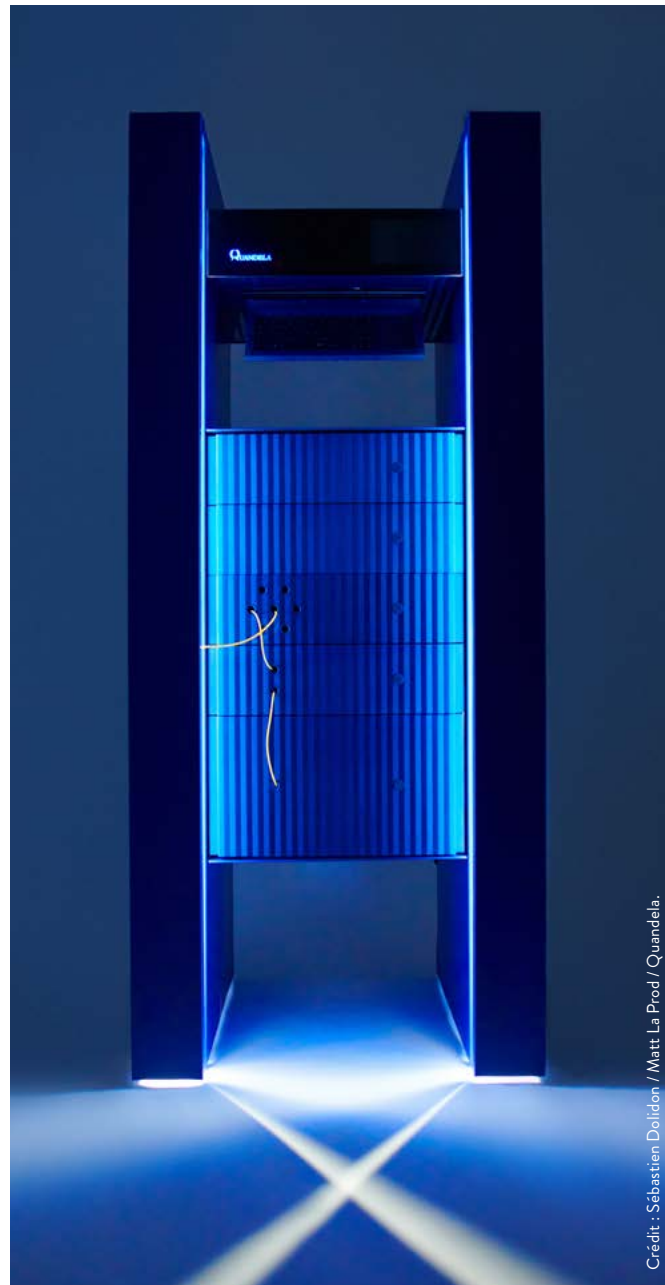
November 2021 – Quandela, the French leader in quantum photonics, raised €15 million with Omnes, Bpifrance and Quantonation. This operation will enable the team to make the first complete photonic quantum computer available and to provide access to it via an online platform from 2022.

« Quandela réunit une équipe de niveau mondial et propose une rupture technologique majeure dans le domaine des ordinateurs quantiques photoniques. Notre soutien financier va permettre à la société de relever des nouveaux défis technologiques majeurs et de se positionner en leader européen dans la course à l'avantage quantique. »

“Quandela brings together a world-class team and proposes a major technological breakthrough in the field of photonic quantum computers. Our financial support will enable the company to take up major new technological challenges and to position itself as a European leader in the race for quantum advantage.”



FABIEN COLLANGETTES,
Directeur d'investissements, Omnes
Director, Omnes



Crédit : Sébastien Deldion / Matt La Prod / Quandela.

▲ « Quandela a dévoilé Prometheus en 2021 : premier générateur de photons uniques de très bonne qualité intégré au cœur du développement d'un ordinateur quantique optique et pour les réseaux de communication quantiques. »
“Quandela unveiled Prometheus in 2021: the first high-quality single-photon generator integrated into the heart of optical quantum computer development and quantum communications networks”.

Infrastructure Énergies Renouvelables

INFRASTRUCTURE – RENEWABLE ENERGY

ACQUISITION / BUILD-UP

POWER CAPITAL Irlande

Juillet 2021 – Le fournisseur irlandais Power Capital Renewable Energy fait l'acquisition d'une participation majoritaire dans un portefeuille d'actifs solaires de 400 MW auprès de Terra Solar. Cette acquisition va stimuler la croissance du secteur de l'énergie solaire en Irlande et porte le portefeuille total de la société à 840 mégawatts. Ces projets seront développés en étroite collaboration avec Terra Solar et les acteurs locaux. Les travaux de construction débuteront en 2022 et les premières fermes devraient être opérationnelles mi-2023. Près de 200 M€ de capitaux devraient être nécessaires au développement de l'ensemble du portefeuille. Omnes fournira les fonds propres tandis que la dette sera levée auprès de prêteurs irlandais et internationaux.

POWER CAPITAL – Ireland

Leading Irish Renewable Energy firm Power Capital Renewable Energy has acquired the majority interest in a 400 MW portfolio of Solar Assets from one of Ireland's largest solar developers, Terra Solar. This acquisition will boost the growth of solar energy in Ireland and bring the company's total portfolio to 840 Megawatt. The development of the portfolio will be carried out in close partnership with Terra Solar and local stakeholders. Construction will begin in 2022 with the first plants expected to become operational by the middle of 2023. It is expected that about €200m of capital will be needed to build out the entire portfolio, with equity being provided by Omnes and debt to be raised with Irish and international lenders.



« Nous sommes très heureux de soutenir cette transaction notable sur le marché dynamique du solaire photovoltaïque en Irlande. Terra Solar et PCRE sont des pionniers dans ce secteur. Pour renforcer la transition énergétique en Irlande, il n'y a pas de meilleure façon que de nouer des partenariats étroits comme celui-ci entre deux acteurs locaux qui bénéficient d'une présence historique. »

“We are very excited to be backing this landmark transaction in the dynamic Irish solar PV market. Terra Solar and PCRE are two of Ireland's early pioneers and leaders of solar PV. There is no better way in our view to drive the Irish energy transition than by creating close partnerships like this between two historic and home-grown solar developers.”



MICHAEL POLLAN,
Directeur associé, Omnes
Partner, Omnes

Infrastructure Ville Durable

INTRASTRUCTURE – SUSTAINABLE CITIES

INVESTISSEMENT / INVESTMENT

GEOPHOROS Conversion de fonciers

Juillet 2021 – Omnes, via son fonds Construction Energie Plus (CEP), et le Groupe Bouygues Immobilier créent Geophoros, un nouveau véhicule dédié à la conversion de fonciers. Il cible des fonciers inutilisés ou dégradés (friches, locaux industriels, terrains pollués...) dans les dix principales métropoles de France car c'est dans ces localités que le manque de terrains est le plus problématique alors qu'il est impératif d'y accroître le nombre de logements bas carbone. Le véhicule finance la conversion de fonciers jusqu'à l'obtention d'un permis de construire purgé, en amont de la phase de promotion, sur une période de deux à quatre ans.

Geophoros sera doté d'une capacité d'investissement de 100 M€ qui permettra de faire sortir de terre 2 000 logements. Il aura pour stratégie d'investissement l'acquisition de fonciers de taille intermédiaire de 5 à 15 M€.

GEOPHOROS – Urban renewal

July 2021 – Omnes, via the Construction Energie Plus fund and Bouygues Immobilier, launch Geophoros, a vehicle dedicated to urban renewal. This fund will target unused or degraded land (waste-land, industrial premises, polluted land, etc.) in the ten largest French cities, the areas that create jobs and whose populations are growing. These are the localities that suffer most from a scarcity of land while at the same time there is an imperative need to increase the number of low-carbon housing units.

Geophoros will finance land rehabilitation through to receipt of a building permit, free of all claims, prior to the development phase, over a period of 2 to 4 years. It will have an investment capacity of €100 million, enabling 2,000 homes to be built. Its investment strategy will be to acquire medium-sized properties from €5 million to €15 million.

« Nous sommes ravis d'accompagner Bouygues Immobilier dans sa stratégie de développement foncier et de participer à la reconstruction d'une ville plus durable, en ligne avec les ambitions environnementales de Construction Energie Plus. »

“We are happy to back Bouygues Immobilier in its land development strategy and help rebuild a more sustainable city, in line with Construction Energie Plus's environmental goals.”



CAROLINE YAMETTI,
Directrice d'investissements, Omnes
Director, Omnes.



POSE DE 1^{RE} PIERRE / LAYING THE FIRST STONE

CENTRE AQUATIQUE À SAINT-DENIS (93)

Novembre 2021 – Le groupement composé d'Omnes, Bouygues Bâtiment Ile-de-France, Récréa, Ateliers 2/3/4, VenhoevenCS, et Dalkia a réalisé la pose de la première pierre du Centre Aquatique à Saint-Denis. L'évènement s'est tenu en présence de Jean Castex, Premier ministre, Patrick Ollier, Président de la Métropole du Grand Paris, Pierre Rabadan, adjoint à la Maire de la Ville de Paris, Patrick Karam, Vice-Président de la Région Île-de-France,

et Tony Estanguet, Président de Paris 2024 – Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

Les travaux de ce projet d'envergure internationale, dont la Métropole du Grand Paris est le concédant, ont démarré à l'été 2020 et avancent conformément aux délais préalablement annoncés. Une opération à la conception vertueuse et innovante, qui a reçu fin octobre la certification « NF HQE équipements sportifs niveau excellent ».

SAINT-DENIS AQUATIC CENTRE

November 2021 - The consortium made up of Omnes, Bouygues Batiment Ile-de-France, Récréa, Ateliers 2/3/4, VenhoevenCS, and Dalkia gathered to lay the first

stone of the Saint-Denis Aquatic Centre. The ceremony was attended by Jean Castex, Prime Minister, Patrick Ollier, President of the Greater Paris Metropolis, Pierre Rabadan, deputy Mayor of the City of Paris, Patrick Karam, Vice President of the Île-de-France region and Tony Estanguet, President of Paris 2024 - organizing committee of the Paris 2024 Olympic and Paralympic Games of Paris.

Work started on this major international project, under concession from the Greater Paris Metropolis, in the summer of 2020 and is progressing as scheduled. A project with an innovative and virtuous design that at the end of October obtained the French environmental quality certification (NF HQE équipements sportifs, excellent level) for sports facilities.

Co-investissement

CO-INVESTMENT

INVESTISSEMENT / INVESTMENT

L'équipe Co-investissement poursuit le déploiement des mandats gérés. Au total, 85 M€ auront été investis en 2021 (vs 90 M€ en 2020) sur une dizaine de lignes. Les nouvelles participations incluent notamment :

• **Domus Vi**, troisième opérateur de maisons de retraite en Europe, avec 355 sites et plus de 33 000 lits, et fournisseur de services d'aide à domicile pour seniors ;

• **le Groupe LBA**, leader français de la fabrication de barrières montantes automatiques pour le contrôle d'accès des véhicules (parking, péage, etc.), qui fabrique également des bornes et autres obstacles anti-intrusion ;

• **le Groupe Wundex**, basé en Allemagne, qui fournit des services à domicile de soin de plaies chroniques, dont les causes incluent notamment les ulcères de jambes, escarres, etc.

The Co-investment team continues to deploy its managed mandates. A total of €85 million was invested in 2021 (versus €90 million in 2020) in around ten lines. The new investments include in particular:

• **Domus Vi**, Europe's 3rd-largest operator of retirement homes, with 355 facilities and more than 33,000 beds, and supplier of services for the elderly.

• **LBA group**, France's leading manufacturer of automatic lifting barriers for controlling the access of vehicles (car parks, toll booths, etc.) and also manufactures bollards and other safety obstacles.

• **Wundex Group**, based in Germany, is a leading home care services provider for patients with chronic wounds, such as leg ulcers, bed sores, etc.

Capital Développement & Transmission Small Cap

SMALL CAP BUYOUT AND GROWTH CAPITAL

« Cette première opération d'acquisition renforce la position de NutriDry sur le marché des aliments lyophilisés et déshydratés tant sur les aspects stratégiques que financiers. »

“This first acquisition will strengthen NutriDry's position in the freeze-dried and dehydrated food market at both the strategic and financial levels.”



FRÉDÉRIC MIMOUN,
Directeur d'investissements senior, Omnes
Senior Director, Omnes



ACQUISITION / BUILD-UP

MADA FOOD SERVICE

Produits déshydratés en milieu hospitalier

Septembre 2021 – Depuis sa création fin avril 2021 matérialisant le rapprochement de Titok et Falières Nutrition, le groupe NutriDry réalise son premier build-up avec l'acquisition de MADA FoodService, spécialiste des produits déshydratés en milieu hospitalier, basé en Alsace. L'objectif de cette première acquisition est de permettre à NutriDry d'accélérer la consolidation du marché des aliments lyophilisés et déshydratés et de s'imposer en tant que leader incontesté sur le segment des centres hospitaliers et des Ehpad en France. Des discussions sont d'ores et déjà en cours avec d'autres cibles, françaises et euro-

péennes, pour la création d'un groupe européen leader de la conception et de la fabrication de solutions nutritionnelles fonctionnelles, nomades et d'urgence utilisant les technologies de la lyophilisation et de la déshydratation.

MADA FoodService – Dehydrated food products for hospitals

September 2021 – Created at the end of April 2021 through the merger of Titok and Falières Nutrition, NutriDry has completed its first build-up with the acquisition of MADA FoodService, an Alsatian company specialised in dehydrated food products for hospitals. This first acquisition is aimed at enabling NutriDry to accelerate the consolidation of the freeze-dried and dehydrated food market and establish itself as the undisputed leader in the hospital and nursing home segment in France. Discussions are already underway with other French and European targets to create a European leader in the design and manufacture of functional, mobile and emergency food solutions using freeze-drying and dehydration technologies.



ACQUISITION / BUILD-UP

MS INNOVATIONS

Marketing Conversationnel

Septembre 2021 – Opportunity fait l'acquisition de MS Innovations, plateforme cloud de marketing conversationnel et de business messaging 2.0. La société vient compléter l'expertise d'Opportunity grâce à sa capacité à accompagner les entreprises à chaque étape du parcours client, avec des solutions SaaS proposant des interactions clients contextualisées en temps réel. La plateforme d'Opportunity va ainsi permettre aux entreprises européennes de bénéficier de puissants outils pour offrir des expériences personnalisées de masse, enrichir et automatiser les échanges depuis les canaux digitaux, innover avec la signature vocale, recouvrer leurs créances beaucoup plus rapidement et mesurer l'expérience client de façon inédite.

MS INNOVATIONS – Conversational Marketing

September 2021 – Opportunity has acquired MS Innovations, a cloud-based Conversational Marketing and Business Messaging 2.0 platform. The company complements Opportunity's expertise thanks to its ability to support businesses at every stage of the customer journey with SaaS solutions offering contextualised interaction with customers in real time. The Opportunity platform will offer European businesses powerful tools for ensuring personalised mass experiences, enriching and automating interaction from digital channels, innovating with voice signature, faster debt collection and measuring the customer experience in an unprecedented manner.

« Depuis un an et demi, Opportunity a poursuivi sa forte croissance au-delà de notre plan de route. Cette première opération d'acquisition renforce l'expertise et le savoir-faire d'Opportunity tant sur les aspects stratégiques que technologiques, les objectifs du business plan de l'opération initiale ayant déjà été atteints. »

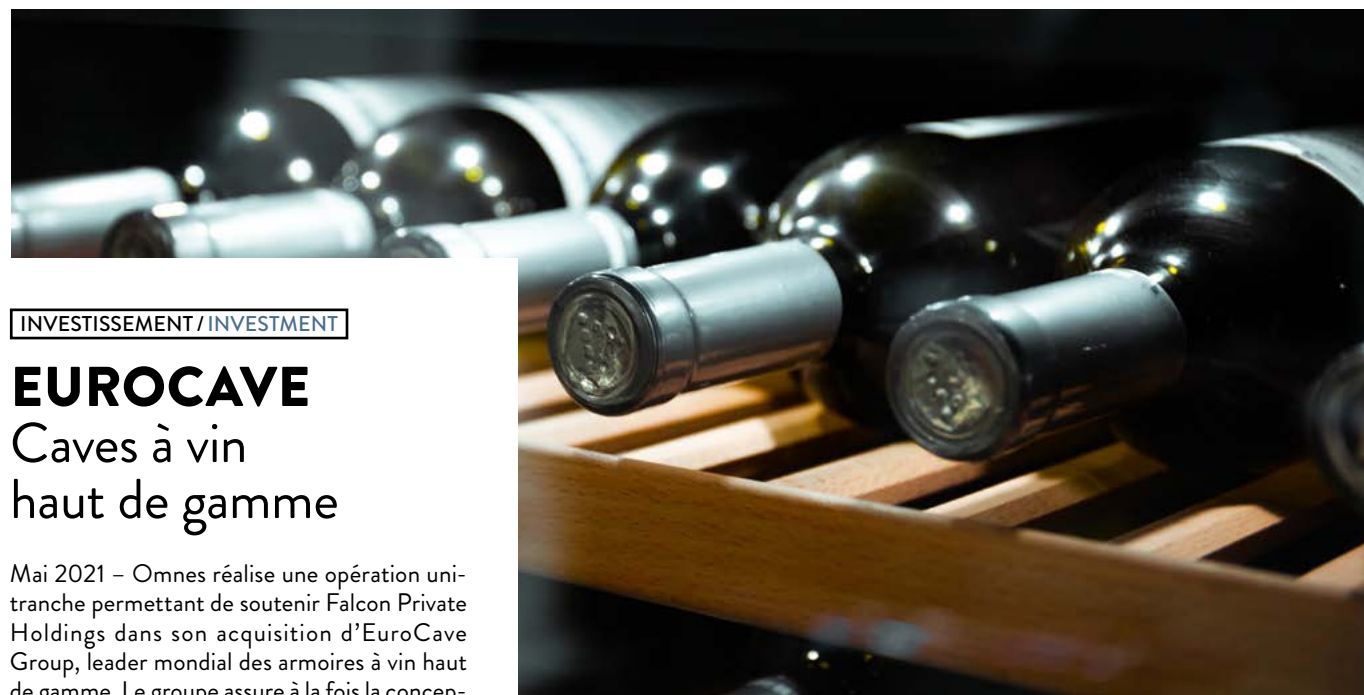
“Over the past year and a half, Opportunity has continued to grow strongly, exceeding our roadmap. This first build-up strengthens Opportunity's expertise and know-how at the strategic and technological levels, as the original deal's business plan targets have already been achieved.”



FRÉDÉRIC MIMOUN,
Directeur d'investissements senior, Omnes
Senior Director, Omnes

Dette Privée

PRIVATE DEBT



INVESTISSEMENT / INVESTMENT

EUROCAVE Caves à vin haut de gamme

Mai 2021 – Omnes réalise une opération unitranche permettant de soutenir Falcon Private Holdings dans son acquisition d’EuroCave Group, leader mondial des armoires à vin haut de gamme. Le groupe assure à la fois la conception, la fabrication et la distribution de ses produits de conservation et de vieillissement du vin. Destinées aussi bien aux particuliers qu’aux professionnels, les caves EuroCave stockent aujourd’hui plus de 30 millions de bouteilles de vin à travers le monde et comptent plus de 300 000 clients. Cet investissement a pour objectif d’accompagner Falcon Private Holdings dans le rachat de la majorité du capital d’EuroCave. Le fonds d’investissement américain souhaite poursuivre le développement du groupe à l’international.

EUROCAVE – High-end wine cabinets

May 2021 – Omnes is performing a unitranche operation enabling it to back Falcon Private Holdings to acquire EuroCave Group, a global leader in high-end wine cabinets and storage solutions. The group oversees the design, manufacturing and distribution of its wine preservation and aging products. EuroCave cellars currently store more than 30 million bottles of wine throughout the world, and the company possesses more than 300,000 clients. The aim of this investment is to support Falcon Private Holdings to acquire a majority shareholding in EuroCave’s capital. The American investment fund wishes to develop the group internationally.

« Nous sommes très heureux d’accompagner l’équipe de Falcon Private Holdings dans cette opération de prise de contrôle du Groupe EuroCave, aux côtés de Talis. Ces derniers vont permettre au groupe de poursuivre son développement en France et à l’international avec une implication opérationnelle forte. »

“We are very happy to support the Falcon Private Holdings team in this transaction to acquire control of the EuroCave group, alongside Talis. Both companies will enable the group to pursue its growth in France and internationally, with strong operational involvement.”



CAMILLE DELIBES,
Directeur associé, Omnes
Partner, Omnes

INVESTISSEMENT / INVESTMENT

EIF – Conseil fiscal

Juin 2021 – Omnes arrange la dette mezzanine dans le cadre de l’opération de MBO (Management Buy Out) d’EIF Expertise. Le groupe est spécialisé dans le conseil en fiscalité locale et de l’urbanisme et le conseil en financement de l’innovation. Cette opération permet aux deux dirigeants de prendre la majorité du capital et de développer l’activité d’EIF en France et dans les pays limitrophes.

EIF – Tax consulting

June 2021 – Omnes arranges the mezzanine debt as part of the management buyout (MBO) of EIF Expertise. The company offers local tax consulting and urban planning services and innovation financing advisory services. This deal will enable the two senior managers to take majority control of the capital and develop EIF’s businesses in France and neighbouring countries.

INVESTISSEMENT / INVESTMENT

LEGALSTART Partenaire juridique des TPE/PME

Septembre 2021 – Omnes apporte la dette unitranche dans l’opération LBO de Legalstart, organisée par ISAI Expansion. Legalstart propose une large gamme de services juridiques et administratifs permettant aux entrepreneurs français de créer et gérer leur entreprise de manière 100 % digitale. Depuis son lancement en 2014, la société accompagne plus de 300 000 utilisateurs. Cette opération lui permet de renforcer ses ambitions en matière de croissance externe et d’associer au capital son équipe de managers.

LEGALSTART – Leading legal partner for VSEs/SMEs

September 2021 – Omnes provides unitranche financing in Legalstart LBO organized by ISAI Expansion. Legalstart offers a wide range of services allowing French entrepreneurs to create and manage their business wholly online. Since its launch in 2014, the company serves more than 300,000 users. This LBO enables it to strengthen its ambitions in terms of acquisitions and bring its team of managers into the capital.

« Nous sommes très heureux d’accompagner la société Legalstart. Nous avons été séduits par ses fondateurs qui ont su développer une entreprise rentable depuis son lancement. »

“We are very pleased to support Legalstart. We were attracted by its founders who have managed to develop a profitable business right from the start.”



BENOÎT FAGUER,
Directeur d’investissements,
Omnes
Director, Omnes



INVESTISSEMENT / INVESTMENT

PRIMA VITAL Solutions de maintien à domicile et d’accessibilité

Juin 2021 – Omnes, via son fonds Omnes Mezzanis 3, réalise sa 4^e opération sponsorless dans le cadre de son investissement dans la société Prima Vital, spécialisée dans la conception et la distribution B2C de solutions de maintien à domicile et d’accessibilité, à destination des personnes âgées et à mobilité réduite. L’objectif de l’opération est de permettre à Jean-Paul Berthault de prendre la majorité du capital de Prima Vital.

PRIMA VITAL – Home living and accessibility solutions

June 2021 – Omnes, via its fund Omnes Mezzanis 3, is carrying out its 4th sponsorless transaction as part of its investment in the company Prima Vital, specialised in the B2C design and distribution of home living and accessibility solutions, intended for senior persons and those with reduced mobility. The aim of the operation is to enable Jean-Paul Berthault to become the majority shareholder in Prima Vital.

Capital Développement & Transmission Mid Cap

MID CAP BUYOUT AND GROWTH CAPITAL

CESSION / EXIT

CIRCET Infrastructures Télécoms

Octobre 2021 – Omnes cède avec Advent International leurs parts dans Circet à ICG (Intermediate Capital Group), mettant fin à six années de partenariat. Omnes avait d'abord investi en 2015 dans Capcom, spécialisé dans le déploiement, l'installation, la maintenance et la commercialisation d'offres de fibres optiques et de réseaux câblés, avant de céder ses parts en 2017 à Circet, fournisseur leader de services d'infrastructures télécoms en Europe. Capcom avait alors doublé son CA, passant de 48 à 95 M€. À l'occasion de cette opération, Omnes a réinvesti une partie des produits de cession dans Circet aux côtés du Crédit Mutuel Equity avant de les céder à Advent

International en 2018. Cette même année, Omnes a réinvesti une partie de ses produits de cession dans Circet aux côtés d'Advent.

CIRCET – Telecom infrastructure

October 2021 – Omnes and Advent International sell their stakes in Circet to ICG (Intermediate Capital Group), thereby bringing a six-years long partnership to a close. Omnes had initially invested in 2015 in Capcom, a company specialized in the deployment, installation, maintenance and marketing of fiber-optic and cable networks, and in 2017 sold its Capcom shares to Circet, Europe's leading telecommunications infrastructure services provider. Capcom had subsequently doubled its sales; from €48 million to €95 million. At the time of this deal, Omnes had reinvested part of the disposal proceeds in Circet alongside Crédit Mutuel Equity before selling them to Advent International in 2018. The same year, Omnes reinvested part of these disposal proceeds in Circet alongside Advent.

« Nous sommes fiers d'avoir contribué ces six dernières années à l'évolution de Circet, une ETI française devenue leader européen aujourd'hui. »

“We are proud to have contributed to Circet's expansion over the past six years and to have helped turn this French mid-cap company into the European leader that it has become.”



BENJAMIN ARM,
Associé gérant, Omnes
Managing Partner, Omnes

ACQUISITION / BUILD-UP

BIOFUTUR

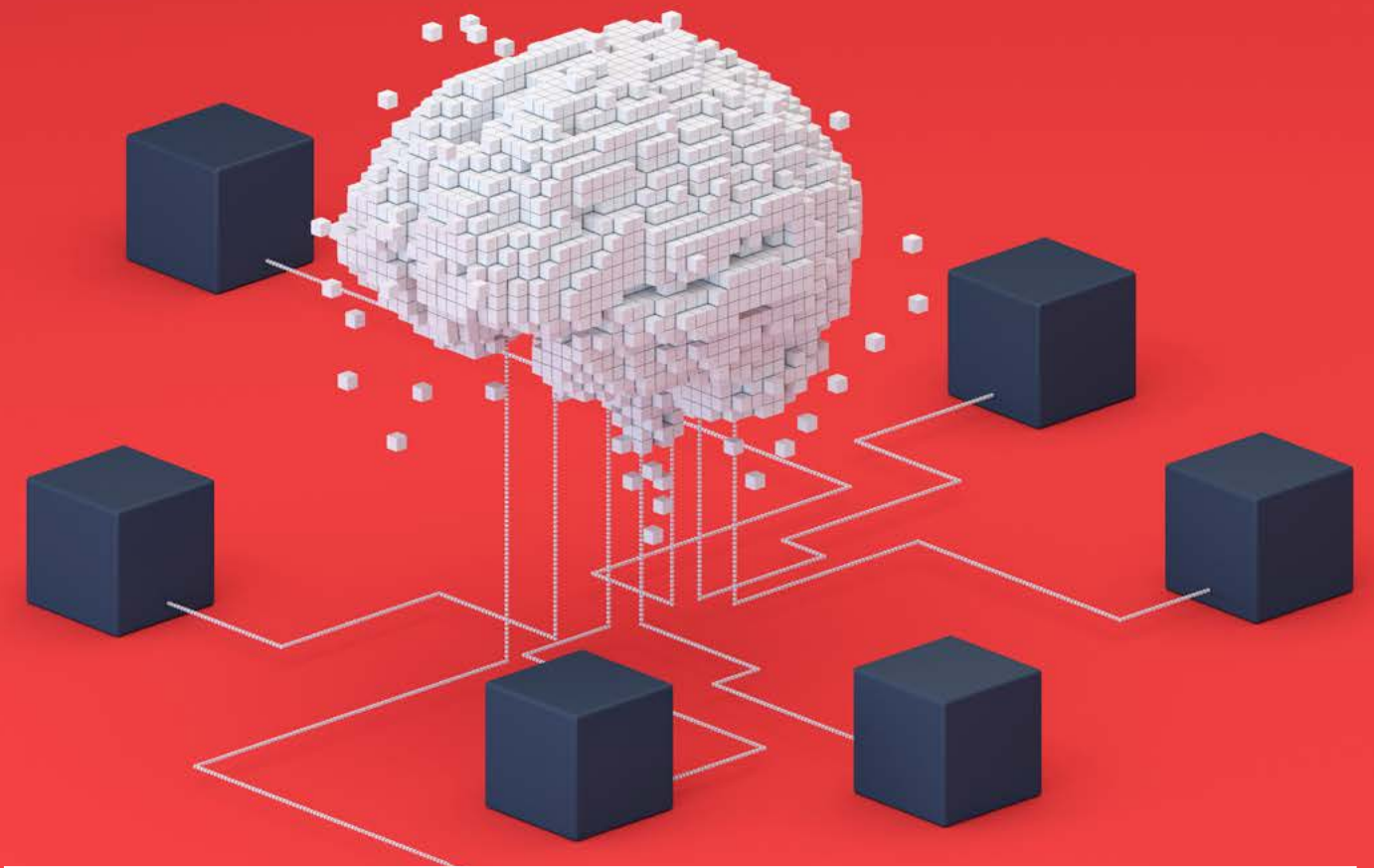
Juin 2021 – Biofutur, groupement de laboratoires de biologie médicale, a fait l'acquisition du Laboratoire Bonhoure, avec le soutien d'Omnes. Situé à Nemours, ce mono-site permet de renforcer le maillage territorial de Biofutur dans le sud de la Seine-et-Marne (77). Ce laboratoire, dirigé par le Dr Xavier Bonhoure, reçoit en moyenne 300 patients par jour et emploie 25 personnes, pour un chiffre d'affaires annuel au-delà de 3 M€. Avec maintenant 52 sites en Île-de-France et plus de 100 M€ de chiffre d'affaires, Biofutur figure parmi les groupements de laboratoires de premier plan dans la région Île-de-France. Le groupe est particulièrement impliqué dans la lutte contre le Covid-19 dans la région, réalisant plusieurs milliers de tests PCR par jour au travers d'un réseau de routine, mais également au sein d'une dizaine de sites dédiés aux tests PCR, en coordination avec l'ARS Île-de-France et les municipalités.

BIOFUTUR

June 2021 – Biofutur, a group of medical biology laboratories, has acquired Laboratoire Bonhoure, with the support of Omnes. The acquisition of this single site based in Nemours, enables Biofutur to strengthen its regional coverage in the south of the Seine-et-Marne area. The newly acquired laboratory, led by Dr Xavier Bonhoure, sees on average 300 patients per day and employs 25 people, and has an annual turnover of over €3 million. Biofutur is a leading regional laboratory consortium. It possesses 52 sites in the Paris region and has a turnover of more than €100 million. The group is notably involved in the fight against Covid-19 in the region, and manufactures several thousand PCR tests a day via a routine network, as well as at approximately 10 sites dedicated to PCR tests, in coordination with the regional health authority (ARS) and local town authorities.

Newronika, un « game-changer » dans la maladie de Parkinson

NEWRONIKA, A GAME-CHANGER
IN PARKINSON'S DISEASE



Newronika est la première société à avoir développé un système de stimulation cérébrale profonde en circuit fermé et temps réel pour le traitement de la maladie de Parkinson. Près de deux ans après une levée de fonds de 8,4 millions d'euros en Série A menée par Omnes, la Medtech italienne prépare un deuxième tour de table.

Newronika is the first company to have developed a closed-loop, adaptive deep brain stimulation system for the treatment of Parkinson's disease. Nearly two years after an €8.4 million Series A funding round led by Omnes, the Italian MedTech is preparing a second round.

2
HOMMES TOUCHÉS
POUR
1 FEMME APRÈS
40 ANS
 Male to female ratio
 of 2 to 1 after age 40

2^e
MALADIE
NEURODÉGÉNÉRATIVE
LA PLUS FRÉQUENTE
APRÈS LA MALADIE
D'ALZHEIMER
 2nd
 most common
 neurodegenerative disease
 after Alzheimer's disease

150 000
PERSONNES TOUCHÉES
EN FRANCE
 150,000 people affected
 in France

« Nous avons déjà obtenu des premiers résultats très convaincants en testant notre technologie de manière externe sur des patients atteints de la maladie de Parkinson. »

“We had already obtained very convincing initial results by testing our technology externally on patients with Parkinson's disease.”

En quoi la technologie de Newronika est-elle innovante ?

Lorenzo Rossi, PDG de Newronika : Nous avons développé un dispositif implantable dans le cerveau basé sur une technologie qui permet d'enregistrer l'activité électrique des noyaux gris centraux et d'adapter la stimulation à l'état du patient en temps réel. C'est complètement révolutionnaire par rapport aux dispositifs traditionnels qui délivrent le même niveau de stimulation, alors que les symptômes des patients atteints de la maladie de Parkinson évoluent dans la journée.

Claire Poulard, Directeur de participations, Omnes : En effet, ce contrôle personnalisé de la stimulation en temps réel constitue une vraie rupture technologique qui va permettre d'améliorer considérablement la qualité de vie des patients atteints de la maladie de Parkinson. Et la technologie de Newronika pourrait s'appliquer au traitement d'autres pathologies neurologiques ou neurodégénératives, comme les douleurs chroniques, l'épilepsie ou la dépression qui sont des maladies très invalidantes pour les patients.

Pourquoi Newronika a-t-elle ouvert son capital à Omnes ?

Lorenzo Rossi : Nous avons déjà obtenu des premiers résultats très convaincants en testant notre technologie de manière externe sur des patients atteints de la maladie de Parkinson. Cette levée de fonds permet de financer l'étude clinique chez l'homme destinée à évaluer son innocuité et son efficacité une fois implantée par voie chirurgicale dans le cerveau.

Claire Poulard : Nous avons décidé de soutenir Newronika à un stade précoce de leur développement car nous avons été impressionnés par les premiers résultats de leur technologie et étions

What makes Newronika's technology innovative?

Lorenzo Rossi, CEO of Newronika: We have developed an implantable device in the brain based on a technology that makes it possible to record the electrical activity of the central grey matter and adapt the stimulation to the patient's condition in real time. This is completely revolutionary compared with traditional devices that constantly deliver the same level of stimulation whereas the symptoms of patients with Parkinson's disease fluctuate during the day.

Claire Poulard, Principal, Omnes: Indeed, this real-time personalised control of stimulation is a genuine technological breakthrough that will significantly improve the quality of life for patients with Parkinson's disease. Newronika's technology could also be applied to the treatment of other neurological or neurodegenerative diseases, such as chronic pain, epilepsy or depression, which are very debilitating diseases for patients.

What prompted Newronika to open up its capital to Omnes?

Lorenzo Rossi: We had already obtained very convincing initial results by testing our technology externally on patients with Parkinson's disease. This financing round will fund the clinical study in humans to assess its safety and efficacy once surgically implanted in the brain.

Claire Poulard: We decided to support Newronika at an early stage of their development as we were impressed by the early results of their technology and convinced of its ben-



« Nous avons décidé de soutenir Newronika à un stade précoce de leur développement car nous avons été impressionnés par les premiers résultats de leur technologie. »

convaincus de ses bénéfices pour les patients. L'équipe Newronika a été un autre facteur décisif : une équipe agile d'une dizaine d'experts en neurophysiologie, neurologie ou encore ingénierie biomédicale et qui a aussi su s'entourer des meilleurs experts dans leur domaine.

Comment Omnes accompagne-t-elle Newronika ?

Lorenzo Rossi : Claire est toujours disponible pour échanger ou répondre à nos questions. Sa solide expertise dans le domaine des medtech et biotech nous aide à créer de la valeur et à atteindre nos objectifs.

Claire Poulard : Nous sommes des facilitateurs et leur apportons une aide concrète sur plusieurs niveaux : au niveau RH, par exemple, en leur ouvrant notre réseau, au niveau stratégique pour identifier les applications potentielles les plus créatrices de valeur pour leur technologie. Et nous les aidons à franchir une nouvelle étape décisive pour leur développement : une deuxième levée de fonds.

Lorenzo Rossi : En effet, les prochains mois sont cruciaux : les résultats de cette première étude de faisabilité seront connus d'ici la fin de l'année et Omnes nous aide à lancer une deuxième levée de fonds en Série B début 2022. Ces fonds sont destinés à financer une étude pivot aux États-Unis pour mesurer les effets de notre technologie sur des patients à plus grande échelle et permettre à terme la commercialisation de notre produit.

efits for patients. Newronika's team was another decisive factor: an agile team of a dozen or so experts in neurophysiology, neurology and biomedical engineering, who also know how to surround themselves with the best experts in their field.

How does Omnes support Newronika?

Lorenzo Rossi: Claire is constantly available to discuss or answer our questions. Her sound expertise in the fields of MedTech and biotech helps us to create value and achieve our targets.

Claire Poulard: We are facilitators and provide concrete support at several levels: at the HR level, for example, by opening up our network to them, at the strategic level to identify the potential applications that create the most value for their technology. And we are helping them take another decisive step forward in their development: a second fundraising round.

Lorenzo Rossi: The coming months will be crucial: the results of this first feasibility study will be known by the end of the year and Omnes is helping us to launch a second Series B fundraising in early 2022. These funds will finance a pivotal trial in the United States to measure the effects of our technology on patients on a larger scale and ultimately enable us to market our product.

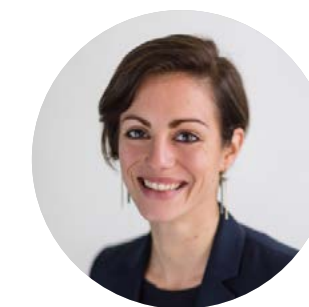
“We decided to support Newronika at an early stage of their development as we were impressed by the early results of their technology.”



« Nous avons choisi de nous associer à un acteur majeur du private equity comme Omnes pour bénéficier de leur expertise en medtech/biotech et nous permettre d'atteindre notre ambition : devenir un leader européen dans notre domaine. »

“We have chosen to team up with a major private equity player such as Omnes so as to benefit from their medtech/biotech expertise and enable us to achieve our goal: to become a European leader in our field.”

LORENZO ROSSI,
PDG de Newronika
CEO of Newronika



« La stimulation en temps réel adaptée à l'état de chaque patient est un “game-changer” dans le domaine neurologique. Un tournant est amorcé dans la maladie de Parkinson : la technologie de pointe mise au point par Newronika devrait permettre de développer de nouveaux traitements et d'améliorer ceux existants. »

“Real-time stimulation adapted to each patient's condition is a game changer in the field of neurology. This is a turning point in the treatment of Parkinson's disease: the cutting-edge technology developed by Newronika should help develop new treatments and improve existing ones.”

CLAIRE POULARD,
Directeur de participations, Omnes
Principal, Omnes

QUESTIONS



à **Christian Dabasse,**
Président de **SPHEREA**

For **Christian Dabasse,**
CEO of **SPHEREA**

Depuis le spin-off réussi de SPHEREA du groupe Airbus, Christian Dabasse, son Président, continue de faire grandir son entreprise avec passion et humilité pour en faire le leader européen de solutions de test des systèmes critiques. Rencontre avec un homme qui sait s'intéresser aux autres et donner du sens.

Ever since SPHEREA was successfully spun off from the Airbus Group, its CEO, Christian Dabasse, has continued to build up the company with passion and humility so as to make it the European leader in critical systems test solutions and services. Talking to a man who takes an active interest in others and knows how to give meaning to their work

Comment êtes-vous devenu PDG de SPHEREA ?

J'ai toujours su que j'allais créer mon entreprise et j'ai construit ma carrière étape par étape, animé par cette fibre entrepreneuriale. Indépendant financièrement dès l'âge de 16 ans, j'ai suivi un cursus d'ingénieur avant de rejoindre le groupe Bull en 1987 puis Airbus en 1990. En 1993, j'ai ensuite eu l'opportunité de rejoindre une entité indépendante d'Airbus spécialisée dans les bancs de test aéronautiques et les équipements de fiabilité des systèmes critiques représentant environ 150 personnes pour 15 millions d'euros de chiffre d'affaires. Parti de la base, dans une fonction technique, j'ai gravi les échelons de l'entreprise passant par la direction commerciale et ensuite la direction de l'entité. Lorsqu'en 2013, bien que nous ayons porté notre chiffre d'affaires à 90 millions d'euros, j'ai compris que ce département ne faisait plus partie du core business d'Airbus, j'ai décidé de me battre pour en faire une société indépendante et pérenniser les emplois.

SPHEREA, c'est quoi aujourd'hui ?

Avant tout, une aventure collective humaine car pour moi, la place de l'humain est fondamentale dans une entreprise. J'aime associer l'entreprise à un bateau en compétition. Le monde du nautisme est porteur de valeurs très faciles à exploiter en entreprise : courage, ténacité, cohésion, défi

How did you become CEO of SPHEREA?

I always knew I would create my own business and I built my career step by step, driven by this spirit of enterprise. I became financially independent at the age of 16 and studied engineering before joining Bull in 1987 and then moving on to Airbus in 1990. In 1993 I was given the opportunity to join an independent Airbus entity specialised in aeronautic test benches and equipment for the securing and reliability of critical systems, with a workforce of around 150 people and €15 million in sales. After starting at the bottom in a technical position, I rose through the company ranks, passing through the sales department and on to the company's general management. When, in 2013, even though we had increased our sales to €90 million a year, I saw that this department no longer formed part of Airbus's core businesses, I decided to fight to make it an independent company and preserve the jobs.

What is SPHEREA now?

Above all, it is a collective human adventure as, for me, the people are the fundamental part of a company. I like to think of the company as similar to a boat in a race. The boating world has values that can easily be applied to a business: courage, tenacity, cohesion, technical and human challenges, team work between those working in the wings and those that are centre stage. At sea, you must constantly

technique et humain, travail en équipe entre ceux qui travaillent dans l'ombre et ceux qui sont sur le devant de la scène. En mer, à chaque instant, c'est la recherche de la performance, il faut donner et maintenir le cap et embarquer tout l'équipage, anticiper, savoir gérer les temps forts et les temps faibles. En tant que CEO, j'embarque tous les salariés autour de notre vision : « tester, sécuriser, fiabiliser et pérenniser les systèmes de nos clients ». À chaque fois que l'un de mes collaborateurs monte dans un avion, il sait qu'il a contribué à le sécuriser. Et cela donne du sens à leur métier. Nous sommes la « Ferrari » du marché des tests de systèmes critiques sur deux secteurs : la défense et l'aéronautique. Face à un environnement complexe, j'ai compris que SPHEREA avait besoin d'acquiescer une taille critique et d'élargir son offre à d'autres marchés (ferroviaire, énergie, etc.). Aussi, après une première histoire hors du périmètre Airbus qui nous a permis de porter notre chiffre d'affaires à 130 millions d'euros, nous nous sommes associés à Omnes et Andera en 2019 pour nous accompagner dans ce changement d'échelle dont l'ambition est de devenir une référence mondiale.

Qu'est-ce qui vous anime ?

J'ai trois piliers dans la vie : ma famille, le travail et le sport. Je suis très fier de mes deux enfants – mon fils est footballeur professionnel et ma fille en sixième année de médecine – pour qui je suis à la fois un père et un coach, avec une caractéristique commune, vivre une passion. Après le football, qui m'a permis de financer mes études, j'ai fait de multiples marathons, trails et aujourd'hui du vélo. Le sport m'apporte une force intérieure et m'insuffle persévérance, excellence, concentration et performance dans mon travail. Cela me permet d'être en phase avec mes valeurs. Enfin, le travail a toujours joué un rôle majeur dans ma vie. Ce qui m'anime professionnellement, c'est la relation humaine, le fait de transmettre du sens et une vision à mes équipes, de les mobiliser autour d'un même cap.

« Omnes, ce sont avant tout des hommes, une équipe à mes côtés, qui m'aide à faire face à la solitude du dirigeant. Ils me challengent, m'aident à identifier des enjeux, soulever des problématiques. Cette aide opérationnelle a été particulièrement précieuse pendant le Covid. »

“Above all, Omnes is its people, a team at my side that helps me cope with the solitude of a company leader. They challenge my views, help me identify the issues at stake, raise the questions to be examined. This operating support was particularly valuable during the Covid crisis.”

strive for performance, plot your course and keep to it as well as motivating the entire crew, foreseeing events and managing the highs and the lows. As CEO, I try to embark all the staff in our vision of “testing and ensuring the security, reliability and performance of our customers' systems”. Every time a member of my staff boards an aeroplane, they know that they contributed to its security. And this gives meaning to their work. We are the “Ferrari” of the critical systems tests market in two sectors: defence and aeronautics. Faced with a complex environment, I realised that SPHEREA needed to achieve critical mass and expand its offering to other markets (rail, energy, etc.). Therefore, after an initial period outside Airbus that enabled us to bring our sales up to €130 million, we teamed up with Omnes and Andera in 2019 to help us achieve this change of scale with the aim of becoming a leading world player.

What drives you?

I have three pillars in my life: my family, my work and sport. I am very proud of my two children – my son is a professional football player and my daughter is in her sixth year of medical school – for whom I am both father and coach, with the shared characteristic of living a passion. After football, which financed my studies, I took part in numerous marathons and trails and now I cycle. Sport gives me an inner strength and fosters perseverance, excellence, concentration and performance in my work. This enables me to keep step with my values. Lastly, work has always played a major part in my life. What drives me professionally is the relationship with people, the ability to pass on meaning and a vision to my teams, to motivate them all around a single goal.

Personnalisation de l'expérience client : une pratique incontournable

PERSONALISING THE CUSTOMER EXPERIENCE: AN INDISPENSABLE PRACTICE

Aujourd'hui plus que jamais, les marques ont besoin de réinventer leur stratégie marketing pour recréer du lien avec leurs clients. La personnalisation de l'expérience client s'impose désormais comme le levier essentiel pour les engager et les fidéliser. Avec à la clé une panoplie de bénéfices !

Now more than ever, brands need to reinvent their strategies so as to rebuild ties with their customers. Personalising the customer experience is now seen as an essential tool for involving customers and ensuring their loyalty. It also brings a great array of benefits!

D'après HubSpot, 45% des entreprises déclarent avoir déjà intégré des stratégies conversationnelles dans leurs parcours client. Et ce n'est que le début. En effet, au lendemain de cette période si particulière de confinements successifs et d'incertitude, les marques doivent s'adapter aux changements comportementaux des consommateurs. Des consommateurs qui ont besoin d'être rassurés, réconfortés et mis en confiance. Mais aussi des consommateurs versatiles de plus en plus difficiles à séduire et à retenir en raison du foisonnement d'offres qui leur sont adressées et de la multitude de canaux de communication.

According to HubSpot, 45% of businesses report that they have already integrated conversational strategies into their customer voyage. And this is just the beginning. In effect, in the wake of this strange period of successive lockdowns and multiple uncertainties, brands need to adapt to the changes in consumer behaviour. Consumers that need to be reassured, comforted and made to feel confident. And also, versatile consumers that are increasingly difficult to attract and keep due to the plethora of offers they receive and the multitude of communication channels.

LA PERSONNALISATION, GAGE DE L'ENGAGEMENT

Personalisation, a guarantee of engagement

Dans ce contexte, les entreprises doivent arriver à créer une proximité émotionnelle avec leurs clients. C'est le seul moyen d'attirer leur attention. Comment ? À travers des contenus personnalisés adaptés au profil de chaque cible. Cette évolution des stratégies marketing vers la personnalisation de l'expérience client est une tendance de fond qui touche toutes les marques et tous les secteurs. L'objectif est clair : créer un lien émotionnel avec les clients pour les engager et les fidéliser. Avec à la clé de multiples bénéfices à chaque étape du parcours client : différenciation accrue, notoriété augmentée, hausse du taux d'acquisition, de conversion, de fidélisation, de réactivation, etc. Pendant longtemps, les directions générales ont perçu les approches de marketing conversationnel comme un centre de coûts, mais désormais elles les identifient comme une source de profit avec un vrai retour sur investissement.

In these conditions, businesses need to achieve an emotional connection with their customers. It is the only means of attracting their attention. How? Through personalised content adapted to each target's profile. The shift in marketing strategies towards personalisation of customer experiences is a deep-rooted trend that is affecting all brands and all sectors. The aim is clear: to create an emotional connection with customers to ensure their engagement and loyalty. With, as the reward, numerous benefits at every stage of the customer voyage: increased differentiation, heightened brand awareness, higher customer acquisition, conversion, loyalty and reactivation rates, etc. Conversational marketing was for a long time considered by management as a cost centre, but it is now identified as a source of profit with a real return on investment.

SANS DATA, PAS DE MARKETING PERSONNALISÉ

There can be no personalised marketing without data

Le smartphone s'impose comme l'outil numéro un pour engager les consommateurs dans un dialogue personnalisé avec les marques. Pourquoi ? Parce qu'il est détenu par 95% de la population. SMS conversationnels, callbot, SMS push web, vidéos conversationnelles ou encore messageries instantanées telles que WhatsApp ou Messenger... les options sont multiples, à condition de disposer d'informations précises sur chaque client ! En effet, c'est la collecte de data puis leur analyse à partir d'algorithmes qui va permettre de mieux cibler les messages, de proposer des solutions adaptées au profil de chacun et de faire en sorte que chaque cible se sente unique. Une expertise que maîtrise parfaitement Opportunity, et sa plateforme CPaaS omnicanale (Communications Platform as a Service), dans lequel Omnes a investi plus de 14 millions d'euros en 2020. Opportunity offre à ses clients grands comptes des solutions 100% mobile friendly et automatisées leur permettant de personnaliser massivement leurs interactions avec leurs clients finaux. « Nous avons développé des algorithmes qui s'appuient sur des centaines de millions d'interactions digitales, afin de savoir comment adresser les clients, à quel moment et par quel média, souligne Nicolas Vian, Directeur expérience client chez Opportunity. Cela nous permet de proposer des stratégies de marketing conversationnel efficaces et pertinentes. » Opportunity va très loin dans les scénarios de personnalisation, avec à chaque interaction client un message dans un style rédactionnel personnalisé voire avec une voix digitale personnalisée pour offrir aux clients l'expérience la plus fluide possible.

Smartphones have become the key tool for engaging consumers in a personalised conversation with the brands. Why? Because 95% of the population have one. Conversational SMS, Callbot, web push SMS, conversational videos and instant messaging such as WhatsApp and Messenger... there are numerous options, providing you have precise information on each customer. Effectively, the collection of data and its analysis using algorithms will enable businesses to target their message better, offer solution adapted to each person's profile and make every target feel unique. These are the skills mastered to perfection by Opportunity and its multi-channel CPaaS (Communications Platform as a Service) platform, in which Omnes invested more than €14 million in 2020. Opportunity offers its large corporate customers 100% mobile-friendly automated solutions that enable massive personalisation of their interaction with their end customers. "We have developed algorithms that analyse hundreds of millions of digital interactions in order to know how to address customers, at which moment and through which channel," explains Nicolas Vian, Opportunity's Head of Customer Experience. "This enables us to offer efficient and appropriate conversational marketing strategies." Opportunity goes very far in its personalisation scenarios. Each interaction with customers uses messages written in a very personal style or personalised digital voice messages to offer customers the smoothest possible experience.

LE RCS, LE SMS DE DEMAIN

RCS, the SMS of the future

Intégré nativement aux smartphones, le RCS (Rich Communication Services) permet aux entreprises de faire vivre à leurs clients des expériences totalement nouvelles en interagissant avec eux dans leurs applications sms, via un contenu enrichi : boutons personnalisés, réponses suggérées, vidéos ou messages audio, données de localisation, etc. Développé par Google en collaboration avec des opérateurs téléphoniques, le RCS pourrait remplacer les SMS, offrant des interactions clients plus personnelles, rapides et sécurisées.

(Source : CP – Opportunity fait l'acquisition de MS Innovations)

Natively embedded in smartphones, RCS (Rich Communication Services) allows companies to give customers completely new experiences by interacting with them in their SMS applications, through enriched content: personalized clickable buttons, suggested replies, videos or audio messages, location data, etc. Developed by Google in collaboration with telephone operators, RCS could replace SMS, providing more personal, faster and more secure interaction with customers.

(Source: Press release: Opportunity acquires MS Innovations)

UN MARCHÉ À TRÈS FORT POTENTIEL

A market with very strong potential



NICOLAS VIAN,
Directeur expérience client
chez Opportunity
Opportunity's Head of Customer
Experience

« Nous veillons à ne jamais digitaliser 100% du parcours client. Notre objectif n'est pas de remplacer l'humain mais de le soulager des actions à faible valeur ajoutée pour lui permettre de se concentrer sur des tâches plus stratégiques. »

“We are careful never to digitise 100% of the customer voyage. Our aim is not to replace human contact but to free people from low value-added tasks to enable them to concentrate on more strategic tasks.”



FRÉDÉRIC MIMOUN,
Directeur d'investissements
senior, Omnes
Senior Director, Omnes

Ce n'est que le début de l'ère du marketing conversationnel. Si la pandémie a ralenti la mise en place de solutions de personnalisation de la relation client, les entreprises affichent aujourd'hui une vraie volonté d'offrir à leurs clients une expérience différenciante. De leur côté, les entreprises en retard sur la digitalisation de leur organisation sont, elles aussi, à la recherche de solutions de personnalisation de média conversationnel. « Le marché est énorme et le potentiel de croissance d'Opportunity colossal avec un chiffre d'affaires qui devrait passer de 23 à 100 millions d'euros via la croissance organique et les acquisitions, se réjouit Frédéric Mimoun, Directeur d'investissements senior, Omnes. Cette brique de croissance externe permet d'accéder à de nouveaux marchés géographiques mais aussi de nouvelles technologies. Le récent rachat de MS Innovations, plateforme cloud de marketing conversationnel 2.0 va permettre d'enrichir l'offre de logiciels d'Opportunity, mais aussi d'ouvrir de nouveaux marchés, comme l'Afrique notamment, et de conquérir de nouveaux clients. »

« Les équipes d'Opportunity ont su utiliser la crise sanitaire comme un accélérateur de développement, de pénétration commerciale et de développement technologique en recodant la plateforme existante. »

“Opportunity's staff successfully used the health crisis as an accelerator of growth, sales penetration and technological development by recoding the existing platform.”



72%

des particuliers s'attendent à avoir une expérience personnalisée

(étude Salesforce, 2017)

of retail customers expect a personalised experience (2017 Salesforce survey)



45%

des entreprises déclarent avoir déjà intégré des stratégies conversationnelles dans leurs parcours client

(HubSpot)

of businesses report that they have already integrated conversational strategies into their customer voyage (HubSpot)



95%

des personnes détiennent un smartphone

of the population has a smartphone



Le point de vue

AN EXPERT'S VIEWPOINT

Laurent Ollivier,

Directeur associé d'Aressy, l'agence BtoB d'Epoka, spécialiste de la Lead Generation

Managing Partner of Aressy, Epoka's BtoB agency, and a specialist in Lead Generation

Créer du contenu générateur d'engagement avec l'ABM

« En BtoB, la publicité display digitale est aujourd'hui un levier très challengé. Le non-ciblage des messages et l'utilisation abusive de la data ont fini par générer une vraie défiance des prospects à l'égard de toute communication. Face à ce désamour, les marques doivent arriver à être « intéressantes plutôt qu'intéressées » : avant de vendre un produit, elles doivent apporter de la valeur ajoutée, du contenu, rendre service. Aujourd'hui, l'ABM ou, « Account-Based Marketing », nous permet de répondre à ce challenge. Comme son nom l'indique, l'ABM consiste à identifier, en amont de la campagne, les comptes (Accounts) prospects à cibler. Ces comptes sont regroupés dans des segments cohérents partageant les mêmes enjeux, ce qui permet de leur adresser des contenus personnalisés. Il ne s'agit pas de vendre un produit à tout prix, mais de proposer une solution qui réponde aux objectifs des comptes identifiés (baisse des charges, expansion à l'international, hausse de notoriété, etc.). Auparavant fastidieux, ce travail de personnalisation des messages est désormais grandement facilité par les nouvelles technologies.

Cette approche de marketing personnalisé se fait en collaboration entre les équipes commerciales et marketing. L'ABM est un dispositif complémentaire des techniques traditionnelles de marketing pour être certain d'engager les comptes stratégiques prioritaires et aider les commerciaux dans leur conquête ou fidélisation. »

« Les campagnes ABM ou comment créer du contenu générateur d'envie et d'engagement. »

Using ABM to create content that builds engagement

“In BtoB, digital display advertising has become a very contested tool. Untargeted messages and data abuse have ended up by giving prospects a genuine distrust of all messages. Faced with this rejection, brands must manage to be “interesting rather than interested”: before selling a product, they must offer added value, content or provide a service. Nowadays, ABM or “Account-Based Marketing” enables us to meet this challenge. As the name indicates, ABM consists of identifying - before the campaign - the prospect accounts to be targeted. These accounts are grouped into coherent segments that face the same challenges, thereby enabling us to provide them with personalised content. The aim is not to sell a product whether they want it or not, but to offer a solution that responds to the identified target account's objectives (reducing costs, international expansion, increasing brand awareness, etc.). Personalising messages, previously a difficult and time-consuming task, has been greatly facilitated by new technology. The sales and marketing teams work together to implement this personalised marketing approach. ABM complements traditional marketing techniques to make sure they reach the priority strategic accounts and help sales staff attract new customers and ensure the loyalty of existing ones.”

“ABM campaigns or how to create content that generates willingness and engagement”.

L'art de vivre à la française, un atout concurrentiel unique

THE FRENCH LIFESTYLE, A UNIQUE COMPETITIVE ADVANTAGE

Gastronomie, vignobles, culture, haute couture, élégance, artisanat... la France est reconnue pour son art de vivre. Cet art de vivre fait rêver le monde entier et confère à l'Hexagone une position inégalée sur l'échiquier mondial. Mais de quoi parle-t-on exactement sans tomber dans les clichés ?

Gastronomy, fine wines, culture, haute couture, elegance, craftsmanship... France is renowned for its lifestyle. This art of living is envied worldwide and places France in an unparalleled position on the world stage. But, without sinking into clichés, what exactly does it consist of?

Difficile à définir, l'art de vivre à la française associe savoir-être et savoir-faire. C'est un mode de vie – se cultiver, déguster des grands crus et des mets délicieux, faire la fête – mais aussi des savoir-faire artisanaux inégalés dans plusieurs domaines – la mode, le luxe, la gastronomie, la culture... Voici cinq ingrédients clés de l'art de vivre à la française.

- Gastronomie – Classée au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, la gastronomie est indissociable de l'art de vivre à la française. La diversité et l'excellence de la cuisine française sont reconnues dans le monde entier.

- Haute couture et luxe – Dior, Chanel, Yves Saint Laurent, Paco Rabanne... La France domine le marché du luxe et de la mode. Vitrines du pays, les marques françaises contribuent à son rayonnement mondial.

- Héritage culturel et historique – Le patrimoine historique français et les créations culturelles (films, pièces, peintures, etc.) sont, eux aussi, un ingrédient essentiel de cet art de vivre.

- Élégance et romantisme – Paris est perçue comme l'une des villes les plus romantiques du monde, tandis que les règles de savoir-vivre du pays sont tellement distinctives, qu'elles sont enseignées dans les écoles.

- Art de tout célébrer – Fête nationale, 14 Juillet, Fête de la musique, fêtes du Sud-Ouest, soirées beaujolais nouveau, Nuit blanche... l'art de vivre à la française, c'est aussi l'art de la fête !

Hard to define, France's art of living is a combination of living skills and know-how. It is a way of life - a passion for culture, savouring fine wines and delicious food, partying - but also unparalleled know-how in a number of fields - high fashion, luxury, gastronomy, culture... The following are five key elements of the French art of living:

- Gastronomy - Classified by UNESCO as part of the intangible cultural heritage of humanity, gastronomy is an integral element in the French art of living. The diversity and excellence of French cuisine is recognised worldwide.

- Haute couture and luxury - Dior, Chanel, Yves Saint-Laurent, Paco Rabanne... France dominates the luxury and high fashion markets. French brands showcase the country and add to its global renown.

- Cultural and historical heritage - French historical heritage and cultural creations (films, plays, paintings, etc.) are also an essential ingredient of this art of living.

- Elegance and romanticism - Paris is seen as one of the world's most romantic cities whereas the etiquette governing this way of life is so distinctive that it is taught in schools.

- The art of celebration - Bastille national holiday (July 14th), the *fête de la musique* music festival, the *Féris* of the south-west of France, Beaujolais Nouveau evenings, the *Nuit blanche* all-night arts festival. The French way of life is also the art of enjoyment and fun!

Les piliers DE l'art de vivre À LA française

THE PILLARS OF THE FRENCH ART OF LIVING

Haute couture et luxe
Haute couture and luxury

63% DES FRANÇAIS S'INTÉRESSENT À L'UNIVERS DU VIN
63% of French people take an interest in the world of wine (IPSOS survey)

Art de tout célébrer
Art of celebrating everything

Élégance et romantisme
Elegance and romanticism

LE TOP 3 DES MARQUES DE LUXE LES PLUS VALORISÉES AU MONDE SONT FRANÇAISES
The three most valuable luxury brands in the world are French (2021)

LOUIS VUITTON: \$75,7 BN
CHANEL: \$47 BN
HERMÈS: \$46,4 BN
Source: Statista

Héritage culturel et historique
Cultural and historical legacy

Gastronomie
Gastronomy

EUROCAVE, CRÉATEUR DE LA CAVE À VIN
EUROCAVE, CREATOR OF THE WINE CABINET

Leader mondial de la cave à vin haut de gamme pour les particuliers et les professionnels, EuroCave est une marque synonyme de l'art de vivre à la française. Unique pure player de la conservation du vin, EuroCave est bien positionnée pour accompagner la croissance et la montée en gamme de la consommation de vin.

World leader in premium wine cabinets and cellars for personal and professional use, EuroCave is a brand that epitomises the French art of living. A unique pure player in the preservation of wines, EuroCave is well positioned to accompany the growth and premiumization of wine drinking.

SCOPE

Retrouvez également
l'actualité d'Omnes,
ses partenaires et son marché,
en version digitale sur le site :
Get all the latest from Omnes,
our partners and our markets
in digital form on the website:

omnescapital.com

et dans *Scope News*,
notre newsletter d'information.
and in *Scope News*,
our regular newsletter.



OMNES